

SEVEN

PUBLICAÇÕES ACADÊMICAS
2024

MIDIATIZAÇÃO DO JORNALISMO ESPORTIVO EM AMBIENTE DIGITAL

INTERAÇÕES ENTRE PRODUTORES E RECEPTORES EM BLOGS
DOS WEBSITES ESPN- ESTADÃO, SPORTV, PLACAR E LANCENET

Arnaldo Oliveira Souza Júnior

SEVEN

PUBLICAÇÕES ACADÊMICAS
2024

MIDIATIZAÇÃO DO JORNALISMO ESPORTIVO EM AMBIENTE DIGITAL

INTERAÇÕES ENTRE PRODUTORES E RECEPTORES EM BLOGS
DOS WEBSITES ESPN- ESTADÃO, SPORTV, PLACAR E LANCENET

Arnaldo Oliveira Souza Júnior

EDITORA CHEFE

Profº Me. Isabele de Souza Carvalho

EDITOR EXECUTIVO

Nathan Albano Valente

ORGANIZADOR DO LIVRO

Arnaldo Oliveira Souza Junior

PRODUÇÃO EDITORIAL

Seven Publicações Ltda

EDIÇÃO DE ARTE

Alan Ferreira de Moraes

EDIÇÃO DE TEXTO

Natan Bones Petitemberte

BIBLIOTECÁRIA

Tábata Alves da Silva

IMAGENS DE CAPA

AdobeStok

2024 by Seven Editora

Copyright © Seven Editora

Copyright do Texto © 2024 Os Autores

Copyright da Edição © 2024 Seven Editora

O conteúdo do texto e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva do autor, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Seven Publicações Ltda. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos ao autor, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Seven Publicações Ltda é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação.

Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.



O conteúdo deste Livro foi enviado pelo autor para publicação de acesso aberto, sob os termos e condições da Licença de Atribuição Creative Commons 4.0 Internacional

CORPO EDITORIAL

EDITORA-CHEFE

Prof^o Me. Isabele de Souza Carvalho

CORPO EDITORIAL

Pedro Henrique Ferreira Marçal. Vale do Rio Doce University

Adriana Barni Truccolo- State University of Rio Grande do Sul

Marcos Garcia Costa Morais- State University of Paraíba

Mônica Maria de Almeida Brainer - Federal Institute of Goiás Campus Ceres

Caio Vinicius Efigenio Formiga - Pontifical Catholic University of Goiás

Egas José Armando - Eduardo Mondlane University of Mozambique.

Ariane Fernandes da Conceição- Federal University of Triângulo Mineiro

Wanderson Santos de Farias - Universidad de Desarrollo Sustentable

Maria Gorete Valus -University of Campinas

Luiz Gonzaga Lapa Junior- Universidade de Brasília

Janyel Trevisol- Universidade Federal de Santa Maria

Irlane Maia de Oliveira- Universidade Federal de Mato Grosso

Paulo Roberto Duailibe Monteiro- Universidade Federal Fluminense

Luiz Gonzaga Lapa Junior- Universidade de Brasília

Janyel Trevisol- Universidade Federal de Santa Maria

Yuni Saputri M.A- Universidade de Nalanda, Índia

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Midiatização do jornalismo esportivo em ambiente digital [livro eletrônico] : interações entre produtores e receptores em blogs dos websites ESPN-Estadão, Sportv, Placar e Lancenet / organizador Arnaldo Oliveira Souza Junior. -- São José dos Pinhais, PR : Seven Events, 2023. PDF

Bibliografia.
ISBN 978-65-6109-000-1

1. Jornalismo esportivo 2. Mídias digitais
3. Redes sociais on-line 4. Tecnologias digitais
I. Souza Junior, Arnaldo Oliveira.

23-186762

CDD-070.449796

Índices para catálogo sistemático:

1. Jornalismo esportivo 070.449796

Tábata Alves da Silva - Bibliotecária - CRB-8/9253

DOI: 10.56238/midijornalisesportidigi-001

Seven Publicações Ltda
CNPJ: 43.789.355/0001-14
editora@sevenevents.com.br
São José dos Pinhais/PR

DECLARAÇÃO DO AUTOR

O autor deste trabalho DECLARA, para os seguintes fins, que:

Não possui nenhum interesse comercial que gere conflito de interesse em relação ao conteúdo publicado;

Declara ter participado ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente nas seguintes condições: "a) Desenho do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação dos dados; b) Elaboração do artigo ou revisão para tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão";

Certifica que o texto publicado está completamente livre de dados e/ou resultados fraudulentos e defeitos de autoria;

Confirma a citação correta e referência de todos os dados e interpretações de dados de outras pesquisas;

Reconhece ter informado todas as fontes de financiamento recebidas para realizar a pesquisa;

Autoriza a edição do trabalho, incluindo registros de catálogo, ISBN, DOI e outros indexadores, design visual e criação de capa, layout interno, bem como seu lançamento e divulgação de acordo com os critérios da Seven Eventos Acadêmicos e Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Seven Publicações DECLARA, para fins de direitos, deveres e quaisquer significados metodológicos ou legais, que:

Esta publicação constitui apenas uma transferência temporária de direitos autorais, constituindo um direito à publicação e reprodução dos materiais. A Editora não é co-responsável pela criação dos manuscritos publicados, nos termos estabelecidos na Lei de Direitos Autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; O(s) autor(es) é(são) exclusivamente responsável(eis) por verificar tais questões de direitos autorais e outros, isentando a Editora de quaisquer danos civis, administrativos e criminais que possam surgir.

Autoriza a DIVULGAÇÃO DO TRABALHO pelo(s) autor(es) em palestras, cursos, eventos, shows, mídia e televisão, desde que haja o devido reconhecimento da autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial, com a apresentação dos devidos CRÉDITOS à SEVEN PUBLICAÇÕES, sendo o(s) autor(es) e editora(es) responsáveis pela omissão/exclusão dessas informações;

Todos os e-books são de acesso aberto, portanto, não os venda em seu site, sites parceiros, plataformas de comércio eletrônico ou qualquer outro meio virtual ou físico. Portanto, está isento de transferências de direitos autorais para autores, uma vez que o formato não gera outros direitos além dos fins didáticos e publicitários da obra, que pode ser consultada a qualquer momento.

Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições públicas de ensino superior, conforme recomendado pela CAPES para obtenção do Qualis livro;

A Seven Eventos Acadêmicos não atribui, vende ou autoriza o uso dos nomes e e-mails dos autores, bem como de quaisquer outros dados deles, para qualquer finalidade que não seja a divulgação desta obra, de acordo com o Marco Civil da Internet, a Lei Geral de Proteção de Dados e a Constituição da República Federativa.

AGRADECIMENTOS

Ao meu bom Deus e aos mentores espirituais que me acompanham.

Aos meus irmãos e irmãs que depositaram energia, em mim, para que eu pudesse superar este desafio.

Dedico este trabalho ao meu pai, Arnaldo Oliveira (*in memorian*), A minha mãe, Violete Souza (*In memorian*), que de longevos olhos me cuidam.

A Michelle Cavalcante, minha esposa, pelos conselhos e amor.

A Victória Souza, Isabel Souza, Luís Souza, Mariana Ribeiro, meus filhos

Ao Professor Orientador, Dr. Antonio Fausto Neto, pessoa extremamente generosa, que nos orientou na tese de doutoramento. Ao Programa de Doutorado UFPI/UNISINOS, seus professores, funcionários e colaboradores.

Aos meus colegas do doutorado, do Centro de Educação Aberta e a Distância — CEAD/UFPI, e à Coordenação de Matemática da EaD/UFPI.

Meu muito obrigado, a todos!

ORGANIZADOR DO EBOOK



Arnaldo Oliveira Souza Junior

Doutor Ciência da Comunicação (Processos Midiáticos) pelo Programa de Doutorado Interinstitucional da Universidade Federal do Piauí/Universidade Vale do Rio dos Sinos. Mestre interdisciplinar em Modelagem Computacional, na linha de pesquisa Educação a Distância. Professor Associado I da Universidade Federal do Piauí. Membro do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Educação a Distância - NEPEAD. Tem experiência na área de temas relacionados Comunicação, Mídia e Processos Sociais; e Mídia e Educação.

PREFÁCIO

Amigo(a) leitor(a) permita-me compartilhar com você, mais do que um livro, um deleite à arte de escrever. Quase um jogo entre razão e emoção, sentido e desejo. “Midiatização do jornalismo esportivo em ambiente digital” é um convite ao pensamento lúdico e criativo desenhado cientificamente pelo professor Arnaldo Oliveira Souza Junior. Ele joga com as possibilidades de análise do discurso, definindo midiatização como um fenômeno moderno que altera de forma significativa as práticas jornalísticas por meio do jornalismo digital.

Encontraremos nesta obra conceitos e categorias fundamentais utilizadas no processo de análise. Tais como: midiatização, ambiência e processos de interação. O autor nos brinda com uma finura de análise em sua base teórica. Uma articulação fundamentada em teóricos autorizados pela academia. Relaciona a ideia de midiatização ou figuras retóricas da ordem das instituições, compreendidas como arquiteturas sociais ou ainda, “ordenamentos organizacionais formais da sociedade” com os meios, a técnica discursiva, as ferramentas digitais sociais e sobretudo, os atores individuais, produtores e receptores de uma sociedade. Desta forma, o processo de análise está desenhado por novos cenários das práticas sociais e das práticas jornalísticas, atravessado por novos dispositivos tecnológicos.

O autor articula com sua habilidade intelectual, que lhe é singular, por meio da sua formação interdisciplinar, história, modelagem computacional e ciências da comunicação, a teoria com a prática, processos e operações, fundamentos científicos e coreografias metodológicas dialógicas e interacionais no campo da semiótica jornalística esportiva. Interpelando-nos ao pensar sobre os processos, os efeitos de sentido, as interações, ou seja, a uma estética da recepção nas operações dos blogs e seus sujeitos, tanto produtores como receptores, blogueiros e internautas; influenciadores da informação e os operadores de processos comunicacionais. Os resultados são construídos segundo a significância dos discurso como acontecimentos lúdicos.

Algumas perguntas são elaboradas como trilhas para investigar as múltiplas formas de mobilização do vontade constitutiva nos *blogs*: “por que gosta de participar de *blogs*? Por conta da narrativa do produtor? Por conta da provocação que o produtor faz? Por conta da gozação de integrantes de torcidas? Ou ainda: quais os modos de interação dos usuários com as plataformas midiáticas? Que mecanismos de interação há nas arquiteturas das plataformas de mídia? Como os internautas acessam os conteúdos dessas plataformas? Afinal: “como processos e operações de midiatização se realizam nas interações entre produtores e receptores nos *blogs* [...]?” Não é próprio deste gênero textual responder aos questionamentos, pois eles tem propósitos discursivos que atendem ao nosso apetite pela leitura deste livro.

Desvelaremos, nesta obra, figuras, molduras, técnica e linguagem em movimento. Apontando, com o dedo ou com o mouse, são trinta e duas figuras, cinco quadros, oito protocolos de investigação e seis movimentos temáticos. A primeira elaboração discursiva trata dos fundamentos do jornalismo esportivo, orientado pela midiatização das práticas sociais. O segundo, apresenta as questões metodológicas, visitando o estudo de casos

múltiplos para análise de websites esportivos. Do terceiro ao sexto movimento, encontraremos três eixos de análise: arquitetura e funcionamento dos dispositivos de interações, funcionamento dos dispositivos de interação entre produtores e receptores e funcionamento dos dispositivos de interação no processo de circulação discursiva.

Do jornalismo esportivo, veremos o percurso dinâmico pertencente a este gênero discursivo, uma elaboração brincante com a educação dos sentidos: ver/ler, ouvir, sentir/imagem em movimento e produzir/interagir. Desde o jornalismo impresso, radiofônico, televisivo, numa formatação e circulação linear, verticalizada, com estrutura de narrativa canônica, na pessoa do narrador, do comentarista à midiatização do jornalismo esportivo, no qual os sujeitos se compreendem no processo de interação produtor-receptor, receptor-produtor constitutivos das práticas jornalísticas esportivas como práticas midiáticas. Segundo o autor: “as práticas jornalísticas esportivas, considerando os novos protocolos de comunicação acompanhados pela evolução da internet e da web 2.0, possibilitaram mudanças no ato do fazer jornalístico esportivo em uma sociedade em vias de midiatização”.

Da midiatização das práticas sociais, o pesquisador inteligentemente visita os estudos de Eliseo Verón, filósofo e semiótico, dentre outros, para operar uma análise dos processos de midiatização originárias das práticas discursivas articuladas com dispositivos digitais, usos sociais e processos de comunicação. Essa preciosidade literária dispõe do conceito de midiatização como fundamental na vida cotidiana dos consumidores do jornalismo esportivos via blogs. Como está escrito neste livro: “O que percebemos é que as práticas de midiatização têm assinalado um novo movimento na circulação de discursos. Tem se manifestado, se movimentado, criando uma complexa rede de interações de discursos, de circuitos e de novos acontecimentos.”

Da questão metodológica, “o estudo de casos múltiplos como estratégia para investigação”, posso afirmar o rigor e a leveza da construção semântica e pragmática que o professor Arnaldo Oliveira Souza Junior operou no seu trabalho de investigação, analisando por meio de eixos, “arquitetura e funcionamento dos dispositivos de interações”.

Este livro será de todos(as) aqueles(as) que amam novos modos de interação digital/blogs e outros dispositivos. Acreditando que o texto escrito continuará sua reescrita por você leitor(a). Agora a palavra fica com você! “Resta essa faculdade incoercível de sonhar e transfigurar a realidade, dentro dessa incapacidade de aceitá-la tal como é, e essa visão ampla dos acontecimentos...” (Vinicius de Moraes). Sabendo que cabe ao leitor(a) a abertura da obra para construções múltiplas de corações desejosos ao conhecimento e ao encantamento suscitado pela sua leitura!

Prof. Dr. José Vanderlei Carneiro

Centro de Educação Aberta e a Distância/UFPI Teresina-PI, 15 de novembro de 2021.

SUMÁRIO

RESUMO.....	10
INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO 1.....	21
MIDIATIZAÇÃO, AMBIÊNCIA E PROCESSOS DE INTERAÇÃO SOCIAL	
CAPÍTULO 2.....	44
O JORNALISMO ESPORTIVO: DA MIDIATIZAÇÃO DAS PRÁTICAS SOCIAIS ÀS PRÁTICAS DO JORNALISMO ESPORTIVO	
CAPÍTULO 3.....	75
APRESENTANDO A QUESTÃO METODOLÓGICA: ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS PARA ANÁLISE DE WEBSITES ESPORTIVOS	
CAPÍTULO 4.....	86
PRIMEIRO EIXO DE ANÁLISE: ARQUITETURA E FUNCIONAMENTO DOS DISPOSITIVOS DE INTERAÇÕES	
CAPÍTULO 5.....	117
SEGUNDO EIXO DE ANÁLISE: FUNCIONAMENTO DOS DISPOSITIVOS DE INTERAÇÃO ENTRE PRODUTORES E RECEPTORES	
CAPÍTULO 6.....	140
TERCEIRO EIXO DE ANÁLISE: FUNCIONAMENTO DOS DISPOSITIVOS DE INTERAÇÃO NO PROCESSO DE CIRCULAÇÃO DISCURSIVA	
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	151
REFERÊNCIAS.....	160
APÊNDICE.....	167

O *blog* jornalístico esportivo configura-se como um novo espaço de contato e de participação dos internautas, mediante a oferta de seus protocolos de comunicação web, provocando mudanças nas relações entre produtores e receptores no processo de interação social. O objetivo desta pesquisa é analisar como os processos e as interações que ocorrem por força das práticas de mídiatização de produtores e receptores se realizam na interação em *blogs* esportivos. A pesquisa se apresenta como um estudo de casos múltiplos sobre 04 (quatro) *blogs* de pertença a portais e *sites* de âmbito esportivo, cujas marcas são de mídia televisiva e impressa, nos quais são investigados os processos e as operações de mídiatização neles manifestados, visando à produção de interação com leitores. O objeto de estudo gera como pergunta: como os processos e as operações de mídiatização se realizam nas interações nos *blogs* esportivos? Faz-se investigação no blog de Paulo Vinicius Coelho — PVC, do Espn-Estadão; no Blog Jogos que eu vi, do jornalista Lédio Carmona, do Sportv; no Blog do Serginho, do jornalista Sérgio Xavier, do *site* da Revista Placar; e no Blog Papo com Benja, do jornalista Benjamin Back, do *site* Lancenet. O estudo se realiza à luz de conceitos que refletem a problemática da mídiatização das práticas sociais, com fundamentação teórica principalmente em Braga (2007), Castells (2013), Fausto Neto (2006), Hjarvard (2012) e Verón (2007), oferecendo subsídios para análise do objeto aqui proposto. A análise dos *blogs* selecionados ocorre por meio de categorias, organizadas em três eixos: arquitetura dos dispositivos, interações produtores e receptores, e circulação discursiva. A análise das categorias revela os seguintes resultados: a qualidade das arquiteturas e estrutura dos suportes afeta suas possibilidades de interação; os discursos procuram instituir vínculos de interação entre produtores e receptores, manifestando-se uma elevada fidelização dos leitores aos jornalistas blogueiros; e existem particularidades nos movimentos de circulação discursiva, segundo processos e operações de mídiatização que se apresentam em cada *blog* estudado. As conclusões evidenciam que os processos e as operações de mídiatização produzem efeitos comunicacionais muito complexos e engendram novos modos de interações na relação entre produtores e receptores na ambiência digital dos *blogs* esportivos, culminando em circulação discursiva e na formação de novos circuitos de informações.

Palavras-chave: Mídiatização, Jornalismo esportivo, Dispositivo de interação, Circulação discursiva.

A contemporaneidade tem assistido a mudanças epocais no seio do tecido social, principalmente na esfera dos processos sociais, especificamente nos novos modos de se comunicar e de se relacionar. Novos dispositivos foram ofertados a partir da internet e seus protocolos de comunicação *web*. Comunicamo-nos hoje em tempo real e diminuem-se as geografias, o que possibilita o ator relacional imergir, através de suas práticas sociais, em uma nova ambiência digital midiaticizada que afeta e é afetada por instituições e indivíduos.

Com efeito, estamos diante de uma sociedade que está em vias de midiaticização, a qual é caracterizada por novas formas de inteligibilidade, relações sociotécnicas, sociabilidade, colaboração, complexificação social e principalmente a partir de intensas tecnologias convertidas em meios (FAUSTO NETO, 2006).

Esse novo cenário da midiaticização tem provocado mudanças no jornalismo esportivo, principalmente em sua versão digital, haja vista as modificações de práticas do fazer jornalístico ao ensejar mudanças na relação entre produtores e receptores no processo de interação social à medida que inserimos dispositivos de interação enquanto espaço de diálogo entre internautas, seja por meio de portais, *sites* e *blogs*, tomados como novos dispositivos que estruturam, na ambiência da midiaticização, os novos fazeres e práticas jornalísticas.

O *blog* jornalístico esportivo configura-se como um dispositivo de interação, outro modo de circulação, espaço diferente de contato e de participação dos internautas. Esta noção de dispositivo é compreendida a partir da perspectiva de Braga (2011) como matrizes socialmente elaboradas e reelaboradas em que a sociedade aciona para poder interagir. Nesse sentido, o *blog* jornalístico esportivo cumpre esse papel.

Diante desse cenário da midiaticização, é que a presente pesquisa tem como objeto, definido aqui, e como pergunta de pesquisa: Como processos e operações de midiaticização se realizam nas interações entre produtores e receptores nos blogs: **Blog do Paulo Vinicius Coelho, Blog Jogos que eu vi, Blog do Serginho e o Blog Papo com Benja?**

Assim, o objetivo desta pesquisa é analisar como esses processos e operações de midiaticização, que ocorrem por força das práticas de midiaticização de produtores e receptores se realizam nas interações nesses *blogs*. Com efeito, o procedimento metodológico utilizado como estratégia de investigação deste objeto é estudo de casos múltiplos, na perspectiva indiciária de Ginzburg¹, por considerar que essa perspectiva metodológica permite investigar objetos que se situam no cenário de

¹ Carlos Ginzburg, Chaves do mistério: Morelli, Freud e Sherlock Holmes, que em linhas gerais mostra três cenários de levantamento de pistas e indícios que revelam descobertas. In: ECO, Umberto. Sígno de três. São Paulo: Perspectiva, 2004.

complexidade de indícios regulares e não regulares, comuns e não comuns, diferentes e semelhantes, presentes no contexto social.

Nessa perspectiva, o presente livro tem como finalidade apresentar-se como um texto resultante de um processo de pesquisa que contribuirá para as discussões acerca da midiaticização do jornalismo esportivo digital. Ao considerar que este texto é resultante de tese de doutoramento, manteremos toda a estrutura da tese e suas partes constitutivas para que leitores possam perceber todo o percurso de investigação e como o pesquisador foi inserido no cenário da pesquisa.

O tema da pesquisa, interações entre produtores e receptores em *blogs* dos portais/*sites* Espn-estadão, Sportv, Placar e Lancenet, observadas no campo do jornalismo esportivo na ambiência digital, surge na confluência do deslocamento do investigador, antes como consumidor de notícias esportivas, para a circunstância de pesquisador.

Ressaltamos que o processo de investigação sobre os *blogs* esportivos/futebol surgiu em função de interesse pessoal haja vista que o pesquisador é um consumidor de notícias esportivas de portais, *sites* e *blogs*. Antes do olhar de pesquisador, as peculiaridades das interações nestes *blogs* passavam despercebidas. O consumidor de informação entrava, olhava, participava e acessava notícias de seu clube de coração², uma vez que se sentia um “leitor automatizado”, inclusive de outras modalidades esportivas, a exemplo do voleibol e do automobilismo.

A partir do nosso ingresso no doutorado em Ciência da Comunicação (processos midiáticos), passamos a olhar os portais, *sites* e *blogs* de uma forma mais apurada: percebíamos as diferenças entre eles, as singularidades das interações e que os discursos dos internautas circulavam para novos circuitos. Assim, quando olhávamos para os *blogs* esportivos/futebol notávamos aspectos específicos de interações em cada um deles – interações de internautas convergentes à discussão da matéria, interações não convergentes à matéria, discursividades, similitudes e diferenças em marcas discursivas.

Exemplos dos primeiros indicadores de singularidade dizem respeito ao processo de circulação de discursos. No **Blog do Paulo Vinicius Coelho** há circulação de discursos em formato de vídeo com cenas de programas de televisão (do programa Loucos por Futebol, exibido no canal ESPN) que foi postado pelo produtor em seu *blog*. No **Blog de jogos que eu vi**, a circulação inicialmente ocorria no próprio *blog* ou para outros *blogs* do jornalista. No **Blog do Serginho**, a circulação ocorria no próprio *blog*. E no **Blog Papo com Benja**, a circulação dos discursos transitava por páginas do jornalista em redes sociais.

Dessa forma, nos interessamos em investigar as interações a partir do trabalho discursivo dos

² Esporte Clube Vitória, do estado da Bahia.

blogs, por entender que é necessário compreendermos essas interações, as audiências, o que faz um internauta participar: por que gosta de participar de *blogs*? Por conta da narrativa do produtor? Por conta da provocação que o produtor faz? Por conta da gozação de integrantes de torcidas? São questões para as quais não tínhamos respostas, mas eram perguntas de grande valia para que nós passássemos a pensar!

Nesse sentido, ao nos debruçar sobre os *blogs*, percebemos audiência maior nos *blogs* de futebol do que outras modalidades esportivas. Mas por que a audiência é maior nos *blogs* esportivos de futebol? Pode estar relacionado à própria cultura e à paixão pelo futebol no Brasil. Observamos que o *blog* sugere uma nova conversação, uma forma diferente de dialogar ou interagir, seja pelo lúdico, gozação e/ou para discutir temáticas de cunho informativo.

É nesse contexto, e a partir de indícios, que se desentranhou o objeto de pesquisa, apresentado no início desta introdução, que é resultado de processos de investigação, orientação, leituras e discussões com autores, bem como sobre acesso às abordagens teóricas junto a autores que trabalham com conceitos relativos aos processos midiáticos.

Para tanto, é necessário ressaltarmos que a constituição do problema de pesquisa foi refinada a partir do processo de orientação com o professor Fausto Neto e do resultado de estudos teóricos sobre midiatização, ambiência e campos sociais discutidos por autores que foram objetos de nossas leituras, e que trataram da concepção de midiatização de forma plural ou diversa, sob perspectivas diferentes ou próximas uma da outra.

Os autores compreendem a midiatização como um novo modo relacional de organização da sociedade afetada por instâncias tecnológicas, e que essa sociedade tem desenvolvido práticas sociais midiatizadas. Nesse sentido, o conceito de midiatização é importante para estudar o jornalismo digital à medida que estamos diante de um novo cenário (sociedade em vias de midiatização), cujas práticas jornalísticas estão sendo afetadas por esse fenômeno.

Ademais, outros aspectos acadêmicos contribuíram para a compreensão da necessidade de investigar o referido problema: observações que ocorreram sobre o campo empírico, a partir da entrada do pesquisador no Programa de Doutorado Interinstitucional UFPI/UNISINOS, e outros elementos indiciais enquanto trabalho empírico no início de 2010, por todo o período de 2011 e ao longo de 2012, dos seminários de tese em Parnaíba (PI) e em São Leopoldo (RS) em 2011, enfim, de toda tentativa de leitura sobre os aspectos observáveis que contribuíram para uma melhor compreensão sobre o objeto de pesquisa.

Nessa perspectiva, para discorrer sobre a pergunta de pesquisa precisamos entender as práticas no jornalismo esportivo em sua singularidade, seu funcionamento, bem como de sua processualidade na transição da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiatização. Essas práticas possuem

pontos que as ancoram no campo midiático, desenvolvendo trabalho de visibilidade e de publicização. Entretanto, na ambiência da sociedade dos meios ficaram submetidas à centralidade e verticalização, mesmo a sociedade funcionando em lógica de conversação ou diálogo entre as pessoas, ocorrendo oralidade em espaço de horizontalidade.

As práticas do jornalismo esportivo sempre tiveram, na sociedade dos meios³, condição dependente, porque a mídia se apresentava como protagonista, como instância principal na relação entre produtores e receptores. Nessa relação, os meios de comunicação — rádio, televisão, jornais impressos — desempenhavam funções, em sua maioria, de envio de mensagens, como por exemplo, na transmissão via rádio, o radialista narra, comenta os jogos do campo ou da cabine; na televisão, narrador e comentarista fazem os jogos, mostram os principais lances da partida; nos jornais impressos, o jornalista preparava as matérias e publicava, podendo ter ou não participação do leitor, comentando na seção “Espaço do Leitor”.

O processo de interação, quase que em mão única, se dava a partir de uma verticalização — instituições-atores (individuais e coletivos), ou seja, uma interação pela vocação mediadora dos meios, em que as mediações eram subalternas às técnicas.

Os meios faziam assim duas tarefas específicas: promoção e agendamento e acontecimento de outros campos sociais, o esportivo. Entretanto, a sociedade em si — pela oralidade e pelas práticas sociais — cria espaços e novos circuitos modificando as falas, lugares de falas, novos pontos de contato, a exemplo de interação, diálogos em ambientes digitais quando receptores — após assistirem ou ouvirem um jogo, seja diante da televisão ou em um estádio — interagem com outros indivíduos em ambientes digitais (*sites*, *blogs* ou páginas de redes sociais) comentando ou discutindo aquilo que assistiu ou ouviu.

No contexto da sociedade em vias de midiaticização proporcionada pelas tecnologias, convertidas em meios de comunicação, especificamente às de soluções e integrações de mídias da *web 2.0*, essas práticas esportivas (da sociedade do meio) foram afetadas e sofreram processualidade. Aprenderam as novas lógicas de mídia, criando uma nova ambiência, ou seja, um novo modo de organização e operações das práticas, como pode ser bem observado nas transmissões radiofônicas, televisivas, nas redações dos jornais impressos, nas práticas do jornalismo digital.

As práticas radialistas que até pouco tempo ficavam “nas ondas do rádio” complexificaram-se e imergiram na internet — rádio dos ouvintes passaram a ter modalidades de interação por meio de ferramentas assíncronas (fora do tempo real), como fórum de discussão, *blogs*, listas de discussão, enquetes; e síncronas (em tempo real), como *chat*, *microblog (twitter)*, bem como por outros protocolos

³ Estes conceitos serão trabalhados no capítulo I desta tese.

de comunicação como *facebook*, *orkut*, *youtube* e outros protocolos.

A televisão que até então apresentava narrativas mais específicas, passa a utilizar lógicas de outras mídias, a exemplo de recebimento de mensagens dos telespectadores, recebimento de vídeos dos receptores, mensagens instantâneas via *twitter*, *blogs*, páginas no *facebook* etc. A pauta do evento a ser transmitido é organizada considerando as novas práticas: posicionamento das câmeras sobre jogadores, torcedores com seus cartazes – “Filma nós”, dos repórteres, enfim, de todos os atores que estão presentes ou não no jogo.

Os narradores e os comentaristas recebem mensagens dos telespectadores com perguntas e opiniões sobre a partida, substituições de jogadores, desempenho do técnico. Muitos deles possuem páginas no *facebook*, *twitter*, *blogs*, nos quais “escutam” e registram seus comentários que são acessados por receptores.

Nesse cenário de participação dos telespectadores, o receptor não é passivo. Não se encontra submetido apenas à produção e às lógicas da mídia, pelo contrário, ele se torna um coparticipante do evento. Afeta, inclusive, a agenda midiática, à medida que acessa os protocolos que estão disponíveis para interação e ofertam informações, produtos simbólicos etc. Muitos deles acompanham, criticam, posicionam-se pelos protocolos de comunicação que a televisão possui – *twitter*, *blogs*, *whatsApp* etc.

As práticas esportivas do jornalismo impresso se modificaram, os dispositivos foram convertidos em meio, principalmente com as aplicações da *web 2.0*. Os acontecimentos de bastidores dos jogos são divulgados (circulados) de uma forma quase que instantânea. As notícias até mesmo antes das partidas, nas “concentrações”, são enviadas às páginas para que internautas possam acompanhar notícias de seus clubes.

O produtor de notícia não é o mesmo nesse cenário, torna-se também consumidor de notícias. Utiliza *blogs*, portais e *twitter* de outros atores, consumindo notícias e fazendo circulá-las através de suas páginas pessoais, de seus *blogs* e *microblogs*. Além disso, as práticas de midiaticização transformam o fazer jornalístico, o modo da notícia em função das novas linguagens hipertextuais e de hipermídia e traz efeitos sobre o acontecimento.

A participação do leitor que se limitava ao pequeno espaço no jornal aumenta a partir das práticas de midiaticização, o receptor torna-se ativo, um participante: comenta as narrativas nos *blogs*, fóruns e *twitter*, e oferece ao produtor outras notícias, acontecimentos por meio de envio de fotos, vídeos, mensagens. Critica e oferece *feedbacks* aos produtores, faz circular mensagens e produtos.

É nesse contexto de interação entre jornalistas e receptores, que é tratado aqui o cenário da circulação, cujo conceito está em discussão nesta tese. Compreender a circulação como “fluxo contínuo e adiante” de discursos é entendê-la como resultado de processo de interação social entre produtores e receptores cujas práticas são manifestadas na ambiência da midiaticização, através dos

blogs esportivos enquanto dispositivo de interação.

Dessa forma, a partir de estudos e coleta iniciais, vamos perceber que o *blog* como manifestação de uma das práticas de midiatização deslocou-se de sua função inicial (diário virtual, biográfico e de entretenimento) para tornar-se um dispositivo de interação importante no jornalismo digital. O *blog* era, no contexto de sua invenção, um objeto de diário (biográfico) e caracterizava-se por isso. Sua função desloca-se para tornar-se um complexo dispositivo de conversação num contexto de uma ambiência de contato, cuja atividade é tão importante que o transforma em dispositivo interacional⁴, uma matriz de interação entre produtores e receptores.

A utilização do *blog* atualmente, no caso específico das práticas jornalísticas esportivas, está relacionada à facilidade de criação, pois não é preciso conhecer linguagem informática de programação; como também pela qualidade do próprio dispositivo em integrar na sua arquitetura imagem, texto, hipertexto e *links*, e como possibilidades de interação de receptores em comentar as matérias.

Tal incremento dos *blogs* enseja a atorização do jornalismo digital esportivo uma vez que se apresenta em um novo cenário de produção de narrativa, não mais limitada ao produtor, mas também de produção discursiva dos receptores. Estes últimos poderão produzir informações, conteúdos e acontecimentos de narrativas individuais e coletivas que surgem instantaneamente em outras mídias tradicionais e mídias sociais. De fato, as narrativas podem ser tematizadas, replicadas e/ou atualizadas pelos internautas por processos de fluxos de informação a partir da circulação.

No entanto, no processo de investigação inicial dos *blogs* esportivos, percebemos similitudes e diferenças entre eles: seja por conta de sua arquitetura, marcas de conversação entre produtores e receptores e diferenças de processos de circulação. Além disso, foram observadas nos *blogs* marcas de pertença a outras mídias, sejam elas convencionais ou digitais. Tais características foram percebidas em vários *blogs*, mas escolhemos dois *blogs* que possuem vínculos com a mídia televisiva, e dois *blogs* com ligações a veículos de comunicação impresso.

Conforme já dissemos, os *blogs* escolhidos para investigação são: **Blog do Paulo Vinícius Coelho** (PVC), do portal Espn-Estadão; **Blog dos Jogos que eu vi**, do Sportv; **Blog do Serginho**, da Revista Placar; **Blog Papo com Benja**, do Lancenet. Ressaltamos que os dois primeiros *blogs* possuem marcas identitárias com a mídia televisiva Espn e Sportv, respectivamente. Os dois últimos *blogs* possuem marcas da mídia impressa.

⁴ Este conceito será discutido nos capítulos 2 e 3 desta tese.

Mas por que esses *blogs* e não outros? Porque possuem mecanismos de interação⁵ similares e distintos, bem como as características de suas práticas enunciativas (discurso), qualidade dos dispositivos, modalidades de interação e regularidade na audiência dos internautas e processos de interação bem distintos, se comparados a outros *blogs* de *sites* e de outros portais.

Ao olharmos para eles – em funcionamento – percebemos que havia algo ali que os diferenciavam, se assemelhavam e que nos fizeram levantar a hipótese heurística de que os processos e operações de mediação ensejam processos de circulação em fluxos contínuos e adiante⁶.

Nas primeiras análises, buscando indícios de processos e operações de mediação que resultam nas modalidades de interação de internautas, percebemos que as condições enunciativas variavam conforme as características da narrativa de cada produtor e que seus efeitos possivelmente se traduziam em modos de conversação, mercados discursivos, interação e circulação específicas e diferentes.

Desse modo, a partir das primeiras observações, podemos perceber que as características enunciativas dos produtores e seus efeitos no *blog* definem diferentes práticas discursivas e processos de circulação. Tomando como exemplo o **Blog do Paulo Vinícius Coelho**, percebemos que, logo após o jogo, o jornalista elabora a narrativa na qual faz análise técnica da partida, as substituições e o desfecho das jogadas.

Essa postura do jornalista traz para o comentário do *blog* vários discursos, mas que interagem, convergindo com a análise que o produtor fez em sua narrativa e de seus comentários nos programas televisivos que participa. Isso possibilita o funcionamento de modos de interações, bem como de circulação entre dispositivos midiáticos: vídeos de programas que ele participa na mídia televisiva (Canal Espn) e comentários que circulam para as redes sociais a partir de mecanismos de interação no próprio *blog*, tais como *facebook* e *twitter*.

Esse cenário de observação sobre características enunciativas, modos de interações e circulação ocorrem de forma semelhante e distinta entre os outros *blogs*. Mas, para efeito de construção do objeto de investigação sobre o qual nos apoiamos, as primeiras impressões sobre as práticas jornalísticas através de quatro *blogs* – cujas razões sobre a escolha desses para investigação estão contempladas e categorizadas no capítulo 3 desta tese, que trata dos procedimentos metodológicos.

⁵ Nesta pesquisa, chamamos de mecanismos de interação todos e quaisquer links, operadores de interação que permitam acesso e navegação de internautas pelas páginas, plataformas, protocolos de comunicação, ferramentas nos ambientes da arquitetura de um website ou de outros dispositivos de interação na web.

⁶ Com base nas observações empíricas e estudos de Braga (2012) sobre circulação, bem como na análise de mediação de Verón, presente em seu Esquema para Análise da Mediação, é que a hipótese heurística foi construída e diagramada na Figura 2: processos e operações de circulação de discursos em *blogs*, e que será apresentada e discutida no capítulo 1 desta tese.

No referido capítulo 3, os *blogs* são categorizados a partir de sua arquitetura, com vista à identificação de mecanismos de interação; interações entre produtores e receptores; e circulação discursiva. Estas categorias são observadas a partir do eixo central de investigação que são os processos e operações de midiatização que se realizam nos *blogs*.

Com relação às impressões sobre as marcas discursivas, pretendemos mostrar que existem diferenças entre os *blogs*, culminando na identificação de modelos: *Blog analítico*; *blog testemunhal*; *blog dialógico*; e *blog provocativo*. Estas estratégias discursivas serão aclaradas no capítulo 3.

Ainda sobre o processo metodológico da pesquisa, o estudo ocorrerá sobre 04 (quatro) *blogs* de pertença a 04 (quatro) *websites*, já categorizados e caracterizados anteriormente. O processo de investigação é de natureza qualitativa exploratório–analítica através de dados coletados junto aos *websites* (portais, *sites* e *blogs*) no cenário de acontecimentos sobre o calendário do Campeonato Brasileiro de Futebol da Série “A”, do ano de 2012.

Ressaltamos que o calendário do Campeonato Brasileiro é visto apenas como um evento onde serão observados os funcionamentos dos *blogs* acerca dos processos e operações de midiatização. Os *corpus* de acontecimentos serão analisados, interpretados e registrados em protocolo⁷ de observação, no âmbito de pesquisa de estudo de casos múltiplos.

Não obstante, é importante frisarmos que esta pesquisa se enquadra em um cenário de deslocamento do pesquisador, pondo-nos em uma relação de campos: campo esportivo; campo do jornalismo esportivo digital; e campo acadêmico.

Assumimos que sempre estivemos imerso no campo esportivo – através do rádio, da televisão, notícias esportivas e assistindo a jogos nos estádios. Consumíamos notícias e produzíamos narrativas através das redes sociais, páginas *web*, *blogs* etc. No campo acadêmico, atuamos como professor e pesquisador de temas relacionados ao uso de tecnologias da informação e comunicação.

A imersão e relação com esses três campos contribuíram para a compreensão e nosso crescimento como pesquisador no campo dos processos midiáticos à medida que surgiram novos olhares, novas percepções sobre o processo de midiatização da sociedade. Igualmente, trouxe importância para o crescimento pessoal e para o campo comunicacional.

Acreditamos que a importância desta pesquisa para estudos da linha 4 – Midiatização e Processos Sociais, área de concentração Processos Midiáticos, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNISINOS, far-se-á pela possibilidade de avanços nas discussões acerca da midiatização enquanto prática que mobiliza discursos em mercados, nas discussões acerca dos dispositivos e circuitos e nas discussões sobre novos modos de interação junto ao campo do jornalismo

⁷ Compreendido aqui nesta pesquisa como roteiro de observação.

esportivo digital, contribuindo, assim, para novas discussões e proporcionando avanços na própria linha de pesquisa.

Para entendermos o objeto de pesquisa, a presente tese foi estruturada a partir de capítulos que serão sumariados a seguir. No primeiro capítulo, abordamos o marco teórico: midiatização, ambiência e processos de interação, tendo o objetivo de mobilizar conceitos acerca da midiatização com o intuito de ancorar o objeto de pesquisa. Nesse capítulo, além do “estado da arte” de conceitos sobre midiatização, ambiência na confluência da sociedade dos meios e sociedade em vias de midiatização, discutimos a noção de campo midiático e de interação social no cenário de práticas de midiatização verificadas em ângulos de pesquisa no âmbito do jornalismo, oferecendo, assim, pistas para o entendimento dos processos interacionais em *blogs* esportivos.

No segundo capítulo, tratamos do jornalismo esportivo: da midiatização das práticas sociais às práticas do jornalismo esportivo. O nosso objetivo é analisar a midiatização nas práticas sociais através da oferta de possibilidades tecnológicas no âmbito da produção e funcionamento do jornalismo esportivo. Para tanto, organizamos o capítulo de modo a contemplar três níveis de discussão.

No primeiro nível, abordamos as relações entre midiatização das práticas sociais da perspectiva dos campos sociais; no segundo nível, tratamos da processualidade das práticas esportivas no deslocamento na passagem da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiatização; e no terceiro nível, discutimos as práticas de midiatização esportiva no contexto da *web 2.0*.

No terceiro capítulo, elegemos a questão metodológica: o **estudo de casos múltiplos** como tipo de pesquisa para análise de *websites* esportivos, em que serão definidos o planejamento e as estratégias de investigação. Apresentamos ainda uma breve descrição do objeto empírico: os *blogs* esportivos. Neste capítulo, apontamos as categorias de análise, proposta de configuração de protocolo de observação e elementos informativos e conceituais para processo de análise.

No quarto capítulo, abordamos o primeiro eixo de análise: arquitetura e funcionamento dos dispositivos de interações com o objetivo de descrever a conformidade dos *websites*, a organização de seu território e a dinâmica do seu funcionamento, considerando a relação entre produtores e receptores.

No quinto capítulo, levamos a efeito o segundo eixo de análise: funcionamento dos dispositivos de interação entre produtores e receptores; neste capítulo, o objetivo é analisar as interações entre produtores e receptores com a finalidade de descrever o funcionamento das interações no que se refere à natureza dos vínculos e usos dos *blogs* enquanto dispositivo de interação de usuários.

No sexto capítulo, desenvolvemos o terceiro eixo de análise: funcionamento dos dispositivos de interações no processo de circulação discursiva. Este eixo evoca o processo de circulação dos

discursos dos *blogs* investigados. Nele mostramos marcas e indícios de circulação como “sistema social de resposta” e como “fluxos contínuos e adiante” diferentes entre eles, em função das suas características específicas.

Portanto, compreendermos os processos e operações de mediação que se realizam em interações em dispositivos é, sem dúvida, uma oportunidade de entendermos a complexidade de fenômenos midiáticos, especificamente dos processos de circulação em *blogs* esportivos, enquanto lugar de observação, fala de interlocutores e de circulação discursiva.

MIDIATIZAÇÃO, AMBIÊNCIA E PROCESSOS DE INTERAÇÃO SOCIAL

Neste capítulo, temos o objetivo de constituir marco teórico sobre conceitos de midiática e processos interacionais. O entendimento das definições de midiática passa por discussões sobre práticas sociais de um modo geral e também de caráter midiático situadas no contexto da ambiência em que a tecnologia é convertida em meio de comunicação e, ao mesmo tempo, são afetadas por processo intenso de midiática que trata, em graus distintos, do funcionamento das relações entre instituições e atores sociais permeadas por lógicas de comunicação midiática, com efeitos na produção de vínculos entre eles. Nesse sentido, na primeira seção, discutimos o entendimento sobre o fenômeno da midiática.

Na segunda seção, passamos a discutir o conceito de midiática à luz do conceito formulado por Verón (1997, 2012), com o intuito de buscarmos ancoragem conceitual para entender e formular hipótese heurística sobre como funcionam os processos e operações de midiática em *blogs* esportivos, especificamente no processo de circulação discursiva.

Em seguida, na terceira seção, definimos a noção de ambiência na processualidade, apresentando-a através de elementos comparativos na transformação midiática da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiática.

E na última seção, assinalamos a natureza dos processos interacionais no contexto da midiática, fazendo uma discussão nas perspectivas de interação social.

1 APROXIMAÇÕES CONCEITUAIS SOBRE MIDIATIZAÇÃO

Nesta seção, apresentamos uma reflexão conceitual sobre midiática à luz de autores do campo da comunicação, buscando compreender o fenômeno sobre diferentes perspectivas no sentido de contribuir para análise do objeto de pesquisa. Inicialmente pretendemos discutir noções sobre midiática na perspectiva de diferentes autores, sejam eles vinculados à linha de pesquisa 4 — Midiática e processos sociais, da UNISINOS, ou autores que discutem o fenômeno da midiática por outros ângulos.

Há um novo momento em que mídia e sociedade estão em processo relacional e transversal, propiciando entrecruzamento de campos sociais que têm permitido transformações das práticas no tecido social. Esse novo quadro teve no desenvolvimento de novos aparatos tecnológicos importância profícua, pois, graças aos avanços tecnológicos, os processos midiáticos ancorados em relações de natureza sociotécnica, discursiva e sistêmica assumem a ampliação de novas perspectivas de comunicação, congregando discussões sobre midiática e a noção de ambiência que se edifica e transita da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiática.

Nessa perspectiva, o fenômeno da midiática tem proporcionado mudanças nas práticas cotidianas sociais das instituições e dos atores em diversos âmbitos (familiar, entretenimento,

pedagógico, serviços etc.) devido aos novos modos e como operam os dispositivos tecnológicos e convertidos em meios às práticas sociais engrenadas pelos novos dispositivos tecnológicos.

Entretanto, explicar o fenômeno pela simples junção das palavras como, por exemplo, **mídia e ação**, parece-nos simplório e reducionista, pois denotaria uma ação de mídias disseminadas e de modo ampliado. Seria uma espécie de movimento de via única em que as mídias teriam uma centralidade e que poderiam soar como um fenômeno determinístico.

A midiatização é um fenômeno de outra ordem. É algo muito mais amplo e complexo, pois envolve um conjunto de formas de interações, modos de organizações, relações produzidas, reproduzidas, reconfiguradas e atravessadas por lógicas de mídia no tecido social e das quais resultam de afetações mútuas através de práticas sociais e institucionais.

A midiatização não se constituiu único e exclusivamente a partir de novos aparatos tecnológicos, ou seja, um fenômeno recente, manifestado nos novos dispositivos digitais, por exemplo. Na realidade, a midiatização começou com a espécie humana, há cerca de 200 mil anos, como afirma Verón (2012, p.18), por entender a midiatização como “[...] exteriorização de processos cognitivos” na qual sua manifestação ou materialização implicou e implica na constituição e afetação de materiais, tais como instrumentos de pedra lascada, pedra polida e metais que vão se desenvolvendo, a partir de processualidades de práticas sociais.

No entanto, o referido autor assinala que nem toda a produção de signo produzida pela espécie humana é de natureza midiática. Algumas sim outras não; ou seja, na semiose da espécie humana nem tudo que é produzido é midiático. A materialização ou manifestação desses processos cognitivos tendem a ser mais perceptíveis no contexto atual a partir dos novos protocolos de comunicação.

Para Verón (1997), o processo de midiatização, proposto em seu estudo para análise de midiatização - cujas instâncias são as instituições, mídia e atores sociais em processo relacional e de afetações - surge de práticas discursivas, produzindo assim a constituição de mercados discursivos que passam a funcionar através de processos interacionais. Isso implica no estabelecimento de tensionamentos através de complexas operações de *feedbacks* entre suas instâncias.

O fenômeno da midiatização é também objeto de reflexões de outros autores que se debruçam sobre a temática e analisam como as tecnologias digitais têm provocado mudanças em uma sociedade. Os estudos produzidos por Ferreira (2010) compreendem a midiatização a partir da relação e intersecções da tríade, a partir dos polos: **dispositivos**, **processos sociais** e **processos de comunicação**. Para o autor, os dispositivos configuram e são configurados pelos processos sociais, bem como os processos de comunicação são afetados por dispositivos e acabam afetando esses dispositivos.

Há operações de trocas entre os polos. É nesse contexto que os dispositivos midiáticos, dentre

outros aspectos, definem as dimensões que constituem a midiatização a partir da técnica, tecnologia e linguagem, especificamente se considerarmos que, nas relações sociotécnicas, a técnica (convertida em meio) interposta entre atores e interação engendra e redefine formas de comunicação entre eles, culminando em processos de midiatização.

Braga (2007) analisa a mediatização, palavra por ele assim empregada com esta grafia, como um processo social à medida que compreende a constituição da organização social através de processos interacionais. Segundo este autor, os meios em sua centralidade deixam de ser meros instrumentos para imergir no cotidiano da vida social através de uma perspectiva relacional de mídia e interação social.

Ainda sobre esse processo de mediatização, o autor preconiza que o processo interacional de referência funciona a partir de lógicas próprias, organizando a sociedade. Dito de outra maneira, os processos interacionais estabelecem modos de funcionamento social, mas que estão em processualidade e não instalados ou substituindo outros modelos de funcionamento social.

Trabalhos produzidos por Fausto Neto (2006) têm apontado para a midiatização como prática social e prática de sentido à medida que sinalizam para a existência de funcionamento do processo de midiatização, quando da mobilização de discursos. Em sua visão, a midiatização é entendida como operações de discursos e que tem na processualidade da sociedade em vias de midiatização, através de relações sociotécnicas discursivas, a formação de uma nova ambiência comunicacional.

Assim, atores ensejam práticas — deslocando discursos de suas fronteiras - no tecido social produzindo novos sentidos e discursividades, fazendo funcionar processos de midiatização. É nessa visão apontada por Fausto Neto que são mobilizados conceitos cujo entendimento aponta para a circulação fruto de um cenário sociotécnico e discursivo, nos quais atores, afetando e sendo afetados por engrenagens tecnológicas, põem em circulação seus discursos.

Concordando com o autor, são as práticas sociais através dos discursos que fazem funcionar processos de midiatização, por isso que ancoramos nosso entendimento à medida que essas práticas movimentam processos e operações de midiatização que se manifestam em um dispositivo, a exemplo de um *blog*.

Na realidade, compreender o fenômeno da midiatização é perceber o quanto a realidade social encontra-se imersa, afetada pelos novos protocolos digitais de comunicação. Vivemos hoje um novo momento, no qual as práticas cotidianas, as ações dos indivíduos em seu dia a dia estão ocorrendo através de práticas demediatização.

Várias instâncias da sociedade estão usando das lógicas de midiatização para com suas práticas: os serviços públicos e particulares na sociedade, as transações econômicas, o entretenimento de jovens com seus dispositivos móveis como os celulares, os movimentos sociais, instâncias políticas e eleitorais, bens de serviços, a cultura, o cenário esportivo, algumas escolas que adotam *tablets* e outros

dispositivos para o desenvolvimento de práticas pedagógicas, os protestos e denúncias da população pelas redes sociais.

Outras ações têm apontado que estamos diante de um novo cenário no qual os indivíduos têm se apresentado como um sujeito ativo diante de suas práticas através de processos e operações de mídiatização.

Essa situação pode ser visualizada se considerarmos o comportamento dos atores sociais nos estádios atualmente. Diferentemente da época em que os torcedores iam aos estádios com seu “radinho de pilha” para ver e ouvir o jogo, hoje muitos utilizam dispositivos móveis para se comunicar com narradores e comentaristas do rádio e da televisão por meios das redes sociais: postam mensagens, enviam vídeos e/ou fotografias.

Essas práticas vão mais além, expectadores postam em páginas pessoais em *sites*, *twitter*, *facebook* e *blogs* cenas mídiatizadas através de seus dispositivos. Levantam cartazes para protestar, como por exemplo, o “cala a boca Galvão”, mandam mensagens aos seus parentes e amigos que assistem ao jogo pela TV - cartazes “filma nós” - e até mesmo procurando tirar proveito das câmeras dos estádios que enviam imagens para o telão, como aconteceu recentemente no campeonato da Eurocopa. Aliás, os próprios jogadores tiram partido do uso das tecnologias nos estádios.

Nesse mesmo campeonato, Cristiano Ronaldo, jogador da seleção portuguesa, a cada jogada que perdia ou fazia o gol, olhava para o *replay* do lance no telão. Isso mostra como as práticas sociais no campo esportivo têm se modificado a partir dos processos de mídiatização.

E hoje no Brasil, o movimento Bom Senso Futebol Clube¹ tem utilizado a lógica da mídiatização como forma de cobrar melhores condições no futebol brasileiro. Dessa forma, tem feito protestos antes das partidas, nos quais jogadores ficam, por trinta segundos, de braços cruzados e em outras partidas ficam sentados ou abraçados. Ressaltamos que essas manifestações utilizam a própria mídia detentora das transmissões televisivas e beneficiada por conta do calendário — como um dispositivo de interação como forma de expressar os anseios do movimento.

A mídiatização entendida como processos interacionais, envolvendo dispositivos sociotécnicos, tecnológicos e discursivos, permite inferir que o referido fenômeno, enquanto conceito, está em fase de construção, em processualidade conceitual. Tal perspectiva pode ser sinalizada à medida que diferentes escolas estejam participando do debate sobre esses conceitos.

Na perspectiva germânica, Krod (2007) compreende a mídiatização como meta-processo nos estudos sobre a pesquisa em mudanças da mídia, especificamente quando das transformações dos

¹ O slogan do movimento é “Bom Senso F.C., por um futebol melhor para quem joga, para quem torce, para quem transmite e para quem patrocina”. O movimento foi motivado pela divulgação do calendário do futebol para 2014, cujo efeito recai sobre a diminuição da pré-temporada e conseqüentemente sobre as férias dos jogadores.

ambientes da mídia e suas diferenciações e seus efeitos, bem como das formas de comunicação existentes, ou seja, a midiatização ajuda analisar as mudanças sociais e culturais, assim como seus efeitos que ocorrem no tecido social.

Ao estudar a midiatização na perspectiva germânica, Bastos (2012) descreve a como fenômeno de longa duração que contempla mediação e que através da ação contínua dos media molda a cultura e a sociedade. Isso implica que as “[...] ações sociais, os produtos culturais e os programas políticos se tornaram mediais” (Idem,

p. 69). De fato, a midiatização neste cenário é um meta-processo que explica não somente as evoluções do uso de tecnologias, mas das práticas e efeitos da comunicação sobre a cultura e a sociedade.

Hjarvard (2012) chama a atenção que a midiatização é conceito central em uma teoria da mídia que age sobre a cultura e a sociedade, organizando, sob a sua lógica, operações e dinâmicas. Assinala ainda que o conceito é discutido por diferentes autores, perspectivas e dentro de campos sociais como forma de analisar fenômenos apresentados em diferentes campos sociais (acadêmico, político, educacional e outros).

Ressaltamos que a midiatização altera em qualquer instituição social as interações sociais à medida que institui novos modos de se comunicar, a exemplo de sistemas a distância, interação mediada e quase mediada². A midiatização institui a mídia como *status* de instituição que oferta os meios e mecanismos pelos quais as instituições e os atores sociais se comunicam no âmbito social.

Ainda no campo do conceito de midiatização, trabalhos produzidos por Scott (2005) assinalam que estamos diante de formas tecnológicas de vida, cuja organização social é engendrada por sistemas tecnológicos, mas que os atores sociais agem menos como *cyborgues* ou indivíduos autorregulados pela tecnologia do que indivíduos que estão mais no plano de interfaces com máquinas.

Isso significa dizer que estamos sempre na interface com dispositivos, protocolos de comunicação e máquinas que são utilizadas por nós em nossa vida cotidiana, seja em processos educativos, como aprendizagem e sistemas a distância, seja em manifestações sociais através de uso de equipamentos como celulares que filmaram os protestos sociais, denúncia da violência contra repórteres e manifestantes em diferentes ruas de nosso país em junho de 2013 e períodos posteriores.

Castells (2013) discorre sobre o poder que a internet tem no processo de aglutinação, articulação e mobilização de pessoas que surgem das redes nas diferentes manifestações que ocorrem no mundo atualmente. No entanto, longe de querermos discutir aqui se a internet foi ou não elemento protagonista

² Sob a discussão de interação social, trataremos no subitem 1.3 Natureza dos processos interacionais no contexto da midiatização.

nas manifestações de junho no Brasil, citamos que este fato foi questionado por Muniz Sodré durante o evento do Pentálogo IV³, quando do momento de críticas acerca do posicionamento de Castells e de outros autores que apontaram a internet como protagonista das manifestações de junho no Brasil, mesmo colocando ao lado outras motivações sociais. Segundo Sodré, permaneceu a impressão de que a internet é a condição necessária para os movimentos sociais do dia de hoje.

Entretanto, Sodré (2013) não discorda que a internet deu maior visibilidade pública em função das janelas virtuais gozarem de instantaneidade e simultaneidade. Todavia, esse autor não tem dúvidas que as redes eletrônicas (as redes sociais) possam ser fundamentais nos movimentos populares, e que estes movimentos podem ser interpretados não de maneira instrumental, mas como ultrapassagem dos limites virtuais da rede em direção à dinâmica social e histórica, ou seja, a rua concreta, real.

Nossa percepção é de que estamos diante de um novo momento, um novo modo de organização tensionado por relações sociotécnicas e discursivas que têm possibilitado formas de comunicação complexas e vêm provocando mudanças profundas no tecido social. Assim, a internet e seus protocolos *web* ofertam mecanismos para as práticas sociais, processos e operações de mediação que vêm influenciando os processos comunicacionais na sociedade.

A mediação é, sem sombra de dúvidas, alicerce para transformações importantes na vida cotidiana das pessoas, dos profissionais de qualquer natureza, das instituições e dos campos sociais. É por isso mesmo que compreendemos a necessidade de estudar os processos e operações de mediação que se realizam nos *blogs* esportivos à luz dos conceitos tratados, bem como o esquema para análise de mediação proposto por Verón, cuja abordagem reflete processos de interação e circulação discursiva, através de complexa operação de *feedbacks* entre as instâncias - instituições, mídias e atores sociais.

2 A MEDIATIZAÇÃO À LUZ DO ESQUEMA DE MEDIATIZAÇÃO DE VERÓN

Nesta seção, procuramos apresentar um modelo explicativo para o funcionamento do nosso objeto de pesquisa, elaborado a partir de indícios de interação e circulação da informação, permitindo a formulação de hipótese heurística em torno dos processos e operações de mediação.

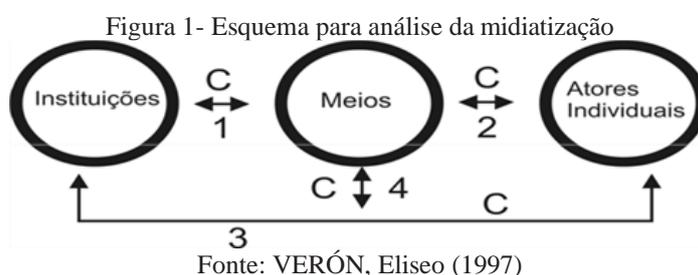
Após análise do objeto à luz do esquema de Verón (1997), que em primeira instância permitiu a compreensão para pensar o modelo, avançamos pelas discussões da concepção de Braga (2012) sobre circuitos e circulação, culminando na formulação de diagrama representado na Figura 2 – Processos e operações de circulação de discursos - que assinala pistas sobre o funcionamento dos processos de

³ Discutido por Sodré no Evento cujo tema foi A Rua no Século XXI- Materialidade Urbana e „Virtualidade“ Cibernética. Japaratinga – Maceió, setembro de 2013.

mediatização, mostrando os circuitos e os percursos de circulação manifestadas nos *blogs*.

A mediatização compreendida como ambiência resultante de complexas práticas interacionais instituídas por tecnologias convertidas em meio de comunicação tem possibilitado mudanças nas rotinas do tecido social, no modo de ser das pessoas (GOMES, 2006), na formação de um bios midiático (SODRÉ, 2006), se considerarmos os novos aparatos tecnológicos e a capacidade de modificar no cotidiano das pessoas, dos campos sociais, bem como das instituições.

É nesse sentido que o esquema de mediatização proposto por Verón apresenta-se como nossa referência para explicar o processo de mediatização da sociedade, conforme mostra a Figura 1 – Esquema para análise da mediatização.



Verón (1997) considera que a comunicação midiática é a configuração dos meios de comunicação resultante da articulação entre dispositivos tecnológicos e em condições de produção e recepção, incidindo em movimentos complexos que estruturam o mercado discursivo. Na representação apresentada na Figura 1, temos três eixos: instituições, meios e atores individuais.

As instituições são representadas pelos ordenamentos organizacionais formais da sociedade; **os meios** são também instituições, mas diferem das primeiras pela natureza de seu trabalho técnico discursivo, pela centralidade social; e os **atores individuais** são definidos como membros de uma sociedade.

Em uma breve descrição, notamos que os meios são definidos como “lugar central”, em virtude da atividade que realizam enquanto um dispositivo tecnológico de produção-reprodução de mensagens. Os meios estão em contato ao mesmo tempo de um lado com as instituições e de outro, com atores sociais.

Há uma mutualidade de afetações entre instituições e meios à medida que suas agendas repercutem relacionalmente entre esses dois âmbitos. Por outro lado, há afetação relacional envolvendo mídias e atores sociais em que ambas as instâncias alimentam-se reciprocamente de lógicas e operações midiáticas para reciprocamente produzir comunicação.

Observamos que os atores e as instituições estão em contato, de conformidade com a sua natureza de interações em cuja atividade os meios também interferem, contaminando-as. Isso

possibilita dizer que as operações de midiaticização afetam instituições, as instituições midiáticas, os atores individuais e coletivos e vice-versa.

Essas operações de afetações tensionadas por dispositivos tecnológicos implicam no enquadramento dos processos de midiaticização da sociedade que afetam todas as práticas sociais, mesmo de forma distinta, a partir de práticas sociais. É nesse movimento de afetações que engendram a constituição e o funcionamento dos mercados discursivos que são mobilizados e tensionados.

Assim, para compreender e pensar um modelo explicativo para o funcionamento dos *blogs*, recorreremos inicialmente à perspectiva de Verón (1997) que, ao propor um esquema⁴ para explicar o processo de midiaticização, afirma primeiramente que o esquema não se traduz em um modelo explicativo teórico, entretanto, o esquema como abstração demonstra, em primeira instância, operações de *feedbacks* entre instituições midiáticas ou não, os meios e os atores sociais.

É preciso considerar que o esquema apresentado por Verón representa metaforicamente um sistema de interações. O diagrama evidencia compreensão dos processos de midiaticização e que faz pensar, juntamente com o diagrama explicativo, os processos e as operações de midiaticização manifestados nos *blogs* investigados, no que se refere ao engendramento de interações nos *blogs* de Paulo Vinicius Coelho, do portal Espn-Estadão; de Lédio Carmona, do portal Sportv; de Benjamin Back, do Portal Lancenet; e no Blog do Serginho, do portal Placar.

Embora Verón aponte que a sua formulação não se apresenta como um modelo teórico, mas apenas como elemento que identifica aspectos importantes para o entendimento dos processos de midiaticização, suas referências têm sido utilizadas em diversas pesquisas que se debruçam sobre midiaticização no âmbito das práticas sociais. O esquema tem sido examinado em diversas pesquisas⁵ como uma referência para a compreensão da midiaticização.

Uma dessas pesquisas foi realizada por Fiegenbaum (2012), por exemplo, projetando sobre práticas de comunicação religiosa de natureza protestante, quando analisa o processo de midiaticização como referência na consecução e finalidade dos objetivos de igrejas protestantes. O autor citado utiliza o esquema e faz reflexões sobre os referidos eixos, especificamente a distinção dos tipos de **instituições** e do papel do **meio**, culminando em proposta de avanço do próprio esquema.

Fiegenbaum faz distinção entre os tipos de instituições.

[...] o que diferencia uma instituição midiática de uma não midiática é precisamente o fato de que a primeira tem nos dispositivos de comunicação a sua razão de ser, a sua identidade, enquanto a outra, ainda que institua seus próprios dispositivos comunicacionais os têm como meios para a

⁴ VERÓN, Eliseo. Esquema para el analisis de la mediatización. In: Revista Diálogos de la Comunicación. Lima, n. 48, out. 1997, p. 9-17

⁵ Muitas pesquisas desenvolvidas na Linha 4 – Midiaticização e Processos Sociais do PPG em Comunicação da UNISINOS têm utilizado o esquema de análise da midiaticização de Verón como referência.

consecução de seus objetivos sociais. É nesse sentido que o conceito de dispositivo midiático parece ser mais apropriado para entender os processos de midiatização de instituições não midiáticas, porque remete a técnicas e objetos, mas também aos sujeitos que as experimentam e aos discursos que põem em circulação. (FIEGENBAUM, 2012, p.26).

Assim, Fiegenbaum (2012, p.29) tece considerações sobre a expressão „meio de midiatização“ de Verón, expondo ponderações e apontando que a “designação aproxima-se com a ideologia dos meios”, mesmo que o termo não se aplique à sociedade dos meios. Concordando com Verón que os meios podem ser instituições, o pesquisador propõe mudança na terminologia para, Instituições Midiáticas” por considerar que o referido termo constitui **meios de comunicação** e lançam mão de processos e dispositivos midiáticos e circulação.

Dito isso, Fiegenbaum propõe um novo esquema que possui a seguinte estrutura: instituições não midiáticas, instituições midiáticas e atores sociais como referência para análise da midiatização protestante, contemplando as mesmas características e funcionalidade do esquema de Verón.

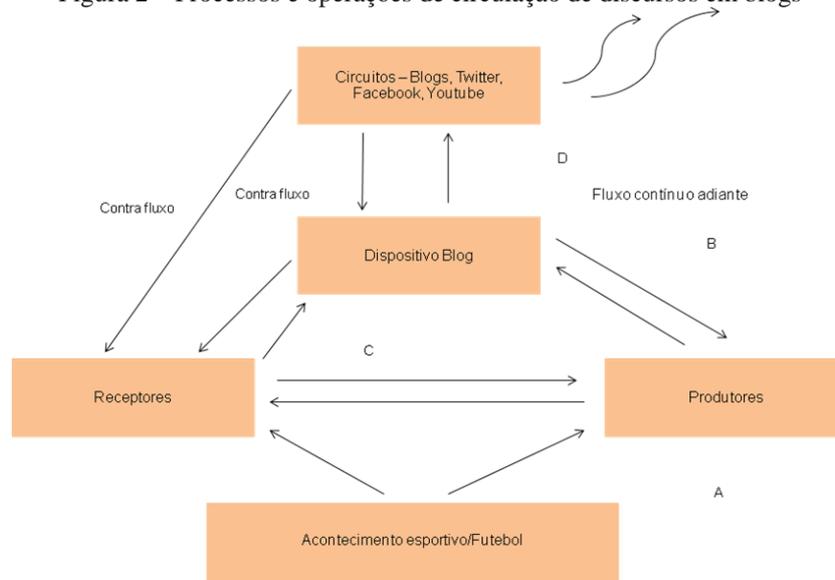
Com base na proposta de Verón feita para a análise da midiatização, é que passamos a pensar como os processos de midiatização fazem dos *blogs* esportivos um objeto gerador de um processo interacional que apresenta as afetações por ele lembradas. Dialogando com esse modelo e após ter acesso às discussões propostas por Braga sobre a formação de circuitos e circulação pós-recepção⁶ - durante o ano de 2011, e ao olhar para os *blogs* em funcionamento, tal movimento nos levou à formulação de uma pergunta inicial que foi sendo aprimorada, ganhando *status* de problema de pesquisa: Como processos e operações de midiatização se realizam nas interações em *blogs* esportivos?

Esses processos e operações de midiatização que se manifestam nos *blogs* nos fez refletir sobre o intenso movimento de discursos que formavam mercados discursivos e que se movimentam de um lugar para outro criando novos circuitos discursivos, ou seja, alguns ficam na “geografia” do próprio *blog*, outros dissipam, após apreensão de sentido por parte dos internautas e caminham em fluxos para demais protocolos de comunicação, tais como redes sociais, *blogs* e páginas *web* diferentes.

Esse movimento discursivo provocado pelas interações que ocorrem no e para o *blog*, faz-nos abduzir que as práticas de midiatização criam novos circuitos, novas formas de circulação a partir de fluxos contínuos e adiante. Essa abdução pode ser compreendida a partir da formulação apontada na Figura 2 - Processos e operações de circulação de discursos em *blogs*.

⁶As discussões sobre a formação de circuitos e circulação como um movimento pós-recepção serão objeto de reflexões nos capítulos de análise deste trabalho.

Figura 2 – Processos e operações de circulação de discursos em blogs



Fonte: Elaborada pelo autor

O desenho proposto para explicar os processos e operações de circulação de discursos nos *blogs* observados possuem os seguintes elementos fundamentais: a) acontecimento esportivo; b) interações entre produtores e receptores no dispositivo interacional; e c) formação de circuitos a partir da circulação. O primeiro elemento, acontecimento esportivo, é tido como aquilo que se realiza e irrompe a realidade, ou seja, um acontecimento como um jogo de futebol, uma notícia da venda ou compra de um jogador por um time de futebol ou fato esportivo de qualquer natureza e que seja necessário ser conhecido, é um acontecimento.

O acontecimento é produzido pela atividade jornalística, tendo os fatos da realidade tangível como matéria prima. “[...] nas sociedades contemporâneas é através deles, e só através deles que o acontecimento nos toca e não pode evitar- nos” (NORA, 1979, p. 245). Nesse sentido, o acontecimento esportivo é publicizado pelo jornalista – item A – através de sua narrativa em seu *blog*. O discurso através do acontecimento lhe dá visibilidade e por suas características e estratégias funciona como convite aos receptores à participação.

O segundo elemento, interações entre produtores e receptores nos *blogs* é que ocorre em um segundo momento: as interações no *blog* esportivo. É neste contexto que ocorre a formação de mercados discursivos. Há um tensionamento no dispositivo enquanto lugar de conversação. Os discursos ficam em movimento no interior do *blog*. Inicialmente em um primeiro estágio de circulação – âmbito do *blog*, itens “B” e “C”. Através de práticas de midiatização, os discursos movimentam em fluxos contínuos criando novos circuitos, formando novos mercados discursivos.

O terceiro elemento é a formação de circuitos a partir da circulação, item “D”. Um circuito é um espaço, podendo ser compreendido como um dispositivo interacional onde ocorrem interações. Na

ambiência digital, os circuitos são manifestados a partir do movimento da circulação dos discursos. Estes, por sua vez, ocorrem através de um segundo movimento pós-recepção através de fluxos contínuos e adiante, como bem aponta Braga (2012a).

Com efeito, a formação discursiva permite que os discursos desemboquem em outros circuitos, tais como redes sociais, *blogs*, plataformas ou outros protocolos de comunicação. Nesse processo de circulação, alguns discursos podem voltar em contrafluxos, ou seja, seguem inicialmente em fluxos contínuos para outros circuitos e podem retornar ao mercado discursivo do *blog* por onde iniciou o seu movimento, ou ainda se dissipar pela rede por fluxos difusos.

O que percebemos é que as práticas de mediação têm assinalado um novomovimento na circulação de discursos. Tem se manifestado, se movimentado, criando uma complexa rede de interações de discursos, de circuitos e de novos acontecimentos.

Entretanto, apesar de que se vai caminhar por essa abdução construída e refinada pelas discussões sobre a formação de circuitos e circulação proposta por Braga e por nós diagramada na Figura 2, não serão desconsideradas as discussões propostas por Verón (1997,2012) no decorrer deste trabalho por entendermos que suas contribuições não a contrapõem, e sim ajudam a referenciá-la, principalmente porque se parte inicialmente desse esquema para alicerçar o entendimento sobre o funcionamento da interação nos *blogs*.

A abdução diagramada será refletida em seção do capítulo 3 deste trabalho que trata de elementos informáticos e conceituais sobre o processo de análise, bem como contribuirá para o entendimento do funcionamento do objeto de pesquisa.

Não obstante essas discussões sobre processos de mediação, é importante destacar que o fenômeno da mediação, ao seu turno, surge a partir de processualidade das antigas formas de comunicar em uma ambiência da sociedade dos meios para uma ambiência de sociedade em vias de mediação, onde há intensa tecnologia convertida em meio. Para tanto, é necessário perceber essa processualidade através de elementos comparativos da sociedade dos meios para a sociedade em vias de mediação, com vista no entendimento do cenário da mediação.

3 ELEMENTOS COMPARATIVOS: DA SOCIEDADE DOS MEIOS À SOCIEDADE EM VIAS DEMEDIATIZAÇÃO

Nesta seção, procuramos apresentar a noção de ambiência da mediação processualidade da sociedade dos meios à sociedade em vias de mediação. Nesse sentido, buscamos compreender como se constituem os aspectos do funcionamento da ambiência, tais como mídia, atores, discursos, formas de interação, formas de enunciação, linguagens, formas de produtos, mostrando com isso causas que provocaram a transformação midiática.

Fausto Neto (2006) indica que estamos diante de uma nova ambiência, um novo modo de organização da sociedade através de práticas sociais em função dos novos dispositivos tecnológicos. Para ele, a midiaticização é resultado de uma processualidade na transformação dos meios como protagonista e das velhas formas tradicionais de comunicação para culminância em um novo modo de organizar-se a partir da intensa tecnologia convertida em meio de comunicação.

Essa processualidade da formação da ambiência da midiaticização ocorre em função de uma transição da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiaticização. No caso específico do jornalismo, essas características podem ser visualizadas a partir do Quadro 1- Características da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiaticização. Este quadro reúne de forma simples e indicativa, características de requisitos da sociedade dos meios e da sociedade em vias de midiaticização e que serão comparados com o intuito de percebermos como se dá a processualidade para a formação da ambiência da midiaticização.

Para efeito de análise dos itens do quadro, é feita a sistematização em subitens com a finalidade de organizar a apresentação e a comparação de cada uma das duas ambiências: dos meios e da midiaticização. Com base na retomada do esquema e das discussões de Verón, sistematizamos um quadro que mostra as características dos tipos de sociedade em estudo.

Quadro 1 - Características da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiaticização

Características da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiaticização	
Sociedade dos Meios	Sociedade em vias de Midiaticização
Ambiência – modo de organização submetido ao instrumental	Ambiência – modo de organização social – sociotécnica
Mídia/Tecnologia convencional - como protagonista	Mídia/Tecnologia digital como dispositivo sociotécnico
O papel do jornalista - produtor único de informações- aquele que elabora/ produz – transmite informações	Jornalista como ator, como elaborador e consumidor
O papel do receptor – passivo, coprodutor de enunciação/ informações	Receptor como coprodutor da enunciação
Discurso diretivo – interação entre dois polos de movimentos lineares (produtor e receptor)	Discurso – como sentido e movimento complexo, difuso em discursividades – interatividade
Mediação – limitada ao instrumental - meios	Midiaticização como ambiência, proporcionada por movimentos/discursos via dispositivos
Características dos receptores – apreensão do sentido proposto na enunciação	Características dos receptores – produzem novos sentidos pós- recepção, circulando discursos, gerando discursividades
Formas de interação – formas de enunciação verticalizada	Formas de interação – multidireção

Fonte: Elaborado pelo autor

Para explicar as características da sociedade dos meios e da sociedade em vias de midiaticização, vamos fazer uma análise comparativa dos requisitos do quadronos dois tipos de sociedade.

4 A FORMAÇÃO DA AMBIÊNCIA

A ambiência dos meios tem a tecnologia como elemento central da sociedade, organizando-a a partir de lógica funcionalista e instrumental. Nesse sentido, na formação da ambiência, os meios são protagonistas e delineiam o funcionamento da sociedade tendo poder “mediador e representacional” (FAUSTO NETO, 2006). Os meios de comunicação de massa - rádio, imprensa escrita e televisão - no século passado, possuíam centralidade junto à sociedade definindo-a e organizando-a conforme perspectiva funcional, diretiva. Cabia aos produtores transmitir informações definidas pelas regras das empresas jornalísticas, e os receptores apenas recebiam passivamente as informações, moldando-as na ambiência da sociedade.

Na formação da ambiência em uma sociedade em vias de midiaticização, a tecnologia é convertida em meio de comunicação a partir da relação das velhas formas de comunicação de massa com as tecnologias digitais. Isso implica em novas formas de inteligibilidade, cooperação, colaboração, participação através de relações sociotécnicas, em que atores sociais utilizam tecnologias em suas práticas cotidianas. Os meios tradicionais, nesta ambiência, são afetados por tecnologias digitais, a exemplo da internet e seus protocolos *web*, culminando em uma nova forma de comunicar. Mídias tradicionais, tais como rádio, jornais impressos, e televisão são afetadas por novas lógicas de produção e recepção. O produtor nesta ambiência não somente produz, mas consome informações, ao passo que receptores não apenas recebem, mas produzem informações. As interações entre produtores e receptores se complexificam através de múltiplas formas de comunicar produzindo novas realidades sociais.

5 MÍDIA/TECNOLOGIA

Este requisito presente no Quadro 1 está relacionado à perspectiva da mídia como elemento instrumental e protagonista, no qual a tecnologia possui papel de destaque. Instaura-se em um movimento que compreende os meios de comunicação como protagonistas e transmissores de informações recolhidas e devolvidas da sociedade segundo tratamento tecnoindustrial (TEIXEIRA, 2011) e pelo seu poder mediador e representacional (FAUSTO NETO, 2006) que reduz as relações ao nível técnico (instrumental). As práticas de comunicar são submetidas ao nível dos dispositivos técnicos e reduzidas a eles ajustando o tecido social através de operações de envio de informações, principalmente pelas tecnologias convencionais, dentre outras a televisão e o rádio. Essa visão do dispositivo técnico como regulador da sociedade trata-se de uma dimensão que é criticada por

diversos autores, dentre eles Rodrigues (2000).

O último autor citado afirma que cada vez mais os dispositivos técnicos de mediação acabam ajustando a vida das pessoas, possibilitando uma nova realidade autonomizada do campo das mídias. As críticas que esse autor faz da chamada sociedade da informação apontada como sendo uma sociedade que resolveria os problemas e as incertezas da vida - a partir da noção de bem-estar social e qualidade de vida - ocorreram, na verdade, como uma espécie de determinismo tecnológico, uma noção de que com a chamada sociedade da informação tudo se resolveria.

Na realidade, o discurso foi esvaziado a partir dos indicadores que mostravam uma situação diferente. O autor diz que os indicadores a partir da década de 80 possuem condição diametralmente oposta aos aspectos mencionados sobre desenvolvimento e qualidade de vida, pois o fosso aumentou entre países ricos e pobres e que não para de crescer. É necessário ressaltar que há outros aspectos que justificariam tal situação, mas que, apesar de relevantes, não são objetos de análise das nossas discussões sobre processos e operações de midiaticização. O que se tem é um movimento da ambiência da sociedade dos meios, afetado por novos protocolos de comunicação digitais, nos quais sofre processualidades e engendra a ambiência da midiaticização.

Nesta ambiência da midiaticização, como já é sabido, as ditas novas tecnologias da informação e comunicação têm afetado a mídia, as relações e as práticas sociais, a “cultura em geral” (SANTANELLA, 2003). Neste contexto, a mídia torna-se parte integrante da sociedade, da cultura, das instituições sociais e passa a ter *status* de instituição que afeta estas relações no tecido social. E como bem assinala Hjarvard (2012, p.53), “[...] a mídia é, ao mesmo tempo, parte do tecido da sociedade e da cultura e uma instituição independente que se interpõe entre outras instituições culturais e sociais e coordena sua interação mútua”.

Isso significa dizer que a mídia está presente no cotidiano dos atores sociais, seja no trabalho, na educação, no lazer, no entretenimento, e especificamente nas práticas sociais das pessoas em um evento esportivo, por exemplo, em um jogo de futebol, assistido pela televisão, internet ou nos estádios. Em todos esses momentos, as práticas de midiaticização estão presentes. O torcedor ouve o rádio ou assiste à televisão, seja no estádio ou em casa, mas participa ativamente enviando conteúdos, mensagens. Surgem novas práticas de interação, não mais individualizadas, sobretudo se considerarem a internet.

Nesse cenário é que a noção de ambiência é vista como um novo lugar, bios midiático. Sodré (2006) aponta que estamos diante de um novo bios midiático, um bios⁷ específico, no qual sujeitos

⁷ Sodré (2006) aponta a existência de classificação aristotélica de três bios que caracterizam a vida humana: bios theoretikos (vida contemplativa); bios politikos (vida política); e bios apolastikos (vida prazerosa). E ainda, defende a existência de um quarto bios midiático (midiaticização), com qualificação cultural própria – uma tecnocultura que redefine o espaço público burguês.

vivem um modo particular de vida. Uma ambiência onde há relações afetadas por próteses tecnológicas - como extensão que se estabelece no mundo e que por essa condição não é separada do sujeito, ou seja, ele vive um tipo particular de interações no tecido social. Assim, tem importância a comunicação como processo informacional submetida à tecnointeração — prótese tecnológica — surgindo nova vida que organiza a sociedade. Nesse sentido, o autor aponta:

[...] uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação — a que poderíamos chamar de „tecno-interação“ —, caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada médium (SODRÉ, 2002, p. 21).

Entendemos que o processo de midiatização é muito mais complexo e contempla convergência midiática não mais submetida ao aparato tecnológico e sim ao funcionamento de diferentes práticas sociais discursivas, provenientes de práticas sociais. Nesse sentido, compreender a midiatização como um modo particular de interação que o autor preconiza como tecnointeração e prótese tecnológica é reduzir a compreensão submetida apenas às lógicas de veículos mercadológicos. Assim, compreendemos que o processo de midiatização avança muito mais para práticas sociotécnicas e discursivas do que apenas tecnológicas. Não obstante, Sodré refere-se à midiatização como um modo de qualidade particular de vida, um novo modo e presença do sujeito no mundo.

5 PAPEL DO JORNALISTA

Na ambiência da sociedade dos meios, o jornalista se apresentava como mediador, elo de contato — produtor único de informações - aquele que elabora/ produz — transmite informações. Com práticas convencionais e em veículos convencionais, ele elabora a pauta, modela, produz. A produção de sentido de sua narrativa encontra-se de modo mais expressivo submetido aos veículos de transmissão, em via única. Castro (2011), ao abordar o jornalismo na acentuação das relações sociotécnicas, baseando-se no conceito de midiatização, aponta a necessidade de se discutir cultura de massa, cultura midiática e cultura midiatizada. Chama a atenção que mesmo a sociedade midiática empregue tecnologias, o meio de comunicar é tomado como um suporte de um poder mediador e representacional

– transportadores de significados. Isso implica dizer que as práticas dos jornalistas tomam forma de movimento linear de transmissão de informações.

No contexto da ambiência da midiatização, o jornalista é visto não somente como um produtor, mas também como um consumidor de conteúdos. Como um ator, suas práticas a partir da apreensão da lógica de midiatização criam possibilidades de novas interações a partir de elementos de

feedbacks dos receptores. Com as novas possibilidades criadas pela *web*, a atuação do jornalista modificou-se. Surge a figura de outro tipo de ator, como aponta Fausto Neto:

Até a passagem da “sociedade dos meios” à “sociedade em vias de mídiatização”, o jornalista tinha um papel subsumido em um modelo de trabalho enunciativo no qual suas referências estavam opacizadas, segundo construções técnicas discursivas que tratavam de inibir as transparências de sua atividade [...] Mas a mídiatização das práticas midiáticas jornalísticas gera a criação de nova situação de transações entre produtores e receptores, debilitando progressivamente a mediação jornalística, transformando-a numa atividade atorial, em consequência também das novas condições de circulação dos discursos sociais”. (FAUSTO NETO, 2011, p. 5)

Isso implica dizer que essa passagem na atuação do jornalista como um ator, no processo de mídiatização, desencadeia novas práticas jornalísticas, tornando-o consumidor de notícias, aproximando ainda mais de seus receptores através dos novos dispositivos de comunicação.

Dessa forma, considerando os novos aparatos tecnológicos configurados na internet, o jornalista dispõe de diversos dispositivos: *blogs*, fóruns, *facebook* e *Twitter* etc., que se apresentam como protocolos de comunicação diminuindo a distância entre ele e os internautas. Um dos dispositivos que mais estão sendo utilizados pelos jornalistas, principalmente a partir da *web 2.0*, são os *blogs*⁸, otimizados como operadores de mídiatização como *links* ao *twitter*, *facebook* e outras plataformas de mídia. Assim, no processo de mídiatização, a figura do produtor modifica-se e transforma-se em função da atoriação do jornalismo e pela nova vocação do receptor.

6 O PAPEL DO RECEPTOR

Sobre os receptores, há mudança em sua atividade. Na sociedade dos meios, o receptor era visto como ente à espera, possuindo papel apenas de reproduzidor - consumidor de notícias. Entretanto, com o desenvolvimento das tecnologias digitais e das novas práticas jornalísticas na mídiatização, o receptor que possuía reduzida possibilidade de escuta nas empresas jornalísticas ou de ter algum comentário no *espaço do leitor* de algum jornal e/ou telefonar para emissora de televisão e rádio, passa de um *status* de alguém que está à espera para atuação participativa e colaborativa, principalmente através dos dispositivos proporcionados pela *web 2.0*.

Movido pelos processos e operações de mídiatização, o receptor toma forma de um protagonista, um coprodutor de enunciados, à medida que consome informações de produtores e socializa através da criação de circulação e novos circuitos, novos fluxos de informações⁹. O receptor move-se por lógicas e estratégias de mídiatização. “[...] os atores sociais movem-se pela lógica

⁸ Sobre os blogs convertidos em meio de comunicação, discutiremos no capítulo 2 deste trabalho.

⁹ As discussões acerca da circulação como fluxos contínuos será abordada no capítulo 3 deste trabalho.

mediática, fazendo uso de suas técnicas, operações, estratégias e protocolos, atuando em um espaço e fazendo uso de ferramentas antes predominantemente operadas pelos jornalistas” (CASTRO, 2011, p. 6). Dito de outro modo, os receptores assumem, com suas interações e estratégias de comunicar, o papel que antes era exclusivo do jornalista.

7 A FUNÇÃO DO DISCURSO

Como sabemos, o discurso na ambiência dos meios fica condicionado à centralidade e à referência da mídia. Apresenta-se a partir do processo linear de comunicação submetido a uma lógica diretiva — produtor-receptor, emissão - recepção, para dar lugar a uma perspectiva mais interativa através da criação de novos sentidos, discursividades, novos modos de comunicar o discurso. Este, na ambiência dos meios fica limitado à relação linear e cristalizada na transmissão do produtor ao receptor - a produção e o reconhecimento da informação.

Na ambiência da sociedade em vias de midiatização, o discurso se apresenta em forma e modos variados no processo de comunicar à medida que é afetado por novos aparatos tecnológicos proporcionados pela *web 2.0*. Toma forma de materiais hipertextuais e hipermediáticos. A forma hipertextual do discurso apresenta-se pela capacidade de navegabilidade por meio de *links*. Já o formato hipermediático contempla objetos imagéticos, audiovisuais, no discurso produzido por produtores e receptores. Há um novo modo de produção do discurso, de interagir com os discursos. A produção do discurso na sociedade em vias de midiatização se complexifica e cria discursividades, novos sentidos através da interação dos atores sociais.

Na sociedade em vias de midiatização, há uma nova possibilidade de criar novos sentidos e discursividades, e para exemplificar temos como um fragmento de um discurso midiatizado que repercutiu nacionalmente a partir de interações nas redes sociais - “Menos Luiza que está no Canadá”¹⁰, que surgiu em um contexto de um discurso publicitário, no qual um colunista social apresentando anúncio imobiliário preconiza: “é por isso que fiz questão de reunir toda a família, menos Luiza, que está no Canadá, para recomendar este empreendimento”, provocou a partir da afetação sobre indivíduos, mídias e outros campos midiáticos - através da internet e redes sociais – um movimento de novas práticas sociais, novos sentidos ao conteúdo do discurso.

Assim, surgiram interações na rede com o objetivo de saber quem é Luiza; em seguida, outros campos midiáticos passaram a afetar e serem afetados pelo fragmento do discurso por meio das interações dos internautas. Outros circuitos, como na música, nos *shows* (no mesmo período, em show,

¹⁰ SOUZA JUNIOR, Arnaldo O. COSTA JUNIOR, Achylles. “Menos Luiza Que Está no Canadá!”. A Convergência do Discurso Midiatizado Afetando Campos Midiáticos, que foi apresentado no Seminário Internacional de Pesquisa em Economia Política do Jornalismo, maio de 2012.

Lenine utiliza a frase “...Boa noite João Pessoa! Maravilha, rapaz! tá todo mundo aqui, cara! menos Luiza que está no Canadá!”) também são afetados. E, por fim, a própria mídia jornalística foi afetada à medida que o jornalista Carlos Nascimento, no Jornal do SBT, faz menção ao fragmento do discurso. O exemplo em questão mostra como a midiaticização a partir de suas práticas possibilita discursividades, novos sentidos, novos circuitos, bem como a circulação midiática. Dessa forma, o discurso é mobilizado em novos sentidos através das práticas de midiaticização.

Com efeito, o discurso na ambiência da sociedade em vias de midiaticização possibilita complexidade na formação de mercados discursivos, se considerarmos a influência de novos aparatos tecnológicos e plataformas digitais da internet. Os mercados discursivos, por exemplo, em um *blog* enquanto circuito, podem se deslocar em movimento para a formação de novos mercados em outros circuitos por conta dos processos e operações de midiaticização.

8 MEDIAÇÃO - MIDIATIZAÇÃO

O movimento da mediação na ambiência dos meios é de característica instrumental. É uma ponte que liga um apresentador e um telespectador, no caso específico da televisão. É uma instância protagonista, é o sujeito da relação - na relação entre produtores e receptores. O instrumento que media é isolado, é estanque, tem a função de transmitir quase que somente por via única. A televisão antes das afetações dos protocolos da internet é um bom exemplo de protagonismo. Nesse contexto o telespectador apenas como receptor. Entretanto, Martin-Barbero (2009, p.14) afirma que “[...] o sujeito da comunicação não é o meio, mas a relação, o importante não é o que diz o meio, mas o que fazem as pessoas com o que diz o meio... com que elas vêem, lêem e ouvem [...]”.

Na realidade, a mediação não pode ser submetida aos meios, ao mediocentrismo¹¹, se considerarmos que há outras relações que articulam produtores e receptores; e receptores (coprodutores) a outros receptores, através de novos dispositivos/protocolos de comunicação. Há “[...] novos modos de percepção e de linguagens, a nova sensibilidade e escrita” (BARBERO, 2006, p. 54). Sobre a diferenciação entre mediação e midiaticização, Sodré (2006, p. 22) traz a questão da processualidade da mediação à midiaticização e afirma que o “[...] conceito de midiaticização como espaço próprio e relativamente autônomo em face das formas interativas presentes nas mediações tradicionais”. Nesse sentido, na midiaticização se passam diferenças à medida que a ambiência pensa o meio, não visto como instrumento, mas como relações de natureza sociotécnica, como lugar de oferta de sentido, mas também de interações de sentido.

¹¹ Redução da mediação aos meios. Barbero(2009) afirma que o sistema de mídia está perdendo parte de sua especificidade para converter-se em elemento integrante de outros sistemas de maior envergadura, como econômico, cultural, político.

9 CARACTERÍSTICAS DOS RECEPTORES

Os receptores na ambiência da sociedade dos meios são situados na oferta de mensagens à medida que ameaham sentido do produto da enunciação, das informações, dos conteúdos e às vezes fazem circular em circuitos presenciais, como por exemplo, comentar a atuação do Ministro Joaquim Barbosa no julgamento do “mensalão” em uma roda de amigos reunida num bar de uma esquina de nossa cidade. Assim, a mensagem desloca-se em sentidos: do circuito da televisão a um bar, certamente gerando inicialmente em um sentido em via única.

Todavia o sentido é circulado, recriado (depois da verticalização da informação da televisão para o telespectador) e circula horizontalmente, se pensarmos apenas no circuito televisão – recepção. Ressaltamos que os novoscircuitos produzidos pelas pessoas são midiaticizados por elas, sejam através de suas falas a outros atores em outros espaços midiáticos, mediado ou não por tecnologias. No contexto da midiaticização, é possível que o sentido, afetado pelas lógicas de midiaticização, gere novos sentidos, novos circuitos além bar, ou seja, estabeleça uma circulação como fluxo contínuo e adiante (BRAGA, 2012), que vai gerando novos sentidos a partir de práticas, manifestadas em redes sociais, que por sua vez circulem novos sentidos, através de discursividades, criando novos mercados discursivos.

10 FORMAS DE INTERAÇÃO/ENUNCIÇÃO

Outro aspecto importante na comparação de requisitos de formação de ambiência é a processualidade das formas de enunciação na sociedade dos meios para a sociedade em vias de midiaticização. As formas enunciativas nas sociedades dos meios eram submetidas à perspectiva diretiva e instrumental, ou seja, o enunciador submetido à lógica funcionalista define uma narrativa de características informativas, ao passo que com a incidência de novos protocolos de comunicação, nas sociedades em vias de midiaticização, o enunciador, por exemplo, em um programa de televisão que mantém contato com telespectador através de algum dispositivo de redes sociais, ou em um *blog*, estabelece traços em sua narrativa atravessados pela lógica que aponta a importância da participação do receptor. O enunciado é preparado a partir de lógicas e de funcionamento de novos dispositivos e que implica em formas de interação.

As formas de interação na sociedade dos meios, em sua maioria, são de natureza mais verticalizada, ou seja, segue do aparato tecnológico em via única, pela mídia e seus representantes. Há pouca interação simétrica de possibilidade de interação, a exemplo de espaço de leitor nos jornais e revistas impressas. O espaço é ínfimo, se considerarmos a tiragem do jornal, seus assinantes. No entanto, as participações são reguladas por *gatekeeping*, ou seja, são escolhidas conforme interesse dos representantes do veículo.

As possibilidades de interação em uma sociedade em vias de midiaticização são inúmeras, se levarmos em conta os aparatos tecnológicos incidindo sobre a ambiência e os próprios meios, proporcionados pela internet. Há diversos protocolos, como *blogs*, redes sociais, fóruns, *chats*, que funcionam como dispositivos de interação e que têm apresentado papéis importantes no novo cenário comunicacional.

Atualmente, muitos veículos televisivos, radiofônicos e jornalísticos possuem dispositivos de contato, como por exemplos, os protocolos citados acima. Alguns possuem requisitos regulatórios, a exemplo de cadastramento para que se possam enviar mensagens; outras ferramentas possuem aprovação dos representantes do veículo antes de serem publicados; entretanto existem ferramentas que são livres. No entanto, na sociedade em vias de midiaticização as possibilidades de interação são, ao nosso juízo, potenciais para os diversos modos de interação, no estabelecimento de comunicação entre atores, veículos, e entre atores e veículos de comunicação.

Portanto, a compreensão da midiaticização como prática sociotécnica e discursiva que possibilita a formação de circuitos e circulação de discursos e modos de interação tem nas práticas sociais ancoragem para fazer funcionar processos e operações e midiaticização no jornalismo esportivo. Entretanto, é importante compreendermos que tais processos de midiaticização acontecem através da noção de interação social no contexto da midiaticização.

11 NATUREZA DOS PROCESSOS INTERACIONAIS NO CONTEXTO DA MUDIATIZAÇÃO

A noção de interação social é, sem sombra de dúvida, importante para compreendermos a natureza dos processos interacionais no contexto da midiaticização por entender que o conceito de interação é, em primeira instância, condição necessária para compreensão de processos comunicacionais. Deste modo, interação social significa, a grosso modo, todo movimento relacional entre pessoas, culminando em trocas simbólicas, intercâmbio de produção de sentido e circulação discursiva, em formas de comunicação “**face a face**”, através da oralidade, e/ou **mediada por dispositivos**.

Entretanto, Thompson (2009) assinala que na grande maioria da história da humanidade a interação “face a face” predominou e se configurou como intercâmbio de formas simbólicas, contudo limitadas a um espaço geográfico e tempo definido. Um exemplo deste tipo de interação são os modos de comunicar realizadas por formações sociais que utilizam a oralidade como forma de comunicação.

No entanto, Thompson discorrendo sobre interação social no contexto da mídia, aponta brevemente que a partir do desenvolvimento de novos aparatos tecnológicos e de rede ocorreram

formas mais complexas de interação social que culminaram em novos modos de comunicação. O autor acima afirma que “[...] o desenvolvimento dos meios de comunicação cria novas formas de ação e interação e novos tipos de relacionamentos sociais [...]” (p. 77).

Em um contexto de sociedade em vias de mídiatização, as formas de interação se complexificam a partir de processos e operações de mídiatização nos quais pessoas realizam em suas práticas sociais cotidianas, criando assim, novos laços sociais, principalmente se considerar as possibilidades que ocorrem a partir da internet e dos protocolos *web*, a exemplos de *blogs*, redes sociais e plataformas digitais.

A interação social em uma sociedade em vias de mídiatização toma forma de múltiplos laços, modos de relacionamentos, que ocorrem através de práticas sociais através de tecnologias convertidas em meio de comunicação. Nesse contexto, a noção de tempo e espaço geográfico no processo de interação dilui-se, se considerarmos as formas de contato mediadas por aparatos, tais como plataformas digitais, *chats*, fóruns, *blogs* e redes sociais que não ficam submetidos aos limites de tempo e espaço.

Assim, qualquer pessoa pode produzir, armazenar e fazer circular mensagens para outras pessoas - através de algum dispositivo - sem que o outro possa estar presencialmente (lugar físico) ou temporariamente em horários definidos. Isso ocorre de uma forma simples através de um envio de “mensagem de texto” para aparelhos celulares ou deixar mensagem em um “mural” de uma página *web*, a exemplo do *facebook*.

Diante das formas mais simples de interação e mais complexas como foram apontadas, a noção de interação é definida por Thompson e classificada em três tipos - por nós sintetizados: a) interação face a face; b) interação mediada; c) interação quase mediada.

Como vimos de forma simplória, a **interação face a face** ocorre no contexto de copresença dos participantes da interação e que partilham do mesmo referencial espaço e tempo. Neste tipo de interação geralmente ocorre um fluxo de circulação de mensagem que geralmente circula entre pessoas geograficamente próximas uma das outras - gerando fluxo de informações de ida e volta - sem uso de um aparato tecnológico. Há neste cenário, uma conversação, um diálogo.

Na **interação mediada**, segundo o autor, ocorre algum uso de meios técnicos (fios, papéis, ondas elétricas, ondas eletromagnéticas, especificamente através de cartas, conversas telefônicas, conversas mediadas por plataformas digitais ou algum aparato tecnológico). Estes meios técnicos permitem transmissão e circulação de informações. A mediação tecnológica não ocorre, necessariamente, em espaços e tempos definidos, mas que o processo de comunicação é dialógico e dá-se em fluxos de informação em vias de sentido contrário e em fluxos contínuos, difusos para outras pessoas em outros circuitos.

Na **interação quase mediada**, a interação ocorre a partir das relações sociais configuradas pelos

meios de comunicação de massa, tais como livros, jornais, rádio, televisão e que oferta extensa disponibilidade de informações e conteúdo simbólico a um grande número indefinido de pessoas em espaços e tempos definidos. O processo de comunicação é monológico e percorre em sentido único.

Ressaltamos que por mais que Thompson em seu texto deu maior ênfase à interação quase mediada, principalmente através da forma de comunicação social através da televisão como meio técnico monológico que atinge vários receptores indistintamente, acreditamos que, atualmente, com a integração de novas tecnologias convertidas em meio de comunicação e novas práticas de midiatização de receptores, esta visão da televisão como um meio técnico monológico já está sendo superada, haja vista a existência de programas exibidos na televisão - programas esportivos, *reality shows*, jornalísticos e outros no qual os receptores participam, colaboram e afetam a agenda midiática.

A noção de interação social, classificada pelo autor acima, pode coexistir em práticas sociais, principalmente no contexto da midiatização; ou seja, um jovem pode estar em um ambiente assistindo a um jogo de futebol, conversando com amigos e ao mesmo tempo enviando mensagens por um *smartphone* tanto para as redes sociais, participando de comunidades digitais, quanto enviando perguntas aos comentaristas via protocolos de comunicação disponibilizados pelos programas esportivos.

Nessa perspectiva, a interação social, qualificada pelo contexto da midiatização, tem encontrado no desenvolvimento de novos aparatos tecnológicos - novas plataformas de mídia, protocolos digitais, dispositivos móveis - formas novas de contato e interação, meios de comunicar e de agir das pessoas. E como bem aponta Hjarvard (2012), a interação social consiste em comunicação e ação, e que a mídia é o meio de intercâmbio de significados entre duas ou mais partes.

Sendo interação social o processo de comunicar entre pessoas, os meios de comunicação permitem diálogos, trocas de informações, objetos simbólicos, linguagens e outros materiais de signos de forma mais complexa, em função das potencialidades e multiplicidade midiáticas digitais, encontradas na internet. Possibilitam ainda formas de ação social, na qual pessoas podem interagir com instituições de natureza variada, eleições, caridade, participar de eventos, serviços, negócios e entretenimento, jogos esportivos, enquetes esportivas, jornais *online* esportivos etc.

Nesse sentido, internautas que visitam *blogs* e redes sociais com objetivo de acessar informações, participar e colaborar junto à enunciação de um jornalista, desenvolvem complexa forma de interação através de pluralidade de mídias digitais. Estas últimas, na visão de Pernisa Junior (2002), se apresentam como espaço que contempla os meios múltiplos de comunicação. Isso significa dizer que no cenário da sociedade em vias de midiatização, internautas, por exemplo, que acessam *sites*, *blogs* e redes sociais, com vista à participação, têm a sua disposição uma gama considerável de ferramentas, protocolos que afetam o seu processo de interação na rede. Mobilizam som, imagens, textos, hipertextos, seja de um computador pessoal ou de um telefone com aplicativos de acesso à

internet.

Assim, as diversas formas de interação social que ocorrem atualmente no contexto da mídiatização são, em primeira instância, elementos constitutivos de processos de comunicar/processos interacionais. Braga (2012b), em um texto cujo debate trava com Marcondes Filho acerca da comunicação, chama a atenção de que as interações sociais são lugar de comunicação e que possibilitam trocas de mensagens e permutas de produtos, fazendo-as circular em processos de circulação. Dessa forma, interações sociais são elementos fundamentais dos processos interacionais que ocorrem no tecido social.

É a partir de processos interacionais que a sociedade organiza-se e funciona através de suas lógicas, enseja a formação de uma nova ambiência (em vias de mídiatização), cujas tecnologias convertidas em meios de comunicação são importantes e afetam as interações sociais, criando assim uma nova arquitetura comunicacional. Logo, as interações sociais no contexto da mídiatização são processos importantes para os novos modos de comunicar, de trocar experiências, de dialogar e fazer funcionar processos comunicativos.

De modo conclusivo, reconhecemos que a discussão sobre as definições de mídiatização e processos interacionais, na visão de diferentes autores, levou-nos ao entendimento de que os processos e as operações de mídiatização que ocorrem em dispositivos interacionais, a exemplo de *blogs* esportivos, são resultados das transformações provocadas em uma sociedade em vias de mídiatização pelas operações das práticas sociotécnicas e discursivas, a partir do uso de tecnologias convertidas em meio de comunicação.

Dessa forma, a discussão levada a efeito neste capítulo contribuiu para a compreensão de que os processos e as operações de mídiatização que ocorrem em *blogs* esportivos são frutos de intenso movimento discursivo a partir de movimento pós-recepção que faz circular discursos em “fluxos contínuos e adiante”, culminando assim em circuitos discursivos que ocorrem pelo poder de práticas de mídiatização.

No próximo capítulo, avançamos em nossa discussão para entender como os processos e as operações de mídiatização se configuram e funcionam no campo do jornalismo esportivo na transição da sociedade dos meios à sociedade em vias de mídiatização.

O JORNALISMO ESPORTIVO: DA MUDIATIZAÇÃO DAS PRÁTICAS SOCIAIS ÀS PRÁTICAS DO JORNALISMO ESPORTIVO

As transformações do ambiente comunicacional ocorridas a partir da internet em sua versão *web 2.0* têm gerado possibilidades tecnológicas que ensejam mutações nas práticas sociais no tecido social e no âmbito da produção e funcionamento do jornalismo esportivo. Para estudar essas transformações, estruturamos a abordagem da questão em três níveis: no primeiro nível, abordamos as relações entre midiatização das práticas sociais na perspectiva dos campos sociais; no segundo nível, mostramos a processualidade das práticas jornalísticas esportivas no deslocamento na passagem da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiatização; e no terceiro nível, tratamos das práticas de midiatização do jornalismo esportivo no cenário da *web 2.0*, assinalando como as práticas de midiatização estão sendo ensejadas no jornalismo esportivo através de *websites* e *blogs*.

1 MUDIATIZAÇÃO DAS PRÁTICAS SOCIAIS

Nesta seção, refletimos sobre a midiatização das práticas sociais normalmente situadas no âmbito dos campos sociais nos quais situase também o campo midiático. Em um primeiro momento, mapeamos estudos sobre midiatização das práticas sociais, especialmente no Brasil, para em seguida nos determos naquelas práticas que envolvem os campos midiáticos e de modo específico a de natureza jornalística.

Conforme dissemos anteriormente, a sociedade está em vias de midiatização, e que, nesse processo, vivemos no mundo em meio às tecnologias não mais sob o ponto de vista apenas técnico, mas sociotécnico. Assim, consideramos formas tecnológicas de vida, como preconiza Scott (2005, p.42): “[...] el mundo por mediodo sistemas tecnológicos”, nos quais estamos inseridos, criando e vivendo uma cultura midiática, concebida a partir da visão de Mata (1999) como um estágio mais avançado de intercâmbio de produtos culturais, incrementado pelas tecnologias e instituições destinadas à produção de mensagens e consumo dessas tecnologias.

É nesse contexto que a midiatização nas práticas sociais se encontra e se manifesta no âmbito do campo midiático e dos seus processos, pois uma das características da midiatização é, dentre outras coisas, sua capacidade de transversalidade e relacional, conforme aponta Fausto Neto (2010).

Pensando na capacidade transversal e relacional dos campos sociais e retomando o esquema de Verón (1997) sobre análise de midiatização, podemos perceber metaforicamente como se dão as zonas de afetações no e entre os campos sociais através de estratégias específicas. Primeiramente, é necessário entendermos o que é um campo social e como se constitui a especificidade do campo midiático para que se possa compreender a especificidade da midiatização das práticas.

Uma das primeiras noções de campo é atribuída a Bourdieu (2004) como “espaço estruturado e estruturante” caracterizado por disputas por se constituir em campo de luta para transformar ou conservar, de desigualdade, de relações constantes e permanentes, enfim, um campo de forças. Campo na visão do mesmo autor é um espaço de tensionamento, onde ocorre uma relação de dominantes e dominados. Logo os atores sociais estão permanentemente em disputa a partir de suas práticas sociais.

Entretanto, Rodrigues (2000, p.193-194) concebe campo social como uma “[...] instituição dotada de legitimidade indiscutível, publicamente reconhecida e respeitada pelo conjunto da sociedade, para criar, impor, manter, sancionar e restabelecer uma hierarquia de valores [...]”. Para ele, o sentido de campo é compreendido como espaço de “legitimidade e energético” como um campo de forças que se cria e recria, propaga, repele, que avança e recua.

A natureza do campo midiático na perspectiva anunciada, especificamente a de Rodrigues, funciona como um espaço de tensões face a outros campos sociais. Se por um lado o campo midiático recebe certas alegações que vêm de outros campos, disputa com as mesmas posições que se travam na esfera discursiva.

Outra característica do campo midiático é a capacidade de autonomia de suas práticas diante de outros campos, entretanto, devido a sua natureza relacional, potencial e de atravessamentos, possibilita interação, sem contudo, perder suas especificidades, guardando suas marcas identitárias e valendo-se da cultura midiática para reconhecer seus emblemas. De fato, é possível dizermos que muitos das práticas dos campos sociais distintos são atravessadas por marcas e operações das mídias e que na fronteira entre as estratégias dos diferentes campos ocorrem os elementos de tensão e disputas.

Para compreendermos essas operações de práticas que acontecem entre campos sociais e midiáticos é que vamos fazer um breve mapeamento de como as referências da cultura e de operações midiáticas se fazem nos processos de midiaticização de práticas sociais diversas. Logo, nos apoiamos em estudos que mostram as relações de diversas práticas sociais-associativas, políticas, jornalísticas, sociais, religiosas etc., com referências propriamente midiáticas. Assim, fizemos levantamento de teses e dissertações que foram apresentadas neste Programa de Doutorado, conforme expomos a seguir.

A pesquisa desenvolvida por Silva (2012) examina os “embates sobre webjornalismo brasileiro” chamando atenção para as diversas práticas – jornalísticas políticas, jurídicas, por exemplo, que se afetam na ambiência da *web* e que são permeadas por lógicas e operações da midiaticização. O estudo reflete sobre os mecanismos e abrangência da tensão, a partir de uma pergunta formulada, enquanto problema da pesquisa: Como práticas jornalísticas estabelecem relações de poder e resistência em um contexto comunicacional que envolve relações do político com jornalismo

e deste com práticas jurídicas?

Para tanto, a autora analisa três estratégias que envolvem esses campos: 1) pleito da internet livre – O Jornal Estado de São Paulo solicita à justiça liberdade para atuar na internet durante as eleições de 2008;

2) dupla contenda – trata do relato jornalístico sobre enfrentamento de processo que envolve um ator político que pede na justiça indenização por danos morais por conta de matérias veiculadas no *blog* de um jornalista (Noblat); 3) duelo entre político e blogueiro que discorre sobre ação inibitória movida por um deputado (Fernando Capez) contra um jornalista (Juca Kifouri) afetado por sentença que obriga não ofender parlamentar no espaço noticioso.

O estudo mostra que nos três casos expõem-se a tensão e as disputas dos campos acima citados através de lógicas e operações discursivas. As três ações pesquisadas mostram como os campos sociais não estão isolados, pois suas ações se vinculam tensionalmente através de lógicas de mídia e em meio a complexos processos de interação, que envolvem não só os campos jornalísticos, jurídicos e políticos, mas também o mundo dos internautas.

Esses internautas agem como atores sociais. Um ângulo importante nesta pesquisa e que contribui para a compreensão de nosso objeto está relacionado ao mercado discursivo que é gerado pela circulação de discurso entre jornalista, receptores e político no âmbito dos *blogs*, fato esse percebido na análise do terceiro acontecimento.

Especificamente, esta pesquisa em um dos casos analisa o duelo entre político e blogueiro – mostrando a querela que envolve o campo jurídico, político e midiático e que se trava na rede, produzindo a circulação da informação sobre ação judicial através de *sites* do próprio político, de outros portais, de outros *blogs*. O estudo revela a capacidade que o campo midiático possui de mediar, de dialogar com outros campos sociais, afetando-os através de estratégias e práticas de mediação.

Acreditamos que um ponto importante nesses três cenários investigados nesta pesquisa e que aponta para o nosso objeto é a formação de mercados discursivos regulados pelas operações dos campos em tensionamento. De fato, os processos de circulação através de fluxos contínuos e que movimentam discursos dos *websites* e *blogs* são entendidos por práticas de mediação, definindo, assim, múltiplas possibilidades de produção de sentido em função das discursividades.

Nosso objeto dialoga com outra investigação, de autoria de Kroth (2012), na qual o autor fez estudos sobre estratégias e operações desenvolvidas por um programa radiofônico visando mostrar como operações de um programa que se constituiu numa atividade a ensinar novas formas de relações entre o rádio e a comunidade, convertendo o primeiro em um dispositivo de mobilização social, ainda que de caráter conservador.

Para tanto, o estudo mostra as ações do Programa João Carlos Marciel, da Rádio Medianeira

AM, de Santa Maria (RS), visando envolver os cidadãos em um trabalho de assistência social, para o qual o rádio se constitui em um operador estratégico. A pesquisa mostra que o rádio opera como um dispositivo agenciador de práticas sociais.

O rádio transcende a perspectiva de dispositivo técnico de veicular, como afirma o mesmo pesquisador: música, hora certa, notícias sobre o clima (previsão do tempo), ou noticiar acontecimentos do cotidiano como forma de dar conta de seu papel de instituição social de informação e entretenimento. Mais do que isso, ele é visto como um dispositivo midiático que se organiza para operar em um contexto de práticas sociais de mediação no contexto social.

De fato, as discussões ali mostradas sobre a mediação do social são importantes para reflexão sobre nosso objeto porque assim como no rádio, o *blog* esportivo – a seu modo visa a ações e interações de atores de um amplo tecido constituído por práticas de diversos campos sociais, enquanto dispositivo de interações.

A pesquisa de Garcia (2012) foca outras dimensões dos processos de mediação das próprias práticas midiáticas. Destaca as relações entre mediação, tecnologias digitais, interações e crítica de mídia, através de investigação sobre as mudanças realizadas no *site* Observatório da Imprensa (OI). Particularmente, observa a reconfiguração na formação crítica da mídia devido à ampliação do circuito e circulação intermediária e intramediária.

Para isso, foi escolhido para o estudo empírico o *site* Observatório da Imprensa e que a autora visava investigar dois níveis de observação: o primeiro diz respeito às estratégias de comunicação do *site* com vista à contextualização comunicacional; o segundo, o funcionamento do dispositivo, especificamente nos processos de interação, sendo que estes dois níveis se articulam como análise central da pesquisa.

A autora, no processo de estudo, constatou que as mudanças que ocorreram em função da integração às redes sociais intensificaram o movimento de fluxos comunicacionais, fato este observado pelo número de seguidores e curtidas devido ao aumento de perfis nas redes sociais e na página do *site*.

A essa integração entre o *site* com mecanismos das redes sociais e outros dispositivos, a autora nomeou de interdispositivos e que estes permitiram processos de circulação, identificados pela autora a partir da análise das interações junto aos artigos.

Acreditamos que é possível que essas práticas de mediação manifestadas no *site* do OI se assemelham às que ocorrem nos *blogs* que estamos pesquisando, bem como o processo de circulação que acontecem em nossos dispositivos de interação (*blogs*) por força de processos e operações de mediação realizadas a partir das interações dos internautas.

A pesquisa de Gomes (2008) tem como título *A mediação do social: Globo e Criança Esperança* tematizando a realidade brasileira, na qual a autora discute, especificamente, as intervenções

televisivas na área social a partir do operador institucional Criança Esperança, da Rede Globo de Televisão, opera por meio de estratégias e tematiza questões sociais na programação da referida televisão.

A pesquisa discute sistema social e sua importância estratégica nas engrenagens da sociedade brasileira, mostrando a Rede Globo trazendo à tona as informações e as estratégias que a emissora utiliza na tematização do social. No entanto, a partir da noção de teoria de sistemas de Luhmann, mostra a tendência autorreferencial da TV como sistema social que através do operador institucional Criança Esperança tematiza diversos campos, a exemplo da saúde.

A pesquisadora demonstrou que a tematização social da Rede Globo engendrou mudanças no perfil do telespectador à medida que ele se apresenta não somente como um consumidor de informações, mas expande sua vocação e tornase um ator de ações sociais de cunho solidário, voluntário, militante, enfim, um agente social. Isso mostra que o ator social é afetado pelo sistema midiático à medida que a constituição do sujeito encontra-se vinculado às operações que a mídia elabora e estabelece os modos de sociabilidade em um contexto variado de sistemas sociais.

De fato, o programa Criança Esperança se apresenta como um operador institucional que realiza operações de autorreferencialidade apontando para o próprio sistema midiático, visto como uma estratégia para dar visibilidade às diversas manifestações midiáticas de uma sociedade em vias de midiatização. Nesse contexto, a midiatização do social se estabelece em um contexto das práticas de midiatização de receptores cuja exibição ocorre de forma variada em diversos protocolos de comunicação, a exemplo de participação via internet, telefones e outros dispositivos de interação. Nesse sentido, a pesquisa de Gomes possui enlace com o nosso objeto de pesquisa em função da complexidade de formas e modos de interação de receptores via aparatos tecnológicos.

Uma pesquisa que merece importância para a compreensão das afetações da midiatização sobre práticas sociais é a de Araújo Neto (2013) sobre investigação de midiatização da inovação científica. Examina as estratégias e operações desenvolvidas por uma experiência autorreferencial que é implementada pelo próprio ator do processo, no caso o cientista Miguel Nicolelis.

Segundo o estudo do caso, o cientista se constitui em um próprio ator dessas operações na medida em que assume postura de comunicador e utiliza diferentes mídias (redes sociais) para fazer a disseminação de sua própria atividade, mediante artigos, entrevistas e, particularmente, através do *twitter* onde é seguido por dezenas de 'parceiros'. O agente do campo científico destaca-se como um ator quando organiza um trabalho de midiatização de uma inovação por ele prometida.

A pesquisa aponta para a natureza da exposição do próprio cientista em ambientes midiáticos nos quais midiatiza o seu próprio discurso, a partir de várias modalidades de operações de enunciação. Além disso, o estudo demonstra que as práticas de midiatização do ator fazem circular discursos e estratégias

que inspiram alusão à inovação na tentativa de mobilizar internautas para interesse em pesquisas científicas.

A ação comunicacional do cientista junto às pessoas, quando do uso de protocolos digitais como um dispositivo sociotécnico no contexto de processo relacional, opera por lógicas midiáticas e implica em movimentos de circulação de temas específicos em um processo de superexposição de mídia.

O pesquisador institui em sua pesquisa o que chama de modelo de ação da circulação comunicacional. O que nos chama a atenção na análise deste estudo é como atores sociais, baseados em práticas de midiática, criam possibilidades de relacionamentos por processos sociotécnicos, nos quais circulam discursos.

Por conseguinte, outra pesquisa que merece atenção é a de Saldanha (2003), que se constitui como estudo sobre a requalificação da política eleitoral na mídia através de telejornal em função do fenômeno da midiática. Especificamente, ela investigou o cenário de operações desenvolvidas pelo campo midiático na esfera específica do telejornal, que se volta para uma apresentação e conseqüentemente à cenarização do fenômeno político eleitoral como forma de entender as novas modalidades de funcionamento dos telejornais e os mecanismos por ele acionados para requalificar o processo político eleitoral presidencial de 2002.

Nesta investigação, Saldanha demonstra que a requalificação ocorre através de acionamento de um conjunto de mecanismos editoriais, discursivos e simbólicos que expressam o dizer da política no âmbito das mídias, ou seja, a requalificação resulta das práticas telejornalísticas por meio de várias operações que submetem as falas de candidatos (políticos) a processos complexos técnicoeditoriais, regras, estratégias e discursos organizados na esfera da mídia no contexto do campo da política. A conclusão a que a autora chegou é que a lógica midiática processa na política a partir dos mecanismos que lhe são intrínsecos, como operadores de inteligibilidade postos em ação pela enunciação dos telejornais. A requalificação política eleitoral, operada pelo telejornal, se deu no encontro de operações de linguagem onde o discurso político e o midiático se encontram e se atravessam em função do fenômeno da midiática.

Logo, este estudo converge com o nosso objeto à medida que as práticas de campos sociais e midiáticos afetam-se por processos de interação, assim como, o campo jornalístico afeta o campo midiático e vice-versa, através de complexos processos de operações de práticas.

Outro importante estudo no contexto da midiática das práticas sociais é o trabalho de Chagas (2009), que aborda a midiática do fenômeno das drogas através de campanha de prevenção desenvolvida pela ONG CTdia e pela agência de publicidade OpusMúltipla. De uma forma específica, o autor examina as estratégias e operações na campanha contra as drogas a partir de campos não

midiáticos levando em conta a existência e o funcionamento da midiatização, procurando compreender como uma área tão sólida, que trata das drogas, produz um modo estratégico de uma campanha, com auxílio de operações midiáticas sendo contaminadas pelas suas lógicas para fazer um ponto de vista se tornar público.

Para tanto, o autor discutiu conceitos de midiatização, sociedade e sentido com o objetivo de debater sobre a importância das práticas e do espaço de midiatização para a produção de sentido em relação às práticas não midiáticas. Esta ancoragem conceitual permite a compreensão das estratégias e operações midiáticas na campanha antidrogas. Além disso, o autor fez análise da questão das drogas a partir de perspectiva sócio-histórica enquanto problemática social e influência da mídia no processo de construção desta realidade, bem como as operações internas entre a ONG e a empresa de publicidade.

A pesquisa constatou que a midiatização das drogas através da campanha de prevenção ocorreu pela junção dos campos sociais via configurações técnico-simbólicas que constituem e estabelecem efeitos sobre transformação de um campo de larga tradição como o da saúde, a partir de processos e operações de midiatização, o que nos faz pensar que essas configurações apresentam-se na confluência das práticas entre o campo esportivo e a mídia.

Ademais, o estudo mostrou que houve reorganização da ambiência social a partir da interação entre os campos sociais atravessados por operações de lógicas de midiatização, que neste caso não está em disputa, haja vista que o campo da saúde utiliza o campo midiático para manifestar sua política e ações simbólicas. A investigação revelou que a reorganização desta ambiência social foi manifestada a partir de operadores de mídia, marcas discursivas da cultura midiática que atravessam a campanha centrada em operadores terapêuticos.

O estudo apresentado por Chagas tem articulações com nosso objeto em função de que o campo do esportivo, a partir do fenômeno da midiatização, é tensionado pelas operações do campo midiático do jornalismo esportivo na ambiência digital à medida que há confluência entre eles em função de mútuas afetações, através de operações das práticas.

Portanto, vimos que as práticas de midiatização analisadas no contexto de campos sociais e midiáticos nos diferentes tipos de pesquisas acima permitem a compreensão de que estamos vivenciando um contexto de sociedade em vias de midiatização.

Nesse contexto, acreditamos que os processos e operações de midiatização têm modificado as relações comunicacionais na sociedade, pois envolvem complexidade nos modos de interagir entre produtores e receptores, nas estratégias de produção e recepção, em práticas e operações em dispositivos de interação. Com efeito, no âmbito esportivo, esses processos e operações de midiatização têm ensejado mudanças na processualidade das práticas esportivas na transição da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiatização, assunto que será tratado na próxima seção

deste trabalho.

2 RUMO À TRANSIÇÃO: DAS PRÁTICAS DO JORNALISMO ESPORTIVO NA SOCIEDADE DOS MEIOS ÀS PRÁTICAS DO JORNALISMO WEB 2.0

Nesta seção, procuramos apresentar, de forma breve, as práticas de jornalismo que estão acontecendo no interior de veículos de comunicação mais tradicionais e que já estariam sendo afetados por lógicas de midiatização. Assim, com a finalidade de apresentar o deslocamento de práticas jornalísticas esportivas afetadas pela midiatização às práticas de jornalismo esportivo digital, serão assinalados aspectos e marcas da existência da processualidade na transição do fenômeno da midiatização nos veículos tradicionais (impressos, rádio e televisão).

Como vemos, as práticas sociais afetadas pelos novos processos tecnológicos em uma sociedade em vias de midiatização têm encontrado no jornalismo esportivo importância fundamental, se considerarmos que o futebol é tido, por muitos, como um campo rico, enquanto reservatório para produção de agendas. Muitos veículos de comunicação têm investido em infraestrutura tecnológica com a finalidade de oferecer, ao consumidor de notícias futebolísticas, informações acerca de notícias, eventos, jogos dos clubes de futebol. Aliás, os investimentos de grandes empresas para fazer frente à concorrência para transmissão de jogos, para ter a melhor notícia, furo de notícia e outras práticas, têm sido vultuosos.

Desse modo, a midiatização das práticas esportivas na modalidade do futebol que ocorrem em veículos de comunicação sofre mudanças provocadas pela sociedade em vias de midiatização devido à inserção de novos aparatos tecnológicos no fazer jornalístico. Assim sendo, é necessário refletir sobre deslocamentos e processualidades das práticas jornalísticas esportivas de veículos tradicionais (impresso, rádio e televisão) para entender tais práticas na *web 2.0*, haja vista que os veículos tradicionais são afetados, atualmente, pelos novos dispositivos proporcionados pela internet.

3 PRÁTICAS DO JORNALISMO ESPORTIVO EM MÍDIA IMPRESSA NA SOCIEDADE DOS MEIOS

Sabemos que o jornalismo esportivo impresso no Brasil teve espaço nos jornais, segundo Coelho (2003), a partir de 1910. Eram narrativas, relatos de jogos amadores da cidade de São Paulo. O jornal *Fanfulla*, que era lido pelos numerosos italianos que viviam na cidade, em uma das edições fez a convocação dos leitores para criação de um clube de futebol. Dessa participação dos leitores, nasceu o Palestra Itália, que mais tarde se tornou a Sociedade Esportiva Palmeiras.

As práticas de se fazer jornalismo esportivo limitavam-se aos relatos dos jogos e a poucas fotografias que eram publicadas nos encartes de jornais. O esporte possuía pouco espaço. Mais tarde,

a partir de 1922¹, grandes jornais publicaram em sua primeira página fotos com lance das partidas, culminando na especialização do jornalismo nos cadernos de esportes e revistas, como, por exemplo, a revista Placar, em 1970.

Entretanto, com os investimentos e incremento nas redações dos jornais, jornais esportivos e revistas, o processo de midiáticação e as práticas de se fazer jornalismo modificaram-se: as redações complexificaram-se, o jornalista não é mais o abnegado de outrora, dos pequenos jornais. Ele tem em suas mãos tecnologias mais atuais para fazer matéria, tem acesso facilmente aos jogadores por meio de redes sociais, como *facebook*, *twitter*, às páginas dos clubes, ao presidente do clube. A distância, por assim dizer, entre o jornalista e o acontecimento diminuiu. As práticas de *paparazzi* tornaram-se frequentes. Quantos jornalistas estão na noite ou nas redes em busca de situações constrangedoras ou não de jogadores, ou melhor, dos atores esportivos?

Pois bem, parece-nos que midiaticar com suas máquinas fotográficas, celulares (*iphones*) ou outros dispositivos situações de jogadores se tornou tão importante como noticiar assuntos diretamente relacionados ao campo de futebol. Aliás, em meio a esse cenário, surge também o que se denomina de “jornalista cidadão²”, ou seja, receptores, sem formação jornalística e sem vínculos com veículos ou empresas de comunicação, mas que colaboram enviando para essas empresas ou atores vinculados a estas, notícias sobre acontecimentos, vídeos, fotos de atores sociais ou de acontecimento do campo esportivo, podendo, inclusive, publicizar em seu *blog* ou outro dispositivo, tais acontecimentos, postagens etc.

É possível que muitos jornalistas esportivos consumam notícias de outras fontes, outros campos sociais, de outros atores vinculados ou não ao campo esportivo da modalidade futebol. Aliás, há episódios de “transações” de jogadores no mercado do futebol brasileiro que foram noticiadas primeiramente pelo *twitter* dos presidentes de clube do que pelo anúncio em sala de coletiva de imprensa.

Nesse sentido, aparentemente, o jornalista esportivo que trabalha em veículos impressos leva desvantagem em relação aos furos de notícias, que são publicados em jornais *online*. Entretanto, o que normalmente acontece é que muitos deles possuem páginas pessoais, a exemplo dos *blogs*, onde são postados os furos com a finalidade de ter os créditos da notícia; e logo no dia seguinte, são postados nos jornais impressos, principalmente aqueles que não possuem páginas na internet.

Não obstante tudo isso que está sendo dito sobre a midiáticação das práticas de jornalismo

¹ Redução da mediação aos meios. Barbero(2009) afirma que o sistema de mídia está perdendo parte de sua especificidade para converter-se em elemento integrante de outros sistemas de maior envergadura, como econômico, cultural, político.

² Jornalismo cidadão é, segundo Targino (2009), o jornalismo de fonte aberta, ou seja, propenso aberto a quaisquer indivíduos e a grupo social para que externem quaisquer temas.

esportivo, a relação entre o jornalista desses veículos e o receptor é ainda um pouco verticalizada, diretiva, haja vista que em um jornal ou em uma revista o “espaço do leitor” como um canal de comunicação do receptor com o jornalista é reduzido, se considerarmos o tamanho do público consumidor do veículo, mesmo que nesse espaço do leitor existam endereços eletrônicos para enviar mensagens para a redação e não diretamente para os produtores da notícia, como se pode observar no espaço destinado ao leitor – Figura 3 – Voz da Galera, da “Revista Placar”.

Figura 3 – Voz da Galera, da Revista Placar



Fonte: Revista Placar – Edição 1368 – Julho 2012.

O espaço destinado ao leitor é pequeno e passa por processo de seleção na escolha de quais mensagens serão publicadas. É nesse sentido, que a relação verticalizada entre produtores e receptores fica cristalizada, o espaço de escuta é pequeno. Entretanto, em jornais como “O Lance”, não há um espaço específico do leitor.

Considerando que as matérias são assinadas pelos jornalistas e que estes possuem o seu próprio endereço de *e-mail*, é possível que as mensagens sejam enviadas diretamente para o jornalista,

no entanto, não há marcas no jornal se os receptores de fato entram em contato. Porém, há um espaço L! Activo – fórum – com algumas mensagens que foram veiculadas no *facebook* do referido jornal, como mostra a Figura 4 – L! Activo - fórum.

Figura 4 – L! Activo – fórum



Fonte: Jornal O! Lance -2012

O uso do fórum (indicado por uma seta na Figura 4) pelo jornal é mais uma possibilidade de interação entre internautas e os atores do jornal. O jornal “O Lance” há algum tempo possui versão digital do jornal impresso. Utiliza lógicas da midiatização para criar possibilidades de interações para com seus receptores tanto da versão impressa quanto da digital, por meio de “enquetes, *blogs*, *twitter*”. Com efeito, a midiatização das práticas no jornalismo esportivo impresso transcendeu a perspectiva apenas da reportagem e do uso de fotógrafo e imergiu a partir de novos aparatos tecnológicos da internet em outras possibilidades de comunicar, principalmente através do desenvolvimento do jornalismo *online*. Não obstante a essas transformações que as práticas do jornalismo impresso tiveram, na processualidade da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiatização, as práticas do jornalismo esportivo no rádio, também, têm sido afetadas pela lógica da midiatização.

4 PRÁTICAS DO JORNALISMO ESPORTIVO EM MÍDIA RADIOFÔNICA NA SOCIEDADE DOS MEIOS

Com o advento do rádio nos anos de 1920 e o surgimento do processo de concorrência entre as emissoras de rádio ao longo da década, aconteceu a criação de novos gêneros e de formas de veiculação radiofônica. Surgiu o gênero humor, rádio, teatro, programas musicais e programas de auditório, e, segundo Bahia (1990), no período compreendido entre 1920 a 1970 houve efervescência

na programação do rádio. Em meio a esse processo de surgimento de novos gêneros e formas de transmissão, o jornalismo esportivo foi se edificando.

Os jogos de futebol foram sendo transmitidos. Nesse sentido, recordamos que no final dos anos 70, quando desde cedo íamos aos campos para assistir aos jogos do campeonato amador – período que um irmão jogava futebol – percebíamos que as práticas do jornalismo esportivo no rádio já começavam a se modificar.

Aliás, por diversas vezes, o locutor narrava a partida sentado junto aos torcedores. Havia na realidade uma precariedade na infraestrutura no local (campo)

– não havia cabine de transmissão. Entretanto, quando assistíamos a jogos no Estádio – Antigo Estádio da Fonte Nova³, hoje reconstruído para a Copa das Confederações e Copa do Mundo de Futebol – a estrutura era bem melhor.

Ao ouvirmos a Rádio Sociedade da Bahia antes e durante a partida de futebol, a postura limitava-se em ouvir sem a devida participação nos programas. Não havia um canal de comunicação do receptor para com os radialistas e cronistas esportivos – a informação era diretiva, isto é, caminhava em uma só direção, produtor–receptor.

As práticas do jornalismo esportivo, na sociedade dos meios, limitavam-se à narração e aos comentários de atores que ficavam na cabine e às reportagens dos demais radialistas que se posicionavam próximo ao campo com o objetivo de, além de entrevistar técnicos e jogadores, informar melhor os lances polêmicos das partidas, como nos pênaltis, impedimento e outras informações que porventura o narrador solicitasse.

É possível que a estrutura da equipe do jornalismo esportivo fosse bem limitada se comparada com a estrutura de hoje na qual há grandes investimentos nas redações do jornalismo esportivo no rádio tanto em nível de recursos humanos hoje se estima que há de 15 a 20 profissionais envolvidos diretamente em um só evento (jogo) além de profissionais que trabalham para que a transmissão se propague via internet, com *a web* rádio.

Com o processo de midiatização, as práticas do jornalismo esportivo no rádio apresentaram profundas mudanças à medida que ocorreu neste meio o desenvolvimento de novos aparatos tecnológicos. Segundo Kroth (2012),

com a evolução das novas tecnologias, o rádio foi ganhando novos formatos e novos adeptos, sempre em busca de estratégias de captura da recepção a partir da adequação às exigências impostas pelo mercado. Em consequência, entende-se que a aquisição de novos recursos reforçou suas características como dispositivo midiatizador do social. (KROTH, 2012, p. 53).

³ Jornalismo cidadão é, segundo Targino (2009), o jornalismo de fonte aberta, ou seja, propenso aberto a quaisquer indivíduos e a grupo social para que externem quaisquer temas.

Considerando o rádio como um dispositivo midiaticizador do social apontado pelo pesquisador acima citado, observamos que a midiaticização das práticas no jornalismo esportivo atual tem se modificado tanto no que se refere à postura dos atores nas cabines, no entorno do campo, bem como nas redações, além disso, afetando o comportamento dos receptores nos estádios e dos internautas.

O jornalismo esportivo assumiu a lógica de midiaticização e passou por um processo de transformação importante. Contrataram-se jornalistas, ex-atletas que viraram comentaristas das partidas, ex-árbitros, profissionais que ficam em redações e estúdios para receber informações de ouvintes, internautas.

Os radialistas (narradores, comentaristas, repórteres) quase sempre possuem hoje páginas em redes sociais, como *facebook*, *twitter*, *blogs*, onde recebem e postam informações antes e durante a transmissão da partida. De fato, cresceu a constituição de microambiente de ‘peritos’ com emergência de vários especialistas, como profissionais técnicos, ex-atletas, jornalistas especialistas em esportes. Estes últimos com acesso importante junto a dirigentes de clubes, atletas e ex-jogadores.

Não é incomum alguns radialistas receberem mensagens de textos de atores sociais do campo esportivo e veicular “no ar” alguma informação relevante sobre notícias futebolísticas. Percebemos que o cenário do radialismo mudou! Antes o receptor ficava com o “radinho” no ouvido recebendo informações, hoje, além de receber, participa, com seus dispositivos móveis, de resenhas, das discussões nas páginas e dos fóruns de discussão em meio à transmissão das partidas.

As práticas sociais ensejadas pela midiaticização acabam afetando o próprio fazer jornalístico esportivo, midiaticizando-o, estabelecendo uma cultura de participação de colaboração do ouvinte, do internauta no rádio e/ou *web* rádio. É uma relação semelhante, guardadas as devidas proporções, ao que acontece nas práticas do jornalismo televisivo.

5 PRÁTICAS DO JORNALISMO ESPORTIVO EM MÍDIA TELEVISIVA NA SOCIEDADE DOS MEIOS

As práticas do jornalismo esportivo em mídia televisiva, na sociedade dos meios, eram organizadas tendo como protagonista a televisão, destacando-se como elemento instrumental que ajustava a vida do telespectador. As práticas em mídia televisiva eram organizadas única e exclusivamente para transmissão das partidas, momento em que a figura do narrador e do comentarista se destacava.

A estrutura da enunciação permitia uma interação em via única. Os modos de apresentação privilegiavam e se reduziam ao nível técnico. Esse formato, principalmente anterior aos novos protocolos de comunicação — internet, era quase que padrão nas transmissões esportivas.

A estrutura de transmissão nos estádios era montada conforme a prerrogativa do cenário do

jogo. As poucas câmeras, se comparadas atualmente, eram direcionadas ao jogo e aos jogadores, ou seja, as práticas de filmagem eram voltadas para o cenário da partida.

O telespectador nesse cenário de ambiência dos meios fica na condição de passividade diante da transmissão da televisão, ou seja, fica submetido ao palco, às regras definidas pela empresa de comunicação, no caso a televisão e sua grade. A transmissão do jogo é unidirecional – televisão receptores – limitando-se ao envio de informações pela narrativa dos narradores e comentarista do jogo.

As cenas dos lances eram mostradas em dimensão mais vertical (de cima para baixo) em função de pequena quantidade de câmeras. Além disso, existia reduzida quantidade de câmeras nas partes laterais no fundo e atrás das “traves” ou em câmera que se desloca por cabos de uma área a outra do campo, como ocorre atualmente.

O telespectador em face às transmissões esportivas e às práticas de midiáticação tem deixado de ser um mero receptor passivo diante das figuratelevisivas. Há, na visão de Gomes (2006, p. 121), uma superação da posição das pessoas diante da televisão (vista como palco), onde são consumidoras. Com efeito, as pessoas no âmbito da „plateia“, com os processos de midiáticação, passam a ser sujeitos e atores mudando a sua vocação para indivíduos ativos, capazes de interagir com o „palco“.

Dito de outro modo, em função desse novo modo de estar no mundo ensejado pela midiáticação, tornam-se telespectadores muito mais ativos em relação à realidade da sociedade dos meios, na qual as transmissões, narradores, comentaristas (palco) e os receptores eram meros consumidores do evento; ou seja, os telespectadores diante de práticas de midiáticação interagem de forma complexa junto aos programas de televisão através de vários protocolos de comunicação disponibilizados pelas empresas jornalísticas para a participação do telespectador nos programas.

Com as novas práticas do jornalismo esportivo ensejadas pela midiáticação, o telespectador, a partir de suas lógicas, cria modos de interação, participando com envio de mensagens via textos, vídeos (pergunta do internauta), como ocorre nas transmissões dos jogos da Rede Globo, Bandeirantes e outras emissoras.

Portanto, as práticas jornalísticas esportivas, considerando os novos protocolos de comunicação acompanhados pela evolução da internet e da *web 2.0*, possibilitaram mudanças no ato do fazer jornalístico esportivo em uma sociedade em vias de midiáticação. Nesse sentido, serão discutidas estas práticas do jornalismo esportivo para práticas do jornalismo esportivo na ambiência digital, assunto que será abordado na próxima seção.

Este recuo no sentido de ver algumas marcas de funcionamento da produção do acontecimento midiático nos serve para constatar que algumas das operações que se instalam com clareza, na sociedade em vias de midiáticação, já se faziam presentes através de algumas características da

sociedade precedente. Podemos dizer, conforme vamos mostrar mais adiante, que as marcas se explicitam com o advento e a potencialização das tecnologias convertidas em meio através da *web 2.0*.

6 PRÁTICAS DE MUDIATIZAÇÃO DO JORNALISMO ESPORTIVO NO CENÁRIO DA WEB 2.0

Conforme anunciamos, nesta seção, vamos discutir de modo específico, as incidências da cultura digital sobre práticas do jornalismo esportivo. No contexto dos protocolos *web*, enfocamos de modo sucinto o cenário de constituição da internet, enquanto espaço de rede. Em um segundo momento, focalizamos o jornalismo esportivo no âmbito da *web 2.0*, buscando mostrar como a midiatização está sendo manifestada através de dispositivos como portais, *sites* e *blogs*, enquanto instâncias que vão gerar novas possibilidades de contato de ambiente de produção e recepção. Em um terceiro momento, abordamos o *blog* enquanto operador específico que vai produzir novas interações, destacando-se inicialmente como um novo elo de contato entre leitores e o mundo jornalístico.

Desde a sua construção em 1969, a internet se formou a partir da interação entre ciência, pesquisa universitária fundamental, programas de pesquisa militar⁴ e a contracultura radical libertária. Em 1994, a partir da *world wide web (www)*, teve em suas aplicações grande processo de desenvolvimento. Ela cresceu de uma forma importante e atua em diversas áreas, em campos midiáticos, enfim, da vida humana. Aliás, nas palavras de Castells (2003, p. 255), “internet é o tecido de nossas vidas neste momento. Não é futuro. É presente. Internet é um meio para tudo, que interage com o conjunto da sociedade e, de fato, apesar de tão recente em sua forma societária”.

Essa afirmação proposta por Castells, se instaura em um contexto da internet, cujas aplicações transcendiam à versão mais básica chamada *web 1.0* durante o período de sua formação (1994) para a versão mais participativa e colaborativa conhecida como *web 2.0*⁵ em que foram desenvolvidas ferramentas a partir do crescimento das linguagens – clientes/servidor⁶ e aplicações na *web*.

A Internet sai de uma fase em que o usuário se satisfaz com o conteúdo que lhe é ofertado, nas primeiras páginas estáticas, pouco atrativas e com poucos operadores de interação (*web 1.0*) para uma *web 2.0* das possibilidades da integração de tecnologias e convergência midiática (tecnologias e conteúdos).

⁴ Segundo Castells, é um mito pensar que a internet – que nasce de um programa militar – teve aplicações militares. Houve financiamento militar nas pesquisas dos cientistas para fazer seus estudos informáticos.

⁵ O termo foi criado por Tim O Reilly – da O Reilly Media – junto com Dale Dougherty durante o período de 2004 e 2005 em São Francisco (Estados Unidos), com a finalidade de nominar uma nova fase da web que permitisse mais liberdade ao usuário, que deixa de ser passivo e passa também até o papel de produzir, “mixar” e classificar o conteúdo.

⁶ Linguagem como Active Server Pages – ASP (páginas ativas de servidor) e Hypertext Preprocessor – PHP (criação de páginas dinâmicas), aplicações dinâmicas como Javascript e ActionScript, aplicações em Flash contribuíram, junto com outras linguagens, para o desenvolvimento de aplicações web.

Essas aplicações na internet possibilitaram: incremento à comunicação por completo a partir de diferentes protocolos de comunicação e convergência entre eles; potencialização das relações sociotécnicas dos participantes; emergência de mercados discursivos em função de complexidade de interações entre atores sociais; e comunicação de forma direta e sob diferentes tecnologias, inclusive em tempo real.

De fato, a internet e suas aplicações *web* permitiram um maior

“embaralhamento” no funcionamento de setores econômicos, sociais, culturais, bem como nas formas de relacionamento entre ações à medida que permitiu maior acesso e encurtamento das distâncias entre as ações presenciais e *online*, graças ao seu alto potencial de interação.

Na *web 2.0*, ocorreram processos de convergência midiática do ponto de vista das tecnologias: integração de diversas mídias em um tipo de arquitetura e/ou protocolo (imagem, vídeo, áudio, texto e hipertexto em seus diferentes formatos e configurações), sendo manejado tanto por produtores, quanto por receptores.

Do ponto de vista do conteúdo, esta convergência teve nas novas estratégias comunicativas a oportunidade de circular conteúdos, produtos para outros circuitos, através de diversos mecanismos de interação e de novos dispositivos assíncronos (fora do tempo real), como nos fóruns, *blogs*, listas de discussão etc., e síncronos (em tempo real), como nos *chats*, webconferência e aplicativos em tempo real.

Este cenário de aplicações e de possibilidades de interação na internet permitiu uma nova realidade social e cultural, denominada por muitos estudiosos como ciberespaço, constituído de espaços de interação, trocas simbólicas e manifestações através de diferentes aplicações *web* convertidas em meio de comunicação. O jornalismo esportivo se apropriou deste cenário e passou a explorar suas potencialidades.

7 CIBERESPAÇO, COMUNIDADES DIGITAIS E JORNALISMO ESPORTIVO

Ciberespaço é um termo criado a partir da novela de ficção de Willian Gibson, em 1984, chamada de *Neuromancien*, o qual foi designado no universo das redes digitais como “[] lugar de encontros e de aventuras, terreno de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural [..]” (LEVY 2007, p.104). De fato, o ciberespaço é uma ambiência de contato, relacionamentos, tensionamentos entre internautas, culturas, criações, ideias, mobilização de produtos simbólicos etc. É lugar de processos comunicacionais, de relacionamentos de produtos midiáticos, no qual participantes imergem em uma nova realidade social e cultural. Ainda Levy (2007) afirma:

O ciberespaço designa menos os novos suportes de informação do que os modos originais de criação, de navegação no conhecimento e de relação social por eles propiciado [...] o hipertexto, a multimídia interativa, os videogames, a simulação, a realidade virtual, a telepresença, a realidade aumentada [...], os groupowares (instrumentos de ajuda na cooperação), os programas neuromiméticos, a vida artificial, os sistemas especialistas etc. (LEVY, 2007 p. 104).

Nesse sentido, o ciberespaço oferta possibilidades relacionais de criação, de cultura e acesso à informação de atores sociais em interação. Com efeito, instaura-se a noção de cibercultura, compreendida aqui na visão de Lemos (2010) como sendo uma forma sociocultural que surge, através das redes digitais da *web*, que transforma hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmos de produção e distribuição da informação, criando novas relações de trabalho, de sociabilidade e de processos de comunicação.

O ciberespaço como uma ambiência relacional possibilita a formação de comunidades digitais⁷ de interesses comuns e diferentes que produzem, armazenam e fazem circular produtos simbólicos, via discursos, através de protocolos e ambientes digitais. No campo do jornalismo esportivo, estas manifestações de formação de comunidades são aclaradas a partir do incentivo, da necessidade de fidelização de receptores junto às páginas de empresas jornalísticas e de páginas *web* como *blogs* e redes sociais de jornalistas, como vamos ver na análise das interações entre produtores e receptores no capítulo 5.

Entretanto, a exploração do ambiente do ciberespaço pelo jornalista faz-se a partir de acesso à informação, ao circuito e a agentes ligados ao campo esportivo, não somente para consumir informação, noticiar, mas, também produzir novos acontecimentos no âmbito esportivo, a exemplo de jornalistas que especularam, através de fontes ou de notícia replicada de outros *sites*, sobre a dispensa ou não do técnico Tite, do Corinthians, ou da contratação de Mano Menezes para a temporada 2014. Essas disputas em busca das notícias entre jornalistas de diferentes portais, *blogs* e redes sociais parecem ser uma tônica no âmbito do jornalismo esportivo, pois estão sempre em processo de pesquisa dos acontecimentos futebolísticos.

O ciberespaço oferta grande quantidade de informação aos jornalistas esportivos, pois se apresenta como lugar de informação – base de dados importante para compilação de informações acerca de assuntos relativos ao campo esportivo.

Muitos jornalistas setoristas que trabalham junto aos clubes de futebol utilizam parte do tempo para acessar as redes em busca de notícias relacionadas e complementares da esfera ou não do futebol. Eles acessam a páginas de portais, *sites*, redes sociais de outras empresas jornalísticas, diferentes das

⁷ Acionamos este termo para designar as comunidades virtuais com base nas concepções de Rheingold (1996), Castells (2007) sobre grupos sociais que surgem na internet de interesses comuns sob diferentes objetivos. Na concepção de Lemos e Levy (2010), essas comunidades constitui-se como grupo social que se relaciona por intermédio do ciberespaço.

instituições pelas quais está vinculado, com a finalidade de coletar acontecimentos, discursos, notícias de jogadores, dirigentes etc.

Com efeito, o cenário do jornalismo esportivo a partir da chamada *web 2.0* complexificou a atuação de jornalistas e do jornalismo digital à medida que, como bem aponta Machado (2002, p. 8), o jornalismo nas redes altera práticas de produção tradicional de notícias, haja vista que “[...] o repórter antes de sair em perseguição de uma personalidade qualquer para recolher uma declaração sobre determinado fato deve empreender um levantamento dos dados para elaborar a notícia [...]”. Parece-nos que, no âmbito do jornalismo esportivo, tal atitude torna-se prática importante para acesso aos acontecimentos por conta das potencialidades oportunizadas no cenário jornalístico da *web 2.0*.

8 CENÁRIO JORNALÍSTICO ESPORTIVO NA WEB 2.0: PORTAIS, SITES E BLOGS

O jornalismo esportivo na ambiência digital é compreendido como um tipo de jornalismo especializado, cuja natureza se destaca como um “lugar de interação” de produtores e receptores de discursos. Sua atividade editorial e discursiva gira em torno da promoção do acontecimento esportivo, algo mais amplo do que a mera veiculação de fatos via transmissões ou veiculações do impresso. Trata-se de uma atividade complexa que envolve presença de vários campos sociais-midiático, esportivo, publicitário, tecnológico, político etc., e que são espaços de contato entre agentes, produtores, jornalistas, campo esportivo e receptores.

Neste âmbito do jornalismo, a “[...] zona de contato” seria organizada pela atividade jornalística no intento de ser o local onde instituições dessa natureza e seus atores tecem interações com receptores, acionando suas estratégias no âmbito deste espaço (FAUSTO NETO; SGORLA, 2013, p. 3). De fato, os portais, *sites* e *blogs* aparecem como um dispositivo de interação, ensejado pelas empresas jornalísticas e por jornalistas, nos quais leitores põem-se em diálogos e interpenetrando com sistemas midiáticos.

Um conceito derivado desta noção de zona de contato pode ser entendido como “zona de interpenetração” entre meio e sistema midiático, conforme a análise que é desenvolvida por Fausto Neto e Sgorla (2013, p. 1). Valendo das reflexões de Luhmann sobre tais relações, os autores chamam atenção para um trabalho de reciprocidade entre meio e sistema midiático.

Assinalam que ocorrem processos de penetrações de um sistema com suas lógicas em um meio, o qual, por sua vez, penetra com suas lógicas no sistema. Com efeito, a partir desta lógica, leitores em contato com dispositivos de interação são afetados pelos sistemas midiáticos, bem como os afeta, ocorrendo, assim, mútua penetração.

Nesse contexto é que aparece o leitor nos variados formatos jornalísticos, participando e

seguindo várias induções da atividade cotidiana através de discurso. Isso significa dizer que compreendemos o leitor como ator que mantém no dispositivo um vínculo estratégico que é respondido a várias modalidades de interações.

Nessa perspectiva, aparece o leitor como operador do jornalismo que atravessa a fronteira de sua condição “de consumidor” para se tornar um agente integrado de sistema de coprodução jornalística enquanto participante ativo que interage, propiciando mudanças na rotina do jornal. Neste mesmo cenário, por sua vez, o jornalista esportivo torna-se um consumidor de notícias, interagindo com outros sistemas midiáticos e com receptores.

De fato, essa mudança nas práticas e nas posturas de atores sociais (produtores e receptores) está relacionada com o processo de midiaticização sobre as empresas jornalísticas que atinge as rotinas das redações, cujos efeitos recaem sobre processos de produção da notícia. Canavilhas (2001, p. 2) chama a atenção sobre o emprego de tecnologias da informação e comunicação, especificamente de “elementos mediáticos” — convergência de texto, som e imagens — no âmbito do jornalismo culminando em mudanças nas rotinas e produção de notícias.

Canavilhas (2001), ao se referir à introdução de elementos mediáticos no cenário do jornalismo, assinala a noção de webjornalismo como instância para o desafio da webnotícia, ou seja uma notícia “[...] mais adaptada às exigências de um público que exige um maior rigor e objetividade” (p. 2). Ressaltamos que o referido autor, a partir do trabalho de Murad, esclarece que o conceito de jornalismo online se difere do webjornalismo, em função do primeiro termo estar associado mais ao suporte técnico e com o meio enquanto o segundo relacionado aos elementos multimídia que altera toda produção noticiosa.

Diante da noção de webjornalismo, elementos como interatividade, hipertexto e hiperlinks são aspectos importantes, por serem elementos mediáticos que ofertam possibilidades interativas e que devem ser explorados pelas empresas jornalísticas e jornalistas. Salientamos que estas características são defendidas por vários autores quando descrevem requisitos importantes para o jornalismo.

Longe de querer discutir conceitos sobre os tipos de jornalismo que ocorrem a partir das novas tecnologias e suas especificidades, temos características peculiares quanto ao uso pelas mídias. Sallaveria e Sancho (2007) chamam a atenção para a importância de requisitos no desenho de projetos de ciberperiodismo, afirmando que este deve possuir elementos como hipertexto, metainformativo, interativo, multimídia e multiplataforma e que afetam a produção do jornalista.

Canavilhas (2001) defende as características de interatividade, hipertexto, som e imagem e que, segundo ele, são desafios para jornalistas. Palácios (2004), a partir de estudos sobre Bardeol e Deuze, apresenta cinco características que o jornalismo na *web* deve conter: a) multimídia/convergência; b) interatividade;

c) hipertextualidade; d) personalização; e) memória.

Essas características apontadas por diferentes autores delineiam a compreensão de que o jornalismo digital em uma sociedade em vias de midiatização possui atributos importantes para processos de interação social, se considerarmos a diversidade de plataformas de mídia/*websites*.

Com efeito, essas características no jornalismo esportivo na web têm propiciado complexidade de interações de atores sociais, junto aos *sites* e *blogs*, através de mecanismos de interação que levam a páginas do dispositivo, arquivos, hipertextos, som, imagem/vídeos, bem como páginas pessoais em redes sociais e *blogs*.

A experiência deste pesquisador com os quatro *websites/blogs* tem mostrado que os processos de interação são facilitados pela oferta de mecanismos de interação. Ressaltamos que os *blogs* relacionados à modalidade futebol possuem maior participação de internautas do que outros esportes como automobilismo, voleibol etc. O artigo de Castro (2012) sobre jornalismo *online* e midiatização da recepção oferece pistas para compreender como os receptores são convidados a participar e colaborar, assumindo papel de coprodutores da enunciação.

Na realidade, o referido autor aponta para as novas práticas que caracterizam o jornalismo *online* em função do cenário instituído de “novos padrões discursivos da realidade”. Neste contexto, os receptores se manifestam produzindo discursos, segundo certas condições estabelecidas pelas regras impostas pelos novos padrões discursivos, e que passam pelo crivo jornalístico através de suas práticas. Logo, os receptores participam, interagem e coproduzem discursos.

Assim, a midiatização no jornalismo esportivo na ambiência digital reconfigurou o perfil e a participação do receptor, que imergiu, através de lógicas e estratégias midiáticas, em diversos dispositivos, a exemplo de *blogs*, *wikis*, fóruns, enquetes etc. Com a midiatização ocorreram modificações nas práticas discursivas nas quais o jornalista se destacava como único produtor. Agora, resguardadas as precondições das mídias, os receptores participam nas práticas do jornalismo digital. Atualmente, no jornalismo esportivo digital, os receptores participam com comentários, noticiam fatos, afetam a agenda midiática, criticam em *blogs* e outros dispositivos da internet fazendo circular possíveis sentidos que são gerados no contexto das múltiplas estratégias de circulação. Com efeito, após apropriação de sentido, são gerados novos sentidos por múltiplas estratégias de circulação de discursos.

Em síntese, os modos do jornalismo esportivo são engendrados sobre certas condições fazendo emergir arquiteturas, mas também que são afetadas por vínculos expressos em lógicas pelo sistema de produção, no sentido de permitir, através de suas arquiteturas, formas novas de interação que culminam em relações de natureza sociotécnica fazendo desembocar em audiência e fidelidade de seus internautas.

Para tanto, as empresas jornalísticas têm investido em arquitetura e dispositivos de interação em seus portais, *sites* e *blogs* com a finalidade de dar conta da nova complexidade de uma realidade social, midiática, que se instaura em meio à sociedade em vias de midiaticização. Com efeito, as características do jornalismo esportivo digital convergem com o desenvolvimento e requisitos destes protocolos. Nesse sentido, há necessidade de se compreender o que são os portais, *sites* e *blogs*, como se apresentam e quais suas características na ambiência midiaticizada.

9 PORTAIS, SITES E BLOGS NA AMBIÊNCIA DA MUDIATIZAÇÃO

Portais, *sites* e *blogs* são dispositivos interacionais que possuem características variadas, mas que em sua essência visam à atração e manutenção (audiência) dos internautas, através de novas formas de vínculos. Funcionam como ponto de contato com atores sociais que interagem e manifestam-se nos mais variados mecanismos de interação. Entretanto, apesar de sua natureza comunicacional, produção e recepção travam a experiência de contato segundológicas, motivações e convicções que lhe são específicas e, portanto, distintas.

Um *site* ou *website* é um conjunto de páginas hipertextuais acessíveis via navegador – protocolo internet – no qual são organizadas dentro de um mesmo servidor ou diretório. São acessadas a partir de *links*, seja para a estrutura interna do próprio *site* ou externa, ligadas a outros *sites*. O conjunto de *sites* públicos forma a *world wide web* – um sistema de documentos de textos, áudio, vídeos, imagens e outros objetos definidos como hipermídia, e que são acessados por meio de ligações hipertextuais. Os *websites* são configurados através de diferentes formatos: páginas pessoais; institucionais; de informações, como *blogs*, *podcast*; de aplicações, como planilhas de textos, *software*; armazenamento de informações, como banco de dados; comunitários, voltados para comunicação entre pessoas, tais como as redes sociais.

A noção apresentada por Ferrari (2009) sobre portais compreende como um sistema que apresenta, “[...] na página inicial, chamadas para conteúdos díspares de várias áreas e de diversas origens”. Na visão da mesma autora, essa capacidade ajuda a formar comunidades de leitores digitais em torno das temáticas. A estrutura do portal contempla mecanismos de interação variados: links a páginas, sistema de interação assíncrono como fóruns, listas etc., bem como operadores síncronos, a exemplo do *chat*. Entretanto, segundo Ferrari (2009, p.10), um *site* (sítio, conjunto de páginas *web*) para ser considerado um portal deve apresentar os seguintes requisitos e características que foram por nós adaptados para este texto:

- **Ferramentas de busca** – permitindo que internautas, a partir de palavras-chave, possam navegar por meio de *links* a páginas com conteúdo e/ou outras páginas, *sites*.
- **Comunidades** – preferências de consumo e perfil dos internautas.

- **Comércio eletrônico (e-commerce)** – oferta de produtos variados definidos a partir das características do perfil de cada comunidade que atende.
- **E-mail gratuito** – recurso para manter o internauta fiel.
- **Entretenimento e esportes** – são áreas, que segundo a autora, possui maior visitação nos portais. Em esportes, predomina o conceito de global e local: informam-se os resultados das competições internacionais e nacionais sem esquecer os campeonatos regionais e locais. Em entretenimento, os portais possuem guias de TV a cabo, cinema, teatro, *sites* de astros de cinema e da TV, de fofocas e jogos *online*.
- **Notícias** – apresentação de noticiário jornalístico nas páginas, através de *links* para outras páginas ou parcerias de conteúdos. Há barra de *menus* com *links* para editorias como Negócios, Mundo, Entretenimento, Esportes, Tecnologia, Ciência e outras temáticas conforme o perfil do portal.
- **Previsão do tempo** – informação da previsão de tempo para as cidades em nível mundial/nacional/regional.
- **Chat** – disponibilidade de salas de bate-papo sobre assuntos variados agrupando internautas por temáticas variadas (religião, esporte, sexo, saúde etc.).
- **Discos virtuais** – *sites* que disponibilizam, gratuitamente, um espaço em seus servidores para usuário armazenar qualquer tipo de arquivo.
- **Home pages pessoais** – oferecimento ao internauta da possibilidade de construir sua própria página pessoal, seja para expor fotos da família, hospedar um trabalho escolar ou colocar um currículo na rede. O *site* GeoCities é um exemplo de hospedeiro de páginas.
- **Jogos online** – disponibilidade de jogos como xadrez, quebra-cabeça, jogos de dados, pôquer, Quiz. Essa área possui grande audiência, grandes geradores de *page views* (número de acesso às páginas).
- **Páginas amarelas** – guias de serviços e acesso a produtos, como mapas, ruas, telefones úteis, informações onde tirar carteira de trabalho, licenciar veículos etc.
- **Mapas** – mapas de ruas, cidades, estradas, tráfego aéreo, tudo que o usuário imaginar em matéria de mapas na rede.
- **Cotações financeiras** – preço do dólar, ouro, papéis, bolsas de valores.
- **Canais** – conteúdos originais ou terceirizados que ajudam o usuário a navegar e demarcar os assuntos estratégicos para a solidez do portal como negócio.
- **Mapa do site** – lista com todos os nomes dos canais, seções e serviços em *links* para que o usuário possa navegar com maior facilidade por dentro do portal.

- **Personalização** – personalização de conteúdos *web*. Possibilidade de flexibilização e liberdade para mudar o formato da *home page*, como por exemplo, substituir o botão de entrada da sala de bate-papo pela agenda de programação do cinema. Tudo isso como forma de manter fidelidade do internauta ou aumento de tempo de navegação no próprio portal.

Obviamente, essas características assinaladas pela autora podem variar de páginas em páginas, mas o que é relevante em um bom *website* (portal, *sites* ou *blogs*) é a oferta variada de **mecanismos de interação**, bem como padrões essenciais de **usabilidade**⁸. Em um portal esportivo, deve-se ter em sua arquitetura um guia que apresente informação relativa aos esportes em nível nacional, apontando várias modalidades e dando ênfase ao esporte mais praticado no país, a exemplo do futebol. Além disso, deve possuir conteúdo especializado em um assunto mesmo de origem de páginas terceirizadas – replicadas.

Outra característica no guia é apresentar informação de esporte internacional, regional e local, possibilitando assim ao internauta maior fidelidade ao portal. Outro fator importante é estabelecer **padrão de usabilidade**, ou seja, permitir que o internauta possa com poucos “*clicks*” acessar locais das páginas de áreas/temáticas de seu interesse, dessa forma, acarretar nele maior satisfação e fidelidade ao portal.

Com relação aos **mecanismos de interação**, são considerados os recursos que permitam o internauta navegar no e pelo sistema para estabelecer interação. São eles: *hyperlinks*, dispositivos síncronos de comunicação em tempo real, como os *chats*; dispositivos de comunicação assíncronos, como fóruns, *blogs*, *links* às redes sociais. É pela qualidade desses recursos que os *websites* podem ser compreendidos como um dispositivo de contato.

10 WEBSITES COMO DISPOSITIVOS DE CONTATO

Primeiramente, para compreendermos um *website* como dispositivo de contato é necessário entendermos o que são dispositivos, como funcionam através do portal. Para tanto, diversos estudos tendo a midiatização como objeto apontam os dispositivos como um conjunto complexo de objetos que permitem fazer funcionar processos de comunicação através de práticas sociais, e que esses objetos não são neutros e não são externos ao processo comunicacional, ou seja, estão sempre “incrustados” em

⁸ Perspectiva do campo da informática que analisa a qualidade de interface de home pages, permitindo avaliar o sistema quanto à eficácia, eficiência e satisfação do usuário em acessar e navegar pela página. Possuem heurística que procura avaliar: visibilidade do status do sistema, compatibilidade do sistema com o mundo real, controle do usuário e liberdade, consistência e padrões, prevenção de erros, reconhecimento, flexibilidade, estética etc.

todo ato de comunicar, ato de produção, recepção, circulação.

Ferreira (2006, 2009) assinala, a partir de estudos sobre Peraya (1999), que a noção de dispositivo está relacionada à concepção triádica – sociedade, tecnologia e linguagem. O modelo triádico contribui no sentido de compreender que as diferenciações epistemológicas no campo da comunicação se estabelecem e se desenvolvem através de três grandes linhagens: a) os grandes mercados incidem sobre processos semiolinguísticos e discursivos, e as apropriações técnicas e tecnológicas dos meios; b) os sentidos nascem nas esferas, e os sentidos sociais são desdobramentos; c) condicionamentos impostos pelas técnicas e tecnologias. Essas três linhagens operam, segundo o mesmo autor, de forma simultânea, não se neutralizam e estão ao seu turno em processo de engendramento.

Assim, para Ferreira (2010), dispositivo midiático é compreendido como “incidências nos processos sociais e nos processos de comunicação que emergem dos acoplamentos, defasagens, interpenetrações entre processos de interação, de linguagem, de técnica e de tecnologia” (p.67). Outros estudos assinalam também para a relação entre técnicas de produção de signos e processos de circulação discursiva.

Nesse contexto, Traversa (2011) aponta para a noção de dispositivo enquanto relação entre a produção de sentido e circulação. Para ele, a relação entre técnicas de produção, especificamente como os textos são produzidos e organizados e técnicas sociais, como as práticas, os usos que dizem respeito à circulação produzem efeitos sobre os métodos de produção de sentido. De uma forma específica, as concepções apontadas acima possuem contornos de aparatos tecnológicos à medida que convergem e se apoiam mais em técnicas, recursos tecnológicos do que nos discursos ou na noção de dispositivo enquanto sistema de comunicação na qual as falas ou diálogos se articulam em meio à produção e recepção.

Mesmo considerando a importância que as perspectivas possuem para o entendimento da noção de dispositivo e sua complexidade, vamos tomar a noção de dispositivo interacional por entendermos que os *blogs* analisados nesta pesquisa funcionam como um lugar de fala, de matriz interacional e de ponto de contato entre sujeitos em interação.

Nesse sentido, Braga (2011), a partir de investigação sobre aspectos comunicacionais – em estudos sobre cem casos empíricos e nos últimos artigos produzidos, apresenta a hipótese segundo a qual os dispositivos interacionais são locais de diálogo e de tensão mútua de conhecimentos que geram perguntas, proposições e interações. Para o autor,

[...] dispositivos interacionais podem ser adequadamente esse “lugar de observação”. Cada episódio comunicacional, na sua prática de fenômeno em ação, recorre a determinadas matrizes interacionais e modos práticos compartilhados para fazer avançar a interação. Tais matrizes – culturalmente disponíveis no ambiente social (e em constante reelaboração e

invenção) correspondem ao que chamamos aqui de “dispositivos interacionais”. (BRAGA, 2011, p.5)

Nesse sentido, tendo a noção de dispositivo como lugar de “interação”, de movimento discursivo, inventivo, de “embaralhamento” cultural e tensionamento, partilha de discursos e de formação de mercados discursivos, os *websites* e os *blogs* se apresentam como um dispositivo de contato por sua qualidade, por permitir conexões via recursos (operadores) e práticas para reunir internautas, gerando “zonas”, comunidades, laços sociotécnicos.

Nessa perspectiva, os *websites*, como ponto de contato, são um espaço onde se reúne e se produz e opera um mercado discursivo⁹ no qual atores sociais deslocam-se de suas fronteiras e imergem em dispositivos produzindo signos, discursos e discursividades.

Nessa mobilização de discursos, são engendrados novos sentidos, apontando objetos, modos de comunicar, pois pelos diferentes dispositivos e ferramentas, os atores/leitores encontram um “lugar de interação”, de tensionamentos, de cooperação e de colaboração, e que pela apreensão de lógicas midiáticas, suas práticas são manifestadas por meio de discursos. Dito isso, ressaltamos que os *blogs* enquanto **dispositivos interacionais** têm sido fundamental nas práticas de jornalismo digital porque se transformam em ator a partir da interação de seus leitores.

11 O BLOG COMO UM DISPOSITIVO DE INTERAÇÃO

O *blog* é, sem dúvida, como vimos, um dispositivo interacional expressivo no jornalismo esportivo à medida que se constitui em espaço de enunciação, falas e tensionamento, geradores de práticas interacionais que geram sentidos. Os *blogs* ou *weblogs* são, segundo Orihuela,

[...] páginas pessoais na *web* que, à semelhança de diários *online*, **tornaram possível a publicar na rede**. Por ser publicação *online* centralizada no usuário e nos conteúdos e não na programação ou no *design* gráfico, os *blogs* multiplicaram os leques de opções de internautas de levar para a rede conteúdos próprios sem intermediários, atualizados e de grande visibilidade para pesquisadores (ORIHUELA, 2007, p. 2, grifo nosso).

Em sua constituição inicial, os *blogs* se apresentavam como diários *online*, nos quais atores postavam assuntos pessoais, biográficos, concernentes a fatos particulares ou individuais. Entretanto, os *blogs* são utilizados por instituições, também, sejam elas de natureza jornalística ou não.

Os *blogs* surgiram da própria rede, na década de 90, sendo que a primeira página foi a página *What's New?* (O que há de novo?) em 1992, publicada por Tim-Berns Lee, e que possuía características

⁹ Entendido aqui com base na noção de mercado discursivo fruto da relação entre produção, recepção e circulação ficando evidenciado nas operações de feedbacks proposto pelo esquema de de Veron (1997). Em nosso juízo o mercado discursivo se manifesta em nossa investigação como a relação entre o blog como dispositivo de interação e a relação entre produtores e receptores produzindo circulação.

de coluna, a qual se apresentava como um espaço de divulgação e novidades sobre o projeto *world wide web*, a exemplo de endereços de *sites* que estavam sendo criados (ARIHUEL, 2007; AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009; FOLETTTO, 2009) .

Entretanto, há diferentes tipologias e classificações. Segundo Silva (2003), há *blogs* individuais que se caracterizam pela autoria individual da narrativa de seu criador em que ele controla, modera, publica e possui autonomia diante do dispositivo, podendo estar vinculado ou não a empresas jornalísticas, a exemplo de *blog* coluna.

Existem *blogs* coletivos, onde existe autoria coletiva na produção da narrativa do *blog*, no qual há autonomia de moderadores e usuários na participação do *blog*, podendo alterar configurações, *layout* e de autorização para publicar e/ou editar no *post* (postagem).

Silva (2003) categoriza *blogs* como temáticos, baseados em tema específico ou de área de interesse comum, exemplo de *blogs* educacionais, jornalísticos, espirituais, dentre outros temas. Ademais, há *blogs* de natureza livre, onde são publicados temas variados. Quando não se detém a um único tema, são *blogs* de fofocas, diários, notícias.

Entretanto, ao considerar a versão mais atual dos *blogs*, percebemos que há um deslocamento de suas funções principalmente se considerarmos o jornalismo digital, biográficos, de diários pessoais e íntimos ou de adolescentes na *web* para tornar-se um dispositivo de produção e divulgação de conteúdos, conforme assinala Escobar (2009), ou seja, um dispositivo de enunciação noticioso, capaz de ser um espaço de contato entre internautas onde se produz sentido, discursividades.

O jornalismo esportivo tem se apropriado do *blog* por ele se apresentar como um espaço noticioso de fácil criação e utilização – em que internautas são convidados a participar, comentar matérias/narrativas de seus produtores, ou melhor, interagir no dispositivo.

Além disso, por ser um dispositivo de poucos mecanismos de regulação à participação de receptores (alguns *blogs* dispõem de operador de cadastro simples do participante, como colocar nome e *e-mail* antes de enviar mensagens, outros não possuem qualquer tipo de aspectos regulatórios) é que torna o *blog* um dispositivo de interação importante no jornalismo digital. Escobar (2009) chama a atenção de que o caráter de “personalização” é que faz do *blog* uma ferramenta jornalística.

Entretanto, os *blogs*, atualmente, possuem características bem diferentes dos primeiros *blogs*, graças às possibilidades trazidas pela *web 2.0*, como a capacidade por meio de *links*, vistos como o “[...] elo, ou vínculo – é uma maneira de traçar conexões entre coisas ou de forjar relações semânticas” (JOHNSON, 2001, p.84).

Isso significa dizer que os *links* presentes nos *blogs* são operadores de mediação que conectam os internautas a objetos hipermídicos, como imagens, vídeos, áudios, textos, bem como ambientes e outros dispositivos midiáticos como circuitos para o interior e além *blogs*, a exemplo de

redes sociais e outros protocolos de comunicação.

O recurso ou operador para comentar a narrativa varia conforme a qualidade do próprio circuito. Há *blogs* em que os internautas não precisam de operadores regulatórios – realizar cadastro ou ter aprovação de moderador – para comentar a narrativa; outros não precisam de aprovação para que os receptores possam participar.

Ademais, o formato de *post* (postagem) pode variar conforme sua estrutura: a maioria dos *blogs* apresenta registro de forma vertical/linear em ordem cronológica inversa, ou seja, os comentários são alinhados da ordem do mais recente – data e hora da postagem – para o menos recente.

Os registros dos comentários são direcionados ao operador da própria narrativa, ficando gravada mensagem em forma de lista, sem qualquer tipo de possibilidade de vínculo entre os receptores, não possibilitando qualquer inferência direta ao comentário de outro receptor.

Entretanto, há *blogs* cuja estrutura de registro permite que receptores não somente participem (clitando) no operador para comentar, como também podem comentar por meio de operadores *post* de outros receptores. O internauta tem a autonomia para clicar em respostas de outros receptores que estão participando das discussões em torno da narrativa do produtor. Igualmente, há *blogs* que não disponibilizam mecanismos de participação, são *blogs* “coluna”, semelhantes às colunas dos jornais impressos.

Os *blogs* são considerados uma categoria de webjornalismo, como aponta Escobar (2009), pois muitos blogueiros (jornalistas) estabelecem atualização contínua – como ocorre no webjornalismo de portal. Na sociedade em vias de midiatização, muitos jornalistas afetados pelas tecnologias têm procurado publicar notícias em seus *blogs* antes ou após a publicação em veículos tradicionais. Aliás, convém ressaltarmos que muitos jornalistas esportivos que trabalham em veículos impressos possuem *blogs*.

Os *blogs* enquanto dispositivos são numerosos e ocupam lugar de destaque no jornalismo, conforme vimos, devido à facilidade de criação e hospedagem. Os *blogs* articulam-se na internet graças aos seus vínculos, ou seja, os *blogs* normalmente possuem *links* a outros *blogs* temáticos, ou a *blogs* de endereços de outros *blogs*, formando assim uma ambiência conhecida como blogosfera (universo dos *blogs*), fruto de práticas de midiatização.

12 O BLOG NA INSTÂNCIA DO JORNALISMO ESPORTIVO

As práticas de midiatização do jornalismo esportivo na ambiência digital em um contexto da *web 2.0* têm se manifestado através de ferramentas, de portais, *sites* e *blogs*, onde produtores e receptores produzem interações e são mobilizados em universo de mercados discursivos, a partir de protocolos de comunicação, ensejando novas práticas e novos sentidos a começar da circulação de

informações, ou seja, internautas em suas práticas criam novos modos, formas de inteligibilidade, novos circuitos de informação.

Nessa perspectiva, o jornalismo *online*¹⁰, em sua constituição, apresenta características de participação e colaboração na ambiência digital por dispor de qualidade e potencialidades nos diversos protocolos, dispositivos e ferramentas síncronas, contidas em portais e *sites*. Entretanto, na ambiência digital, através do uso de blogs, as características do jornalismo esportivo permitem que as soluções tecnológicas convertidas em meio propiciem aos atores (jornalistas) toda uma infraestrutura para que eles passem a informar, criticar, emitir opiniões e esclarecer receptores acerca de eventos, notícias, jogos e toda e qualquer informação concernente ao “mundo esportivo”.

No Brasil, temos uma infinidade de *blogs* que se situam como uma nova forma estruturada na qual o jornalismo é praticado, e que noticiam informações sobre eventos relativos ao futebol que ocorrem no cenário internacional, nacional, regional e local. No caso específico observado nesta pesquisa, o jornalismo esportivo tem se estabelecido na ambiência digital a partir desses protocolos, mencionados acima, que surgiram através de veículos convencionais, a exemplo da mídia impressa¹¹ e televisiva¹².

Entretanto, a utilização de *blogs* pelas empresas jornalísticas e jornalistas tem provocado mudanças nas redações, haja vista o emprego de tecnologias digitais nas rotinas, seja no ambiente da redação com profissionais e técnicos que trabalham com mídias digitais, como também na produção noticiosa discursiva dos jornalistas, em uma sociedade em vias de midiáticação. É como bem destaca Fausto Neto:

[...] as afetações do campo jornalístico por parte dos processos de midiáticação – requer novos modelos distintos do “edifício teórico” acerca do jornalismo como atividade tecno-discursiva. Há novas questões que não poderiam ser pensadas nas décadas passadas, e hoje a atividade jornalística é aquela no campo das mídias que mais tem sido afetada por insumos deste novo “bios midiático”. **Sua estrutura, ambiência, narratividade, autoralidade de sua narrativa, a identidade de seus atores e, principalmente, o seu papel mediacional, são submetidas a novas pros-sessualidades dinamizadas por novas condições de circulação de discursos.** Os efeitos da midiáticação repercutem sobre a noção e qualidade da autonomia da própria atividade discursiva jornalística. (FAUSTO NETO, 2011, p. 25, grifo nosso)

¹⁰ Jornalismo online refere-se aqui, na visão de Mielniczuk, como sendo um jornal de possibilidades de conexão online de maneira genérica não sendo excludente do termo webjornalismo de terceira geração que se apresenta como aquele que desfruta de produtos e soluções que utilizam protocolo web. Outros autores apregoam de Jornalismo 3.0. Pernisa Junior chama a atenção para a distinção deste termo para outros tais como ciberjornalismo (jornalismo na rede), webjornalismo (ocorre somente na internet) e jornalismo digital, sendo que este último trabalha com espaços diversos e mídias digitais. Nesse sentido, ficamos com a denominação deste último.

¹¹ Os sites Lancenet e Placar são fruto e possuem marcas do sistema de produção do Jornal “O Lance” e da “Revista Placar”, respectivamente, em seus formatos impressos.

¹² Os portais Espn-Estadão e Sportv são fruto e possuem marcas do sistema de produção do Canal “Espn” e “Sportv”, respectivamente, em seu formato televisivo.

Com base nisso, o emprego dos *blogs* no jornalismo esportivo, por exemplo, afeta as rotinas produtivas dos jornalistas quando da operação tecno-discursiva, da narratividade, da técnica ou modos de enunciação, enfim, da estrutura produtiva.

A atividade dos jornalistas se organiza em torno de considerar, não somente, a produção de enunciação como também do consumo e exploração dos discursos de receptores, do fazer jornalístico, da circulação de produtos simbólicos e mensagens, e de todo processo comunicacional que ocorre por conta da existência de um dispositivo interacional com fortes marcas de influência da *web 2.0*.

Os *blogs* enquanto protocolos de comunicação – contemplados pela configuração *web 2.0* – permitem novos modos de interação e circulação entre produtores e receptores em função da qualidade potencial de sua estrutura por reunirem variados mecanismos de interação hipertextual que contribui para funcionamento de processos de mediatização.

As arquiteturas dos *blogs* foram concebidas tomando como referência a perspectiva da hipertextualidade, vista como elemento relacional que conecta internautas aos dispositivos interacionais, através de “nós”. São essas conexões que permitem produtores e receptores interagirem. De fato, o hipertexto se apresenta como expressão multidimensional à medida que faz funcionar processos de interação e comunicação.

Esse padrão de comunicação hipertextual é, ao nosso juízo, identificado pela operação de cinco processos simultâneos: a) integração de tecnologias e discursos; b) operadores de interação em protocolos; c) objetos hipermediáticos; d) objetos textuais; e) circulação da informação. Estas características apresentadas acima podem ser traduzidas a partir da ideia de convergência midiática, pois engendra formas tecnológicas com conteúdos, práticas e processos complexos de mixagem: **tecnologias, atores(discursos) e circulação de conteúdos.**

O hipertexto contribui para essa convergência, devido a sua capacidade relacional e transversal. Segundo Kerckhove (1999, p. 9), a “hipertextualidade significa acesso interativo a imagens, textos, sons, vídeos, e de acessar de qualquer lugar, culminando na flexibilidade de acesso a informações de diversas naturezas”.

Desse modo, as práticas de mediatização nos *blogs* sob esses processos complexos de mixagem é que os tornam espaços de conversação onde são manifestados processos comunicacionais através de novas lógicas de interação. Os *blogs* constituem-se em espaços de contato, de falas e de diálogos onde internautas trazem as suas mediações e participam com seus discursos, formando assim, mercados discursivos.

Além disso os *blogs*, no contexto do jornalismo esportivo, apresentam-se como dispositivos de conversação de empresas jornalísticas e jornalistas com seus leitores. Neste aspecto, os *blogs* diferem-se das formas mais tradicionais de comunicação de receptores com a mídia impressa –

Espaço do Leitor, pois, jornais e revistas possuem espaço limitado para que o leitorado possa se manifestar, ou seja, se o receptor quisesse entrar em contato com jornalistas pedindo direito de resposta ou comentar alguma matéria teria espaço restrito se comparado ao espaço de um *blog*.

O *blog* enquanto lugar de interação possibilita aos leitores diálogo com o jornalista ou com outros internautas, deslocando a função inicial do *blog* como uma coluna e transformando-o em processo de atorização, ou seja, tornando-o lugar não só de consumo, mas, sobretudo de produção de mensagens, de tematizações, produção simbólica de receptores. Esta capacidade de atorização culminou em maior visibilidade à participação dos internautas, inclusive podendo afetar a agenda midiática, crítica ao trabalho do jornalista, fidelidade e comunidades digitais momentâneas a partir de interações frequentes e em sequência de internautas.

No jornalismo esportivo, o *blog* possibilita, também, espaço de circulação de discursos de atores sociais (jornalistas e receptores) que se originam de ambientes presenciais ou outras plataformas de mídia, podendo, inclusive se constituir em um circuito institucionalizado pela empresa jornalística ou por jornalistas vinculados ou não às empresas.

No cenário do jornalismo esportivo, os *blogs* funcionam como canal de comunicação, onde torcedores de clubes – organizados ou não – e outros receptores, enviam mensagens, materiais, acontecimentos relacionados ao esporte, podendo acarretar farto material a ser explorado por jornalistas. Os *blogs* possuem capacidade de interpenetração a outras mídias, sejam elas relacionadas à televisão, rádio ou outras plataformas de mídias digitais devido a sua característica multimidiática e hipertextual.

Portanto, percebemos que existem diferenças nos modos pelos quais a midiaticização influencia as práticas sociais, seja em uma ambiência dos meios em processualidade e em vias de midiaticização. Entretanto, o fenômeno da midiaticização afeta, ainda que de modo distinto, as práticas sociais, de uma forma mais ampla, em uma sociedade em vias de midiaticização devido ao caráter midiático. Com efeito, a midiaticização enseja modificações nas práticas no cenário do jornalismo esportivo, mais especificamente na ambiência digital.

Assim, tendo em vista o que aqui expusemos, este capítulo vai contribuir para a compreensão do nosso objeto de pesquisa que são os processos e as operações que se realizam em *blogs* esportivos, à medida que entendemos: a) a midiaticização das práticas sociais desenvolve práticas e operações que incidem sobre todos os campos sociais; inclusive sobre o campo midiático profissional; b) os processos e as operações de midiaticização têm modificado as relações comunicacionais na sociedade em função da complexidade de modos de interagir e das estratégias que vinculam produtores e receptores segundo processos sociotécnico e discursivos com intencionalidade ampliada; c) as práticas de veículos de comunicação esportivos evidenciam modificações ou reconfigurações do fazer jornalístico,

das editorias e rotinas, e do próprio acontecimento midiático; d) o cenário do jornalismo esportivo na ambiência digital a partir de portais, *sites* e *blogs* se transforma, com a midiaticização, gerando dispositivos interacionais, que diversificam o contato entre atores sociais participantes, jornalistas e não jornalistas; e) os mecanismos de interação que ocorrem em arquiteturas de *websites* e *blogs* esportivos viabilizam operações sociotécnicas e discursivas, que ampliam os circuitos e fazem circular os discursos.

Não obstante, para verificarmos tais processos acontecendo no âmbito dos *blogs* esportivos, vamos apresentar a metodologia de nossa pesquisa no próximo capítulo, apontando os caminhos e os processos que utilizamos para o desentranhamento do objeto de pesquisa, os indícios e a definição de categorias que alicerçaram o nosso processo de análise e interpretação de dados no estudo de casos múltiplos.

APRESENTANDO A QUESTÃO METODOLÓGICA: ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS PARA ANÁLISE DE WEBSITES ESPORTIVOS

No presente capítulo, buscamos apresentar elementos sobre o procedimento metodológico no qual vai se apoiar o nosso trabalho sobre midiatização em *blogs* esportivos. Enfatizamos a perspectiva indiciária assinalada por Braga (2008), através de suas itinerâncias, e o contributo de Ginzburg (2004), no qual vamos nos apoiar para encontrar pistas e indícios de modos de interação diversos em diferentes *blogs* enquanto dispositivos. É nesse quadro que procuramos desentranhar o objeto de investigação, daí resultando a definição da pesquisa enquanto estudo de casos múltiplos.

Justificamos que a escolha pelo estudo de casos múltiplos se dá em função de que este tipo de pesquisa possibilita lidar, como afirma Becker (1999), com variedade de problemas teóricos, descritivos, descobertas inesperadas e múltiplas inter-relações de fenômenos específicos que observa. Logo, como nossos materiais apresentam marcas de interações diferentes e semelhantes, regularidades nos modos de interação e circulação, e diferenças e similitudes quanto ao processo e operações existentes nos dispositivos de interação, optamos pela adoção deste tipo de pesquisa como estratégia de investigação para averiguar estes e outros fenômenos nos *blogs*.

Assim, organizamos este capítulo no sentido de explicitar o procedimento metodológico através do qual serão eleitas as estratégias para análise dos processos e operações de midiatização que ocorrem a partir da interação em quatro *blogs* esportivos: *Blog* do Paulo Vinicius Coelho; *Blog* jogos que eu vi; *Blog* do Serginho; e *Blog* papo com Benja. Dito isso, vamos tratar dos processos de construção do objeto de pesquisa, definição do estudo de casos múltiplos enquanto estratégia de investigação e apresentação de conceitos e categorias utilizadas para o processo de análise.

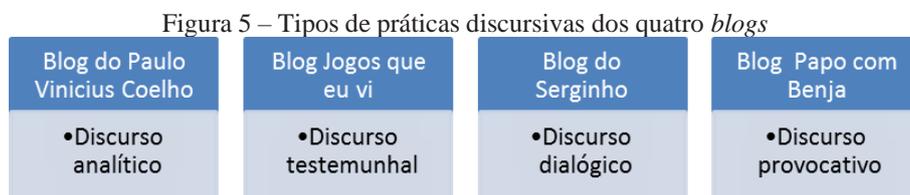
1 DOS *BLOGS* À CONSTRUÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA

Os objetos empíricos definidos e acessados no processo de construção/investigação para construção do objeto de pesquisa foram escolhidos a partir de investigação do pesquisador no âmbito empírico – no caso os *blogs*. Em nossa condição de “leitor automatizado” de notícias de *blogs* relacionadas ao futebol, foi possível percebermos indícios e pistas que possibilitassem uma definição de um determinado universo de referências que contivessem manifestações sobre a existência de diversidade e modos de interações em *blogs*.

Ao deslocarmos o “olhar”, como pesquisador - fruto da processualidade e transitoriedade de consumidor de notícias – a de um “leitor interessado, no caso o pesquisador - percebemos no estágio de pré-observação dos materiais, a existência de marcas e indícios de processos e operações de midiatização diferentes nos *blogs* esportivos, especificamente os da modalidade futebol. Constatamos

marcas diferenciadas de discursos relacionadas com as situações envolvendo sistema produtivo dos *blogs* e os internautas, além do que certas características enunciativas e que possivelmente incidiam sobre operações de interação.

Notamos, em um primeiro exame sobre o funcionamento dos quatro *blogs*, a existência de estratégias discursivas comunicacionais distintas, que podem ser observadas nas características dos discursos de jornalistas responsáveis por estes suportes a partir de traços e marcas de enunciação que identificamos e categorizamos em tipos de estratégias discursivas comunicacionais, conforme descrito na Figura 5–Tipos de práticas discursivas dos quatro *blogs*, que denominamos “pragmáticas de ações comunicacionais” , relativas às formas de funcionamento dos quatro *blogs* selecionados e mostradas a seguir.



Fonte: Elaborada pelo autor

Buscando compreender o que entendemos por esses quatro tipos de ações comunicacionais, podemos dizer que nas primeiras observações no processo de pesquisa no **Blog do Paulo Vinicius Coelho- PVC**, vinculado ao Portal ESPN- estádão, identificamos características enunciativas analíticas.

Os traços e marcas da narrativa do jornalista ensejam comentários mais interpretativos e técnicos, propondo-se a produzir efeitos sobre os discursos dos internautas, e cujas reações são de modo geralmente elogiosos à estratégia jornalística. Conforme discutimos adiante, a enunciação do jornalista gera discursividades no e além *blog*, especificamente em páginas de redes sociais.

As características enunciativas analíticas se manifestam quando o jornalista informa, divulga suas análises das partidas, de esquemas táticos utilizados por técnicos de times de futebol, de prognósticos de jogos que vão acontecer. O jornalista, inclusive, explora imagens e vídeos do circuito esportivo, de veículos televisivos aos quais o portal está vinculado por meio de mecanismos de interação como *links* que efetivam formas de acessos.

Nas observações sobre as estratégias discursivas descritivas, no segundo caso, o **Blog jogos que eu vi, de Lédio Carmona** – do portal Sportv – podemos ver que foram identificadas características de enunciação de discurso de natureza testemunhal em que o jornalista produz relato em torno do jogo visto por ele ou no qual participou como comentarista de transmissões televisivas.

O jornalista faz uma narrativa dos resultados dos jogos que acompanhou, além de breves análises

dos jogos. No topo do *blog*, o contrato de leitura que utiliza, “jogos que eu vi”, enseja evidências de noções de testemunho, de que presenciou ou participou na “cobertura” dos jogos ou acontecimentos esportivos.

O referido blogueiro, durante o segundo semestre de 2012, retirou a instância dos “comentários” de seu *blog* e deslocou processos de interação para a sua página no *twitter* por meio de *links*, criando assim, uma nova estratégia de interação. Nesta estratégia, o jornalista noticia para os internautas que há postagens no *blog*, circulando discursos que interpenetram em dispositivos diferentes e vinculados.

Lédio Carmona é visto pelos receptores como um jornalista lúcido e equilibrado em seus comentários, a ponto do internauta Fabrício Cecílio dizer assim no *twitter* sobre o seu trabalho: “.,vc é um dos poucos que tem uma visão equilibrada sobre o futebol, sem recorrer aos clichês da grande maioria”. Os traços e marcas discursivas revelam o fato de que o produtor é tido como imparcial e lúcido nos comentários em seu *blog*.

No terceiro caso descrito segundo a estratégia apontada, o *blog* de Sérgio Xavier Filho, “**Blog do Serginho**” – vinculado ao *site* da revista Placar – identificamos características de estratégias discursivas que revelam traços dialógicos. Entendemos por dialógico aquela estratégia discursiva que se caracteriza quando o jornalista está sempre disposto a resolver alguma questão, a exemplo da disponibilidade do jornalista em resolver problemas de precariedade de serviços de entrega de exemplares da revista impressa em função de questionamento dos assinantes, bem como moderação do jornalista no *blog* como forma de responder e tirar dúvidas de internautas.

O *blog* do jornalista informa, em seu topo, que o blogueiro é Diretor de Redação da Revista Placar, entretanto, à época da coleta de dados, o referido jornalista não exercia mais esta função. Além disso, existem informações no topo do *blog* que indicam que ele não economiza palavras para discutir temas relacionados ao futebol.

A atividade interacional é marcada por várias tensões: o jornalista emite opinião, às vezes responde a comentários de internautas, a exemplo de questionamento por parte do internauta acerca da qualidade e funcionalidade do *blog* ou do serviço de entrega praticado pela Revista, conforme mostramos na análise das interações entre produtores e receptores no capítulo 5 desta tese.

No quarto caso, o **Blog Papo com Benja**, de Benjamim Back – do portal Lancenet - as estratégias discursivas revelam traços “*provocativo*”. O produtor é claramente torcedor do Corinthians e este fato enseja tensionamento de leitores, transformando as interações em disputas discursivas, polêmicas, questionamentos, ironia etc., gerando discursividades marcadas por rivalidades de posições. Vemos que torcedores ficam em debate através do diálogo sobre perspectivas de resultados de jogos e das posições do jornalista quando do seu comentário sobre essas

questões.

Um exemplo dessas tensões ocorre quando torcedores discutem se o Corinthians facilitará o jogo ou não diante do Flamengo. Celso disse: “*Vocês acham que o Corinthians vai abrir as pernas para o Flamengo não cair?*” E em seguida há uma resposta de Thiago: “*Não. O timão vai jogar pra ganhar, ate porque o Flamengo não deve cair*”. Ressaltamos que a narrativa do produtor tratava da análise do resultado do jogo entre São Paulo e Palmeiras pelo Campeonato Brasileiro.

Outro traço “provocativo” está relacionado ao processo de incorporação de signos, personificação de clubes e torcidas por parte de *nicknames* utilizados por alguns internautas. Estes últimos assumem, no momento da interação, nomes relacionados ao(s) título(s) do campeonato que o seu time conquistou, símbolos, marcas criadas que fazem menção aos clubes, tais como “Fluracao”, “flapenta”, “corinthga”, “porcoverde” etc.

Essas pistas e marcas das estratégias discursivas, apresentadas de forma sintética, mostram como os *blogs* funcionam quanto às características identitárias e de seu modelo de enunciação e que podem incidir sobre as interações e audiências no dispositivo.

Entretanto, os indícios mostraram, também, que independente da qualidade/potencialidade do *blog* com relação à quantidade de mecanismos de interação, como *links* a outros circuitos, há *blogs* que apresentaram também marcas de suas relações com veículos jornalísticos convencionais como televisão, jornal e revistas.

Os indícios e pistas percebidos nas primeiras impressões contribuiram para o processo de escolha de quais *blogs* vão ser pesquisados dentro de uma variedade acessada. Havia *blogs* com quantidade de marcas variadas: uns com média de 300 comentários em uma única matéria/narrativa, outros com 100 comentários e outros com menos de 20 comentários.

Com efeito, considerando as diferenças entre eles, quanto ao modelo de enunciação, diferenças e semelhanças de arquiteturas, modos de interação e circulação de discursos, passamos a procurar e a entender processos e operações de mediação que ocorrem no funcionamento dos próprios *blogs* esportivos.

Essas primeiras descrições possibilitaram-nos compreender esses processos e operações de mediação e nos levaram a escolher para fins de investigação mais profunda 4 (quatro) *blogs*: dois inseridos da mídia televisiva, como o de **Paulo Vinícius Coelho – PVC**, do Portal Espn-Estadão - vinculado ao programa televisivo Espn Brasil, e **O blog jogos que eu vi**, de Lédio Carmona - vinculado ao *site* Sportv e programa de televisão; e dois *blogs* que se originaram a partir de veículos de mídia impressa: **O blog do Serginho**, de Sérgio Xavier – vinculado ao *site* e à “Revista Placar”; e **o Blog Papo com Benja**, de Benjamin Back - vinculado à versão digital e impressa do jornal “O Lance”.

Para compreendermos tais processos de mediação, abordamos de um modo mais tensional, a questão metodológica e os materiais que nos levaram a fazer a escolha do **estudo de casos múltiplos** como processo de pesquisa. Nesse sentido, acionamos a noção de estudo de caso proposto por Becker (1999), quando afirma que o estudo advém da “tradição de pesquisa médica e psicológica” e que tem sido utilizado em análises das ciências sociais a partir de exploração intensa de fenômenos variados através de investigações sobre organizações e comunidades.

No entanto, temos visto investigações que utilizam estudos de casos em outras áreas de natureza científica, em especial nas ciências sociais aplicadas. Assim, como estamos diante de processos comunicacionais complexos cujas marcas se manifestam semelhantes e diferentes em cada um dos *blogs*, enquanto dispositivo interacional, utilizamos o estudo de caso como procedimento de pesquisa e estratégia de investigação sobre marcas e indícios de processos de mediação. A esse respeito, Braga sinaliza que:

Faz parte, então, dos estudos de caso, o trabalho de (a) levantar indícios; (b) decidir de sua relevância para o objeto e para a pergunta da pesquisa; e (c) articular conjuntos de indícios derivando, daí, inferências sobre o fenômeno. Isso pode ser feito através de um tensionamento triangular entre situação empírica, bases teóricas e problema de pesquisa. (BRAGA, 2008, p. 81)

Ao optarmos pela escolha do **estudo de casos múltiplos** como procedimento de pesquisa que nos possibilita compreender fenômenos comunicacionais que ocorrem de forma complexa nos *blogs* enquanto espaço de conversacional /tentativo, passamos a articular a questão metodológica com objetos tão complexos, cujo fenômeno trata dos processos e operações de mediação em *blogs* esportivos. Estes fenômenos emergem em contextos distintos nos dispositivos, cuja investigação realizamos por meio do estudo de casos múltiplos. Para fins de análise, acreditamos que o diálogo entre as posições de Becker e Braga enseja eleições de caminhos e procedimentos que nos ajudem a responder a questão-problema desta pesquisa: Como processos e as operações de mediação se realizam em *blogs* esportivos?

2 O ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS COMO ESTRATÉGIA PARA INVESTIGAÇÃO

Longe de quereremos adotar alguns autores e suas perspectivas metodológicas como receituário, o estudo de casos múltiplos é tido como um tipo de investigação para objetos cuja dinâmica encontra-se em uma complexidade de indícios regulares, comuns e não comuns, particulares ou diversos, no contexto de uma determinada realidade social.

Isso mostra que, em um estudo de casos múltiplos, o pesquisador deve investigar indícios comuns ou díspares em cada caso. Em se tratando de dispositivos midiáticos, como os que aqui foram eleitos, o estudo de casos múltiplos apresenta-se como uma perspectiva ímpar para investigação de

certos fenômenos em objetos específicos ou gerais, a exemplo de regularidades, fluxos de informação de episódios comunicacionais e interações em um dispositivo midiático.

Nessa perspectiva metodológica, Becker (1999) assinala que o estudo de caso tem duplo propósito: o primeiro, de natureza metodológica, que pode ser empregado para compreender um grupo em estudo; o segundo, de ordem teórica, com características “mais gerais sobre regularidades do processo e estrutura sociais” (118). No caso específico de dispositivos interacionais, Braga (2011) utiliza estudo de caso múltiplo com a finalidade de investigar as ações comunicacionais em 10 (dez) dispositivos interacionais, enfocadas em artigos investigados. O citado autor afirma que:

[...] constatamos uma boa variedade de processos habituais e habitualmente reconhecidos como modos culturalmente desenvolvidos para exercer essas ações. Por exemplo: processos de informação; de crítica; de estimulação da experiência estética; de entretenimento; de aprendizagem; de polêmica; de persuasão; do que tem sido denominado de “autoajuda”; processos de formação de comportamentos e atitudes; processos formadores de opinião; de interpretação/ apropriação; de reposição em circulação, ou “resposta social”; entre muitos outros (BRAGA, 2011, p. 2).

Isso mostra a capacidade de que o estudo de casos múltiplos tem para análise de dispositivos de interação, como os *blogs*. Possibilita, ainda, a captação de processos extremamente complexos, diversos e difusos como os processos e operações de midiaticização. Por isso, entendemos que o estudo de casos múltiplos sobre os quatro *blogs* poderá oferecer subsídios para o entendimento do objeto de pesquisa, enquanto interrogações formuladas pelo problema de pesquisa propriamente dito.

3 INSTRUMENTOS UTILIZADOS: PROTOCOLOS¹ DE OBSERVAÇÃO

Para facilitar o processo de investigação sobre os *websites* e *blogs*, criamos um protocolo para cada caso com a finalidade de definir a conduta da observação. Assim, incluímos as seguintes seções para esta pesquisa:

- a. **visão geral da pesquisa:** dados informativos da pesquisa;
- b. **procedimentos de observação:** apresentações que envolvam informações sobre portais, *sites* e *blogs*, narrativas, material e informações gerais sobre procedimentos a serem desenvolvidos;
- c. **captura de dados conforme definição de categorias:** coleta de informações junto aos dispositivos de interação; indícios, marcas e regularidades de processos e operações de midiaticização e outros aspectos importantes para a pesquisa;
- d. **processos e operações de midiaticização:** identificação das marcas de manifestação das

¹ São compreendidos aqui como roteiros de observação. Nesta pesquisa, os roteiros de observações utilizados encontram-se nos Apêndices.

práticas de midiaticização de produtores e receptores.

4 PERSPECTIVAS DE ANÁLISE

O processo de análise, a partir de dados coletados através do protocolo de observação, ocorrerá primeiramente a partir da descrição dos mecanismos de interação – *links*, operadores, ferramentas de interação dos receptores junto às arquiteturas dos *websites* – portais, *sites* e *blogs*. Nessa linha de análise, identificamos quais os tipos de mecanismos de cada um dos *websites* e *blogs*; se os mecanismos de interação permitem ao o internauta navegar pelo dispositivo interacional ou para além dele; e quais os modos de interação que os receptores terão para acesso às páginas, discursos e produtos.

Além disso, identificamos marcas de contratos entre produtores e seus receptores nos *websites* (*blogs*) investigados, considerando a noção de contrato de leitura, formulada por Fausto Neto (2007, p. 10) da seguinte maneira: [...] regras, estratégias e „políticas“ de sentido que organizam os modos de vinculação entre as ofertas e a recepção de discursos midiáticos [...] como instâncias que constituem o ponto de vínculos entre produtores e receptores.”

Analizamos também as interações entre produtores e receptores nos *blogs* sob a perspectiva da formação de mercados discursivos, ou seja, vamos examinar o universo de públicos para os quais essas ações comunicacionais se voltam, através das manifestações de marcas e de rastros de circulação deixados no *blog*.

Ainda no processo de análise, serão descritos discursos que envolvem a circulação discursiva, no âmbito das estratégias criadas pela atividade jornalística e voltadas para a recepção dos *blogs* e seus efeitos de ir adiante, para outros lugares

– redes sociais, outros *blogs*, páginas *web* etc. Assim, nesse cenário de investigação, utilizamos os conceitos de midiaticização e circulação como noções teóricas para o entendimento dos processos e operações, objeto deste processo de análise.

5 CONCEITOS E CATEGORIAS UTILIZADAS EM PROCESSO DE ANÁLISE

Na presente seção, apresentamos uma breve caracterização de conceitos que serão fundamentais para análise dos dados. Assim, retomamos a abdução, cuja noção discutimos no capítulo 1 desta tese. Logo em seguida, propomos três categorias para análise: de arquitetura, interação entre produtores e receptores, e circulação discursiva.

Nessa perspectiva, a hipótese de que os processos de midiaticização, a partir de práticas sociotécnicas e discursivas, engendram interações, criam novos circuitos e fazem funcionar o processo de midiaticização toma forma de elemento para análise dos *blogs*. Com efeito, analisamos, a

noção de Verón (1997) sobre processo de afetação entre os polos, contida em seu esquema, que mostra operações de *feedbacks*, e que contribui para a compreensão da formação de mercados discursivos a partir das interações entre os polos.

A nossa hipótese recapitulada na Figura 2 – Processos e operações de circulação discursiva em *blogs*³², fruto das primeiras observações sobre os *blogs*, permite afirmar que o funcionamento das interações nos *blogs* depende em primeira instância de três cenários: a arquitetura dos dispositivos, definida aqui como a disposição das partes e elementos dos *websites*; pela interação entre produtores e receptores, vista como interação (relacionamentos) entre pessoas por meio de diálogos; e pela circulação discursiva, compreendida como o movimento realizado pelos discursos, seja em sistema de resposta, fluxos contínuos e adiante, e contrafluxos. Dessa forma, fizemos a reflexão de que a relação indissociável entre três cenários em movimento permite o funcionamento da mídia e dos respectivos processos interacionais.

Assim, será investigada a arquitetura dos dispositivos com vista a identificar macromecanismos de interação que se apresentam como *links* a setores e dispositivos internos do próprio *blog* e para fora dele. *Links* podem conduzir receptores a outros protocolos de comunicação, a exemplo do *twitter*, *facebook*, *youtube*, dentre outros circuitos. Esses operadores, acionados pelas práticas dos produtores e receptores, possibilitam imersão na ambiência interacional à medida que operam estratégias de comunicar, de interagir e de modos de interagir.

Veremos que o dispositivo midiático funciona como referência central para constituição do espaço de interação e de tensionamento de discursos e que evidencia a formação de mercados discursivos, os quais são mobilizados por internautas nas discussões tematizadas no interior do *blog*. Os indícios, levantados em fase de estudo exploratório nos *blogs*, mostram que há forte tensão nos discursos em interação. Há discursos que tocam diretamente na temática abordada no *blog*, outros discutem temas paralelos, e outros circulam, criando novas discursividades em outros fluxos, através de circulação.

O terceiro cenário está relacionado ao processo de circulação. Este é acionado por práticas sociotécnicas e discursivas. Percebemos que internautas, a partir de suas práticas – afetados por lógicas de midiaticização – imergem no *blog* mobilizando discursos, criando novos sentidos, permitindo assim, circulação de informações no e além *blog*. Podemos afirmar que a formação de novos circuitos resulta disso.

O “olhar” para essa relação a partir dos primeiros indícios permitiu-nos compreender como os processos de midiaticização funcionam e se desenvolvem à medida que esses três segmentos em contato possibilitam a formação de novos circuitos de produção de sentido. Ressaltamos que esses processos e operações surgem por uma intensa operação de *feedbacks*, originando zonas de afetações entre

produtores, *blogs* e receptores.

Um aspecto importante no entendimento desses cenários está relacionado ao movimento de discursos. Os atores sociais em suas práticas midiáticas colocam em circulação os sentidos produzidos nesses mercados, haja vista o grau de processose operações que realizam. Nesse sentido, é importante refletirmos sobre o que é essa circulação e como funciona nesse processo de midiatização: a circulação deve ser pensada no contexto das práticas midiáticas dos internautas, sejam produtoresou receptores?

A circulação é objeto de estudo de vários autores, entretanto, tomamos aqui a perspectiva de Braga (2012), como fluxo contínuo e adiante e que ao seu turno possibilita a criação de novos circuitos, e a concepção de Fausto Neto (2010), compreendida como um movimento de processo de produção de sentido que faz organizar uma nova arquitetura comunicacional.

A circulação no contexto da midiatização toma forma de operações de fluxos que encaminha objetos, discursos e produção de sentido em um movimento pós-recepção. Braga (2012a), por sua vez, em seu texto

„A política dos internautas é produzir circuitos“, chama a atenção que há um segundo movimento pós-recepção, em que a circulação toma forma de fluxos contínuos e adiante que faz circular para outros circuitos, produzindo mensagens, objetos, informação e que necessariamente não se limita apenas como operação de circulação produtor-receptor, mas percorrem outros canais e circuitos por meio de fluxos, podendo, inclusive, produzir contrafluxos.

No processo de circulação enquanto fluxo contínuo e adiante, as informações, discursos e produtos dissipam por canais (circuitos) difusos produzindo um movimento contínuo, que forma novas discursividades. Ao fazer as primeiras observações nos *blogs* investigados, percebemos que os discursos mobilizados – após apreensão de sentido – circulam formando novos discursos em outros ambientes da *web*, a exemplo de *blogs* que ofertam protocolos de comunicação (*facebook, twitter*) e fazem internautas navegarem para outro *sites*, redes sociais etc.

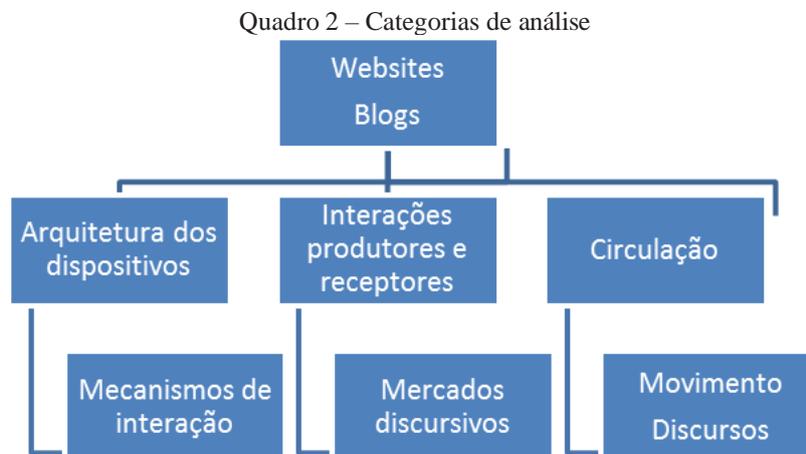
A perspectiva assinalada por Fausto Neto (2010) não difere em essência da concepção de Braga (2012a), por considerar movimento de circulação “além da borda”, na qual há um movimento de produção de sentido que opera na organização de uma nova arquitetura comunicacional. A produção de novos sentidos, engendrada a partir das práticas, possibilita a criação de uma nova arquitetura de interações que se manifesta em formas diversas de atividades de circuitos disseminando mercados de discursos midiáticos.

É evidente que essas questões apresentadas aqui fazem parte do bojo das categorias de análise presentes nesta pesquisa e que serão analisadas a partir de nossa hipótese de trabalho.

6 PROCESSO DE OBSERVAÇÃO SISTEMÁTICA E CATEGORIAS DE ANÁLISES

O processo de observação sistemática será sobre os *blogs* esportivos, tendo como cenário narrativas, interações e discursos que ocorrem em torno dos eventos e acontecimentos produzidos pelos jogos no calendário do futebol do Campeonato Brasileiro de Futebol – Série A - de 2012. Ressaltamos que foram feitas observações e coletas de dados, durante oito meses, acompanhando notícias que são publicadas nos *sites* sobre fatos, eventos e acontecimentos relacionados ao campeonato. É necessário frisar que o processo de coleta e observação ocorreu em função dos acontecimentos dos jogos realizados às quartas-feiras e quintas-feiras, e aos sábados e domingos. No processo de observação, foram mapeadas as regularidades, indícios e pistas que explicam o funcionamento dos processos de interação pelas lógicas de mediação.

Ressaltamos ainda que após a análise diagnóstica e levantamento dos indícios e pistas sobre o funcionamento dos processos de mediação a partir de acesso aos portais, *sites* e *blogs* investigados, identificamos três categorias de análise que, a nosso juízo, são promissoras para entendimento dos processos interacionais de mediação. Assim, foram identificados três ângulos para compreensão de tais processos: Arquitetura, Interações e Circuitos, que estão diagramados no Quadro 2- Categorias de análise.



Fonte: Elaborado pelo autor

Com base nos objetos dispostos do Quadro 2, ao pensarmos sobre o objeto de investigação e ao olharmos para os dispositivos de interação em funcionamento, supomos que os processos e operações de mediação dependem de três instâncias. A primeira instância é a existência de arquitetura do dispositivo, reunindo mecanismos de interação, tais como operadores de interação como *links* de navegação por páginas do próprio *website*, outras páginas, redes sociais, hipertextualidade e multimídia, pelas quais internautas em práticas de mediação acessam informações, consomem notícias, produzem discursos etc.

A segunda instância é a possibilidade de verificarmos as interações entre produtores e receptores, identificando as características enunciativas que convidam receptores à interação, o que dizem e como dizem produtores e receptores em interação.

A terceira instância, a saber, é o processo de circulação de discursos. Nesta instância, verificamos o movimento dos discursos, se eles limitam-se ao movimento de sistema de resposta e/ou caminham em fluxos contínuos e adiante e em contrafluxos. Possibilita-nos também verificar marcas de discursos nos *blogs* e em outras páginas.

Ao considerarmos que o funcionamento dos processos de midiatização depende dessas três instâncias, é importante, ainda, fazermos breve comentário do que será implementado na pesquisa a partir de cada categoria.

Na primeira categoria, descrevemos a arquitetura dos dispositivos dos *websites*. Nesta categoria observamos, primeiramente, a estrutura dos portais e *sites* nos quais os *blogs* estão inseridos. Analisamos itens quanto à estrutura da página: se o dispositivo (página) é vertical ou horizontal, quais os mecanismos de interação, localização do *blog* e sua mobilidade no portal; nos *blogs*, serão observados os operadores de midiatização, o texto, elementos regulatórios ou não, os contratos de leitura.

Na segunda categoria, observamos as interações nos *blogs* envolvendo produtores e receptores. Como se dão os tensionamentos dos discursos produzindo os modos e estratégias de interação. Será verificada como se dá a formação de audiências (mercados discursivos) gerados pelas interações entre produtores e receptores com vista à produção de sentido e, conseqüentemente, seus movimentos que poderão incidir no processo de circulação além *blog*.

Na terceira categoria, verificamos o funcionamento da circulação dos discursos, fruto de interações entre produtores e receptores. Analisamos marcas do funcionamento da circulação, envolvendo: sistema de resposta e fluxos contínuos e “ir adiante” e “contrafluxos” através de atividade de interação no *blog*. Observamos que circuitos são criados e mobilizados a partir de práticas sociotécnicas e discursivas.

Os procedimentos metodológicos e conceituais expostos neste capítulo são úteis para a investigação empírica do nosso objeto de pesquisa em três instâncias, mediante análise das três categorias já mencionadas, organizadas em três eixos nos capítulos subsequentes de nossa tese. No próximo capítulo, vamos implementar a análise do primeiro eixo: arquitetura e funcionamento dos dispositivos de interações, com o intuito de identificar os mecanismos de interação que podem contribuir para o entendimento dos processos e das operações de midiatização.

PRIMEIRO EIXO DE ANÁLISE: ARQUITETURA E FUNCIONAMENTO DOS DISPOSITIVOS DE INTERAÇÕES

Neste capítulo, tratamos do primeiro eixo de análise arquitetura e funcionamento dos dispositivos de interação, com o objetivo de analisar a arquitetura dos *sites*, a organização do seu território e a dinâmica do seu funcionamento, tendo em vista examinar a relação entre produção e recepção. Para tanto, analisamos quatro *websites/blogs*: Portal Espn-

-estadão e o *Blog* do Paulo Vinicius Coelho; Site Sportv e o *Blog* Jogos que eu vi; Site da Revista Placar e o *Blog* do Serginho; Site Lancenet e o *Blog* Papo com Benja.

Preliminarmente, lembramos que *sites* e *blogs* se constituem no interior de sistemas industriais e editoriais e deles trazem marcas de seu processo produtivo. Trazem também as lógicas, regras e estratégias sobre as quais se organizam as ofertas de sentido, por ele propostas. É a partir destas características que *sites* e *blogs* se estruturam em formato – microterritórios – para se lançar ao trabalho de interação com seus interlocutores.

Portanto, constituem um empreendimento técnico-discursivo que implica em estratégias pelas quais se esperam a instituição de vínculo no âmbito da produção e recepção de mensagem. Isso significa afirmar que a proposta deste capítulo visa descrever a arquitetura de cada um dos quatro *websites* e *blogs*, detalhando-os de modo específico e comparando-os, para em seguida formularmos uma visão comparativa entre eles, o que nos dará uma ideia sobre o *status* da arquitetura como instância de organização de contatos entre o jornalismo digital (via *blogs*) e seus mercados discursivos.

1 PRIMEIRA CATEGORIA DE ANÁLISE – ARQUITETURA DOS DISPOSITIVOS

Neste item, retomamos a categoria de análise definida para a pesquisa, apontada no capítulo 3 deste trabalho como “Arquitetura dos dispositivos”. Nessa categoria, além de descrevermos portais, *sites* e *blogs*, o foco da análise é a identificação de mecanismos de interação por entendermos que os processos e as operações de midiatização encontram na qualidade dos dispositivos: objetos, elementos, aspectos e contratos de leitura que permitem ao internauta interagir e vincular-se aos produtores e demais receptores.

A arquitetura de plataformas, dispositivos de interações, a exemplo de portais, *sites* e *blogs*, possui mecanismos de interação que são constituídos por contratos de leituras, visto como regras e estratégias definidas, desenhadas e redesenhadas pelos veículos de comunicação. A noção de contrato de leitura, segundo Fausto Neto (2007, p. 10), é entendida como “regras e estratégias de política de sentido” que possibilitam vinculação entre oferta e recepção e são amplamente definidas pelos veículos de comunicação, em especial, do jornalismo esportivo na ambiência digital.

Esses contratos visam estabelecer vínculos entre produtores e receptores por meio das regras e estratégias na topografia (desenho) contidas na arquitetura dos dispositivos. Entretanto, os contratos de leitura podem, também, ser redesenhados pelos receptores a partir da oferta de novos discursos, objetos multimidiáticos, tais como imagens, *links* a vídeos contendo algum acontecimento ou qualquer forma de dispositivos digitais.

De fato, é perceptível que receptores, a partir de „contratos“ existentes, produzam novos „contratos“ à medida que ofertam novos discursos, tematizam a notícia, criam estratégias de circulação, indicando *links*, páginas, *blogs* etc. para que outros receptores possam ter acesso a outras informações ou ofertar novas informações aos produtores.

Para uma instância de produção de arquitetura de dispositivos de um portal, *site* ou *blog*, baseada em lógica contratual, as regras ou estratégias definem os modos de acesso à notícia, vinculando produtores e receptores. Desse modo, perguntamos: quais os modos de interação dos usuários com as plataformas midiáticas? Que mecanismos de interação há nas arquiteturas das plataformas de mídia? Como os internautas acessam os conteúdos dessas plataformas? São perguntas importantes para a compreensão da diversidade dos contratos de leitura através de mecanismos de interação e seus diferentes efeitos nos portais, *sites* e *blogs* investigados. Com efeito, é importante identificarmos e analisarmos a arquitetura dos dispositivos de portais, *sites* e *blogs*, por considerarmos essencial para compreender os processos e operações de midiaticização na realização das interações em *blogs* esportivos.

2 ARQUITETURA, ESTRUTURA E MECANISMOS DE INTERAÇÃO NA ARQUITETURA O PORTAL ESPN-ESTADÃO E DO BLOG DE PAULO VINÍCIUS COELHO

O Portal Espn¹ surge em 2008, fruto do desenvolvimento de atividades do jornalismo esportivo televisivo de dois canais de televisão: Espn e Espn-Brasil, e que existe há mais de 20 anos (1989) trabalhando com conteúdo esportivo de várias modalidades. O portal oferta diversidades de produtos e serviços e tem a parceria com o grupo Estadão – www.espn.estadao.com.br – contribuindo, assim, para maior incremento de notícias esportivas no Brasil, através da agência Estado, a partir de estrutura multiplataforma – rádio, televisão e internet.

A organização do portal Espn possui em sua arquitetura estrutura hipertextual, cujas marcas de pertença estão relacionadas às mídias tradicionais como televisão e jornal, sendo isso apresentado no topo do *site*, conforme observamos no logotipo “ESPN” identificado na Figura 6 - Imagem 1: Página inicial do Portal Espn, que se encontra na próxima página deste texto.

¹ ESPN significa Entertainment and Sports Programming Network.

O logotipo ESPN apresenta-se como marca de pertença que vincula o portal ao grupo Estadão (identificada pela seta na parte superior que estabelece vínculo com o portal Estadão). Ainda assim, percebemos a existência de outros *links* ativos (Política, Economia, Tecnologias etc.) presentes no portal que o liga ao jornal digital, conforme a Figura 6.

Ainda no topo do portal - ver Figura 6 - há presença de mecanismos de interação que apontam para a existência de *links*: futebol, olimpíada, mais esportes, tabelas, blogs, programação, fotos, vídeos e outros *links* em forma de escudo de clubes que estão disputando a Série “A” do Campeonato Brasileiro de Futebol no ano de 2012, ensejando contrato que oferta produção simbólica à recepção.

De fato, ao clicar no símbolo do time de futebol ou do *link* programação, o internauta terá à disposição informações (notícias) do referido clube; tal mecanismo também acontece se ele “clicar” no guia da programação de programas esportivos das emissoras de televisão, bem como da “Rádio Estadão”. Nestes mecanismos de interação, as estratégias definidas pelo veículo têm como finalidade ensejar interação na plataforma.



Fonte: www.espn.com.br

Há existência de mecanismos de interação tais como *links* a “galeria de vídeos” da cobertura televisiva de eventos sobre campeonatos nacionais, internacionais, bem como WatchEspn que

permite assistir ao conteúdo, jogos, eventos e programas da emissora de televisão ESPN. Além disso, há oferta de outros *links* como acesso a fotos, tabelas, sistema de cadastro e *login* ao portal, como estratégia de fidelizar o internauta ao portal etc.

Esses *links* mencionados permitem interações de internautas no processo de navegação pelo *website* devido à capacidade hipertextual (modo de navegação por meio de *links*) e do portal possuir requisitos de plataforma multimidiática (presença de vários tipos de mídias), conforme características da *web 2.0*, discutidas no capítulo 2.

Com base no funcionamento dos contratos de leituras como proposta pela oferta à recepção, há infinidade de marcas discursivas que convidam o leitor a interagir e imergir pelo referido portal, através de “chamadas das matérias”, por exemplo: “*Com DNA vencedor, luxa confia no título*”, a chamada do texto em meio a fotografia de jogadores comemorando gol da última partida do Grêmio, localizada logo abaixo do topo. Na realidade, há diversos enunciados em meio a imagens sugestivas que funcionam como estratégias discursivas de oferta de sentido.

Além disso, existem outros mecanismos de interação, como *links*, para visita aos *blogs* vinculados ao portal e que se movimentam através dos recursos de animações, indicando chamadas de matérias nos *blogs*. Estes localizam-se na parte central do portal, conforme mostra a Figura

6. Ressaltamos que existe possibilidade de acessar os *blogs* através de *link* localizado no rótulo de *Links* no topo do portal. Entretanto, ao clicar, o internauta será conduzido a uma página contendo relação dos *blogs* pertencentes à página.

Notamos na Figura 7- Imagem 2: Página inicial do Portal Espn, na página a seguir, que há presença de rótulos: Fim de Semana Europeu em Vídeos, Futebol Nacional, Mais Esportes, pelos quais são ofertados vídeos, imagens e discursos enquanto contratos que convidam receptores à interação. O enunciado no rótulo “Fim de Semana Europeu em Vídeos” tem imagens estáticas de cenas de jogadores em campo de futebol, precisamente nos estádios. O uso de imagens são estratégias de produção de sentido utilizadas para reconhecimento, por parte de receptores, de que tais vídeos indicam acontecimentos relativos ao jogo de futebol.

Nesse sentido, Verón evoca que “uma gramática de produção ou de reconhecimento tem a forma de um conjunto de regras que descreve operações [...] que permitem definir ora as condições de produção ora o resultado [...] de uma determinada leitura” (VERÓN, 2005, p. 51). Isso significa que o referido rótulo, por si só, não enuncia que o final de semana europeu em vídeos remete aos jogos de futebol. Ele precisa de estratégias, a exemplo de complemento discursivo como a utilização de imagens de jogadores em campo de futebol para produzir sentido no processo de reconhecimento de receptores, motivando-os à interação, ou seja, acessar os vídeos.

Figura 7 - Imagem 2: Página inicial do Portal Espn



Fonte: www.espn.com.br

Não muito diferente, ocorre com as estratégias utilizadas pelo portal para que receptores possam interagir junto às notícias relacionadas aos times de futebol. Abaixo do rótulo “*Futebol Nacional*” e “*Mais Esportes*”. Os mecanismos de interação como links às notícias em destaque no discurso “*Torcedora do Coritiba pede a camisa de Lucas, causa confusão e é quase agredida no Couto*”, abaixo do rótulo “*Futebol Nacional*”, seguem a mesma estratégia de gramáticas de produção de notícias, definidas pelo portal, no sentido de provocar o leitorado a imergir na narrativa interagindo. De fato, nos referidos rótulos, existem notícias relativas aos times de futebol e outros esportes nos quais os discursos aparecem em forma imagéticas e textos que quando clicados conduzem os receptores a páginas internas do portal.

Percebemos que as estratégias de contato no portal são por natureza diversas, tais como imagens, textos e vídeos, pondo em contato ofertas enunciativas relativas a informações temáticas, notícias, publicidade, *links* a outros circuitos, e que quando acionados por links possibilitam interação dos receptores na arquitetura do portal.

No entanto, considerando o portal como um lugar de contato, cuja topografia verificam-se interações, reconhecemos a importância que tem o contrato de leitura do *site* como uma instância pela qual a audiência guarda fidelidade com o dispositivo de interação. Assim, no cenário de uma sociedade

em vias de midiática, as práticas sociotécnicas e discursivas de internautas provocam interações sociais junto às tecnologias convertidas em meio de comunicação. Com efeito, o portal oferta diferentes mídias digitais que são meios múltiplos de comunicação (PERNISA JÚNIOR, 2002) que contribui para processos e operações de midiática.

Entretanto, será também descrita a arquitetura do **Blog de Paulo Vinícius Coelho** vinculado ao portal ESPN, com a finalidade de apresentar a estrutura e os mecanismos de interação que contribuem para fazer avançar o processo de midiática.

3 ESTRUTURA E MECANISMOS DE INTERAÇÃO DO “*BLOG DE PAULO VINICIUSCOELHO*” SPORTV E DO *BLOG JOGOS QUE EU VI*

O *blog* de Paulo Vinícius Coelho-PVC possui características discursivas analíticas no qual o produtor em processo de enunciação faz análises das partidas dos jogos de futebol e notícias relacionadas ao campo esportivo, bem como analisa esquemas táticos dos times. Para tanto, utiliza-se de gramática de produção em forma de textos e imagens que denotam análises de esquema tático. Na Figura 8 - Página do *Blog* de Paulo Vinícius Coelho, temos o título da narrativa: “Abel muda o jeito do Fluminense jogar, por causa de Deco”, e em seguida a imagem de um campo de futebol contendo um esquema tático, que é informado no próprio texto (4- 3-1-2), com figuras representando o posicionamento de jogadores no campo.

Figura 8 – Página do *blog* de Paulo Vinícius Coelho



Fonte: www.espn.com.br

Essa característica discursiva de natureza analítica está presente nos traços discursivos do jornalista quando de sua narrativa. O título elaborado pelo jornalista oferece pistas de que ele irá apresentar em sua matéria alguma análise, quando afirma que “Abel muda o jeito do Fluminense jogar, por causa de Deco”. Temos dois aspectos a considerar. Primeiro, a „mudança do jeito do Fluminense jogar“, mostrando com isso que há um sentido de modificação de esquema ou estratégia de jogo. Em seguida, „por causa de Deco“ denota que a mudança é em função de um jogador.

Nas gramáticas de produção de enunciação, as estratégias e regras definem, como afirma Verón (2005, p. 51), um modelo de processo de produção discursiva. Nesse sentido, a narrativa de Paulo Vinícius Coelho (Fig. 8) informa a mudança do esquema tático quando diz em seu texto “*Deco voltou à equipe e ela se adaptou a seu estilo. Abel transformou o esquema 4-2-3-1[...] por um 4-3-1-2 [...] Deco um pouco mais atrás, num losango no meio campo*”. Este esquema tático é demonstrado na figura, após a narrativa, mostrando com isso como os contratos de leitura são estratégias para a oferta de sentido no processo de reconhecimento por partes de receptores. Ressaltamos que, no capítulo cinco, analisamos outros indícios de características do modelo discursivo analítico do *blog*.

Quanto à arquitetura do *blog*, observamos similitude entre o portal e o *blog* por conta de marcas

definidas pelo portal, a exemplo da estrutura, de rótulos, cores e *links*. Ao observarmos o topo do *blog* (Fig 8), temos os mesmos *links* presentes no portal, o que mostra marcas de pertença. De fato, a estrutura do topo do *blog* é a mesma apresentada no portal.

Não obstante, ao acessar o *blog*, percebemos assim a existência de *banner* que contém foto e nome e ao lado há um pequeno currículo do jornalista. Na realidade, nas últimas coletas, percebemos que a arquitetura do *blog* sofreu alterações, ou seja, nesse momento² de coleta não há minicurrículo de identificação do jornalista, o que existe no lugar é um *link* para publicidade de sanduíche. Isso implica que o *blog* passa por mudanças, conforme pode ser observado na parte lateral da Figura 8.

Logo abaixo do nome do jornalista no *blog*, existem informações sobre data e hora da postagem, bem como mecanismos de interação para acessar e compartilhamento via *twitter* e *facebook*. Além disso, do lado esquerdo, de forma vertical, há arquivo de matérias publicadas no *blog*, cujo rótulo apresenta-se como “*posts* mais comentados”, “*Siga Espn Twitter*” e lista de seguidores do *facebook*.

Na parte central, localiza-se “Abel muda o jeito do Fluminense jogar, por causa de Deco”. Ao final da matéria, há *links* para que o internauta possa “curtir”, “twittar” e “compartilhar”, que funcionam como mecanismos de interação, permitindo ao internauta navegar além *blog*.

Os *links* “curtir” e “compartilhar” permitem que o receptor, possuidor de conta no *facebook*, possa estabelecer processos de circulação discursiva, conforme as possibilidades da internet em sua fase web 2.0. O *link* “*twitter*” poderá permitir ao internauta interagir na ambiência deste *microblog*. Ressaltamos que para acessar, compartilhar e interagir com as redes sociais, os internautas deverão possuir conta nos referidos protocolos.

Abaixo dos *links* (seção) de redes sociais (identificados na Figura 8 pela seta “acesso às redes sociais”), o *blog* oferta espaço de interação para comentário da narrativa do jornalista. Para participar, o internauta basta preencher itens presentes na “caixa de diálogo”, conforme mostrado na referida figura. Devem ser preenchidos nome, *e-mail* e mensagem. Após o preenchimento, o internauta envia sem precisar de aprovação do jornalista.

O comentário do internauta aparece instantaneamente contendo data e hora da postagem. A estrutura do *blog* permite a visualização de aproximadamente dez comentários, podendo até superar esta quantidade. No entanto, o internauta poderá acessar os demais comentários por meio do *link* “*Posts* mais comentados”. Logo abaixo deste *link*, o referido *blog* apresenta lista dos “*Colunistas*”, ou seja, *links* das notícias publicadas em outros *blogs* de pertença do portal ESPN que trata do campo esportivo.

Portanto, observamos que o *Blog* de Paulo Vinícius Coelho possui estrutura de modelo discursivo

² Data de 10/10/2012.

analítico e que apresenta uma topografia similar ao portal, mostrando, com isso, marcas identitárias e de vínculo. A oferta de mecanismos de interação, tais como *links* às matérias (narrativas), imagens, vídeos, acesso às redes sociais etc. presentes tanto nas arquiteturas do portal quanto do *blog*, dá conta de diferentes tipos de contratos de leitura que buscam ensejar interação de receptores a partir de práticas de mediação.

Ressaltamos ainda que esses mecanismos de interação e contratos de leitura não são características únicas do portal ESPN e do referido *blog* do jornalista, mas também, existem em outros *websites*, a exemplo do *site* Sportv e do *blog* “Jogos que eu vi”, de Lédio Carmona. A arquitetura destes *websites*, também, de identidade com a televisão, apresenta estrutura um pouco similar do portal e *blog* do ESPN. Entretanto, há aspectos diferentes quanto à disponibilidade e localização de mecanismos de interação e suas funções nos processos e operações de mediação.

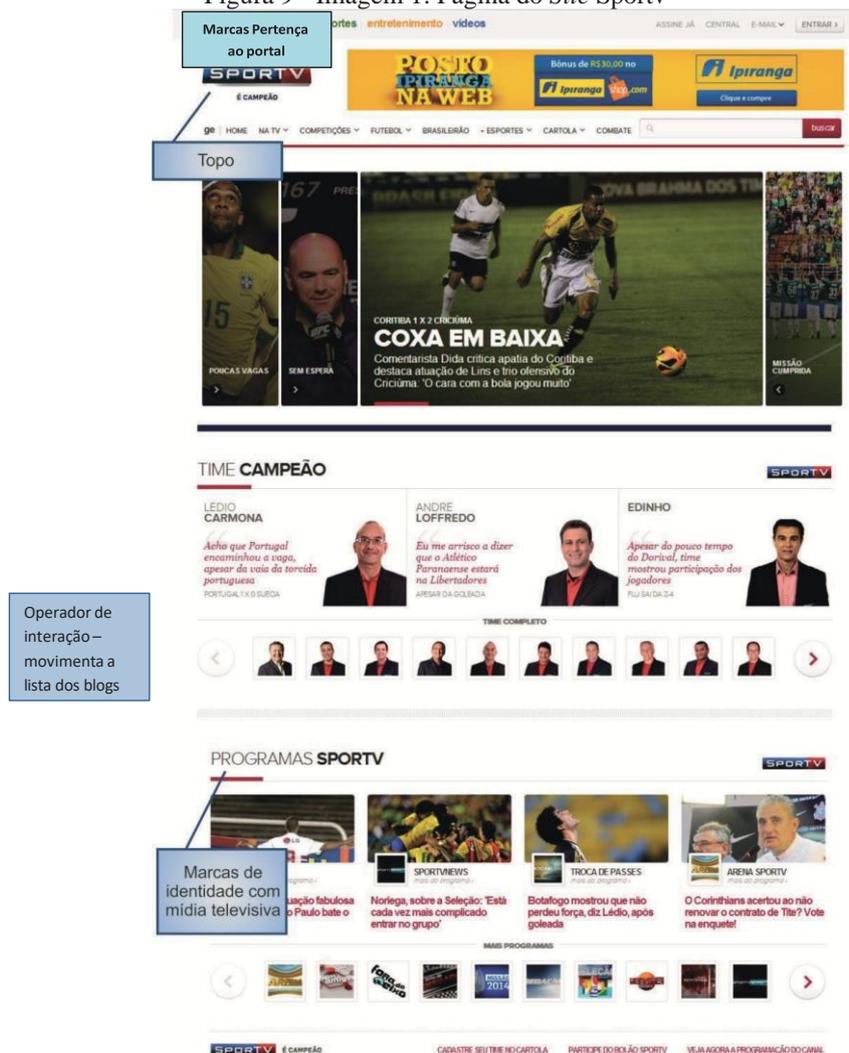
4 ARQUITETURA, ESTRUTURA E MECANISMOS DE INTERAÇÃO NA ARQUITETURA DO SITE SPORTV E DO BLOG JOGOS QUE EU VI

Assim como o portal Espn, o Sportv surgiu a partir da mídia televisiva e que desde 1998 atua na televisão – canais por assinatura - com jornalismo esportivo. A página *web* do Sportv é de conteúdo específico e disponibiliza poucos serviços. Atua em sintonia com os programas que passam no canal, cujas marcas de identidade estão presentes em sua arquitetura e no seu desenho convergente com a programação do canal de televisão. O *site* busca contemplar todas as modalidades esportivas praticadas no Brasil, inclusive, cobrindo os eventos esportivos. Sua arquitetura pode ser observada a partir da Figura 9- Página do *site* Sportv.

Percebemos logotipo (Sportv) que vincula o *site* com o canal Sportv e com o sistema GLOBOSAT, grupo ligado ao Sistema Rede Globo de Televisão, a partir de *links* ao portal Globo.com. Ainda no topo do *site*, as marcas de pertença à mídia televisiva ficam evidentes através de *links* como “Na Tv” e no rótulo “Sportv Campeão”. Além disso, o *site* oferece possibilidade de vender os seus produtos, no que se refere à assinatura do canal, através do link “Assine já”.

Na parte central do *site* é disponibilizada, abaixo do rótulo “Time Campeão”, a relação dos *blogs* dos jornalistas e colaboradores dos canais, cujas estratégias são definidas pelos contratos que o veículo disponibiliza para atrair e fidelizar os receptores. O internauta, ao “clique” no *blog* do jornalista, é conduzido a sua narrativa e poderá participar interagindo com ele. Ressaltamos que os *blogs* em destaques se deslocam por processos de animação do dispositivo, entretanto, o internauta poderá acionar com “cliques” a lista completa dos *blogs* por meio de um operador de interação semelhante a uma seta, localizado nas partes laterais da lista dos *blogs* disponibilizados, conforme pode ser visualizado na Figura 9: Imagem 1 - Página do *site* Sportv.

Figura 9 - Imagem 1: Página do Site Sportv



Fonte: www. sportv.globo.com

Observamos, na Figura 9, marcas de identidade com a mídia televisiva em “PROGRAMAS SPORTV”, onde há lista de vídeos de notícias e entrevistas dos apresentadores nos programas apresentados em veículo televisivo. Há oferta de contratos de leitura em forma de discursos, imagens e vídeos que estabelecem vínculos no processo de produção e reconhecimento entre jornalistas e seus leitores na ambiência digital.

Na parte central do *site*, assinalado na Figura 10: Imagem 2 – Página do Site Sportv, há existência de mecanismos de interação cujo acionamento conduz os internautas às páginas internas do *site*. Abaixo do rótulo “ULTIMAS NOTÍCIAS” e “CANAL COMBATE”, temos vários *links* que ensejam interações junto às colunas jornalísticas, inclusive com a possibilidade de comentá-las.

Figura 10 - Imagem 2: Página do Site Sportv

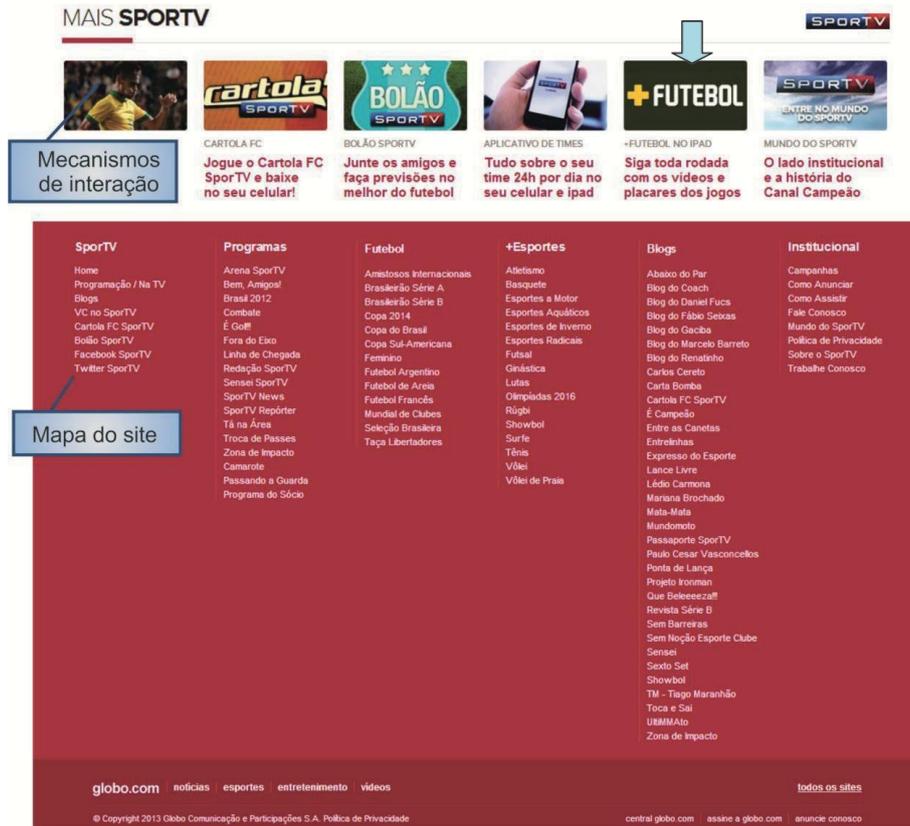


Fonte: www.sportv.globo.com

Ao considerar o *Site Sportv* uma plataforma de mídia que possui vínculos com a programação do Canal de Televisão SPORTV, compreendemos que, com o fenômeno da midiatização, há um complexo processo de formação de mercados discursivos à medida que existem operações de circulação no jornalismo esportivo, seja circulando discursos de mídias televisivas para o *site* e vice-versa.

Essas operações de *feedbacks* de discursos podem ser analisadas a partir do esquema para a análise da midiatização (VERÓN, 1997), em função de que tais operações se apresentam como complexo processo mútuo de afetações entre sistema midiático e atores. Além disso, na Figura 11 – Imagem 3: Página do *Site Sportv*, temos além de mecanismos de interação como os *links*, indício da existência de mercados discursivos, a exemplo de páginas nas redes sociais, localizadas na Figura 11, no Mapa do *site*, bem como outros espaços identificados no rodapé.

Figura 11 – Imagem 3: Página do Site Sportv



Fonte: www. sportv.globo.com

Ainda na parte inferior (rodapé), há *links* para acesso às reportagens de esportes que são transmitidas pelos canais do sistema GLOBOSAT, como o canal “Combate”, onde são veiculadas as lutas de MMA (Artes Marciais Mistas) e outros eventos, com predominância de reportagens sobre os acontecimentos do UFC (Ultimate Fighting Championship).

Portanto, a arquitetura do *site* prioriza a estruturação voltada exclusivamente para os produtos dos canais de televisão, que ditam suas marcas de identidade. Os mecanismos de interação se apresentam como instâncias que oferecem a possibilidade de acessos às reportagens, por exemplo, é o caso do “+Futebol”, instância que apresenta os resultados da rodada do Campeonato Brasileiro de Futebol. Além disso, o rodapé oferece serviços como aplicativos: assistir à programação, anunciar no *site*, política de privacidade e outros serviços. Com efeito, devido ao vínculo com o *Site Sportv*, o *Blog* jogos que eu vi, de Lédio Carmona, segue estrutura e mecanismos de interação similares.

5 ESTRUTURA E MECANISMOS DE INTERAÇÃO DO BLOG “JOGOS QUE EU VI”

O *blog* “Jogos que eu vi”, de Lédio Carmona, apresenta traços de modelo estratégico discursivo testemunhal. No referido rótulo, há imagem do jornalista com a frase: “Jogos que eu vi”, por Lédio Carmona, apresentando sentido de que as narrativas publicadas nesse *blog* são resultado do

testemunho do blogueiro diante de algum fato, ou seja, de eventos, jogos, fatos que o jornalista enquanto “perito” teve acesso.

A estrutura do *blog* se apresenta de forma simples, se comparado a outros *blogs* de jornalistas, que estão sendo investigados nesta pesquisa. Sua arquitetura segue modelo do *Site* do Sportv. No topo, como podemos observar na Figura 12: Imagem 1 – Página do *Blog* jogos que eu vi, encontramos operadores de identificação, como, por exemplo, o logotipo “Sportv”.

Para destacar a atuação e experiência desse perito publica-se também um minicurrículo do jornalista, apresentando-o aos seus leitores. Observamos a existência de outros *blogs* de responsabilidade do jornalista, tais como “Lédio Carmona” e “Jogo Aberto”, identificados na parte lateral no rótulo “Meus outros Blogs”, o que sugere a existência de outros dispositivos de interação, ou seja, é possível que internautas possam interagir nos outros *blogs* pertencentes ao jornalista.

Logo abaixo da lista dos *blogs*, associamos essa estrutura à autorreferencialidade e marcas de correferência, e que são relacionadas com os patrocinadores do *site*. Nesta seção, o leitor pode se deslocar para página de jogos virtuais situadas no portal globo.com. O fundamental é que além de conferir o que o jornalista sugere como “jogos que eu vi”, o internauta pode também circular no ambiente, pois é exortado pela mensagem: “Conheça o *game* da globo”.

Figura 12- Imagem 1: Página do *Blog* jogos que eu vi



Fonte: www.sportv.globo.com/platb/jogos-que-eu-vi

Identificamos no *blog* (Fig. 12), a existência de registro que liga o dispositivo a veículos televisivos patrocinadores do *site*, trazendo como manifestação do contrato de leitura o enunciado “conheça o game futebol da globo”, onde o internauta, ao clicar, é deslocado para uma página de jogos virtuais do portal globo.com. Há outras marcas de contratos de leitura, a exemplo de imagens e textos que aparecem na estrutura do *blog*, conforme podemos verificar na Figura 12.

Ressaltamos que a arquitetura do *blog* de Lédio Carmona passou por mudança durante o primeiro semestre de 2012, uma vez que o item “comentário” em sua página foi retirado do *blog* e as possibilidades de discussão deslocadas para o *twitter*. A quebra dessa interação obriga os internautas para lá se deslocarem a fim de que possam discutir as matérias que originalmente estavam na seção comentário. Ou seja, ao mesmo tempo que há uma ruptura de interação, cria-se uma possibilidade de deslocamento discursivo para o *twitter* do jornalista, conforme pode ser visto na Figura 13: Imagem 2 – Página do *Blog* jogos que eu vi.

Figura 13 - Imagem 2: Página do *Blog* jogos que eu vi



Fonte: www. sportv.globo.com/platb/jogos-que-eu-vi

Notamos que, na Figura 13, o mecanismo de interação “comentário”, no momento da coleta de dados, encontrava-se desabilitado.

Entretanto, na parte lateral, há mecanismo de interação que oferta a participação de receptores via *twitter*. Outro aspecto da arquitetura do *blog* está relacionado ao acesso por parte de internautas à base de dados contendo as matérias anteriores, por meio de pesquisa no próprio *blog*, como pode ser observado na Figura 13, abaixo do rótulo “pesquisar”.

Na parte central do *blog*, são disponibilizadas as matérias que são iniciadas a partir de frases curtas, por exemplo, “jogo da verdade”, e com imagem do acontecimento de um jogo de futebol. Os indícios mostram que a maioria das matérias postadas no *blog* começa pela publicização de imagens. Como o *blog* possui características de testemunhalidade, é possível que o produtor prefira mostrar, primeiramente, imagens como “espécie de prova ou testemunho” ou ao lado de textos, do que começar pura e simplesmente pela escrita. Finalmente, o rodapé apresenta marcas de vínculos do *blog* à mídia televisiva - *globo.com* e de seus produtos.

Portanto, o *site* e o *Blog* jogos que eu vi apresentam-se como páginas *web* cujas características existentes indicam marcas de contratos de leitura e indícios de formação de mercados discursivos. Estamos convictos de que a qualidade dos dispositivos de interação em relação à oferta de mecanismos de navegação (*links*) contribui para imersão às páginas internas e a outras plataformas de mídia, a exemplo de redes sociais.

Logo, a existência de processos e operações de midiaticização, através de práticas sociotécnicas e discursivas de atores, possibilita aos internautas acesso, participação e comunicação com jornalistas, plataformas de mídia e outros receptores. Não obstante, vamos dar prosseguimento à análise da arquitetura e funcionamento dos dispositivos de interação investigando o *Site* Placar e o *Blog* do Serginho, do Jornalista Sérgio Xavier.

6 ARQUITETURA, ESTRUTURA E MECANISMOS DE INTERAÇÃO NA ARQUITETURA DO SITE PLACAR E DO “BLOG DO SERGINHO”

O *site* da “Revista Placar” é um dos produtos da Editora Abril e foi criado com o objetivo de apresentar não somente a versão digital da “Revista Placar impressa”, mas também de outros produtos da referida editora. Sua arquitetura oferece informações, caracterizando-se como ofertador de vários conteúdos, necessariamente não esportivos, a exemplo de “futebol, sexo e *rock,,n roll*”, estratégia utilizada desde 1995 como forma de atrair público jovem e adulto.

Ao analisar a Figura 14 - Imagem 1: Página do *site* do Placar, notamos no topo, marcas de pertença aos produtos da Editora Abril, tais como a própria Revista Placar, Quatro Rodas, Runners, Viajeaqui, National Geographic e outros. Percebemos a existência dessa multiplicidade de marcas

pertencente à mesma editora, cujos *links* convidam o leitor para migrar ou deslocar-se para *sites* de revistas.



Fonte: www.placar.abril.com.br

Ainda no topo, fica clara a posição da revista em privilegiar a modalidade esportiva futebol, porque há mecanismos como *links* que evidenciam tematização ligada ao futebol, tais como “Copa de 2014”, “Bola de prata”, “Galeria de *fotos*”, “Campeonatos”, “*Blogs*” e finalmente a edição digital da revista.

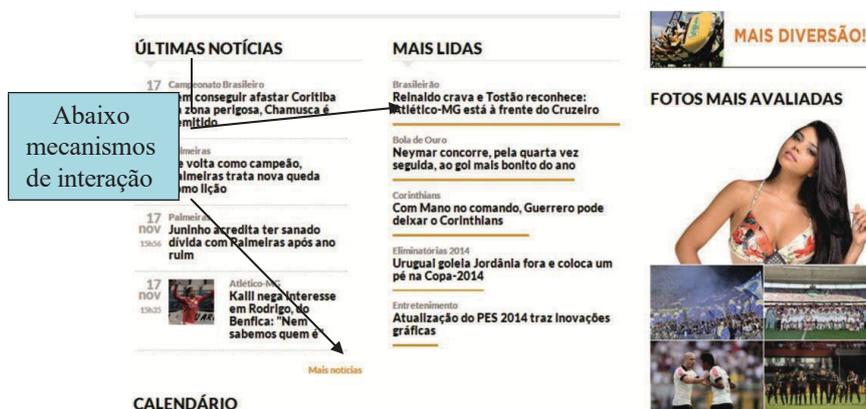
Entretanto, ao “cliquear” em *blogs*, o internauta terá acesso a jornalistas e colaboradores da revista. Notamos que dos quatorze *blogs*, apenas 1 está relacionado a outra modalidade de esportes – UFC, uma vez que o restante trata de assuntos que associam as temáticas ao futebol.

No topo da Figura 14, identificamos operador de interação em formato de escudos de clubes de futebol, que na realidade se apresentam como *links* e conduzem internautas a uma das páginas do

site, nas quais são disponibilizadas as notícias relativas ao clube. E, apesar de que existe *link* ao *twitter*, nessa página não foram evidenciadas marcas de regularidade de participação de internautas.

A estrutura da arquitetura do *site* comporta caminhos - via *links* - para notícias, reportagens e publicidade. Esta última, aparece em diversos locais, seja no topo, na lateral, no final e no rodapé. Todavia, conforme podemos observar na Figura 15 - Imagem 2: Página do *site* do Placar, as notícias apresentam-se em formato de “Últimas Notícias”, onde o internauta visualiza o título da matéria e ao linká-lo, é deslocado a outra página e podem encontrar a matéria em sua íntegra.

Figura 15 - Imagem 2: Página do *site* do Placar



Fonte: www.placar.abril.com.br

É importante assinalarmos que o *site* possui grande oferta de *links* a imagens, textos e vídeos, que se apresentam como “contratos” que o veículo possui para audiência e fidelidade de receptores.

Na Figura 16 - Imagem 3 – Página do *Site* Placar, existe grande quantidade de contratos de leitura do *site*, tais como mecanismos como *links* que aparecem em formatos imagéticos como fotografias, vídeos, *blogs*, *links* às redes sociais, publicidade etc.

A estrutura inferior e rodapé situam-se como uma “Galeria de Fotos” e logo abaixo, acesso ao “Clube Alfa”, onde são contactados a outras páginas de revistas, cujo teor se destina aos públicos adulto e masculino. Por conseguinte, no rodapé situa-se o mapa do *site*, contendo *links* às páginas, serviços, assuntos que o *website* oferece e que permitem navegação para outros circuitos, conforme processo de circulação.

Ainda na parte inferior e do rodapé, (Fig.16), encontramos indícios de possibilidades de mercados discursivos em função da existência de mecanismos de interação, dentre eles os *blogs*³ e redes sociais. Estas últimas se apresentam como páginas da Revista Placar no *facebook* e acompanhamento de postagens via *twitter*. Isso implica na manifestação de autorreferencialidade da

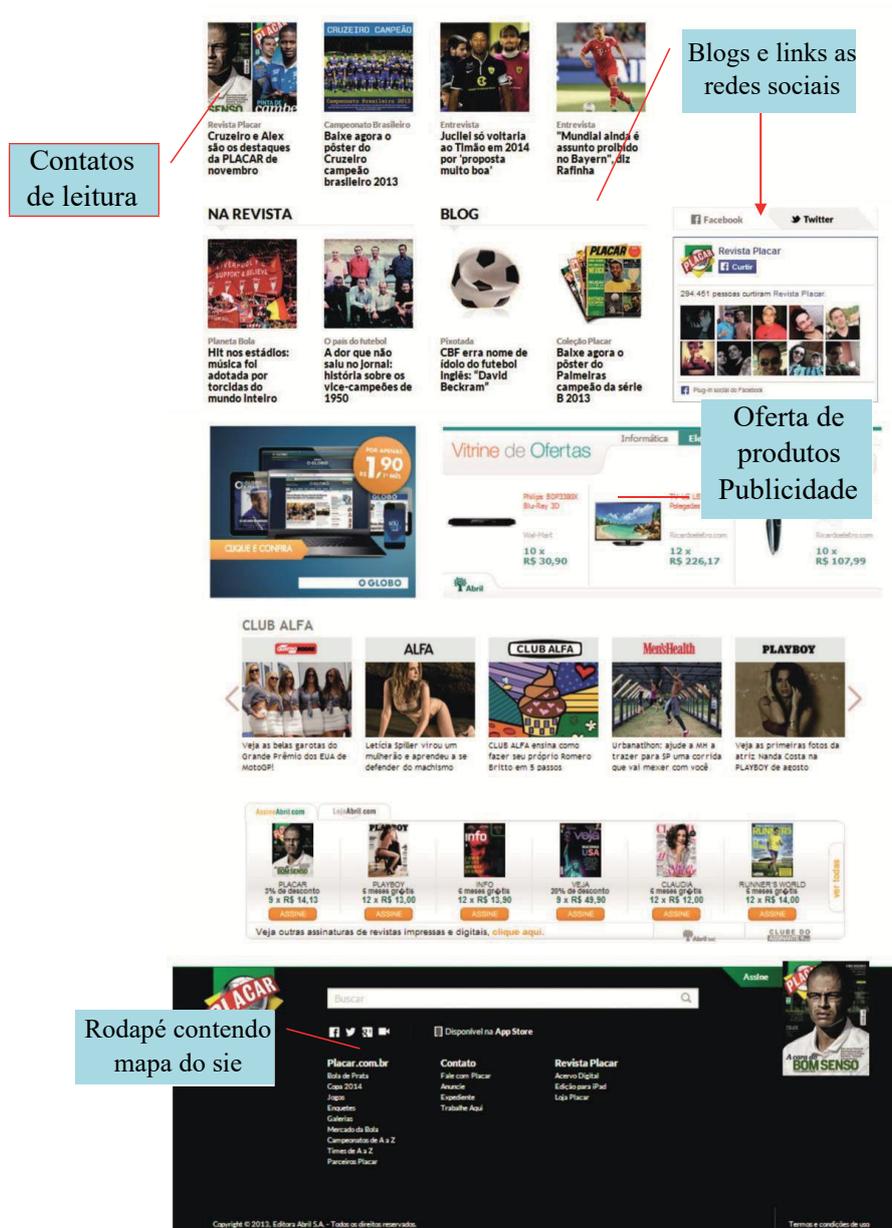
³ A forma para ter acesso, pelo site, ao Blog do Serginho é a seguinte: o internauta deverá acessar o link “Blogs” e procurar, na lista dos blogs dos jornalistas, o Blog de Sérgio Xavier.

página/revista placar e nas possibilidades de interação *online* com assinantes e outros internautas em processo de mediatização.

É notório que o *site* do Placar possui uma estrutura voltada para um público dito masculino e interessado pela temática do futebol, pois há uma grande oferta de notícias relacionadas aos campeonatos nacionais, a exemplo dos campeonatos brasileiros das séries “A” e “B”. Além disso, destaca-se a oferta de reportagens e notícias sobre o futebol internacional e outros esportes.

Notamos que a arquitetura do *site* não se preocupa com padrões de usabilidade, ou seja, não há preocupação com a organização da estrutura do *site*, pois apresenta formato desorganizado estruturalmente a ponto de causar dificuldade para o internauta “enxergar” os mecanismos de interação para navegar pelo *site*. Além disso, há uma série de produtos inseridos em meio à publicidade e fora dos padrões que um *website* deveria ter, que é ofertar notícias, produtos e serviços ao internauta de uma forma fácil quanto ao acesso, navegação e interação

Figura 16 – Imagem 3: Página do Site Placar



Fonte: Fonte: www.placar.abril.com.br

Diante da análise dos mecanismos de interação como referências de acesso presentes na arquitetura do *site*, entretanto, não foram evidenciadas audiências importantes nas matérias neste *website* e em páginas, a exemplo das colunas e páginas de redes sociais. Constatamos que, apesar da ocorrência de contratos de leitura variados, os internautas interagem pouco com a plataforma. Não temos resposta acerca da baixa interação dos internautas. Aliás, não estamos nos debruçando sobre isso. Mas o que identificamos é que há oferta de possibilidades de práticas de mediatização no e pelo *site* em função dos dispositivos de interação. Por conseguinte, vamos analisar a arquitetura, a estrutura e os mecanismos de interação do *Blog* do Serginho, que possui vinculação a este *site*.

7 ESTRUTURA E MECANISMOS DE INTERAÇÃO DO “BLOG DO SERGINHO”

O *Blog* do Serginho, de Sérgio Xavier Filho, possui estratégias discursivas que revelam traços dialógicos à medida que o referido jornalista procura estar disponível em atender, resolver questões dos internautas. O jornalista modera o *blog* com a finalidade de responder as perguntas, as dúvidas, tentar resolver problemas relativos aos serviços da Revista Placar, conforme mencionamos no capítulo 3. Vamos mostrar um bom exemplo desta estratégia discursiva dialógico a partir da atuação do jornalista como moderador no diálogo abaixo com o internauta “Júlio”, através do diálogo entre ele e o receptor acerca das vantagens do modelo de sistema de pontos corridos, utilizado no formato do Campeonato Brasileiro:

Julio Cesar 10 de outubro de 2012 as 15:18

Será que um dia a NBA também .val aplicar essa "maravilhosa fórmula. Já pensou NBA em pontos corridos? Quanta emoção!

Sérgio Xavier 11 de outubro de 2012 às 18:41

Julio, na NBA você tem um esporte colegial que desemboca no universitário, que despeja essa turma na liga profissional. Os times são franquias, tem drafts. uma estrutura bem particular. Voce acha que o nosso futebol é mais comparável a isso ou às ligas de futebol da Itália, Espanha, Alemanha e Inglaterra que fazem como a gente nos pontos corridos (e as copas em paralelo no sistema mata-mata, como a temos a Copa do Brasil

Os trechos do diálogo entre o jornalista e o receptor mostram marcas de moderação discursiva. As perguntas do internauta e sua exclamação mobilizam o jornalista a responder de uma forma criteriosa, descrevendo a partir de conhecimento sobre o esporte basquete americano e comparando com os times de futebol e as ligas que utilizam o sistema de pontos corridos, bem como de oferecer informações do uso deste sistema em outras ligas de futebol. Esta postura do jornalista a partir de estratégia discursiva, disponibilizando-se em atender, responder e comentar o discurso do internauta é que evidencia marca dialógico deste *blog*.

Com efeito, o discurso funcional no *blog* aparece também em outros trechos acerca de pedidos e reclamações de internautas, pedindo melhorias no processo de entrega das revistas (impressas) nos endereços de assinantes, como também, de melhoria no próprio sistema midiático. Esses exemplos de marcas dialógica serão apresentados no capítulo 5 quando vamos discutir os processos de interação entre produtores e receptores. No entanto, a arquitetura do *Blog* do Serginho apresenta em seu topo marcas de vínculo ao *site* do Placar e dos produtos da Editora Abril, como podemos ver na Figura 17 - Imagem 1: Página do *Blog* do Serginho.

Figura 17 - Imagem 1: Página do *Blog do Serginho*



Fonte: www.placar.abril.com.br/blogs/blog-do-serginho

A arquitetura do *blog* é muito simples, semelhante aos primeiros *blogs* que foram criados no início do ano 2001, como podemos observar na Figura 17, contendo apenas texto e mecanismo de interação – “comente”. Apresenta ainda em sua estrutura, especificamente na parte superior do topo, marcas identitárias como símbolo da Revista Placar, inclusive com publicidades e patrocinadores.

Ainda no topo, temos um *banner* intitulando o “Blog do Serginho”, tendo informações de suas funções - “Diretor de Redação da Revista Placar, Sérgio Xavier não poupa palavras para discutir os principais assuntos do mundo futebolístico”, e ao lado do título, temos uma foto do jornalista.

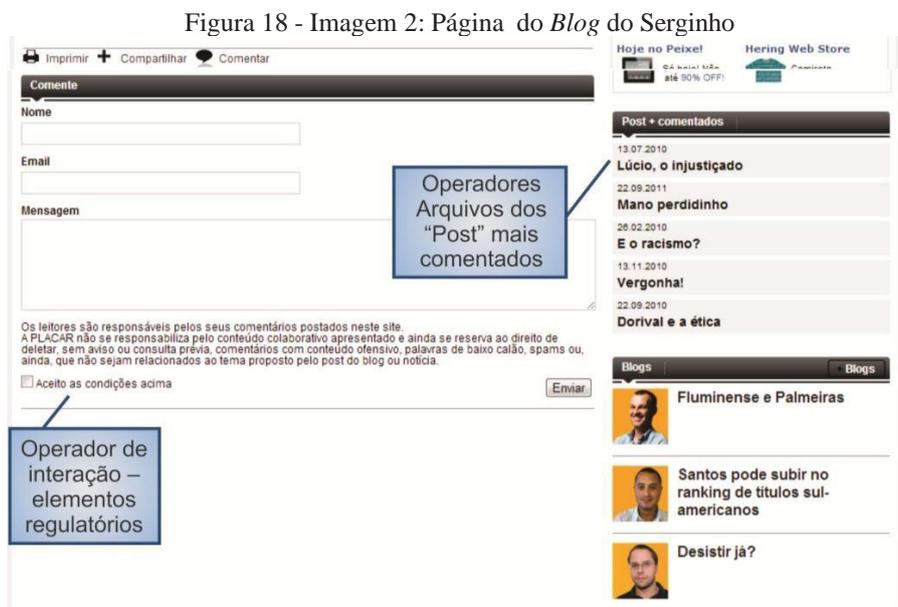
Esse tipo de marca de contrato que enuncia a função do jornalista, no caso Diretor de Redação da Revista Placar, produz o sentido de que ele poderá, por força do cargo, resolver problemas, ter autonomia em sua narrativa e nas discussões. É possível que por conta desse tipo de operação enunciativa, os internautas podem fazer solicitações quanto às melhorias de serviços de entrega de revistas por parte da empresa jornalística, melhorias no *Blog* e do sistema midiático.

Na parte lateral, destacamos as indicações para acesso aos “últimos *posts*”, que são listados em

arquivos do próprio *site*, como podemos ver na Figura 16. Há existência do rótulo “tópicos”, contendo nuvem de *tags*⁴ a partir de temas abordados no referido *blog*. Na Figura 18 - Imagem 2: Página do *Blog do Serginho*, encontramos “*post + comentados*”, que se situa no âmbito dos arquivos do próprio *blog* contendo matérias do produtor. Ainda no *blog*, há possibilidades de envios para outros *blogs* pertencentes ao *site*.

O *blog* do Serginho possui mecanismo de interação “Comentar”, onde os internautas participam, através de suas mensagens e das discussões em torno de temáticas relacionados ao esporte. Entretanto, conforme mostra a Figura 18, esta possibilidade é regulada pelas regras definidas pelo produtor, ou seja, além da identificação, *e-mail* e mensagem, o internauta tem que aceitar as condições para participar, conforme as regras, clicando em “Aceito condições acima”.

Na realidade, o “Aceitar condições acima” é um termo de uso, desobrigando o *site* e seus representantes da responsabilidade pelo conteúdo postado. Nesse sentido, os comentários antes de ser publicados, passam pela aprovação do produtor, regras essas informadas quando o internauta envia mensagem. Ou seja, a interação é uma possibilidade que está sempre submetida a mecanismos de controle e de regulação por parte da instância institucional de produção de mensagens.



Fonte: www.placar.abril.com.br/blogs/blog-do-serginho

O *blog* permite ao internauta aceder o conteúdo na sua diversidade, inclusive contando outros *blogs* de jornalistas vinculados ao *site*, conforme visualizamos na Figura 18. Podemos dizer, no

⁴ Segundo Briggs (2007), nuvem de tags é um sistema automático inserido num site para visualizar tags mais usadas pelos visitantes da página. O seu funcionamento ocorre quando o código do computador gera uma nuvem de tags e a exibe com uma fonte maior, conforme frequência de uso, permitindo que usuários visualizem rapidamente o conteúdo principal relacionada a cada tag.

âmbito deste dispositivo de interação, que existe a constituição do que chamamos aqui de uma oferta ampla voltada para o mercado de leitores, se compararmos à quantidade de outros *blogs* de diferentes mecanismos de interação.

Ressaltamos que a nossa descrição da arquitetura permite-nos constatar que as possibilidades de interação são poucas, se comparadas com a maioria dos *blogs* aqui investigados. Percebemos durante a fase de observação que mecanismos de interação para compartilhar mensagens apresentavam-se inócuos, apresentando página de erro e sem indícios de que a matéria do jornalista foi compartilhada. Entretanto, é possível que internautas possam criar novos circuitos, mas nossas análises não identificaram essas possibilidades.

No entanto, ressaltamos que a criação de um circuito depende de processos e operações de mediação que em nossa visão são manifestadas a partir da relação entre produção e recepção a partir de diálogos e circulação discursiva em um dispositivo de interação, assim como acontece em *blogs* em um campo midiático como o esportivo. De fato, os circuitos são resultados de processo de circulação e que são facilmente manifestados em uma sociedade em vias de mediação.

Braga (2012) assinala que os circuitos na contemporaneidade envolvem momentos dialógicos, tentativos e variados. “Esses **circuitos contemporâneos envolvem momentos dialógicos**, momentos „especializados“; momentos solitários o mundo circula em nosso *self* – e momentos tecno-distanciados, difusos [...]” (BRAGA, 2012b, p. 44, grifo nosso). Isso implica em dizer que os processos e operações de mediação que se realizam no *Blog* do Serginho podem produzir efeitos de circulação em outros circuitos, mas que não temos evidências em função de ausências de marcas.

8 ARQUITETURA, ESTRUTURA E MECANISMOS DE INTERAÇÃO NA ARQUITETURA DO SITE LANCENET E DO “BLOG PAPO COM BENJA”

O *site* Lancenet tem marcas de identidade associadas ao jornal “O Lance”, um dos maiores grupos de mídia esportiva no Brasil. O *site* se apresenta como plataforma multimídia de conteúdo relacionado ao esporte, através da mídia impressa, rádio e jornal em versão digital.

O Lancenet tem uma estrutura discursiva totalmente voltada para o futebol. Sua arquitetura alia reportagens e possibilidades de acesso ao jornal via versão digital. O *banner* localizado em seu topo possui a marca “LANCE!NET”, relacionando o *site* ao jornal O Lance (mídia impressa), como podemos observar na Figura 19 - Imagem 1: Página do *site* Lancenet. Além disso, existem mecanismos de interação como *links*, em forma de escudos de clubes de futebol, que quando acionados por internautas os conduzem às páginas onde há disponíveis notícias do âmbito do futebol.

Ainda no topo do *site*, existem mecanismos de interação, identificados na Figura 19, como “Futebol”, “Futebol internacional”, “Esportes”, “L!tv”, “De prima”, “Tabelas”, “Lance”,

“Blogs”, e “Anuncie”, que indicam a potencialidade de um amplo seguimento de leitores, enquanto constituintes de um mercado discursivo sobre esse tipo de discurso.

A estrutura das reportagens alia facilidade de acesso e participação, haja vista a capacidade do *site* em ofertar muitos caminhos de interação. Isso significa que em qualquer matéria existe a possibilidade de participação de receptores por meio de postagens (comentários) e, podendo também, fazer circular informações para outros circuitos, conforme podemos observar nos *links* de interação na Figura 19. Ainda nesta figura, temos diferentes tipos de “contratos de leitura”, tais como imagens, textos e vídeos que funcionam como estratégias à interação e fidelização dos receptores no *site*.

Há possibilidade de acesso aos *blogs* por meio de um *link*, localizado no topo do *site*, que quando acionado por um internauta o leva a uma página que contém a relação dos *blogs* de jornalistas vinculados ao sistema midiático (*site*). Entretanto, há outra possibilidade de acessar os *blogs*, por meio de *links*, localizados na parte central do *site*, conforme identificamos na Figura 19 – Imagem 1: Página do *site* Lancenet.



Fonte: www.lancenet.com.br

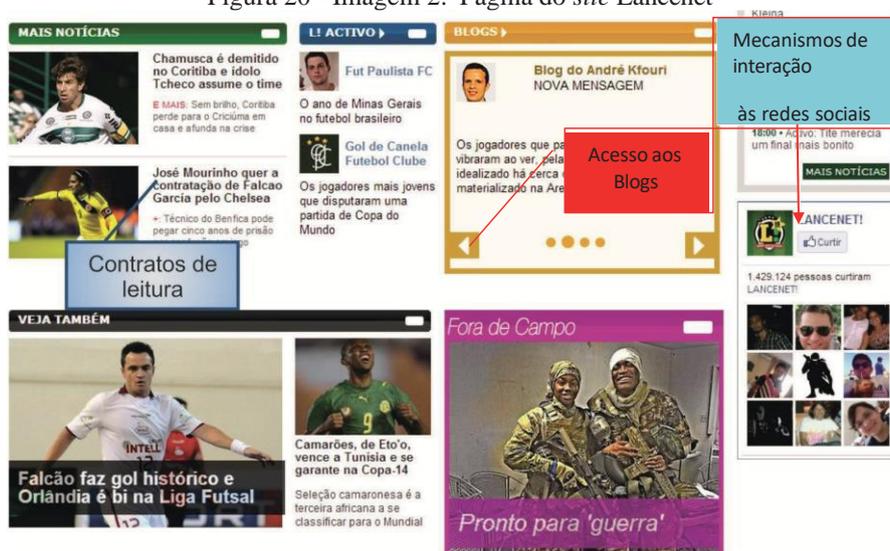
Na parte central do *site*, existem diversas matérias e recursos para interação e que são baseados em características de hipertextualidade. Elas põem o internauta em contato com imagens, textos e vídeos. Além disso, há o *link* “L!Tv” que se apresenta como uma espécie de arquivo – repositórios de vídeos sobre assuntos esportivos. Entretanto, se o internauta clicar e imergir pela página, poderá acessar vídeos de entrevistas de jornalistas; um bom exemplo são os vídeos definidos como “Papo com Benja”, onde são mostrados vídeos de contato presencial de jornalistas e convidados em estúdio.

Esse cenário não deixa de ser estágio de interação nessa página.

A capacidade do *site* como plataforma midiática denota espaço de autorreferencialidade, pois os vídeos são realizados através de estúdios de gravação do Grupo Lancenet. Outro aspecto a considerar é conceber o jornal impresso em versão digital. Quando mencionamos a disponibilização do jornal em versão digital, implica em dizer que há versão do jornal impresso O Lance! foi transposto para a versão digital. Esse tipo de transposição do jornal impresso para o digital, sem levar em consideração outras possibilidades midiáticas, como uso de hipertextos e hiperlinks, é, segundo Pernisa Junior, típico de um contexto de início da história do jornalismo brasileiro na internet em que empresas jornalísticas “[...] não estavam preocupadas em criar publicação específica para internet, fazendo basicamente apenas uma versão semelhante à versão do papel” (2007, p.3). De fato, temos hoje no jornal O Lance! a versão do jornal impresso de modo digital.

Entretanto, trabalhos produzidos por diversos autores, entre eles: Gelbes (2013), Bianco (2004), Canavilhas (2005) e Pernisa Júnior (2007), assinalam para a importância de se produzir jornal digital, considerando as potencialidades das linguagens hipertextuais e hiperlinks no processo de produção da notícia, a partir de multimídia e outras tecnologias proporcionadas pela *web 2.0*. Pelo menos, o *site* Lancenet é uma plataforma midiática que explora as potencialidades da internet em sua versão 2.0, como podemos notar na Figura 20 - Imagem 2: Página do *site* Lancenet.

Figura 20 - Imagem 2: Página do *site* Lancenet



Fonte: www.lancenet.com.br

Percebemos, na Figura 20, a oferta de várias formas de contato entre o *site* e os leitores, tais como imagens, vídeos, textos, hipertextos e mecanismos de interação à página do veículo no *facebook*. Da mesma forma, na Figura 21 - Imagem 3: Página do Lancenet, temos “Galeria de Vídeos” e “Enquetes”

que são mecanismos de interação vistos como estratégias utilizadas pelo sistema midiático no sentido de proporcionar interações.

Figura 21 - Imagem 3 : Página do *site* Lancenet



Fonte: www.lancenet.com.br

O rodapé do *site* apresenta indícios da existência de amplo mercado discursivo que conta este suporte, haja vista o grande número de possibilidades de interação por meio de “Mapa do Site” e páginas às redes sociais como *facebook* e *twitter*. Com efeito, a arquitetura do *site* Lancenet, como vimos, estrutura-se considerando a grande quantidade de oferta de mecanismos de interação, contratos e promessa de circulação além *website*. Temos aí grande capacidade de processos e operações de midiatização em função da oferta de potencialidades de tecnologias convertidas em meio de comunicação. Não muito diferente é a estrutura e os mecanismos de interação no *Blog* do Benja, como vamos ver a seguir.

10 ESTRUTURA E MECANISMOS DE INTERAÇÃO DO “BLOG PAPO COM BENJA”

O “*Blog Papo com Benja*”, do jornalista Benjamin Back, se apresenta como modelo discursivo provocativo. O jornalista é torcedor do Corinthians, apesar de que procura evitar falar sobre o assunto, entretanto, ele atrai muitos torcedores de times variados que usam o *blog* como espaço de

tensionamento, de “disputas” entre torcedores, questionamentos quanto à postura do jornalista diante dos acontecimentos, críticas e análise de jogos do time que torce, a exemplo de comentários de internautas abaixo:

At 2012.05.21 10:16, Fábio Luiz said:

Engraçado, por que o Benja não comenta do time dele que perdeu por 1 x 0 do Fluminense? Tudo bem que foi com o time reserva, mas o Fluminense será um concorrente direto pelo título e eles também vieram com o time reserva, e lá no final vai ter gente chorando estes 3 pontos.

Outra coisa, por que poupar os jogadores se o primeiro jogo foi 0 x 0 e vai jogar em casa, ou seja, não teve gasto com viagens e etc... poderia ter pelo menos mesclado o time.

Benja, antes de criticar o time dos outros analise o seu primeiro...

[Repty]

At 2012.05.21 11:02, MVVR said:

Fábio Luiz

O time do Benja foi roubado no Pacaembu, quando o árbitro não marcou pênalti de Carletto em William.

Mas aí vocês nem vou comentar

Observamos nos comentários de Fábio Luiz e de MVVR que receptores torcedores dialogam acerca da postura do jornalista diante de suas narrativas publicadas no *blog*. O internauta Fábio Luiz questiona a postura do jornalista diante da ausência de seu comentário quando o Corinthians perdeu por um a zero do Fluminense.

Outro receptor faz intervenção junto ao internauta questionando-o quanto da ausência de comentários do produtor, no contexto do jogo do Corinthians contra o São Paulo, quando este último foi prejudicado pela arbitragem. Percebemos que o *blog* torna-se lugar de tensão e disputa discursiva entre torcedores que são afetados, também, pela preferência ou gosto do jornalista pelo clube que torce.

Observamos que a arquitetura do *Blog Papo* com Benja segue estrutura semelhante ao do *website* Lancenet. Possui marcas de pertença a este *website*, através de símbolos, a exemplo de “L!” e de rótulo contendo *links* – “Home, Tabelas, Futebol e outros” - às páginas do *site*, como podemos ver na Figura 22 - Imagem 1: Página do *Blog Papo* com Benja

Figura 22: Imagem 1 – Página do Blog Papo com Benja



Fonte: blogs.lancenet.com.br/Benja/

Ao observar a Figura 22, notamos ainda no topo o nome do *blog*, seguido com a foto do jornalista, a qual se constitui uma espécie de operador de identificação. Na lateral, destaca-se uma espécie de seção, chamada “Perfil”, na qual o jornalista traz um minicurrículo, e contendo a afirmação de que o *blog* trata do futebol como diversão, entretenimento, humor. Tal afirmação evidencia a especificidade da coluna que ao seu turno tem uma grande amplitude temática. Afirma que o *blog* é um espaço de informações, polêmica e discussões e que também falará sobre música, *Rock in Roll* e *Hip Hop*. Ao final do pequeno texto, disponibiliza

e-mail para contato e operador RSS⁵.

Ainda na parte lateral, destaca-se a seção de “pesquisa”, junto à qual podemos acessar conteúdo dos arquivos do *blog*, utilizando apenas palavras-chave. Logo abaixo, o espaço do arquivo é disponibilizado através de *links* que ensejam o acesso às matérias que são publicadas neste *blog*. Existem outros mecanismos de interação que quando acionados pelas práticas dos internautas conduzem os receptores a outras instâncias de contato com o ambiente noticioso digital, a exemplo do *twitter* do próprio jornalista e do *site* Lancenet.

As publicações das narrativas do jornalista são também identificadas por uma fotografia de um evento à esquerda do texto, reunindo sempre um enunciado que busca provocar, polemizar e mobilizar

⁵ Rich Site Summary. É uma tecnologia que permite usuários da internet se inscreverem em sites para receber atualizações de feeds de RSS, mantendo-se atualizado de notícias e informações de atualizações sem precisar visitar sites um a um.

internautas, a exemplo de “*Será que o Mano Menezes assistiu ao FLA X FLU????*”, que foi anunciado no dia 01/10/2012, e visa mobilizar receptores à participação através de comentários no *blog* ou pelo *twitter*. Notamos que a narrativa do jornalista é assinada por ele com data e horário da postagem.

Na Figura 23 - Imagem 2: Página do *Blog* Papo com Benja, temos, no final da narrativa, os endereços eletrônicos do jornalista no *facebook* e *twitter*, denotando que o leitor pode seguir adiante nesse circuito proposto pelo enunciador. Logo após, constatamos a existência de espaço para comentar no *blog* através de mecanismo de interação “Comentários”. Entretanto, para que o internauta possa comentar deve atender aspectos regulatórios como identificação do nome (obrigatório), *e-mail* (obrigatório, com a ressalva de que se não preencher não será publicada a mensagem).

Figura 23 - Imagem 2: Página do Blog Papo com Benja

The image shows a screenshot of a blog post. The main content area contains a paragraph of text, a question, and another paragraph. Below the text are social media links for Twitter and Facebook. A comment section is visible, showing a comment from 'FLU-CAMPEÃO' and a form for adding a comment. The form fields are labeled 'Nome (Obrigatório)', 'Email (Obrigatório, não será divulgado)', and 'Site'. A blue box highlights these fields with the text 'Operador de interação elementos regulatórios'. To the right, there is a sidebar with an 'Arquivos' section listing months from 2010 to 2012, and a 'Lista de Links' section with a link to 'Lancenet!'. A blue arrow points to the 'Arquivos' section.

Fonte: blogs.lancenet.com.br/Benja/

Portanto, a análise das arquiteturas e estruturas das páginas dos *websites* e *blogs*, com vista à identificação de mecanismos de interação e contratos de leitura demonstram a complexidade das plataformas digitais, seja pela variedade de *links* hipertextuais e de hiperlinks, seja pela oferta de possibilidades de contatos com mercados discursivos.

Notamos que as características específicas e de qualificação dos dispositivos estabelecem identidade própria de cada página, considerando suas marcas e vínculos com os veículos de pertença. Além disso, os conteúdos das páginas *web* são propriedades do suporte digital se considerarmos as possibilidades de atualização contínua e frequentes modificações, com relação ao tamanho e à forma da narrativa, características enunciativas e por possuir “mix” de suportes, hipertextual, imagem, áudio e visual.

Essas observações sobre as propriedades do suporte digital nos remetem ao pensamento de Prieto, quando este autor discorre sobre comparações entre página inicial de um *site* e de uma revista impressa. Ele afirma: “Los sitios web de revistas podría pensarse, entonces tienen identidad específica. Lo que ocurre es que esta identidad se va modificando; es de una *identidad dinámica*, distinta de a la *identidad estática* que caracteriza a los ejemplares de papel” (p.4, 2011).

Isso significa que as páginas iniciais digitais estão sempre se modificando em face à complexidade, ao aparato tecnológico, aos discursos (enunciação) e à circulação. O que torna a página *web* um dispositivo de contato, de diálogo e de passagem para “navegantes” imergirem em outros ambientes e circuitos. Além do mais, as características dos contratos de leitura aliadas aos mecanismos de interação e a natureza do dispositivo podem ser um prenúncio de explicação para audiência, bem como fidelidade ao *blog*.

As arquiteturas analisadas contribuem para a compreensão do funcionamento dos processos e das operações de mediatização nas quais são envolvidos produtores e receptores, à medida que essas duas instâncias são acionadas por diferentes práticas. Isso implica na existência de inúmeros tipos de contato que edificam diversidades de sentido.

Então, como forma de estabelecer uma visão geral e sintética da arquitetura, estrutura e mecanismos de interação analisados, elaboramos o Quadro 3 – Características estruturais da arquitetura dos *websites*, no qual apresentamos aspectos importantes, tais como **estrutura para interação, natureza discursiva, mecanismos de interação, contratos de leitura, mercados discursivos e compartilhamento e redes sociais**, com a finalidade de estabelecer uma visão comparativa de suas características.

Quadro 3 - Características estruturais da arquitetura dos *websites*

Elementos característicos	<i>Websites</i>			
	ESPN e <i>Blog</i> de Paulo Vinícius Coelho	Sportv e <i>Blog</i> Jogos que eu vi	Placar e <i>Blog</i> do Serginho	Lancenet e <i>Blog</i> Papo com Benja
Estrutura para interação	O portal e o <i>blog</i> ofertam mecanismos de interação (<i>links</i>)	O <i>site</i> e o <i>blog</i> ofertam mecanismos de interação (<i>links</i>).	O <i>site</i> oferta mecanismos de interação (<i>links</i>), entretanto o <i>blog</i> possui poucos operadores de interação.	O <i>site</i> quanto e o <i>blog</i> ofertam mecanismos de interação (<i>links</i>).
Natureza da estratégia discursiva	O portal tem característica noticiosa e o <i>blog</i> é de natureza analítica.	O <i>site</i> tem característica noticiosa e o <i>blog</i> é de natureza testemunhal.	O <i>site</i> tem característica noticiosa e o <i>blog</i> é de natureza dialógica.	O <i>site</i> tem característica noticiosa e o <i>blog</i> é de natureza provocativo.
Contratos de leitura	Existência de ofertas de texto, imagem e vídeos no portal e no <i>blog</i> .	Existência de ofertas de texto, imagem e vídeos no portal e no <i>blog</i> .	Existência de ofertas de texto, imagem e vídeos no <i>site</i> , entretanto o <i>blog</i> só oferta texto.	Existência de ofertas de texto, imagem e vídeos no portal e no <i>blog</i> .
Mercados discursivos	Favorecem mercados discursivos no portal, no <i>blog</i> e em circuitos além deste, por meio de <i>links</i> às redes sociais.	Favorecem mercados discursivos.	O <i>site</i> favorece o mercado discursivo. No <i>blog</i> , entretanto, o mercado discursivo fica na órbita do próprio <i>blog</i> .	Favorecem mercados discursivos no <i>site</i> . No <i>blog</i> e em circuitos além dele, há oferta por meio de <i>links</i> às redes sociais.
Compartilhamento e redes sociais	O portal e <i>blog</i> possibilitam compartilhamento às redes sociais e a outros <i>blogs</i> .	O <i>site</i> e <i>blog</i> possibilitam interações às redes sociais e a outros <i>blogs</i> .	O <i>site</i> possibilita compartilhamento às redes sociais. O <i>blog</i> é insuficiente para compartilhamento às redes sociais.	O <i>site</i> e <i>blog</i> possibilitam compartilhamento às redes sociais e a outros <i>blogs</i> .

Fonte: Elaborado pelo autor

As arquiteturas apontadas ao longo da análise e resumidas no Quadro 3 mostram a riqueza da ambiência, o que nos permite afirmar que há complexidade dos processos e das operações de midiatização existentes nos *blogs*, afetando de modo diverso as interações entre produtores e receptores. Para maior compreensão dessas interações, fizemos um estudo por meio de uma descrição mais sistemática. Sendo assim, no capítulo seguinte, vamos analisar a categoria interações entre produtores e receptores em *blogs* esportivos.

SEGUNDO EIXO DE ANÁLISE: FUNCIONAMENTO DOS DISPOSITIVOS DE INTERAÇÃO ENTRE PRODUTORES E RECEPTORES

No presente capítulo, temos o objetivo de analisar as interações entre produtores e receptores, através das marcas construídas entre *blogs* e internautas no âmbito dos dispositivos digitais informativos. Os processos e as operações de mediatização realizados nas interações entre produtores e receptores em *blogs* esportivos são compreendidos a partir da complexidade do fenômeno comunicacional proporcionado pela internet e seus dispositivos de interação, tomados aqui como matriz comunicacional e espaço de fala e de observação, conforme bem observa Braga (2012) em dispositivos interacionais.

Aliás, os *blogs* são dispositivos interacionais não por se constituir aparatos tecnológicos, mas por se caracterizar como espaços de manifestações de práticas midiáticas, de produção de sentido, de novos sentidos e de mercados discursivos. Sobre esta última condição como já mencionamos anteriormente em capítulo de discussão teórica acerca de operações de *feedbacks* que ocorrem no esquema proposto por Verón (1997), compreendemos que as relações de produção e recepção se fazem em meio de processos complexos de funcionamento dos discursos.

É nessa perspectiva que, no segundo eixo de análise, descrevemos o funcionamento das interações chamando a atenção para a natureza dos vínculos e dos usos dos *blogs* por parte dos usuários. Nossa intenção é mostrar os *blogs* complexificando as relações entre os leitores e ambientes editoriais.

1 INTERAÇÕES ENTRE PRODUTOR E RECEPTORES NO “BLOG DE PAULO VINÍCIUS COELHO”

As interações entre o jornalista (produtor) Paulo Vinícius Coelho-PVC e os receptores em seu *blog* podem ser descritas a partir de um intenso diálogo entre atores sociais, fato este observado a partir dos fenômenos da audiência¹ e da fidelidade por parte de internautas. Ressaltamos que um aspecto importante para que possamos explicar essas duas dimensões no *blog* é o funcionamento de contratos de leitura como estratégia que incide sobre a organização das interações.

Fausto Neto (2010, p. 10) afirma que a noção de contratos de leitura se apresenta como recurso criado pelo produtor, com vista a estabelecer vínculos entre ele (produtor) e os receptores, ou seja, a oferta e o consumo de notícias são organizados a partir de práticas textuais e de outras ações discursivas que, a seu turno, visam estabelecer vínculos entre, enunciador e os receptores. Isso pode explicar a

¹ A média de comentários do blog é de 300 postagens durante os meses de maio e junho. Muitos internautas visitam o blog e participam diariamente.

natureza da audiência de interações no **Blog de Paulo Viniccius Coelho- PVC**.

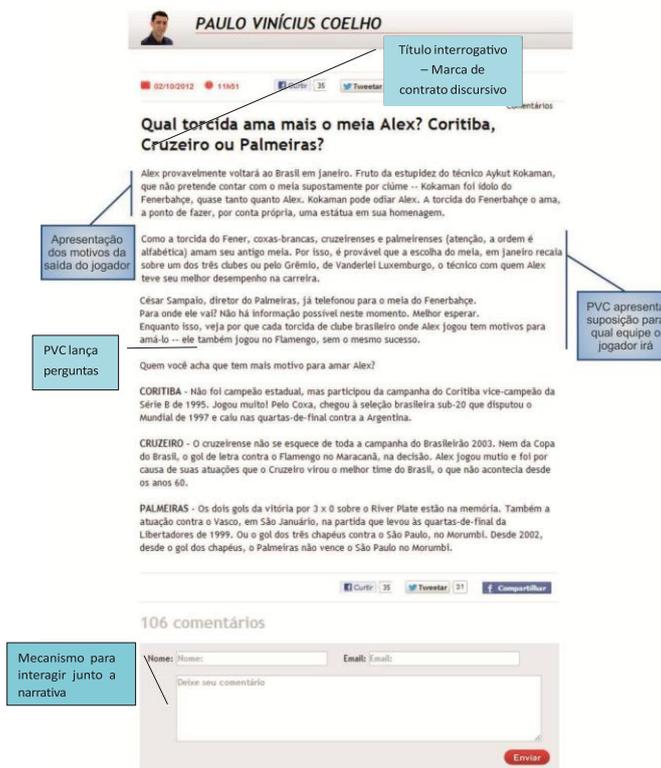
As marcas dos contratos de leitura presentes no *blog* do jornalista são reveladas através das estratégias e das regras presentes em sua narrativa, visando a efeitos sobre os processos de interação. Nestas condições, e observando regularidades durante análise dos *blogs*, percebemos marcas que revelam regras, modos e estratégias de elaboração de narrativa.

O título da matéria publicada no *blog* em 02 de outubro de 2012, “*Qual torcida ama mais o meia Alex? Coritiba, Cruzeiro ou Palmeiras?*”, presente na Figura 24 – enseja-se como manifestações do contrato de leitura e funciona como estratégia discursiva para convidar (chamar) receptores à participação. O sentido do contexto da pergunta trata da possibilidade de que o ex-jogador desses clubes possa retornar ao Brasil e atuar em uma dessas equipes, por conta da suspensão de contrato com o Fenerbahçe, time de futebol da Turquia.

Certamente que o título da postagem, cuja marca interrogativa procura atrair receptores dos três clubes apontados, pode mobilizar outros internautas torcedores de diferentes clubes. Outras ações podem ser reveladas através da própria narrativa da postagem, como vemos na Figura 24.

O *blog* tem características de modelo estratégico discursivo analítico, e por conta destes traços, percebemos que o jornalista, ao escrever para o leitorado, se propõe a analisar os motivos da saída do jogador do time da Turquia e a possibilidade do jogador retornar para um dos três clubes apontados no título do texto. Podemos observar este fato nas marcações “Apresentação dos motivos da saída do jogador” e “PVC apresenta suposição para qual equipe o jogador irá”, conforme enunciação na Figura 24.

Figura 24 – Contratos de leitura na *Blog* de Paulo Viniccius Coelho



Fonte: www.espn.com.br/blogs/paulovinicciuscoelho

Além disso, aponta a possibilidade do jogador atuar no Grêmio de Porto Alegre em função dele ter trabalhado em outra ocasião com o técnico desta equipe.

Outro aspecto a considerar é que o texto não informa para aonde o jogador vai atuar, levanta, mais uma vez, interrogações; “para onde ele vai? Quem tem mais motivo para amar o Alex?”, conforme marcação na Figura 24.

Outra estratégia discursiva na narrativa do jornalista é a apresentação sequencial da lista nominal dos times que aparecem no título. Em seguida, apresenta desempenho do jogador quando jogou em cada um dos times. Entretanto, o jornalista aponta também para outro clube que não faz parte da lista, como o Flamengo time de maior torcida do Brasil onde o jogador não teve muito sucesso. Ademais, outra estratégia observada está relacionada ao convite “deixe seu comentário”, instituído na caixa de diálogo, onde os internautas postam seus comentários, à medida que a afirmação convida os internautas a algum tipo de contato com o *blog*. Com efeito, ocorreram 106 participações de internautas no referido *blog*, havendo certo equilíbrio de internautas que, possivelmente, seriam torcedores do Coritiba, Cruzeiro e Palmeiras que se manifestaram respondendo para qual clube o jogador deveria ir e jogar. O *blog* funciona como um lugar de funcionamento de um certo tipo de plebiscito que define o futuro do atleta.

Como não temos condições de mostrar os discursos das 106 participações, mostramos apenas

poucos comentários que revelam indícios de interação a partir de práticas de mediação em *blogs* enquanto ponto de contato entre os atores sociais e a instituição jornalística.

Uma das marcas de formação de mercados discursivos no contexto da mediação está relacionada ao processo de afetações entre atores com seus discursos e as práticas de mediação. De fato, a relação entre enunciação do jornalista e reconhecimento, através de práticas midiáticas, por parte de receptores através de discursos, revela a existência de mercado discursivo. Conforme nos propusemos mais acima, analisamos comentários de receptores no contexto da narrativa provocativa do produtor.

Nesse processo de interação, os internautas que usaram *nicknames* “*Guilherme Farias Fortaleza-CE*” e “*PARA O PALMEIRAS*” respondem a provocação do jornalista sob a argumentação na qual justificam a sua escolha. Nesse sentido, no fragmento abaixo, o receptor “*Guilherme Farias Fortaleza-CE*” faz ponderações acerca dos títulos que o jogador teve, por ser ídolo no Palmeiras e pela relação entre a carência do clube e pelo lado afetivo da torcida. Além disso, utiliza o discurso para “chamar” ou convocar: “vem alex, palmeiras precisa de você”, exercendo talvez a função de um porta-voz especializado do clube.

Guilherme Farias Fortaleza-CE

03/10/2012 10h53

Alem dos titulos que o alex conquistou no palmeiras ele é um idolo que nos precisamos, por tudo que ele fez pelo verdão, o palmeiras ate pela carência é a torcida que ama mas o alex e ele sim vai vir jogar aqui, principalmente se escaparmos da segunda divisão, por causa da libertadores !!! vem alex, palmeiras precisa de voce !!!

PARA O PALMEIRAS

03/10/2012 10h53

O Alex, apesar de nao ter sido muito convocado para a seleção, é um jogador veterano com a mesma "graduação" de Junino Pernambucano, Deco, Seedorf, Forlan, Zé Roberto, etc. O Grêmio já tem Zé Roberto, no Cruzeiro a posição é ocupada pelo Montillo, então, acho que o alex deve vir para o Palmeiras

Não muito diferente, o internauta “*PARA O PALMEIRAS*” responde à enunciação do jornalista, justificando que o jogador é veterano e possui a mesma “graduação” de outros jogadores em seus clubes. Na realidade, o internauta compara Alex com outros jogadores de outros clubes. O sentido do internauta é justificar que em cada equipe há um jogador experiente e por isso ele deve jogar no Palmeiras.

Percebemos que, no cenário da mediação, o *blog* como dispositivo de interação é lugar de manifestações discursivas, de contato, envolvendo o jornalista e os atores sociais. Os receptores, conforme discutimos no capítulo 1, possuem ou exercem uma prática de contato com o *blog*, na medida em que participam, comentam e opinam se apropriando de novas lógicas do sistema midiático, o que lhes enseja se tornarem coprodutores da enunciação.

Outros fragmentos de discursos que foram coletados na pesquisa assinalam também para a existência de diálogos de receptores em sua nova vocação, como coprodutores que ofertam sentido, produtos e fazem circular informações para outros circuitos/plataformas de mídia. Analisando os discursos dos receptores “Carlos” e “aasas” temos evidências de coparticipação, de ofertas de produtos e de circulação discursiva.

No discurso de “Carlos”, conforme descrevemos mais adiante, além de seu comentário justificando que o jogador Alex quer receber o seu salário em dia e trabalhar com o treinador Wanderlei Luxemburgo (Luxa), o receptor oferta ao *blog* um acontecimento de temática diferente, em relação ao tema abordado. Para tanto, posta o endereço eletrônico onde constam informações acerca da arrecadação do Grêmio em 2012.

De fato, o receptor, em prática de mediação, faz circular acontecimentos cujo discurso vem de outra plataforma de mídia, ou seja, à medida que ele oferta informações e fontes, estabelece a circulação de informações do *site* oficial do clube para o *blog*. Isso mostra, também, uma nova vocação do receptor enquanto produtor de notícias, que pelo poder das práticas faz funcionar processos e operações de mediação.

Carlos

03/10/2012 10h05

Como o Alex quer receber em dia e trabalhar com o Luxa, vai ter que vir para o Imortal Tricolor. Abaixo reportagem sobre a arrecadação do Gremio em 2012 e ano que vem com a Arena a arrecadação deve bater nos 350 milhões. http://www.gremio.net/news/view.aspx?id=15166&language=0&news_type_id=1

O internauta identificado como “aasasa”, logo abaixo no espaço da página do *blog*, inicia o seu comentário postando uma *hashtag*³⁹ “#Volta ProCruzeiroAlex” como estratégia de convencimento desejada por parte de outros internautas no sentido de aderirem à campanha em favor do retorno do jogador ao time do Cruzeiro.

Esse tipo de ação, tentativa de convencimento utilizada pelo receptor, evidencia a existência de processos de circulação discursiva que teve origem em outro protocolo, supostamente do *twitter* em função da *hashtag*. Neste sentido, o receptor, por força de sua nova vocação, possibilita mobilização de discursos, a partir de processos complexos de comunicação através de tecnologias convertidas em meio de comunicação.

aasasa

04/10/2012 16h41

#VoltaProCruzeiroAlex Alex decidiu retornar ao Brasil em 2002, permanecendo no Cruzeiro até 2004. Neste período, jogou 121 partidas e marcou 64 gols. Foi campeão Mineiro em 2003 e 2004, da Copa do Brasil e do Campeonato Brasileiro. #VolteProCruzeiroAlex

Convém afirmar que, nos processos de interações entre produtores e receptores, há um grande

embaralhamento de informações e oferta de produção desentido que se dissipam pela grande rede, via tecnologias, complexificando cada vez mais os mercados discursivos, formando assim, novas arquiteturas comunicacionais.

Vimos, no capítulo 1, que a interação social em um contexto de midiática está relacionada ao processo de enunciação e reconhecimento por parte de atores sociais e que implica em grandes ofertas de sentido e que, no *blog*, manifesta-se a partir da temática discutida. Entretanto, existe movimento de circulação discursiva de um dispositivo para outro dispositivo, ocorrendo, assim, interpenetrações entre eles, fato observado através de alguns elementos discursivos nos depoimentos de “Carlos” e “aasasa”.

Através de práticas sociotécnicas e discursivas, temos, nos comentários abaixo, fortes evidências de afetações entre enunciação e reconhecimento. Percebemos claramente, nos discursos, que elementos do contrato de leitura utilizados a partir de „título da narrativa em formato interrogativo“ funcionaram no processo de deslocamento dos receptores para o *blog*, com vista à participação.

Geraldo	03/10/2012 11h10
No Cruzeiro o Alex ganhou tudo, aqui ele é o cara. E eu acho que da para ele e o Montillo jogarem juntos.	
A. Celso	03/10/2012 10h55
O Palmeiras tem pequena chance de tê-lo de volta (por influência de seu padrinho de casamento, Gilson Kleina). Mas creio que irá mesmo para o Coritiba, por acomodação. (Curitiba é sua terra natal e ele é torcedor do Coxa branca)	
Celso	03/10/2012 10h53
Pela fase de notícias é o Coritiba.	
DEVE VIR PARA O PALMEIRAS	03/10/2012 10h48
Ali no meio campo, distribuindo as bolas, ele arruma definitivamente o time do Palmeiras.	
Silvio	03/10/2012 10h42
Acho que o Alex devia vir para o clube que ele torce: Coxa!!!!	

Este cenário de interações entre produtores e receptores nos reporta à questão de Verón (1997) sobre a formação de zonas de afetações, de caráter relacional entre instituições, mídia e atores sociais. E que traz implicações sobre a formação de espaços discursivos a partir de interações entre o jornalismo esportivo na ambiência digital, *blogs* e os atores sociais.

Além do mais, as práticas discursivas e de oferta de informações possibilitam que o *blog* seja dinamizado enquanto um dispositivo interacional e espaço de diálogo, tensionamento, registro de informações temáticas etc.

O *blog* enquanto espaço de interação apresenta-se como uma nova arquitetura comunicacional cujos processos e operações de midiática, objeto de nossa pesquisa, se manifestam em discursos

através de práticas de midiaticização, através de modos de: linkar, ler e comentar, e que certamente ocorrerão de forma distinta nos outros três *blogs* que serão analisados.

Os internautas dispõem de complexos mecanismos de interação para navegar além *blog*. Há mecanismos de interação para comentar no *blog*, bem como *links* às redes sociais, a exemplo do *twitter* e *facebook*, como vimos na Figura 23. Nessas condições, funcionam como “vias de escoamento” de discursos, indicando de forma planejada e estabelecida por onde os receptores podem navegar.

Os mecanismos de interação “Curtir”, “Twitter” e “Compartilhar” tiveram 35 , 31 e 0 participações, respectivamente, o que significa que dos mais de 100 participantes, mais de 30 % (trinta por cento) mobilizaram intervenções e modos de interação a partir da publicação da narrativa do produtor.

Não obstante as características dos “contratos de leitura” do *Blog* do PVC, são encontradas outras pistas que oferecem possibilidades de interação aos receptores, a exemplo de acesso aos vídeos de programas em que o jornalista participa na mídia televisiva, a exemplo de “Loucos por Futebol” e “Bate-Bola”.

Estes vídeos, através do contrato proposto pelo *blog*, são construídos por operações de práticas midiáticas do produtor que os põe em circulação de modo transversal entre mídias, ou seja, do programa de televisão (ESPN) ao *blog*. Aliás, a midiaticização por possuir capacidade transversal e relacional (FAUSTO NETO, 2006) possibilita processos de afetações entre mídias, assim como aconteceu com a atividade prática do referido jornalista quando põe em circulação os vídeos editados pelo veículo televisivo em seu *blog*.

Ainda com relação à circulação de vídeos do programa do ESPN para o *blog*, o jornalista postou um pequeno vídeo da gravação do programa “*Loucos por Futebol*”, na matéria cujo título é “*Simoninha e Andreas Kisser: Clássico choque-rei no Loucos por Futebol*”, publicado no *blog* do dia 14/09/2012, às 20h30. Ressaltamos que o programa na televisão seria exibido no sábado dia 15, ou seja, um dia depois.

Isso mostra a capacidade de as práticas de midiaticização atingirem campos midiáticos, a exemplo do musical² e a capacidade do jornalista em afetar a agenda midiática do *blog*, onde os mecanismos de interação estão situados, a partir de deslocamento de informações e vídeos de outro protocolo de comunicação, no caso, o programa de televisão.

Com relação à audiência e fidelidade ao *blog*, há indícios de que existem internautas que acompanham as postagens do produtor e interagem mais de uma vez no *blog* e em um mesmo período, quando da publicação da postagem, conforme podemos observar nos horários de postagem do

² Simoninha e Andreas são cantores e músicos.

internauta “Thiago Viana”.

Thiago Viana 18/07/2012 02h34
e pra fechar se o lucas vale 50 Milhões de euros, se o Edmundo (do começo dos anos 90 no palmeiras, ou o da temporada 96/97 no vasco), o Romário (do final da década de 80 e começo da de 90 no vasco/psv), o rolando (de 93 e 94 no cruzeiro) jogassem hoje, então deveriam ser vendidos por 150 M de euros, pq eles tinham talento bem maior e desempenho melhor que o do lucas (que dizem que vale 50), que é bom jogador, mas está abaixo de muitos jogadores, até mesmo de jogadores da mesma faixa etária dele.

Thiago Viana 18/07/2012 02h24
O Paris saint Germain pagou 65 Milhões de euros e não 150 M de euros por Thiago Silva Ibrahimovic.

Thiago Viana 18/07/2012 02h16
Te admiro PVC, mas tenho que dizer que achei esse seu texto péssimo. nunca vi um texto seu tão mal escrito e que eu discordasse tanto.

Thiago Viana 18/07/2012 02h14
se o lucas vale 38 Milhões de euros, o cristiano ronaldo com, na época, só 3 anos a mais que o lucas e como melhor jogador do mundo valia até mais que 95. o Cristiano Ronaldo que a 3 anos

Conforme mostra a sequência de discursos de “Thiago Viana”, há evidências de que ele participa das discussões no dia que foi postada a mensagem e retorna ao *blog* mais tarde participando novamente, atualizando a sua interação com o *blog*, enquanto espaço de discurso. Em meio à oferta do receptor, nas discussões sobre cifras da venda do jogador Lucas, o internauta faz críticas ao jornalista, face ao seu modo de escrever, afirmando que nunca viu um „texto tão mal escrito“, conforme está sublinhado acima. Isso mostra que o leitorado, em uma sociedade em vias de midiatização, manifesta ou publiciza suas críticas, reclamações e questionamentos sobre modos e práticas de jornalistas, deslocando-se de uma postura mais passiva para mais ativa diante do cenário de nova vocação em que se encontram.

Portanto, o **Blog de Paulo Vinícius Coelho** possui características bem específicas em função das peculiaridades deste dispositivo de interação, no que se refere a: a) traços discursivos analíticos através do modo de escrever e enunciar e seus efeitos sobre o modo de ler e reconhecimento dos leitores; b) características da formação de mercado discursivo fruto da relação entre o jornalista e o leitorado, através de práticas de midiatização junto a mecanismos de interação; e c) complexos processos de circulação discursiva.

Essas peculiaridades são, ao nosso juízo, fruto de processos e operações de midiatização que se realizam no *blog* enquanto dispositivo de interação. Entretanto, essas características, fruto de interações entre produtores e receptores, podem acontecer de modo diferente, como é o caso do “*Blog jogos que eu vi*”, de Lédio Carmona, que vamos analisar em seguida.

2 INTERAÇÕES PRODUTORES E RECEPTORES NO “BLOG JOGOS QUE EU VI”

Na análise dos dados coletados sobre interações entre produtores e receptores do **Blog jogos que eu vi**, do jornalista Lédio Carmona, notamos que os contratos que definem as estratégias de

leitura pelo jornalista são pensados para mobilizar os internautas no sentido de aceder àquele dispositivo.

Primeiramente, o próprio título do *blog* já remete ao *status* desse espaço que tem como finalidade apresentar registros sobre acontecimentos, a partir de um discurso testemunhal, ou seja, o sentido atribuído ao “*Blog Jogos que eu vi*” dá conta de que as postagens estejam relacionadas ao testemunho do produtor sobre as partidas.

Entretanto, o *blog* em si não trata apenas dos resultados dos jogos de futebol, mas, sobretudo, de temáticas que lhe são associadas. Este contrato em si é uma estratégia que desloca o receptor para algo específico dentro do universo do futebol, que são as partidas.

Ao olhar para as postagens dos receptores, percebemos que eles não tratam somente das partidas, mas de outros temas, a exemplo do “mercado da bola”, do fechamento das “janelas” de transferência de jogadores em função do calendário dos campeonatos, de contratação ou demissão de técnicos de futebol e outros temas.

Uma característica visível no *blog* é a existência de títulos curtos, que não oferecem maiores pistas para que o leitor possa identificar o teor do comentário do produtor, a exemplo do título “*Sim & Não*”, identificado na Figura 25 – Contratos de leitura no *Blog Jogos que eu*

vi. Este título não dá ideia do que será abordado na matéria, conforme podemos observar na Figura 25. Logo abaixo do título, tem uma frase pequena que também não oferece maiores pistas: “*São duas coisas bem diferentes*”, e próximo a esta frase há uma fotografia de um treinador de futebol e, em seguida, o texto cujo teor trata da demissão de um treinador e contratação de outro para o clube Vasco da Gama.

Ressaltamos que, no entorno da referida frase, existem outros discursos e imagens que funcionam como elementos de contratos para chamar a atenção dos leitores e convidá-los à interação, via leitura da narrativa. A relação entre a dualidade apresentada no título com a narrativa pode ser observada logo na primeira linha do primeiro parágrafo quando o jornalista afirma que “*não teria aberto mão*” do antigo treinador do Vasco por seus erros.

O blogueiro questiona que outros treinadores erraram, como podemos observar no sentido da frase - identificado no meio da frase do primeiro parágrafo (Fig. 25) - “*E daí ? Felipão não erra? Muricy é infalível? Luxemburgo é o gênio das alterações? [...]*”. No entanto, este tipo de estratégia discursiva funciona como ação que provoca reflexão – nos internautas, a fim de tentar convencê-los acerca da atitude errada do clube quando da demissão do treinador.

No entanto, o jornalista, na assertiva do “*Sim*” analisa que a contratação do técnico atual agrada, em função de seu desempenho em outros clubes, como mostra o discurso, indicado no segundo parágrafo na Figura 25. De fato, só após a leitura do texto, o receptor dá conta do sentido da temática

ali tratada.

Figura 25 – Contratos de leitura no *Blog Jogos que eu vi*



Fonte: Sportv.globo.com/platb/jogos-que-eu-vi

Convém ressaltar, que as interações entre produtores e receptores não acontecem no próprio *blog* pelo fato do jornalista, como dissemos no capítulo anterior, ter retirado o mecanismo de interação “COMENTÁRIO” do *blog* e criado estratégia de interação, via *links*, em outro protocolo de comunicação; ou seja, deslocou as possibilidades de comentar do *blog* para o *twitter*, como pode ser visualizado na parte lateral da Figura 25.

Essa atitude desagradou alguns internautas que questionaram a mudança, como pode ser observado nos trechos dos discursos retirados do *twitter* de Lélio Carmona. Os internautas “@Catu_martins” e “Fabrício Cecílio” questionam sobre os motivos do desaparecimento desta opção na qual se daria a possibilidade de se comentar notícias, no próprio *blog*, conforme indicado e sublinhado a seguir.



Com relação à pergunta do receptor “@Catu_martins” sobre a retirada do mecanismo de comentário, enquanto possibilidade de interação no *blog*, o internauta pergunta se a decisão de retirada partiu do jornalista. Este respondeu que “*Sim*”. Estas intervenções e questionamentos por parte dos receptores para com produtores são reflexos das mudanças de postura de receptores no contexto da midiatização, ou provocada por um novo tipo de vocação que caracteriza o perfil, hoje, do receptor.

Ademais, a atitude do produtor em retirar o mecanismo de interação - de “comentar” a narrativa no próprio *blog* e ofertar uma nova possibilidade de interação via *twitter* - implica no estabelecimento de uma nova estratégia e de „contrato“ que enseja novas formas e lógicas de interação no contexto das práticas e operações de midiatização.

Nesta nova estratégia, o receptor é direcionado para o *twitter* em função de regras definidas pelo jornalista. Tal atitude possibilitou a criação de um mercado discursivo em outro dispositivo, cuja circulação ocorreu a partir de fluxos comunicacionais que partiram do *blog*. Temos neste modelo de interação entre produtores e receptores, processos e operações de midiatização que realizados culminaram na formação de circuitos canhestros (Braga, 2012) que surgem de modo tentativo, via fluxos discursivos, criando espaço de contato em outro dispositivo, no caso o *twitter*.

Notamos, a partir de breve análise sobre os discursos no *twitter*, que receptores possuem compreensão da importância dos comentários no próprio *blog*, bem como apontam o discurso de “Fabrício”, sublinhado nos discursos selecionados. “Fabrício” afirma que as discussões no *twitter* têm um caráter mais individual do que coletivo, como acontece no *blog*.

Entretanto, longe de querer discutir a noção e a natureza individual e coletiva das discussões, o fato é que, com as novas mídias, a exemplo de *blogs* e *microblogs* (*twitter*) há uma nova forma de conversação, como bem aponta Kuklinski (2009) nas discussões acerca da reconfiguração dos *blogs* e outros meios no contexto da *web 2.0*, como espaço de colaboração. Temos o *blog* como um “ponto de contato” entre internautas que através de processos e operações de midiaticização desenvolvem circulação, enquanto fluxo contínuo a desembocar em outros dispositivos ou circuitos.

Diferente da capacidade de circulação do próprio discurso por meio de práticas dos receptores que levariam novos atores para o *twitter*, essa situação aponta para a formação de um novo modo de interação que transformou o *blog* em uma coluna e deslocou a discussão para, a partir de lógicas midiáticas, um novo circuito de interação do jornalista.

No entanto, não temos percepção se esse deslocamento alterou positivamente ou negativamente a audiência³, que em certa medida é baixa se considerarmos a comparação com outros *blogs* investigados – o do PVC e o do Benja. Não obstante a essas questões relativas às interações, o jornalista atua como comentarista do Sportv, mas ao acompanhar as transmissões não fica evidenciada qualquer marca ou registro em seu comentário que faça referência à existência de seu *blog*, durante sua participação nos programas da televisão.

Entretanto, há nas interações poucas marcas de fidelidade dos receptores junto ao jornalista, especificamente no que se refere ao acompanhamento do comentário de Lédio Carmona junto às transmissões dos jogos pela televisão (Sportv). Foram encontrados dois comentários que fazem referência ao trabalho do jornalista nas transmissões de jogos pela televisão (Sportv), como pode ser verificado no depoimento de dois internautas em seu *blog*, extraído no início do primeiro semestre de 2012 quando o *blog* disponibilizava *link* para comentários.

So nao entendo, desde os comentarios durante a transmissao, insistir q o Flu desafiou matematicos no titulo de 2010.

Ledio, foi um belo texto. Gosto sempre de seus comentarios nos jogos e de ler o q vc escreve.

Mas, nao entendo a insistencia em dizer q o titulo de 2010 foi algo improvavel. A nao ser q vc esteja dizendo q antes do campeonato comecar era um titulo improvavel. Se for isso, ca pra nos... E improvavel pra todo mundo...

As interações dos internautas no *blog* permitem que façamos a reflexão de que, com as práticas

³ É possível que sim, haja vista que o jornalista no contexto atual voltou a disponibilizar mecanismo de interação para comentar no *blog*, retirando, inclusive a possibilidade de que internautas possam interagir também pelo *twitter*.

sociotécnicas e discursivas, através de tecnologias convertidas em meio de comunicação, há novos modos de interagir junto aos seus produtores, seja no *blog* enquanto dispositivo de interação ou em outros protocolos de comunicação, como vimos a partir das interações no *microblog twitter*.

Portanto, com o engendramento de novos dispositivos proporcionados pelo emprego da internet, em sua versão 2.0, as práticas de produtores e receptores se modificaram e acionaram novos processos e operações de mediatização.

No caso específico do ***Blog jogos que eu vi***, ocorreram modos de interações diferentes em função de operação de práticas do jornalista e dos receptores, revelando formas bem específicas de manifestações de mediatização. Por outro lado, supomos que as práticas de mediatização e ação de atores sociais no ***Blog do Serginho*** aconteçam de forma diferente, o que nos mobiliza à investigação deste blog na seção subsequente.

3 INTERAÇÕES ENTRE PRODUTORES E RECEPTORES NO “BLOG DO SERGINHO”

Ao observar as interações entre produtores e receptores no *Blog* do Serginho, percebemos que o jornalista atua como moderador e regulador das discussões no *blog*, à medida que procura responder às intervenções dos receptores. Outra característica diz respeito ao modelo estratégico discursivo dialógico, como já descrevemos no capítulo 3, no qual o jornalista está sempre atento em responder, tirar dúvidas, comentar e procurar atender os anseios dos receptores em relação alguma situação, fato, serviço etc.

Acreditamos que o fato do jornalista utilizar como contrato informações acerca de sua função como Diretor de Redação da Revista Placar⁴ possa ensejar no imaginário do internauta que o blogueiro estará sempre disponível, como um mediador disposto a resolver algum tipo de problema, responder, tirar dúvidas dos receptores, conforme podemos observar no “*banner*” localizado no topo do *Blog* na Figura 26 – Contratos de leitura no *Blog* do Serginho.

Ainda segundo o contrato de leitura do *blog*, o jornalista utiliza após identificação de seu *blog*, a informação segundo a qual ele “não poupa palavras para discutir temas relacionados ao futebol”. O sentido apresentado no topo do *blog* remete à concepção de que ele tem autonomia para tratar de temas do mundo futebolístico.

Outros contratos são utilizados como estratégias, a exemplo do título da sua matéria. Analisando o título “*E tem gente que não gosta...*”, identificado na Figura 26, percebemos que não há pistas para identificar o teor da narrativa, o que provocacuriosidade nos receptores, algo que os leva a fazer a leitura do produtor doprodutor.

⁴ Atualmente o jornalista é Diretor do Núcleo Motor, Esporte e Turismo da Editora Abril.

Figura 26 – Contratos de leitura no *Blog do Serginho*

Contrato de leitura – Título da narrativa

Blog do **Serginho**
Diretor de redação da revista Placar, Sérgio Xavier não poupa palavras para discutir os principais assuntos do mundo futebolístico

Contratos de leitura – identificação do jornalista

E tem gente que não gosta...

Sérgio Xavier 09.10.2012 9 Comentários

E tem gente que não gosta dos pontos corridos. Vejam o jogo que teremos às 22 horas dessa quarta-feira. Vasco x São Paulo é apenas uma das dez partidas da 29ª rodada, é apenas um jogo entre o quarto e o quinto colocado. Uma partida intermediária, que nem deveria chamar tanta atenção. Mas é decisão, é final de campeonato, como bem definiu o artilheiro são-paulino Luís Fabiano. Porque pode definir o futuro dos dois clubes em 2013. É um confronto que pode determinar a última vaga brasileira para a Libertadores.

Na organização de cada clube, jogar a Libertadores significa uma coisa, encarar a Copa do Brasil, outra. É como conseguir um convite para assistir a entrega do Oscar em Los Angeles ou pegar um lugarzinho para ver a entrega do Kikito no festival de Cinema de Gramado.

O sábio Luís Fabiano disse com propriedade que o São Paulo não pode pensar em empatar apenas porque o jogo acontece no Rio. É vencer ou vencer. O São Paulo está quatro pontos atrás do Vasco, não existe melhor chance para encostar no rival que o confronto direto. O São Paulo vive uma instabilidade, mas o desempenho dos últimos jogos parece sinalizar melhoras. O Vasco está segurando a sua presença entre os quatro primeiros desde o início, mas a tendência parece ser de leve baixa. Um jogo desses é divisor de águas. Quem vencer leva grande vantagem psicológica para as nove rodadas derradeiras. Não é final de campeonato, não é jogo de líderes, mas é como se fosse. E tem gente que não gosta dos pontos corridos.

Fonte: www.placar.abril.com.br/blogs/blog-do-serginho

Na realidade, a proposta visando à interação com receptores é apresentada na primeira linha do texto do blogueiro, quando complementou a frase inicial com a expressão: “*tem gente que não gosta dos pontos corridos*”, fazendo menção aos jogos que definem posição no campeonato brasileiro na 29ª rodada.

Nesse aspecto, o jornalista escreve sobre a importância do jogo entre Vasco e São Paulo, para as pretensões dos dois clubes com vista à classificação, visando à participação em campeonatos internacionais.

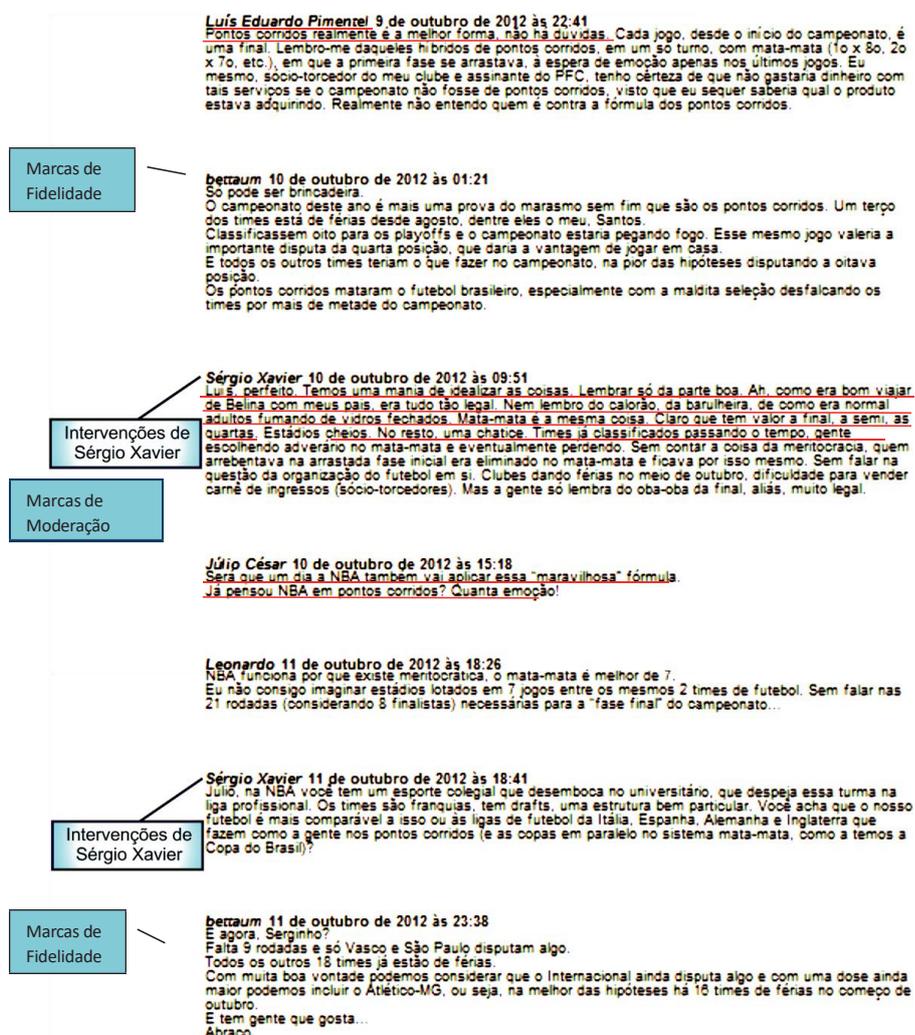
A narrativa explica o valor da vitória e que, no final da explanação, o jornalista retoma a frase inicial, afirmando que “*E tem gente que não gosta de pontos corridos*”. Acreditamos que esta provocação deslocou internautas para comentarem a narrativa do produtor, como podemos perceber na existência de comentários, logo abaixo da referida frase.

Esses comentários convergem tematicamente com o teor da matéria postada pelo jornalista e que, por conta disso, constatamos que essas características são bem específicas desse *blog*. Além disso, percebemos traços de contratos em sua postagem que remetem a uma noção de consulta ou enquete junto aos internautas, pois os comentários iniciam com posicionamentos, uns a favor e outros contra, conforme o teor das respostas dos receptores.

Com relação aos comentários, mostrados na página seguinte, o jornalista faz intervenções em

duas das mensagens, quando explica e comenta ideias dos receptores. As mensagens postadas por estes últimos convergem com o teor das discussões sobre “mecanismos de pontos corridos”. Entretanto, um dos internautas indaga ao jornalista se o sistema de pontos corridos poderá ser usado em outros esportes, a exemplo do basquete.

Na interação entre o receptor “Julio” e o jornalista, conforme observamos, o teor do diálogo entre o receptor e o jornalista está relacionado com a possibilidade de aplicação desta fórmula de pontos corridos na NBA – liga de basquete americano. Em função da indagação do receptor, o blogueiro faz intervenção e apresenta justificativas pelas quais esta fórmula não poderia ser utilizada na liga de basquete. Estas marcas de interação limitada a geografia deste blog, em forma de sistema social de resposta, acontece apenas na neste *blog*, pois nos demais blogs investigados o sistema social de resposta acontece em processo de circulação em fluxos contínuos adiante.



Por conseguinte, percebemos no fragmento do discurso acima sublinhado, que o internauta “Luis Eduardo Pimentel”, após a leitura da matéria do jornalista, responde que a utilização de pontos

corridos é a melhor fórmula de disputa, e justifica apontando os aspectos negativos de outras fórmulas utilizadas no campeonato. Por sua vez, o jornalista comenta o discurso de “*Luis Eduardo Pimentel*”, concordando com a resposta dele, gerando novos discursos em torno da temática.

De fato, o blogueiro utiliza novas explicações sobre os aspectos positivos e negativos da fórmula de pontos corridos, inclusive no trecho: “[...]temos a mania de idealizar as coisas. Lembrar só da parte boa. Ah! Como era bom viajar de Belina com meus pais, era tudo tão legal. Nem lembro do calorão, da barulheira [...] Mata-a- mata é a mesma coisa. [...]” faz uma relação comparativa, em conotação saudosista, dos aspectos bons e ruins da viagem que ele fazia com os pais, comparando-os aos aspectos positivos e negativos da fórmula mata-mata das competições e termina o texto de forma irônica.

Essa relação discursiva entre o jornalista e o receptor, por força da interação que estabelecem, possibilitou novas discursividades a partir da temática da matéria publicada. A interação entre produtor e receptor se faz através de um processo de moderação, configurando um novo tipo de contato entre jornalista e receptores.

Na interação entre produtor e receptor presente nos fragmentos dos discursos localizados na página anterior, percebemos a existência de indícios de fidelidade, dimensão importante para a observância de um contrato de leitura. Observamos que o internauta “betaum” visitou o *blog* e fez intervenção no dia 10 de outubro de 2012 e retornou no dia seguinte postando comentários.

No primeiro dia de visita, o receptor faz intervenções junto à narrativa do produtor, criticando a fórmula de pontos corridos. No dia seguinte, ele começa a postagem com uma indagação: “E agora Serginho?”, e logo em seguida apresenta informações acerca da rodada, cobra e termina de forma irônica: “E tem gente que gosta...”, fazendo alusão ao título da matéria. Com o recurso à ironia, o internauta procura provocar o blogueiro que, a seu turno, silenciou, deixando sem resposta tal provocação.

Nesse sentido, o *blog* converteu-se em um novo modo de conversação, pois diminuiu a distância entre jornalista e receptores. Temos a percepção que no diálogo entre eles há sensação de leveza, de intimidade e de horizontalidade. Acreditamos que isso aconteceu por conta das novas posturas que os atores sociais assumem em um contexto de midiatização, especificamente pela nova vocação de produtores e receptores.

Com o desenvolvimento de novos aparatos tecnológicos, os veículos de comunicação abrem canais de comunicação, diminuindo a distância entre produtores e receptores. **O Blog do Serginho** é um exemplo de espaço de leitorado, entretanto, tais manifestações de interação dependem das “senhas” dos “convites” que são estabelecidos nos contratos de leitura, que no caso deste *blog* limitam-se às estratégias discursivas do produtor.

Certamente, na sociedade dos meios, o espaço do leitorado – espaço do leitor – em uma revista ou jornal seria restrito a uma participação não tão efetiva como neste modelo aqui descrito.

Observamos também que não há outros tipos de contratos: imagens e vídeos, e mecanismos de interação suficientes que permitam ao receptor outras interações, a exemplo de *links* para imersão a outras páginas e *sites*. Notamos que a qualidade do dispositivo é precária e possui limitações hipertextuais e hiperlinks, se comparada a outros *blogs*.

As condições estruturais do *blog* são questionadas por internautas, a ponto de que em uma das outras coletas, observamos a insatisfação do receptor em face da qualidade do *blog*. O receptor reclama e pede ao jornalista melhoria no dispositivo, como podemos observar nos fragmentos a seguir.

Receptor reclama da qualidade do blog

Comentários (4)

Alexandre Veloso
11/09/2012 às 23:52
Serqinho Sei que vc já não é mais diretor de redação (apesar de ainda aparecer como diretor aqui no blog. Será que ngm na redação consegue dar um upload neste site, que anda cada vez mais caído), mas deixo aqui uma pequena crítica ao excelente Guia dos Europeus que vcs lançaram. Para além de alguns errinhos mais bobos, tem alguns que não dá pra deixar passar em claro: - a ficha do Alex Ferguson tá errada. Se o homem só assumiu o United em novembro de 1986, como vcs contabilizam a temporada 85/86 com ele no comando? E mesmo em 86/87 ele só dirigiu o time em 29 das 42 rodadas do campeonato. Erro crasso da revista!! Ela só recentemente completou 1000 jogos no campeonato inglês. - No texto em relação ao Benfica, como é que vcs já incluíram a venda do Witsel para o Zenit (que só saiu no dia 03/09) e dizem que o Michel é do Benfica (sendo que o Michel tinha ido para o Braga três dias antes no negocio que trouxe o Lima para o Benfica)? E mais: quem escreveu o texto diz que o Salvio voltou para o Benfica depois de um empréstimo! Errado. Ele era do Atlético de Madrid e o Benfica comprou o passe dele, coisa que vcs informam na página 81!! Um erro bobo, que denota falta de pesquisa e que entra em contradição com a própria informação que vcs dão duas paginas antes!! - Na quantidade de títulos portugueses, não é verdade que o Porto tenha 30 títulos, o Sporting 22 e o Belenenses 4. O correto é Porto 25, Sporting 18 e Belenenses 1. O Porto tem conquistados 4 campeonatos de Portugal, o Sporting tb 4 e o Belenenses 3 numa era não-profissional. Por isso, em Portugal os títulos são contabilizados de maneira separada (tal como eram antigamente o Robertão e o Brasileiro). Não podem ser contados tudo junto. Uma coisa era esse campeonato, outra é o atual Campeonato Português. Esse é um erro tb facilmente evitável. - Na lista dos maiores artilheiros da Champions League vcs esqueceram de citar o Gerd Muller e o Drogba, que marcaram 39 gols. E o Cristiano Ronaldo marcou 37 e não 39. - Outro erro que eu achei incrível vem na página 94. Quem escreveu o texto diz que a melhor performance do Celtic de Glasgow nas competições europeias foi chegar na final da Copa da Uefa 2003. Por acaso vcs esqueceram que o Celtic foi campeão europeu em 66/67, em Lisboa, derrotando na final a Inter de Milão?!!! Esse é que eu achei talvez o erro mais crasso!! Fora esses errinhos, o Guia está excelente como sempre!! Espero que erros como esses possam ser corrigidos no futuro!! Abraço Alexandre

Sérgio Xavier
12/09/2012 às 19:22
Alexandre, obrigadíssimo pelo toque. Vamos conferir cada item.

Sérgio Xavier
12/09/2012 às 19:22
Alexandre, obrigadíssimo pelo toque. Vamos conferir cada item.

Isso mostra que, no cenário de uma sociedade em vias de midiatização, os receptores, por conta da vocação de serem atores ativos e participativos, intervêm no sentido de acionar o jornalista para melhoria do dispositivo, considerando as novas tecnologias proporcionadas pela internet, convertidas em meio.

Entretanto, há pouca participação de internautas, e talvez isto se deva às limitações do dispositivo e à baixa regularidade nas postagens, por parte do jornalista. Estes aspectos podem explicar a baixa audiência, principalmente, com relação à frequência de postagens, pois não segue o mesmo ritmo da agenda do calendário dos jogos que acontecem no meio da semana (às quartas-feiras e quintas-feiras) e no final de semana (aos sábados e domingos).

De fato, os processos e operações de midiatização manifestados neste *blog* revelam formas de interação específicas, principalmente por conta da moderação do jornalista junto aos receptores. As

interações entre produtores e receptores no *Blog* do Benja, cuja análise levamos a efeito na seção seguinte, revelam as marcas e modos diferentes de interação social, se comparadas com o *blog* ora analisado.

4 INTERAÇÕES ENTRE PRODUTORES E RECEPTORES NO “BLOG PAPO COM BENJA”

Os processos de interações observados no ***Blog papo com Benja*** possuem características de estratégia discursiva provocativo, como vimos no capítulo anterior. O fato de o jornalista ser torcedor, algo que ele não esconde é a paixão pelo futebol do Corinthians Paulista, traz efeitos sobre o deslocamento de muitos torcedores que torcem pelo mesmo clube e de outros times, que travam disputas discursivas, transformando o *blog* em um espaço de tensões.

Por conta das características acima apontadas, muitos internautas

- torcedores de diversos clubes - fazem provocações, intervenções, às vezes exaltados; se dirigem ao discurso do jornalista e de outros receptores com xingamentos, gozações e interpelações.

A audiência no *blog* é significativa, haja vista que a média de participação é superior a 100 (cem) comentários. Por conseguinte, o contrato de leitura utilizado como estratégia por parte do jornalista enseja, primeiramente, a sensação de que o *blog* é um espaço informal e não jornalístico, principalmente porque em seu topo o produtor definiu o nome do *blog* como “Papo com Benja”, como podemos observar na Figura 27 - Contratos de leitura no *Blog* Papo com Benja.

Isso significa dizer que o *blog* é um espaço de diálogo, de fala de interlocuções, ainda que informal. Há outros contratos que buscam atrair receptores para o *blog*, localizados no topo, logo abaixo do *banner* de identificação, tais como perguntas: “*Quem disse que dinheiro não traz a felicidade?*” “*Por que é ruim com ele e pior sem?*”.

Outra característica do contrato como estratégia de captação de leitorado para a leitura da notícia está relacionada com a utilização de títulos mais explicativos, afirmativos e provocativos, conforme vemos na Figura

27. Assim, o título “*Oswaldo de Oliveira mudou o time para melhor! Já o Leão...*”, na narrativa do jornalista, utiliza duas proposições que conferem dois sentidos. A primeira afirma que o treinador acertou a equipe! A segunda assertiva é provocativa e é por isso que os internautas lêem sua matéria.

Figura 27 - Contratos de leitura no *Blog Papo com Benja*

« Quem disse que dinheiro não traz felicidade? » » Por que é ruim com ele e pior sem? »

Oswaldo de Oliveira mudou o time para melhor! Já o Leão...

por Benjamin Back em 21 mai.2012 às 7:39h

14 pessoas curtiram isso. Seja o primeiro entre seus amigos.

Contrato de leitura - Título provocativo



A torcida do Botafogo pelo jeito não coloca muita fé no time, e por mais que fosse apenas a primeira partida do Brasileiro, mas os botafoguenses simplesmente não deram as caras no Engenhão! Menos de 5.000 pagantes, ou seja, um público muito fraco, ainda mais para um jogo contra um adversário tradicional como o São Paulo. E foi um jogão! As duas equipes jogaram abertas, procuraram o gol e o tempo todo e os destaques do jogo foram dois: Oswaldo de Oliveira, que mudou radicalmente a postura do time no intervalo e Herrera, que entrou no lugar do apagado Loco Abreu e que marcou três gols!

Já o Leão trocou Fernandinho por Maicon e foi justamente dele que saiu o lance do quarto gol do Fogão, inclusive, foi um erro patético do Maicon! Sim, o São Paulo individualmente até que tem um bom time, mas é de uma instabilidade incrível, fruto até de uma desgastada relação entre treinador X diretoria, que começou com a polêmica envolvendo o Paulo Miranda, passa pela ausência do Oswaldo, que novamente nem relacionado para o jogo foi e que terminará com a demissão do Leão que está no cargo apenas até a diretoria tricolor acertar com outro técnico.

E por falar em Paulo Miranda, a semente da discórdia foi novamente foi uma negação em campo! Os destaques do São Paulo foram Lucas, Luis Fabiano e Jádson, que dessa vez não merecia ter sido substituído!

Sim, é inquestionável negar as influências dos treinadores de Botafogo e São Paulo no resultado dessa partida. Oswaldo de Oliveira foi muito bem ao colocar Herrera e Vitor Júnior, enquanto Leão foi muito mal...Muito.

Esse é um blog para quem leva o futebol como diversão, lazer, entretenimento! Aqui você terá informações, polêmicas, discussões, mas tudo sempre de forma muito saudável. E não esqueçam de acessar esse blog munidos de uma grande dose de bom humor. Claro que o futebol mexe com paixão e às vezes a emoção fala muito mais alto do que a razão, mas vamos nos divertir com o futebol e não usá-lo e válvula de escape. E para quem gosta de rock'n'roll, rap, hip-hop, enfim de boa música, esse blog também falará muito!

benja@lancenet.com.br

Assinar RSS

Problema de licença, delivery retardado e entregador sem documentação em casa ou no trabalho.

Ligue agora mesmo para:
11/ 2799-0800

- Licenciamento de veículos
- Defesa de Pontuação na CNH e Recursos de Multas
- Empacamento de Veículo 0Km
- Transferência de Nome
- Renovação de CNH
- Gerenciamento de Frota
- Seguros
- Assistência Jurídica

Fonte: blogs.lancenet.com.br/benja

Verón (2005), ao tratar das gramáticas de produção e reconhecimento, sinaliza, dentre outros aspectos, a existência de regras e estratégias do que resulta o processo de produção discursiva que culmina em uma gramática do reconhecimento, por parte de receptores.

No caso específico do título elaborado pelo jornalista, a estratégia utilizada foi provocar o internauta à leitura do texto, oferecendo pistas de que um treinador teve sucesso na mudança do time e o outro não.

Ao terminar o título com “reticências”, o blogueiro, como podemos ver na Figura 27, estabelece uma espécie de lacuna a ser preenchida e resolvida com a leitura do texto. Na realidade, convida o leitorado a trabalhar no texto, produzindo respostas.

Nessa perspectiva, o texto publicado traz um breve relato do que foi o jogo, como ocorreram as substituições, comportamento das equipes e dos treinadores. No entanto, há outros contratos que são colocados estrategicamente, a exemplo da foto dos dois treinadores. O primeiro da fotografia (da esquerda para direita) foi midiaticado no momento que acompanhava a partida. Entretanto, a segunda fotografia mostra o treinador com as mãos na cabeça, gesto que gera sentido de insucesso.

Sobre esses últimos, o jornalista analisa o desempenho dos dois técnicos na partida entre Botafogo e São Paulo, comparando a atuação dos técnicos, afirmando que o último teve insucesso,

Disputas entre torcedores do Fluminense e Corinthians

Em 13.11.2012 17:21, FLUração disse:

não consigo entender, que tanta raiva é essa desses gambás???(corinthianos)..... só vejo post de gambás recalçados desmerecendo e criticando o título do flu.....por que seria????seria por que eles ganharam a liberta (graças ao fato de o flu ter sido garfado no primeiro jogo contra o boca), e era pretensão deles também ganhar o BR 12?? eles achavam que jogando aquele(esse) "futebolzinho feio e retranqueiro" eles teriam chance no brasileiro??? seriam loucos esses gambás??ou seriam gambás CRACUDOS???amigo, o brasileiro é uma competição muito mais difícil do que a libertadores, para ganhar o brasileiro "gambás cracudos", tem que ter elenco, não só um time, feio, limitado e um treinadorzinho retranqueiro de m..... só por que ganharam uma competição "cartas marcadas" onde os arbitros são tendenciosos(de acordo com a vontade da comembol) já se acham "o melhor time do mundo de todos os tempos do universo da atualidade"kkkkkkkkkk se enxerguem e parem de criticar o time dos outros....geralmente, torço para os times brasileiros (ou sul americanos) no mundial de clubes da fifa, mas a arrogância e a prepotência desses gambás, me tirou a paciência e eu vou torcer para o chelsea quero ver a cara de vcs depois que o oscar, ramires, david luiz e etc..... acabarem com esse timinho de m..... É TÊÊÊTRAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA

[Responder]

Em 13.11.2012 20:08, Tiago GTR disse:

Você está comemorando o tetra?
Nos já somos PENTA-CAMPEÕES KKK fraco hein esqueceu desse pequeno detalhe.
 E outra ganhamos a libertadores daquele time que desclassificou quem mesmo nas oitavas?
 O fluminenc, Unimed futebol clube pra mim tanto faz, aprendeu como ganha do "temido" boca kkk só mais um detalhe INVICTO kkk
 Desculpa ai mais o CORINTHIANS sempre será melhor que seu time pois quando a "patrocinadora" que os torcedores do fluminenc insistem em dizer, que eu sempre vou falar "INVESTIDORA" sempre cair fora vai acontecer igual aos porquinhos pois não andam só com as próprias pernas e aguardar para ver

[Responder]

Em 13.11.2012 20:50, ALEXFIFO disse:

SOMOS 30 MILHÕES E DISPENSO SUA TORCIDA, O CORINTHIANS LEVARÁ À TÓQUIO MAIS TORCEDORES QUE O FLUMINENSE NO ENGENHÃO. POR ISSO DESÇA DO MORRO E VÁ PRESTIGIAR SEU TIME NO ESTÁDIO.

[Responder]

Em 13.11.2012 19:49, Pierre Caetano Ferreira disse:

Alessandro já esteve em boa fase? A defesa do Corinthians é de dar dó, Fábio Santos só corinthiano e o Mano que gosta dele, ele só é melhor que o lateral do meu time, também se for pior que o Ramón larga mão, Ralf é ruinzinho aparece na sombra do Paulinho, você só pode estar louco, aonde o Douglas é melhor que o TN, nem aqui, nem na China e nem na Lua, O Sheik é muito bom, concordo, mas não dá para comparar com o Fred que é o melhor centroavante do futebol brasileiro, só não está na seleção porque o empresário dele não é o mesmo que o do mano e porque ele não joga no Corinthians, agora vc fala em comparação clubista ai você ta de sacanagem

As provocações e discussões dos torcedores no *blog*, algumas vezes, ocorrem a despeito da própria narrativa do produtor. Os torcedores dos clubes buscam enaltecer os títulos, as campanhas, os jogos, como podemos observar nos três primeiros comentários – sublinhados nos trechos acima.

Diferentemente das interações nos três *blogs* analisados nesta categoria, o *blog* do Benja possui uma característica de provocação, seja porque o jornalista assume ser torcedor do Corinthians, seja ainda pelas características discursivas dos internautas que acessam e participam deste dispositivo.

Outro aspecto perceptível é que há certa fidelidade dos internautas à medida que postam comentários, participam das discussões, retornam no mesmo dia para participar novamente, e no dia seguinte, muito semelhante ao que ocorreu no *Blog do Serginho*. Além disso, muitos *nicknames* aparecem em outras postagens de narrativas do produtor, como se acompanhassem o percurso de postagem. Seguramente, afirmamos, que há relações de fidelidade dos internautas ao *blog*.

Há marcas de outros modos de interação entre produtores e receptores a partir de mecanismos de interação, como *facebook*, *e-mail* e *twitter*. Ao observar outras postagens, percebemos interações que culminam na formação de uma comunidade de leitores fora do *blog*, através das redes sociais. Isso implica que internautas acompanham e discutem os assuntos em outros protocolos de comunicação, a exemplo do *twitter* e *facebook* do jornalista que são postos no *blog*.

Outra particularidade presente nas interações é que muitos internautas respondem e direcionam

suas mensagens para outros internautas a partir de operadores como “Responder”, o que possibilita maior interação entre eles, como podemos observar nos três primeiros trechos dos discursos seguintes: “FLURacao” posta mensagem, e “Thiago” e “Alexfiffo” respondem em sequência, utilizando o recurso que possibilita receptores responderem os comentários de outros receptores.

As interações entre produtores e receptores no *blog* criam espaço de diálogo onde os discursos, em disputa, formam um mercado, fruto de operações sociotécnicas e discursivas dos atores em interação. Nesse contexto, os processos e as operações de midiaticização que se realizam nos *blogs* investigados produziram modos diferenciados de interações e complexidades interacionais, comunicacionais etc.

Com o objetivo de mostrar os aspectos diferenciados na investigação sobre as interações nos *blogs* analisados, elaboramos o Quadro 4

- Elementos característicos das interações entre produtores e receptores, como síntese integradora deste capítulo.

Quadro 4 - Elementos característicos das interações entre produtores e receptores

Elementos Característicos	Blogs como dispositivo de interação			
	Blog de Paulo Vinicius Coelho	Blog Jogos que eu vi	Blog do Serginho	Blog Papo com Benja
Interação entre produtores e receptores	Interação ocorreu no <i>blog</i> e no Facebook.	Interação aconteceu inicialmente no <i>blog</i> e depois no <i>Twitter</i> .	Interação deu-se via moderação do produtor no <i>blog</i> .	Interação ocorreu no <i>blog</i> e em páginas pessoais do jornalista, como o <i>twitter</i> e o <i>Facebook</i> .
Natureza discursiva	Modelo estratégico discursivo analítico	Modelo estratégico discursivo testemunhal	Modelo estratégico discursivo funcional	Modelo estratégico discursivo militante
Contratos de leitura	Existência de textos analíticos, imagens e vídeos	Existência de textos e estratégias discursivas com características testemunhais	Títulos curtos junto à narrativa, traços discursivos	Textos provocativos, imagens, vídeos e discursos em disputa
Formação de mercados discursivos	Ocorre na ambiência dos <i>blogs</i> e em redes sociais do jornalista e da empresa jornalística.	Ocorre inicialmente no <i>blog</i> , depois no <i>Twitter</i> .	Delimita-se na ambiência do <i>blog</i>	Acontece no <i>blog</i> e em páginas pessoais de redes sociais do jornalista: facebook e <i>Twitter</i> .

Fonte: Elaborado pelo autor

Portanto, os processos e as operações de midiaticização que se realizam nas interações nos *blogs* investigados, revelados a partir de diferenças e similitudes nas análises efetuadas, ocorrem por força das práticas discursivas sobre as quais se organizam os contratos de leitura e os modos de contato através dos quais muito dos produtos e dos receptores se vinculam.

Tal cenário de interação discursiva entre produtores e receptores nos *blogs*, segundo os elementos investigados nesta pesquisa, possibilita-nos compreender o trabalho da circulação nestas

estruturas, que são fomentadas pelos enunciadores, mas que têm sequência através da entrada em cena dos receptores. Dessa forma, essas questões se aproximam da problemática da circulação dos processos e seus fluxos e serão objeto de nossa análise no próximo capítulo.

TERCEIRO EIXO DE ANÁLISE: FUNCIONAMENTO DOS DISPOSITIVOS DE INTERAÇÃO NO PROCESSO DE CIRCULAÇÃO DISCURSIVA

O nosso objetivo neste capítulo é analisar o funcionamento dos dispositivos de interação nos processos de circulação discursiva nos quatro *blogs* que são objetos da pesquisa. Identificamos marcas e indícios de circulação diferentes entre eles, em função das características específicas de cada *blog*. Nesse sentido, verificamos como acontece a circulação no *blog* e que circuitos¹ são criados a partir do movimento dos discursos. Estes aspectos surgem a partir da investigação sobre os materiais e funcionam como ponto de partida para a análise da circulação.

Inicialmente tecemos considerações sobre os processos de circulação na ambiência da midiatização. Em seguida, passamos a investigar os processos de circulação discursiva em cada um dos *blogs* em estudo: ***Blog de Paulo Vinicius Coelho, Blog Jogos Que Eu Vi, Blog do Serginho e Blog Papo com Benja.***

O processo de circulação de discursos como um segundo movimento pós-recepção que ocorre através de “fluxo contínuo e adiante” (BRAGA, 2012a) tem se manifestado, principalmente, através de práticas de midiatização. E para a compreensão dos processos e operações de midiatização que se realizam nos *blogs*, temos que levar em consideração aspectos importantes: a) entender o *blog* como um dispositivo interacional, enquanto espaço de conversação e de produção de sentidos; b) como as práticas são manifestadas a partir do movimento do discurso; c) se o mercado discursivo fica “na órbita” do próprio circuito (*blog*), fruto de circulação ou se movimenta em fluxo contínuo; d) existência de circulação como sistema de resposta e fluxo contínuo adiante.

Os processos de circulação na ambiência são mobilizados por práticas de midiatização que vão ensejando movimentos, estratégias de interação, de informação, mensagens e operações, por meio de sistema de resposta e/ou por fluxos contínuos e adiante, como bem assinala Braga (2012a), acerca da circulação enquanto fluxo contínuo e adiante.

[...] Percebemos, então, um fluxo comunicacional *contínuo e adiante*. Após a apropriação dos sentidos de uma mensagem qualquer, seus receptores podem sempre pôr em circulação no espaço social sua resposta. Essa resposta, independente de um retorno imediato, segue adiante, em processos diferidos e difusos. Eventualmente, no conjunto da circulação e pelo embaralhamento cultural dos múltiplos circuitos, as ideias, proposições, imagens, posições polêmicas e tendências expressas se reforçam, se contrapõem, desaparecem ou retornam. (BRAGA, 2012a, p. 6)

¹ Compreendido aqui como uma manifestação da circulação de fluxos contínuos através de práticas sociais, podendo ser múltiplos e sofrer atravessamentos. Esta compreensão é baseada na noção de circulação e circuitos assinalados por Braga (2012a).

De fato, a circulação, enquanto “fluxo contínuo e adiante”, é um segundo movimento pós-apreensão do sentido em que receptores põem em movimento os seus discursos através de suas práticas de produção de sentido. Com efeito, a noção de circulação, do ponto de vista de Fausto Neto (2010), é um movimento em um contexto complexo que envolve várias fases de produção de sentido.

As duas assertivas não se contrapõem, pelo contrário, convergem substancialmente porque entendem que o processo de circulação é de outra ordem, não mais submetido à relação automática de envio de mensagem do produtor aos receptores. Com os novos protocolos de comunicação, em especial trazidos pela internet e sua versão *web 2.0*, as práticas dos produtores e receptores modificaram-se, criando novas possibilidades comunicativas, como vimos nos primeiros capítulos.

O funcionamento dos dispositivos de interações no processo de circulação toma como base o estudo dos processos de circulação de discursos nos *blogs* investigados. Cada um deles apresenta particularidades em face de sua dinâmica e dos processos de operações de mediação.

Agora vamos descrever os aspectos característicos de cada blog, começando pela análise dos processos de circulação no *Blog* de Paulo Vinícius Coelho.

1 PROCESSOS DE CIRCULAÇÃO DISCURSIVA NO “BLOG DE PAULO VINÍCIUS COELHO”

Ao observar as marcas de processo de circulação no *Blog* de Paulo Vinícius Coelho, compreendemos que o movimento de circulação só é possível a partir de práticas de sentido, ou seja, dependem, fundamentalmente, de deslocamentos por parte de produtores e receptores ensejados pelas novas lógicas da mídia.

As observações sobre o *blog* do jornalista revelam como a circulação é gerada no decurso das interações entre ele e os internautas e, no âmbito dos receptores, a partir das práticas sociotécnicas e discursivas. Uma dessas práticas ocorre quando o jornalista posta em seu *blog* vídeos dos programas televisivos, a exemplo dos programas que ele participa, tais como: “Bate-Bola”, “Loucos por Futebol”, como pode ser observado na Figura 28 – Interpenetrações de mídia – *Blog* do Paulo Vinicius Coelho.

Figura 28 – Interpenetrações de mídia – *Blog* do Paulo Viniccius Coelho



Fonte: www.espn.com.br

Neste tipo de movimento de circulação, há um atravessamento de discursos entre a mídia televisiva e o *blog* do jornalista, à medida que ele produz uma matéria, armazena produto de outro circuito e põe em circulação objetos de produção de notícia de outro circuito, no caso da televisão. Isso pode ser verificado na Figura 28, nos itens sublinhados e na foto dos artistas do campo musical. Ressaltamos que as práticas de midiaticização possibilitam afetações de campos midiáticos diferentes, no exemplo acima, os campos jornalístico e musical.

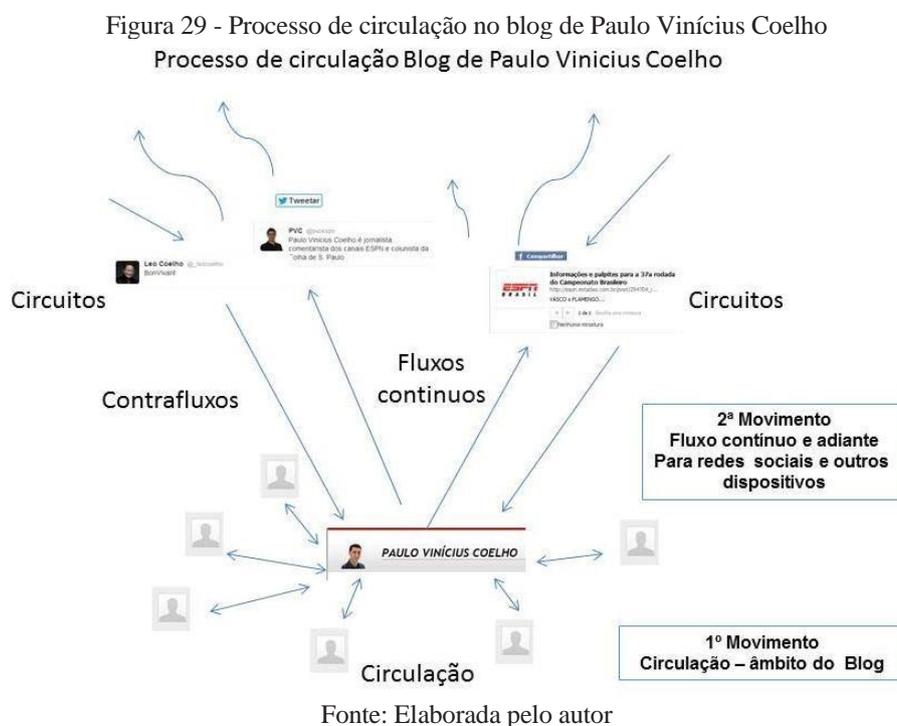
Existem processos de circulação à medida que internautas enviam mensagens para o produtor via *blog*, como vimos nas interações entre produtores e receptores no capítulo 5. Entretanto, a circulação não se limita à “órbita” do *blog*, vai mais além, a exemplo de fluxos de discursos contínuos e adiante que incidem sobre outros circuitos, a exemplo de páginas em redes sociais de empresas comunicacionais, de jornalistas e receptores.

Outro aspecto importante para as práticas de midiaticização que permitem a circulação dos discursos é a qualidade do dispositivo de interação, de que já tratamos na primeira categoria analisada. No *blog* de PVC, existe oferta de mecanismos de interação que contribuem para a circulação dos discursos à medida que são oferecidas aos internautas novas possibilidades de estratégias comunicativas, a exemplo de *links* para compartilhamento da narrativa do produtor em outros circuitos.

Não obstante, tomando como referência nossa iconização apresentada na Figura 2 - Processos e operações de circulação de discursos em *blogs*⁴⁴, em que há ocorrência de circulação na qual o produtor, a partir do acontecimento, produz uma narrativa e publica no *blog*; observamos neste *blog* complexos processos comunicacionais à medida que os receptores, após apreensão de sentido, fazem circular os seus discursos, criando assim novos sentidos que desembocam em outros circuitos, por meio

dos fluxos desta circulação.

Para melhor explicitação desse movimento de circulação, apresentamos a Figura 29 - Processo de circulação no blog de Paulo Vinícius Coelho.



Observando a Figura 29, temos um processo de circulação, em um primeiro movimento, no âmbito do *blog*, no qual os internautas acessam e participam com seus discursos, mantendo um mercado discursivo no dispositivo onde a recepção apreende sentido em um primeiro nível de interação.

Entretanto, a partir de práticas de midiatização e da qualidade do dispositivo, há um segundo movimento pós-recepção, no qual, por meio de **fluxos contínuos**, os internautas imergem ou emergem em outros circuitos, criando novos mercados discursivos, que surgem em páginas pessoais do jornalista e do veículo da empresa jornalística. Decerto é possível que muito dos discursos fiquem difusos e se “percam” na rede sem retorno ao *blog* ou às redes sociais.

Os discursos, quando retornam dos fluxos contínuos, movimentam-se em contrafluxos, mas no caso investigado não encontramos marcas de contrafluxos, ou seja, retornos imediatos, discursos que retornam produzidos por respostas de internautas, mensagens automáticas de sistema informático, a exemplo de confirmação de participação de alguma enquete de um *blog*, de páginas ou um sistema de aviso ou agradecimento pela participação no dispositivo. Com efeito, no processo de circulação, como bem aponta Braga (2012), os fluxos contínuos seguem adiante por processos difusos e diferentes, sem necessariamente, ter regulação ou obrigatoriedade de ter respostas imediatas.

Assim, o internauta que acessa e participa do **Blog do PVC** tem possibilidade de imersão no dispositivo e/ou navegar para outros circuitos, à medida que poderá acessar páginas de redes sociais, via mecanismos de interação, discutir temáticas da narrativa nas redes sociais, ofertar informações relativas ao veículo que o *blog* pertence ou em outras páginas.

Nessa perspectiva, os processos de circulação discursiva no **Blog de Paulo Vinícius Coelho – PVC** têm peculiaridades pelo fato de que o *blog* enquanto dispositivo é organizado e se desenvolve por lógicas próprias, seja pelos *links* para interação que o *blog* possui, seja pela qualidade dos discursos e seus efeitos e potencialidade de seus atores (produtor e receptores). Logo, a circulação e os efeitos sobre outros circuitos possuem perfil diferente de outros *blogs*, em função de suas marcas, dinâmicas discursivas e de arquitetura comunicacional.

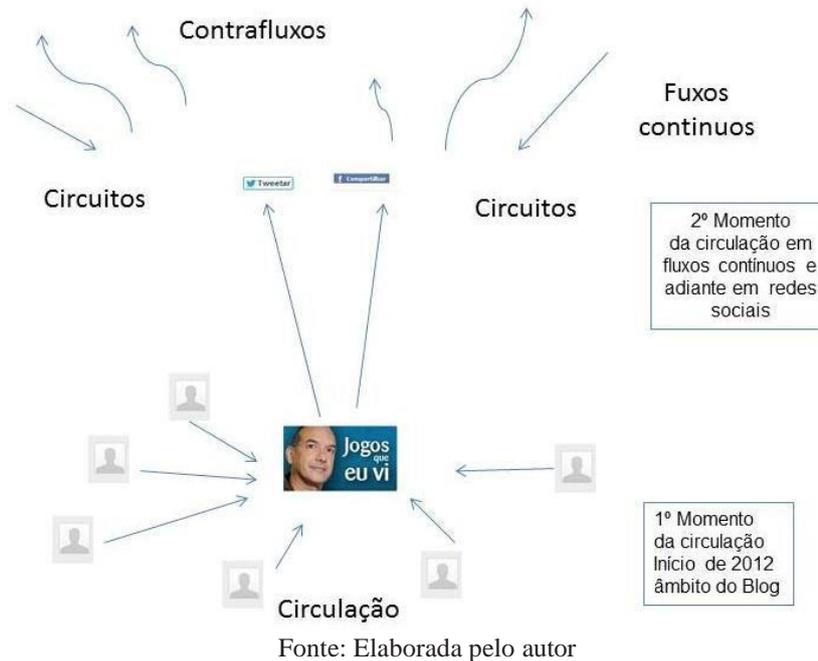
Após essas considerações, vamos analisar os processos de circulação no “**Blog jogos que eu vi**”, na seção seguinte.

2 PROCESSOS DE CIRCULAÇÃO DISCURSIVA NO “BLOG JOGOS QUE EU VI”

Nas observações sobre a coleta no **Blog Jogos que eu vi**, de Lédio Carmona, o processo de circulação discursiva ocorreu a partir de dois aspectos resultantes de práticas de mediatização. O primeiro aspecto está relacionado ao processo de circulação discursiva dos receptores no *blog*. O segundo aspecto dá-se por conta da retirada estratégica da função “comentar” do *blog*; com isso, o processo de circulação formou mercado discursivo em outro dispositivo, no caso o *twitter*.

O jornalista Lédio Carmona, ao retirar a função de *Comentário* de seu *blog*, transforma este dispositivo em uma coluna, onde internautas acessam sua narrativa apreendem sentido e se quiserem participar com comentários deverão deslocar-se para o *twitter* ou o *facebook*. O formato que o jornalista instituiu – *blog* coluna – definiu estratégia de circulação diferente da maioria dos *blogs*. Podemos visualizar melhor esse processo de circulação na Figura 30 – Processo de circulação – *Blog* jogos que eu vi.

Figura 30 – Processo de circulação – *Blog jogos que eu vi*
 Processo de circulação Blog Jogos que eu vi



Notamos na Figura 30 que, no primeiro momento da circulação, temos participação de internautas junto ao *blog*, mobilizando discursos em função da narrativa do produtor. Em um segundo momento, como estratégia, o produtor retira a função de comentar no *blog* e cria um *link* do *twitter* para que os receptores possam fazer o comentário de suas postagens em outro dispositivo.

Esse modelo de circulação difere dos demais *blogs* de jornalistas que utilizam como um dispositivo de enunciação à medida que, para participar dos comentários, o internauta passa por procedimentos regulatórios em outras páginas *web*, a exemplo de ter cadastro ou conta no *twitter* para participar das discussões.

Esse deslocamento estratégico do jornalista não agradou a todos os receptores, haja vista depoimentos de internautas no *twitter* sobre a dificuldade de se discutir as postagens do *blog* em outro protocolo de comunicação, como mostra a interação entre o jornalista e o internauta “Fabrício Cecílio”.



Segundo o internauta, a retirada da função „comentar“ do *blog* acarretou a ausência de discussão da temática. Ora, à medida que o referido internauta questiona a inexistência de discussão no blog, para o produtor significa, em nosso juízo, dois aspectos a considerar: a) uma nova vocação do receptor como crítico das estratégias produtivas do jornalista; b) que o jornalista inaugura uma forma de interação onde define um modelo coluna para o *blog* e deslocamento das interações para as redes sociais.

De fato, o primeiro aspecto, sobre as críticas das práticas utilizadas pelo jornalista, foi questionado por outros internautas, entretanto, é possível que outros não questionaram a estratégia do produtor porque, certamente, utilizam as redes sociais normalmente em suas práticas e não veem o deslocamento como obstáculo às discussões.

No segundo aspecto, o jornalista cria novas possibilidades de interação por meio de outros dispositivos, quando mobiliza os discursos que se iniciam em outro protocolo de comunicação, ou seja, o *blog*. Há, na realidade, um modo de circulação diferente à medida que o blogueiro constrói, a partir de contratos de leitura, os passos, as regras e as estratégias que o leitorado deve apreender com vista a comentar a narrativa. Dito de outro modo, o jornalista define as regras para participação dos receptores, ao passo que outorga a direção das discussões para outros dispositivos – as redes sociais.

Portanto, vimos que a circulação no referido *blog* apresenta-se de modo diferenciado de outros *blogs*, pois o fluxo comunicacional efetivamente ocorre, em grande parte, nas redes sociais, por meio do deslocamento de internautas via *links* de interação às redes sociais.

Agora vamos analisar o processo de circulação discursiva que ocorre no **Blog do Serginho**, em função das práticas de midiaticização do produtor e dos receptores.

3 PROCESSOS DE CIRCULAÇÃO DISCURSIVA NO BLOG DO SERGINHO

O processo de circulação no *Blog* de Serginho é operado a partir de sistema social de resposta, pelo qual o jornalista posta sua narrativa, provoca e convida internautas à participação, através de vínculos estabelecidos pelos contratos de leituras. Por sua vez, os receptores com suas práticas interagem junto à narrativa e respondem conforme as regras estabelecidas pelo produtor, gerando espaço de circulação limitado ao âmbito do *blog*. Para efeito de diagramação deste processo, elaboramos a Figura 31 – Processo de circulação no *Blog* do Serginho.

Figura 31 – Processo de circulação no *Blog* do Serginho
Processo de circulação- *Blog* do Serginho



Notamos, na Figura 31, que o processo de circulação dos discursos ocorre junto à estrutura do *blog*, ou seja, as práticas dos receptores se manifestam em forma de discurso apenas na órbita do *blog*. É possível que a qualidade do dispositivo (*blog*) contribua para esse tipo particular de circulação, pois não percebemos a existência de *links* às redes sociais ou qualquer outro dispositivo de interação em outro circuito.

Acreditamos que a precariedade deste dispositivo, em face das carências de contratos de leitura multimidiáticos, como uso de imagens, sons e vídeos, tem efeitos sobre a audiência, se comparado aos outros *blogs* investigados. A audiência neste dispositivo é considerada baixa² se comparada com os demais *blogs* analisados.

No entanto, no processo de investigação sobre a circulação neste *blog*, percebemos que há uma manifestação discursiva diferente no entorno do sistema social de resposta em comparação aos demais *blogs* investigados. Este fato discursivo ocorre por conta da moderação do jornalista.

Diferentemente das demais práticas dos *blogs* dos jornalistas estudados, Sérgio Xavier procura responder, oferecendo esclarecimento sobre dúvidas e perguntas dos internautas, criando, assim, novas alternativas de interação .

O jornalista, ao publicar a narrativa do acontecimento, não se ausenta da interação junto aos receptores, em função de assumir a posição de moderador dos discursos. É bem verdade que ele não modera todas as participações, mas inaugura uma nova postura na interação, ao qualificar de outro modo, as relações com os receptores.

Portanto, apesar de não encontrarmos marcas explícitas de circulação, enquanto fluxos contínuos e adiante, no *Blog* do Serginho, verificamos a existência de modos e processos de interação

² Nas observações sobre a coleta de dados - durante o Campeonato Brasileiro de 2012 – encontramos número baixo de comentários, tendo em média 5 postagens por matéria. Enquanto que os *blogs* de Paulo Vinícius Coelho, Jogos que eu vi e Papo com Benja têm, respectivamente, 120, 20, 160 participações de internautas.

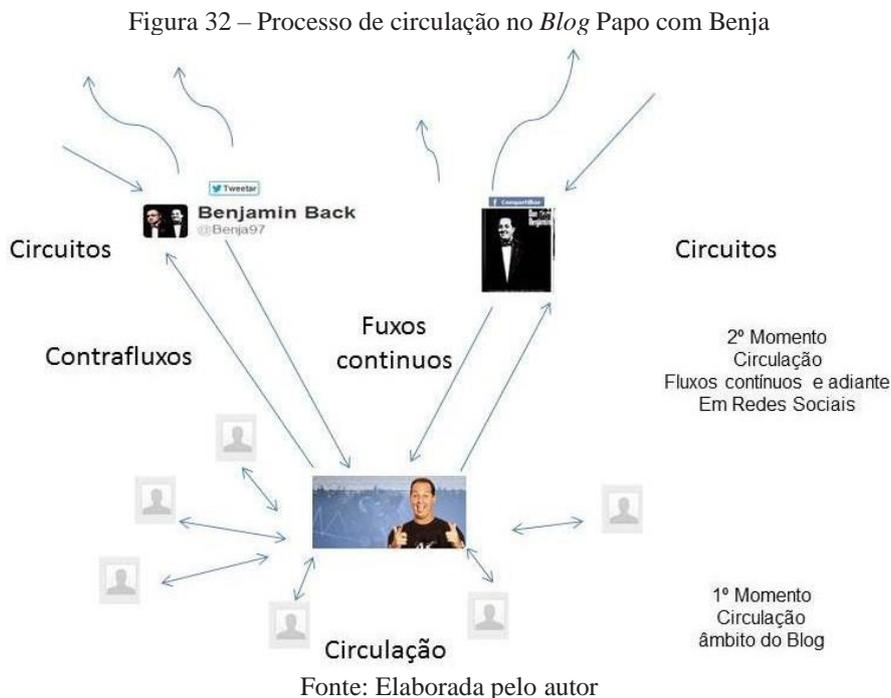
bem específicos se comparados aos processos de circulação em outros *blogs*.

A seguir, centramos a nossa análise nas questões relacionadas ao funcionamento da circulação discursiva no ***Blog Papo com Benja***.

4 PROCESSOS DE CIRCULAÇÃO DISCURSIVA NO “*BLOG PAPO COM BENJA*”

Os processos de circulação discursiva analisados apresentam-se de modo complexo. Possuem marcas de sistema social de resposta e também como fluxos contínuos e adiante que levam discursos a outros dispositivos de interação, tais como páginas pessoais no *facebook* e *twitter* do jornalista.

O funcionamento da circulação neste *blog* é resultado de práticas discursivas através de operações sociotécnicas e discursivas que se manifestam em forma de discursos de natureza militante, como vimos nas discussões no capítulo 5. O jornalista, com base em seus contratos e estratégias, publica seus relatos que são acessados por receptores. Essas interações produzem um movimento de circulação no dispositivo em forma de sistema de resposta. No entanto, após a recepção, ocorre um segundo movimento de fluxos contínuos e adiante (BRAGA, 2012), no qual processos difusos e contínuos deslocam discursos para as redes sociais, como *facebook* e *twitter*. Como forma de visualizar tal processo, apresentamos a Figura 32 – Processo de circulação no *Blog Papo com Benja*.



O contexto da circulação, a partir da análise da Figura 32, mostra que o fluxo comunicacional ocorre, no primeiro momento, no âmbito do blog; e no segundo momento, circula em fluxo contínuo e adiante. O fluxo comunicacional surge a partir do primeiro nível de interação na relação entre o

jornalista e os receptores, e entre receptores e receptores. Entretanto, o jornalista dá possibilidades de imersão em outros circuitos, criados por ele nas redes sociais *twitter* e *facebook*. É nesse movimento de fluxo contínuo e adiante que a circulação se complexifica e cria novos espaços, enquanto possibilidades de produção/circulação de novos discursos.

Tal cenário da circulação pode ser compreendido à luz das reflexões apontadas por Fausto Neto (2006, 2010) acerca da compreensão da midiaticização como prática social e prática de sentido. Nesse contexto, o autor compreende a circulação de mensagens enquanto produção de sentido resultante de interações entre produção e recepção, cujos efeitos promovem uma nova arquitetura comunicacional que, no nosso entendimento, ocorre não a partir de sistema de resposta - definido por regras de interação nos *blogs*, mas sobretudo por operações de práticas de midiaticização que transcendem a relação “via dupla” entre produtor e receptor, ou seja, por fluxos contínuos e produção de novos sentidos.

Acreditamos que o *Blog Papo com Benja* possua em sua constituição aspectos que possibilitam aos internautas a criação de movimento de discursividades e atorização do próprio *blog*, à medida que é convertido em meio de comunicação, quando internautas coproduzem mensagens e tematizam informações do campo esportivo. Dessa forma, a qualidade do *blog* para ofertar recursos e de mecanismos de interação contribui para a formação de um modo característico de circulação do *blog* para as redes sociais, conforme mostramos na Figura 31, a partir de fluxos contínuos que desembocam em outros dispositivos.

Assim sendo, o funcionamento dos processos de circulação discursiva dos *blogs* investigados apresentam semelhanças e diferenças. *Nos blogs*, identificamos modos de circulação na geografia deste dispositivo, visto aqui como um primeiro movimento de circulação, conforme lembra Braga (2012a), fenômeno encontrado nos quatro *blogs* investigados.

Encontramos um segundo movimento pós-recepção como fluxo contínuo e adiante manifestado em três *blogs* (*Blog Paulo Vinícius Coelho*, *Blog Jogos que eu vi*, e *Blog Papo com Benja*) e que seu funcionamento ocorreu por práticas midiáticas específicas em cada dispositivo.

É importante assinalar que características de diferentes práticas de midiaticização, aliadas à qualidade do dispositivo, criaram modos, estruturas e funcionamentos diversos e diferenciados de circulação, o que denota a importância dos processos e das operações de midiaticização que se realizam nas interações nos *blogs* investigados. Como forma de sintetizar esses aspectos, elaboramos o Quadro 5 – Elementos característicos da circulação discursiva nos *blogs* investigados.

Quadro 5 – Elementos característicos da circulação discursiva nos *blogs* investigados

Elementos Característicos	Circulação discursiva nos <i>blogs</i> investigados			
	<i>Blog</i> de Paulo Vinícius Coelho	<i>Blog</i> Jogos que eu vi	<i>Blog</i> do Serginho	<i>Blog</i> Papo com Benja
Tipos de circulação	Circulação no <i>blog</i> e enquanto fluxo contínuo e adiante para páginas de redes sociais: Facebook e Twitter	Circulação no âmbito do <i>blog</i> em um primeiro momento e depois no <i>twitter</i>	Circulação no âmbito do <i>blog</i>	Circulação no <i>blog</i> e como fluxo contínuo e adiante para páginas de redes sociais: <i>facebook</i> e <i>twitter</i> do jornalista
Mecanismos tecnológicos para fazer funcionar a circulação	Operador para comentar no <i>blog</i> e <i>links</i> às redes sociais, como <i>facebook</i> e <i>twitter</i> e outros <i>blogs</i>	Operador para comentar no <i>blog</i> em um primeiro momento e <i>links</i> à rede social <i>twitter</i> e outros <i>blogs</i>	Operador para comentar no <i>blog</i> .	Operador para comentar no <i>blog</i> e <i>links</i> às redes sociais, como <i>facebook</i> e <i>twitter</i> e outros <i>blogs</i>
Modos e Movimentos de circulação	Circulação inicialmente no <i>blog</i> , em seguida nas redes sociais <i>facebook</i> e <i>twitter</i>	Circulação inicialmente ocorreu no <i>blog</i> e com a desativação do operador comentar deslocou-se para o <i>twitter</i>	Circulação no âmbito do <i>blog</i>	Circulação inicialmente no <i>blog</i> , em seguida nas redes sociais – páginas do <i>facebook</i> e <i>twitter</i> do jornalista

Fonte: Elaborado pelo autor

A investigação dos processos de circulação discursiva nos *blogs* demonstrou aspectos semelhantes e distintos quanto aos seus elementos característicos: tipos de circulação que ocorrem nos *blogs*, mecanismos tecnológicos para fazer funcionar a circulação e os modos e movimentos de circulação, como podemos observar no Quadro 5.

Em face disso, compreendemos que os processos e as operações de mediação que se realizam nos *blogs*, objetos de nossa pesquisa, criam diferentes possibilidades de comunicação em dispositivos de interação, enquanto espaço comunicacional, promovendo novas arquiteturas comunicacionais e novos modos de interação.

Com este capítulo, concluímos as nossas análises sobre os *blogs* esportivos investigados, estruturadas em três eixos: arquitetura dos dispositivos, interações entre produtores e receptores, e circulação discursiva. Em seguida, vamos apresentar as considerações finais de nossa pesquisa.

Nestas considerações finais, apresentamos os resultados da pesquisa e refletimos sobre sua processualidade, destacando principalmente os aspectos do percurso teórico-metodológico, bem como o processo de observação de fenômenos que se passam no campo midiático, como as manifestações do jornalismo esportivo digital, a partir de um plano de observação acadêmica.

Procuramos destacar, inicialmente, como esta pesquisa possibilitou mudanças importantes no âmbito pessoal e profissional do pesquisador. Primeiramente porque lhe permitiu um deslocamento de um lugar de

‘leitor automático’ de notícias do “mundo do futebol” em *blogs* esportivos, para um outro tipo de observação e de leitura de fenômenos esportivos, que emergem pelas manifestações digitais. Tal deslocamento se faz com a nossa entrada no campo da comunicação, especificamente dos processos midiáticos, mediante esta atividade sistemática que representa uma pesquisa para fins de uma tese de doutoramento.

Tal fato colocou-nos numa outra cena reflexiva: um pesquisador, como profissional docente do campo educacional, especificamente da Educação a Distância-EaD, em torno da compreensão das manifestações esportivas no âmbito do cenário da midiatização em curso. Vários efeitos resultam deste deslocamento, através do qual novos conhecimentos apreendidos sobre objeto midiático vieram somar à nossa trajetória intelectual e à investigação do problema no decorrer dos anos de pesquisa. Isso é de grande valia para o crescimento profissional em nossas práticas educativas.

Reconhecemos que o processo de pesquisa apresentado neste livro sinaliza para uma nova processualidade, pois entendemos que a conclusão funciona mais como um “rito de passagem” para reflexões no âmbito de pesquisas sobre midiatização do jornalismo esportivo digital. Contudo, se faz necessário que, neste momento, possamos apresentar alguns resultados, porém, admitindo que, ao lado destes, processos estarão sempre necessitando avançar. Certamente destas conclusões vão emergir novas questões e reflexões, novos achados apontando novos problemas de pesquisa, com outros ângulos a serem investigados, envolvendo aspectos concernentes à natureza do fazer ciência.

Conforme reiteramos em várias passagens deste trabalho, o presente estudo teve a midiatização como ancoragem para entender a complexidade de processos comunicacionais, especificamente, através de objeto de pesquisa sobre o qual examinamos, que envolve o trabalho de processos e operações de midiatização, suscitando na seara de *blogs* estudados novas formas de interações entre as práticas jornalísticas e o universo do leitorado.

A partir da pergunta: “Como processos e as operações de midiatização se realizam nas interações entre produtores e receptores nos *blogs* esportivos?”, procuramos investigar os *blogs* eleitos como objeto, pergunta esta que surgiu a partir de um cenário de indícios, marcas e rastros de

funcionamento no contexto do jornalismo esportivo digital afetado por processos de midiatização, que foram desentranhados pelo pesquisador durante a investigação, por meio de estudo de casos múltiplos sobre quatro *websites* e *blogs*.

Com a investigação, pudemos ver de modo específico a descrição de estratégias interacionais e constatar a existência de um novo ambiente de contatos, no qual, de um lado, as práticas jornalísticas esportivas têm sido afetadas por tecnologias digitais, transformadas em meios; e por outro, leitores também ali inseridos, desenvolvem várias estratégias, seja convergindo com as lógicas de contatos oferecidas pelos *blogs*, seja através de outras ações que emanam de outras lógicas e protocolos. Essas novas articulações permitem processos complexos de interação, segundo vários tipos de *feedbacks* entre instituições, meios e atores sociais, conforme discutimos nesta tese, a partir do esquema para análise de midiatização apresentado por Verón (1997).

No caso específico do jornalismo esportivo na ambiência digital, as práticas de midiatização têm sido manifestadas através de diversos dispositivos como protocolos de comunicação, a exemplo de *facebook*, *twitter*, *blogs* etc., mostrando, com isso, as novas possibilidades de interação entre jornalistas e receptores em uma sociedade em vias de midiatização; ao mesmo tempo, fazem emergir novas formas de discursos esportivos.

Em função desses aspectos aqui destacados, fazemos uma breve retomada de alguns ângulos que devem ser ressaltados, no momento de conclusão desta tese, visando, dentre outras motivações, a oferecer reflexões e respostas ao problema de pesquisa.

Diante da necessidade de ancorar nosso objeto no fenômeno da midiatização como marco teórico para entender o funcionamento de práticas esportivas, na ambiência da midiatização, discutimos no capítulo I – Conceitos envolvendo midiatização, ambiência e processos de interação, por entender que um exercício dessa natureza representaria uma ação necessária para se apreender as afetações dos processos de midiatização sobre diferentes práticas sociais, especificamente suas incidências na transformação das práticas jornalísticas. Particularmente, tais conceitos sobre ambiência e interação social dão conta de entender as novas condições de funcionamento de vínculos entre as instituições e atores sociais e os vínculos.

Discutimos o conceito de midiatização sob a perspectiva de vários autores, dentre eles Verón (1997, 2010), a partir de um esquema geral por ele proposto. No entanto, a partir das discussões propostas por Braga (2012a, 2012b) sobre a circulação enquanto fluxo contínuo e adiante, fruto de práticas de midiatização, é que passamos a qualificar o processo de investigação do objeto de pesquisa nos *blogs* esportivos escolhidos. Este capítulo ofereceu também as condições teóricas para compreendermos a passagem da midiatização das práticas sociais às práticas midiáticas no jornalismo esportivo.

Vimos, ao longo do capítulo 2, como novos protocolos de comunicação digital têm transformado o âmbito da produção e funcionamento do jornalismo esportivo. Estudamos a relação entre midiatização e práticas sociais a partir da perspectiva dos campos sociais diversos, mostrando que as relações entre eles são afetadas por lógicas de midiatização, ainda que de modos distintos.

Mostramos, em seguida, a partir de algumas referências de pesquisa, como a midiatização afeta o funcionamento de diferentes práticas sociais – educativa, política, religiosa, sanitária etc. Ainda no capítulo 2, refletimos sobre algumas características de práticas de jornalismo esportivo na passagem da sociedade dos meios à sociedade em vias de midiatização, visando entender como lógicas e operações da midiatização têm engendrado novas formas de construção de práticas jornalísticas esportivas, tendo como referência uma nova construção tecno-discursiva digital, que se manifesta numa nova ambiência constituída por portais, *sites* e *blogs*, no contexto da *web 2.0*.

Vimos particularmente que o *blog* é um dispositivo de interação que gera novas possibilidades de contato entre produtores e receptores de mensagens. O referido capítulo permitiu-nos compreender como as práticas do jornalismo esportivo são também afetadas por tecnologias digitais ao ponto de contribuir para transformações em práticas jornalísticas e nas possibilidades de contato entre colunistas do ambiente jornalístico e com os receptores.

No capítulo 3, apresentamos os procedimentos metodológicos que apoiaram a análise da midiatização em *blogs* esportivos. Assim, utilizamos o **estudo de casos múltiplos** como estratégia para investigação sobre os processos e as operações de midiatização que ocorreram em nossos materiais. A contribuição deste tipo de pesquisa foi importante no estudo de nosso problema de pesquisa porque nos permitiu identificar e analisar as marcas e as manifestações de interações e seus efeitos diversos, semelhantes e diferentes, nos processos de circulação discursiva em quatro *blogs* pesquisados.

Mostramos o processo de desentranhamento do objeto de pesquisa e a partir do paradigma indiciário de Ginzburg (2004), identificamos preliminarmente os quatro *blogs* a serem estudados, em torno de quatro categorias, mediante as quais funcionam seus modelos de estratégias comunicacionais: o modelo analítico, atribuído ao ***Blog de Paulo Vinícius Coelho***; o modelo testemunhal, no ***Blog Jogos que eu vi***; o modelo dia-lógico, atribuído ao ***Blog do Serginho***; e o modelo provocativo, referido ao ***Blog Papo com Benja***. Tais categorizações foram importantes para nos ensejar a análise do funcionamento dos *blogs*, conforme mostramos nos capítulos 4, 5 e 6.

No capítulo 4 - Primeiro eixo de análise: arquitetura e funcionamento dos dispositivos de interações - descrevemos a arquitetura e a estrutura dos *websites* e *blogs* selecionados como nosso universo de estudo. Procuramos fazer uma descrição detalhada da arquitetura buscando a compreensão dos contratos de leitura utilizados por cada um dos suportes estudados, visando ao estabelecimento de

vínculos com seus leitores. Procuramos, deste modo, examinar os dispositivos que contribuem para as possibilidades de interação entre produtores e receptores .

Quando examinamos as arquiteturas e seus mecanismos, percebemos que há diferença substancial entre portais, *sites* e *blogs*; que portais e *sites*, de um modo geral, atendem padrões de uso, pois possuem e acionam muitos mecanismos de interação para pôr em funcionamento seus contratos de leitura. Entretanto, no caso do **Blog do Serginho** e do **Blog Jogos que eu vi**, os mecanismos de interação e contratos são poucos se comparados com os outros *blogs* analisados, e é possível que a qualidade das arquiteturas e estruturas destes suportes tenha afetado suas possibilidades de interações.

No capítulo 5 - Segundo eixo de análise: funcionamento dos dispositivos de interação entre produtores e receptores, fizemos a análise das interações entre produtores e receptores nos *blogs* enquanto dispositivos de interação. Assim procedemos por entender que os *blogs* são espaços de contato e manifestações de práticas midiáticas de produção de sentido, voltadas para mercados discursivos. Os *blogs* demonstram ainda que os discursos procuram instituir vínculos entre produtores e receptores, segundo a complexidade que envolve a relação entre ambientes editoriais e os leitores.

São intensas as manifestações de interação entre produtores e receptores, mostrando-se uma elevada fidelização dos leitores aos jornalistas blogueiros, algo que se explica pelo fato deles serem conhecidos no meio esportivo, mas também pela característica da narrativa e pela própria qualidade de suas respectivas produções.

No capítulo 6 - Terceiro eixo de análise: funcionamento dos dispositivos de interações no processo de circulação discursiva, tratamos do funcionamento dos dispositivos de interação no processo de circulação de mensagens. Analisamos o processo a partir da perspectiva de circulação enquanto “fluxos contínuos e adiante”, como um segundo movimento pós-recepção (BRAGA, 2012a), no qual os discursos formam mercados no próprio *blog* e/ou em outros dispositivos que lhes são vinculados. Ressaltamos que, em cada *blog* investigado, encontramos particularidades em suas dinâmicas, modos e movimentos de circulação, segundo processos e operações de midiaticização que se apresentam em cada um dos *blogs* estudados.

Observamos também que a qualidade do processo de circulação envolvendo o *blog* e o sistema de resposta produtor e receptores, tem a ver com a regularidade nas postagens e a própria qualidade do dispositivo, contribuindo para diferentes modelos de circulação.

As categorias analisadas revelam os efeitos das práticas de midiaticização do campo esportivo, haja vista as transformações provocadas pelas tecnologias convertidas em meios. A *web 2.0* tem ampliado as possibilidades de participação e colaboração em função da oferta de vários protocolos e aplicativos de mídias, tais como o uso de hipertextos e hipermídias (áudio, vídeo e imagens articulados ao texto). De fato assistimos, hoje, ao uso de diversos aparatos tecnológicos por parte de profissionais

ligados ao esporte que têm modificado suas práticas, rotinas de trabalho e vínculos com leitores.

ANÁLISE INTERPRETATIVA DOS WEBSITES E BLOGS

Quando fazíamos as pré-observações sobre as características dos *sites* e *blogs* e seus funcionamentos, observamos algumas categorias em torno das quais identificamos uma matriz discursiva, com que eles se apresentavam perante os leitores. Cada um deles se mostrava com um modelo de enunciação: analítico, testemunhal, dialógico e provocativo, ou seja, segundo tais operações enunciativas, os *blogs* desenvolviam modelos de contrato de leitura através dos quais eles se vinculavam com os leitores.

A partir dessas categorias, vimos na análise dos *sites* que, de fato, eles se destacavam, cada um a sua maneira, através de tais modelos de discursos, ou seja, segundo nosso modo de ver, cada *site/blog* se anunciava e estabelecia vínculos com os leitores, mediante um determinado operador de identificação, cuja marca central para seu funcionamento se constituía nos jornalistas, como personagens centrais. Isso significa dizer que temos o funcionamento de operações em dois níveis: de um lado, em termos do ambiente sociotécnico e discursivo; e de outro, através da performance discursiva, que se faz através de uma atividade dos próprios enunciadores.

Logo, o trabalho interpretativo do funcionamento das interações entre produtores e receptores nos *blogs*, a partir de práticas de mediatização, depende de três aspectos específicos. O primeiro aspecto destaca a qualidade da arquitetura, pois vimos que a natureza da arquitetura de portal, *site* e *blogs* varia, afeta também a audiência e o processo de circulação em cada um deles. Nos *websites* de identidade com mídia televisiva, constatamos marcas de pertença, de funcionamento dos contratos de leitura, gerando uma estrutura que privilegia formas de vínculos com os receptores.

Exemplificando o que dizemos acima, os *websites do Blog do Paulo Vinícius Coelho e do Blog Jogos que eu vi* possuem, nas arquiteturas, contratos e mecanismos de interação – a partir de suas marcas de pertença com a mídia televisiva - que contribuem para práticas de mediatização à medida que ofertam possibilidades tecnológicas, aos receptores, para fazer funcionar interações. Além disso, o *Blog Papo com Benja e o Blog do Serginho* (com marcas de identidade com a mídia impressa) possuem arquiteturas bem diferentes. Enquanto o primeiro tem qualidade na oferta de operadores de interação e de contratos de leitura, o segundo carece de variados tipos de contratos e *links* de interação em sua estrutura. O segundo aspecto que merece destaque para o entendimento do funcionamento das interações entre produtores e receptores é a manifestação de práticas de mediatização nos *blogs* como um espaço de produção de sentido. Este fato preconiza que os *blogs* como dispositivos de contato operacionalizam o funcionamento do processo de mediatização.

E o terceiro aspecto importante para a compreensão do funcionamento das interações está

relacionado à formação de circuitos, que ensejados pelas práticas de midiatização são mobilizados pela circulação da informação em fluxos contínuos e adiante, segundo assinala Braga (2012a), conforme apontamos em nossa hipótese descrita e diagramada na Figura 2. Em sua maioria, os *blogs* ensejaram a circulação em fluxos contínuos e adiante, gerando novos circuitos de produção de sentido, da maneira que o diagrama propunha.

Acreditamos que tudo isso incidiu sobre a compreensão do funcionamento das interações entre produtores e receptores nos *blogs* à medida que diferentes operações de midiatização se manifestaram de modo singular em cada um dos dispositivos.

Cada um dos *blogs* determinou estratégias para o funcionamento das interações, mediante contratos variados. A disposição arquitetural variou, bem como a topografia (espaço) de cada *blog*, e tudo isso engendrado por ligações de natureza sociotécnica. Outros aspectos encontrados dão conta de que o processo de interação entre produtores e receptores é mais complexo do que a produção e reconhecimento da informação.

2 O QUE A PESQUISA DEMONSTROU...

Podemos dizer que os resultados desta pesquisa podem ser demonstrados através de três momentos, julgados por nós importantes. O primeiro, relacionado às descrições das arquiteturas dos dispositivos – portal, *site* e *blogs*, com vista na

identificação de seus mecanismos de interação; o segundo diz respeito à análise dos *blogs* no contexto das interações entre produtores e receptores, receptores e receptores; e o terceiro chama atenção para o complexo processo de circulação, com ênfase na análise voltada para o processo de circulação discursiva e seus percursos no e para além *blog*.

Nesse processo de investigação, foram encontradas também marcas e indícios de modos e tipos de interações evidenciando o fato de que, no processo de midiatização mobilizado por internautas, são engendradas interações diferentes nos *blogs*.

Essa relação entre a qualidade da arquitetura de portais, *sites* e *blogs* com as práticas de midiatização, segundo as relações entre produtores e receptores, permite afirmar que existem novas estratégias, novos modos de interagir e criação de possibilidades complexas de interações discursivas. Conseguimos ainda, neste processo de análise, sistematizar achados importantes, tais como : a) a fidelidade de internautas em alguns *blogs*, culminando na existência de comunidades momentâneas;

b) situações de moderação – intervenção – do produtor nas mensagens dos receptores; c) a circulação discursiva, permitindo atravessamentos de campos midiáticos (esportivo, musical e jornalístico, observados pelo campo acadêmico); d) dispersão dos receptores em relação às discussões presentes na narrativa dos produtores, gerando outras tematizações; e) intervenções por parte dos

receptores em relação ao produtor, questionando a qualidade do texto do produtor, do dispositivo e da notícia, tentativa de agendamento midiático, solicitações para resolver problemas de âmbito particular etc.

Assim, os achados, as marcas e os processos encontrados na investigação permitem a compreensão de que os processos e as operações de midiatização produzem efeitos muito complexos, arriscando-nos afirmar que as práticas de midiatização são muito mais do que aquilo que se mostra visível em uma dinâmica de mensagens de produtores em um *blog* e respondidas pelos receptores. Os efeitos da interação entre produtores e receptores vão mais além, pois produzem complexidades comunicacionais na relação entre atores nesta nova ambiência da prática jornalística esportiva.

Então, na relação midiatizada entre produtores e receptores há de se considerar que as práticas desenvolvidas pelos jornalistas levam em conta as possibilidades de circulação da informação na e pela Internet. Percebemos que na literatura sobre o jornalismo esportivo, diante dos novos protocolos de comunicação, a exemplo da internet, pouco se fala e se discute sobre circulação midiática. Há trabalhos sobre práticas de produtores, meios, modelos de jornalismo, entretanto, ainda são tímidas as discussões sobre o fenômeno da circulação, especialmente sobre outros circuitos mobilizados pelas lógicas dos internautas.

A nossa pesquisa mostra que estamos em processualidade diante de novos modos de se comunicar, de interagir e de estar em um mundo afetado e afetando tecnologias, campos midiáticos e instituições de qualquer natureza. De fato, refletirmos sobre tais aspectos é tentar compreendê-los a partir dos processos midiáticos como instância para se pensar os processos comunicacionais.

Assim, esses aspectos apontados oferecem a reflexão de que os novos processos de comunicação devem ser compreendidos à luz da complexidade do novo fenômeno comunicacional proporcionado pela midiatização. A realidade comunicacional hoje é extremamente complexa e que seus efeitos sobre o jornalismo esportivo na ambiência digital têm ofertado reflexões acerca da necessidade de se pensar novas práticas, pois certamente haverá novos dispositivos em breve.

Acreditamos que por conta da rápida criação de artefatos tecnológicos, dos novos protocolos de comunicação da internet em franca expansão e dos usos destes nas práticas sociais, é de suma importância pensarmos nos efeitos futuros que isso terá nas rotinas e práticas do jornalismo esportivo e da produção do acontecimento.

Como vimos, o jornalismo esportivo digital vem passando por mudanças nas rotinas produtivas e nas linguagens em função de uma nova reconfiguração provocada pela midiatização. Em face à rapidez da disseminação do acontecimento, o jornalista, hoje, em função da internet dispõe a seu serviço de múltiplas fontes, agências de notícias e jornais digitais como fonte de pesquisa e que esses usos trazem efeitos sobre a produção do acontecimento, à medida que ele, como setorista de alguma agremiação esportiva, já sai das redações com informações colhidas na rede acerca de

notícias/acontecimentos relacionados ao âmbito do clube, contribuindo assim, para processos de circulação discursiva.

Enquanto resultado, a nossa pesquisa contribui de maneira importante para os estudos sobre midiatização à medida que aponta para discussões acerca de processos comunicacionais em ângulos na seara dos dispositivos interação e circuitos, por entendermos que todos os episódios comunicacionais que ocorrem no tecido social geram interações. Com efeito, as práticas sociotécnicas e discursivas têm possibilitado novos modos de interação, movimentos de circulação discursiva diversa que culmina em dispositivos e circuitos, atravessamentos entre estes últimos e, sobretudo, na constituição de novas arquiteturas comunicacionais.

Entretanto, sobre as interações em dispositivos digitais, cabem aqui algumas reflexões: que interações são estas, as interações digitais? Vimos que, pelos processos de interação, a circulação é levada adiante em fluxos, circuitos e bifurcações; nesse sentido, em que medida esses processos de circulação geram também novos acontecimentos? Estas questões, da esfera de uma narrativa complexa, pública e polifônica, só outros estudos poderiam apreendê-los.

Muitas questões ficam em aberto em função da complexidade desta pesquisa, no entanto, gostaríamos de ratificar que a pergunta-problema: “Como processos e operações de midiatização se realizam nas interações em blogs esportivos?” foi respondida pelo conjunto de capítulos, à medida que se ancora nos âmbitos teórico, metodológico e empírico.

Em nível teórico, os processos e operações de midiatização são compreendidos a partir do fenômeno das práticas sociotécnicas e discursivas de atores sociais em um contexto de midiatização, cuja manifestação faz funcionar “processos e operações de discursos em *blogs*” de jornalismo esportivo na ambiência digital, conforme mencionamos na hipótese diagramada no capítulo 1, com a qual concordamos para efeito de explicação dos processos e das operações de circulação de discursos que aconteceram nos *blogs*.

No cenário metodológico, a pergunta-problema apoiou-se em **estudo de casos múltiplos** sobre *websites* e *blogs* como estratégia de investigação dos processos e operações de midiatização que ocorreram a partir do cenário das arquiteturas e estruturas de funcionamento dos dispositivos de interação, da relação interativa entre produtores e receptores nos *blogs* investigados e das operações da circulação discursiva que aconteceram nestes dispositivos de interação por conta dos “fluxos contínuos e adiante”.

E, por fim, no âmbito empírico, a pergunta foi respondida a partir da demonstração de como os processos e operações de midiatização em diferentes *blogs* possibilitaram interações e efeitos de circulação discursiva, formas e modos de fluxos comunicacionais em dispositivos e circuitos.

A pesquisa mostra que estamos em processualidade diante de novos modos de nos comunicar,

de interagir e de „estar“ em um mundo cujas práticas de mediação afetam mutuamente instituições, mídias, campos, atores sociais e toda a esfera social. De fato, refletir sobre tais aspectos é tentar compreendê-los a partir dos processos midiáticos como instância para se pensar os novos processos comunicacionais a partir de dispositivos de interação. Assim, é possível que futuros estudos possam refletir sobre tais aspectos interacionais, pois estamos diante de um avanço acelerado da mediação na sociedade.

- AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel, MONTARDO, Sandra Portella. Blog: mapeando objeto. In (Orgs) Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento, 2009.
- BAHIA, Juarez. Jornal. história e técnica. História da imprensa brasileira. São Paulo: Atica, 1990.
- BARBOSA, Suzana. Jornalismo digital de terceira geração - Labcom – Universidade da Beira Interior. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt>. Covilhã, 2007.
- BASTOS, Marco Toledo. Medium, media, mediação e midiatização: a perspectiva germânica. In JANOTTI, JUNIOR, Jeder. MATTOS, Maria Angela; JACKS, Nilda. (Orgs) Mediação e Midiatização. Salvador Eduba: Brasília – COMPOS, 2012.
- BECKER, Howard S. Métodos de pesquisa em ciências sociais. 4. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. Coisas ditas. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- BRAGA, José Luiz. Las políticas de los internautas es producir circuitos. In: CARLON, Mário; FAUSTO NETO, Antonio. Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación. Buenos Aires: La crujia, 2012a.
- Comunicação, disciplina indiciária. Revista Matrizes, vol. 1, série 2, ECA/USP, São Paulo, p. 73-88. www.matrizes.usp.br > entrar > Edições Anteriores > vol. 1, nº 2, 2008.
- Circuitos versos campos. In MATOS, Maria A.; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs.). Mediação e midiatização. Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação – COMPOS. Salvador: EDUFBA, 2012b.
- Os estudos de interface como espaço de construção do campo da comunicação. In: Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação, XIII Compós, São Bernardo do Campo, 2004.
- Dispositivos interacionais. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação, do XX Encontro da Compós, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011.
- Mediatização como processo interacional de referência. Compós, 2006.
- Qual a teoria: qual o problema (a visada comunicacional implicada nos dispositivos interacionais. Texto publicado Procad, Goiania, 2011.
- A interação como contexto da Comunicação. Revista Matrizes. Ano 6 Nº 1 – Julho a Dezembro de 2012.
- BRIGGS, Mark. Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar – um guia de cultura digital na era da informação. Maryland US, 2007
- CANAVILLHAS, João M. Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na Web. Texto apresentado no I Congresso Iberoamericano, 2005. Disponível < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf> > Acesso em Nov/2013
- CARLON, Mário; FAUSTO NETO, Antonio. (Comps.) Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación. Buenos Aires: La Crujía, 2012

CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

Sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Denis de. Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro : São Paulo: Record, 2003.

Redes de indignação e esperança, movimentos sociais na era da Internet”. São Paulo: Zahar, 2013

CARLON, Mario. Em el ojo de la convergência. Los discursos de los usuarios de Facebook durante La transmission televisiva de La votación de La Ley de Matrimonio Igualitario. In: CARLON, Mário; FAUSTO NETO, Antonio. (Comps.) Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación. Buenos Aires: La Crujía, 2012

CASTRO, Paulo C. Jornalismo *online* e midiatização da recepção: a colaboração do leitor sob os protocolos da enunciação jornalística. Texto apresentado. Pentálogo III – Colóquio Semiótica das Mídias, 17 a 21 de setembro de 2012 – João Pessoa (PB).

Jornalismo participativo e midiatização da recepção: a domesticação dos leitores na seção “Eurepórter” do Globo Online. Texto apresentado no SBPJor, 2011.

CHAGAS, Arnaldo Tony S. Estratégias de midiatização das drogas: estudo de uma campanha de prevenção às drogas promovida pela CTDIA. São Leopoldo-RS: UNSINOS, 2009. Tese de doutorado. Orientador: Prof. Dr. Antonio Fausto Neto.

COELHO, Paulo Vinicius. Jornalismo esportivo. São Paulo: Contexto, 2003.

ESCOBAR, Juliana Lúcia. Blogs como uma nova categoria de webjornalismo In AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel, MONTARDO, Sandra Portella (Orgs) Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento, 2009.

ESTEVES, João Pizarra. O campo do media e o desenvolvimento da sociedade moderna. In: A ética da comunicação e os media modernos. Lisboa: Fundação *Calouste Gulbenkian*, 1998.

FAUSTO NETO, Antonio. Transformações nos discursos jornalísticos: a atorização do acontecimento. SBPJOR, 2011.

FAUSTO NETO, Antonio. Midiatização – prática social, prática de sentido. Paper. Encontro Rede Prosul – Comunicação, sociedade e sentido, no seminário sobre midiatização, Unisinos. PPGCC, São Leopoldo, 19/12/2005 e 06/01/2006.

Circulação além das bordas. In: Coloquio del Proyecto “Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos”. Programa de Cooperación Científico-Tecnológico MINCYT-CAPES 2009-2010. Cod. BR/08/21.

Das gramáticas às zonas de pregnância. In FAUSTO NETO, Antonio et al.: Midiatização e processos sociais. Midiatização e processos sociais: aspectos metodológicos. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2010.

Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos. Diálogos possíveis, 2007.

Transformações do jornalismo na sociedade em vias de midiaticização. In FAUSTO NETO, Antonio; FERNANDES, José David C. (Orgs). Interfaces jornalísticas: ambientes, tecnologias e linguagem. João Pessoa-Pb: Editora UFPB, 2011.

FAUSTO NETO, Antonio; SGORLA, Fabiane. Zona em construção: acesso e mobilidade na ambiência jornalística. In 22 Compós Disponível <
<http://encontro2013.compos.org.br/anais/recepcao-processos-de-interpretacao-uso-e-consumo-mediaticos/>> Acesso em out, 2013.

FOLETTTO, Leonardo Feltrin. O blog jornalístico: definição e características na blogosfera brasileira. Dissertação de mestrado. Santa Catarina, 2008.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo digital. São Paulo: Contexto, 2009.

Hipertexto, hipermídia. São Paulo: Contexto, 2007.

FIEGEMBAUN, Ricardo Zimmermann. Midiaticização: a reforma protestante do século XXI? Igrejas, dispositivos midiáticos e sistemas de valor, de visibilidade e de vínculo entre regulações e resistências. São Leopoldo, Unisinos, 2010. Tese. Orientador Jairo G. Ferreira.

FERREIRA, Jairo. Campos sociais e discurso. Uma perspectiva teórico-metodológica para o estudo da distinção. Trabalho apresentado ao NP 01 – Teoria da comunicação, V Encontro do Núcleo de Pesquisa da Intercom, 2006.

Que cultura se configura com los dispositivos digitales? Inferências a partir de casos investigados desde El enfoque Del La mediaticização a partir de La web 2.0. CAP IX. Cultura digital na America latina.

Dos objetos separados à circulação midiática como questão comunicacional. In FAUSTO NETO et al. Midiaticização e processos sociais – aspectos metodológicos Santa Cruz do Sul-Rs: EDUNISC, 2010

GARCIA, Adriana Domingues. Irritações no espaço do quinto poder: ritos e fragmentos de construção da crítica da mídia no observatório da imprensa. Dissertação. 2012. Orientador: Prof. Dr. Jairo Ferreira.

GELBES, Silvia Ramirez. El periodismo en Internet: acerca del lenguaje em la pantalla. In VERON, E; FAUSTO NETO, A. HEBERLÊ, A. L. Pentálogo III: Internet, viagens no espaço e tempo Pelotas: Editora Cópias Santa Cruz, 2013

GINZBURG, Carlos. Chaves do mistério: Morelli, Freud e Sherlock Holmes In: ECO, Humberto. O signo de três. São Paulo: Perspectiva, 2004.

GOMES, Ana Angela F. A midiaticização do social: Globo e criança esperação tematizando a realidade brasileira. São Leopoldo-RS: UNISINOS, 2007 Tese de doutorado. Orientadora: Prof. Dr^a Ione Maria G. Bend.

GOMES, Pedro Gilberto. O processo de midiaticização da sociedade. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2006 Processos midiáticos como objeto de estudo. In: Tópicos de teoria da comunicação. São Leopoldo, RS: Unisinos 2007.

- Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2006.
- HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. Revista matrizes. São Paulo. Ano 5 – nº 2 jan./jun, 2012
- JOHNSON, Steve. Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Zahar, 2001
- JORNAL O LANCE. 19 de julho de 2012 nº 5351 Ano 14. Disponível www.lancenet.com.br
Acesso em 17 Jul de 2012.
- KLEIN , Otavio José. A midiatização no telejornalismo em rede: as reportagens da Rede Brasil Sul de televisão sobre os indígenas caingangues no Rio Grande do Sul. Tese de doutorado. Unisinos. Orientador. Prof. Dr. Jairo Getulio Ferreira,2008.
- A gênese do conceito de dispositivo e sua utilização nos estudos midiáticos. In: Revista Estudos de Comunicação, nº 01, março de 2007
- KERCKHOVE, Derrick de. Inteligencia e connexion – hacia una sociedad de La web. Barcelona: Gedisa, 1999.
- La piel de La cultura: investigando La nueva realidad electrónica. Barcelona: Gedisa, 1999.
- A rede é a mensagem. Revista Magis, nº 6, Unisinos.
- KROTH, Maicon E. O rádio como dispositivo de midiatização do social: um estudo do programa João Carlos Maciel, Santa Maria/RS . Tese de doutorado. Unisinos, 2012. Orientador. Prof. Dr. Antonio Fausto Neto
- KROTZ , Friedrich. O meta-processo midiatização como uma estrutura conceitual Global Media and Communication. Disponível <http://gmc.sagepub.com> Acesso jul/2013.
- KUKLINSKI, Hugo Pardo. El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas em internet. In CARLON, Mário. El fin de los medios massivos: el comienzo del debate. Buenos Aires: La Crujia, 2009.
- LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed 34, 2007. MACHADO, Elias. O ciberespaço como fonte para jornalistas. 2002. Disponível <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>> Acesso em nov 2013.
- MATTA, Maria Cristina. De La cultura masiva a La cultura mediática. In: Revista Diálogos.1999.
- MIELNICZUK, Luciana. Webjornalismo de terceira geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo do XXVII Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Inter-com. Ano:2007.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. As formas mestiças da mídia. Entrevista, setembro 2009.
- Dos meios a mediação. Rio de Janeiro: EDUFRRJ, 2006

MEURER, Cleo Marciano. Jornalismo esportivo na rede: o caso clicesporte. Monografia. Unisinos, 2007. Orientador: Miro Bacin.

MORAES, Dênis de (Org.). Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006

NEVES, Clarissa E. Baeta; SAMIOS, Eva M. B. Niklas Luhmann : a nova teoria de sistemas. Porto Alegre: Editora UFRGS, Goethe-Institute ICBA, 1997.

NORA, Pierre. O regresso do acontecimento. In História – Novos Problemas. NORA, Pierre e LE GOFF, Jacques – Bertrand Editora. 1979.

ORDUÑA, Octavio I. Rojas et al (org). Blogs: revolucionando os meios de comunicação. São Paulo: Thonsom Learning, 2007

ORIHUELLA , José Luis. Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade. In. ORDUÑA, Octavio I. Rojas et al (org). Blogs: revolucionando os meios de comunicação. São Paulo: Thonsom Learning, 2007

PALÁCIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: Apontamentos para debates. Trabalho apresentado no VII Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação, da Associação Latinoamericana de Pesquisadores em Comunicação (ALAIC), realizado na Facultad de Periodismo y Comuni- cación da Universidad Nacional de La Plata, Argentina, de 11 a 16 de outubro de 2004. Disponível < http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm> Acesso em out/2013.

PERNISA JUNIOR, Carlos. Mídia digital. Revista Lumina. v.4, n.2, p. 175-186, jul./dez. 2001 v. 5, n. 1, jan./jun. 2002.

O jornalismo digital brasileiro frente aos novos desafios. In Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Juiz de Fora-MG Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2007/resumos/R0653-1.pdf>> Acesso em Jun, 2013.

PRIEIO, Carlos. Las tapas de lãs revista de papel y lãs páginas de inicio de lãs revistas online: sus propiedades como dispositivos y sus lugares de inserción em El tejido mediático.In Revista Figuraciones: dispositivos mediáticos: los casos de lãs tapas de revistas em papel y em soporte digital. Nº 9, dezembro de 2011. Disponível [HTTP://revistafiguraciones.com.ar](http://revistafiguraciones.com.ar) Acesso em 02/01/2012.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na web 2.0. In: ANTOUN, H. Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

RHEINGOLD, Howard. A comunidade virtual. Lisboa, Gradiva, 1996
REVISTA PLACAR – Edição 1368 – Julho 2012.

RODRIGUES, Adriano D. Experiência, modernidade e campos dos media. In: SANTANA R. N. Monteiro de (Org.). Reflexões sobre o mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Revan, 2000.

SALAVERRÍA, Ramón; SANCHO Francisco. Del papel a la Web. Evolución y claves del diseño periodístico en internet In http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5074/1/Del_papel_a_la_web.pdf. Acesso em out, 2013.

SALDANHA, Ana Paula S, Requalificação da política pela mídia: O papel do telejornal nas eleições de 2002. São Leopoldo-RS: UNISINOS, 2003. Tese de doutorado. Orientador: Antonio Fausto Neto.

SANTANELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. Revista FAMECOS • Porto Alegre. nº 22. dezembro 2003

SCOLARI, Carlos. Hacia clic: hacia una sociosemiotica de las interacciones digitales .Barcelona: Gedisa, 2004

SCOTT, Lasch. Formas tecnológicas de vida. In Crítica de la información. Buenos Aires: Amorrortu, 2005.

SERRA, Paulo. Os blogs e a questão do agendamento. Disponível em: www.bocc.ubi.pt Acesso em: 24 maio 2012.

Internet e mídia morfose: o impacto dos blogs nos jornais. Disponível em: www.bocc.ubi.pt Acesso em: 24 maio 2012.

SILVA, Carmen Lucia Souza . Embates sobre webjornalismo brasileiro: censura, controle e resistência na midiaticização do jornalismo na internet. São Leopoldo, RS. Unisinos, 2012. Orientador. Prof. Dr. Antonio Fausto Neto.

SILVA, J. A.B. (2003): Mãos na mídia: weblogs, apropriação social e liberação do pólo da emissão. Dissertação defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 2003.

SODRÉ, Muniz. Palestra proferida no Evento cujo tema foi A Rua no Século XXI- Materialidade Urbana e „Virtualidade“ Cibernética. Japaratinga – Maceió, setembro de 2013.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. A midiaticização das narrativas jornalísticas na seção Diário da Revista Piauí. SBPJor, nov 2011.

SOUZA JUNIOR, Arnaldo COSTA, Achylles. “Menos Luiza Que Está no Canadá!”. A Convergência do Discurso Midiaticizado Afetando Campos Midiáticos. Texto apresentado no Seminário Internacional de Economia Política do Jornalismo. Maio, 2012.

SOUZA JUNIOR, Arnaldo O; VALE, Indira I. Do ; PURIFICAÇÃO, Fernanda Ito Ota, A midiaticização do terrorismo em Paris: processos de circulação midiática através do portal G1 In. COSTA, Edwaldo (Org) Ciências da comunicação: chave para a ascensão em organizações e relacionamentos – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021

TEIXEIRA, Luana Goulart. Seção participe de zerohora.com: estratégias de ofertas de vínculos no webjornalismo. Dissertação de mestrado (2011). Orientador: Prof. Dr. Antonio Fausto Neto

TRAVERSA, Oscar. Dispositivo-enunciacion: em torno a SUS modos de articularse. In SAN MARTIN, Patrícia; TRAVERSA, Oscar (org). El dispositivo hipermedial dinámico Pantallas críticas. Buenos Aires: Santiago Arcos Editor, 2011.

THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. 11.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el analisis de la mediatización. In: Revista Diálogos de la Comunicación. Lima, n. 48, out. 1997, p. 9-17.

Espacios mentales – efectos de agenda 2. Buenos Aires: Gedisa, 2005.

Fragmentos de um tecido. São Leopoldo: Unisinos, 2004

Mediatização, novos regimes de significação, novas práticas analíticas? In. FERREIRA, Marcus; SAMPAIO, Adriano de O; FAUSTO NETO, Antonio. (Orgs.). Mídia, discurso e sentido. Salvador: EDUFBA, 2012

VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o jornalismo 3.0. In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas et al (Org.). Blogs: revolucionando os meios de comunicação. São Paulo: Thonsom Learning, 2007

VALDETTARO, Sandra. Audiências: de las “redes sociales” a las “asociaciones en red”. Ponencia presentada em el Foro Ibermedia, FIA (Fundacion de Investigacion del Audiovisual), Valencia, España, 2009.

APÊNDICE A – Protocolo de observação sobre arquitetura do portal ESPN-ESTADÃO

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NÍVEL DOUTORADO

PROTOCOLO DE OBSERVAÇÃO SOBRE ARQUITETURA DO PORTAL ESPN

- a. Visão global do projeto:** Considerando que o objeto de pesquisa procura investigar como os processos e operações de midiatização estão engendrando interações em *blogs* esportivos, a categoria definida para análise é a Arquitetura do Dispositivo com a finalidade de investigar os operadores de interação presente no portal.
- b. Procedimentos de observação:** O portal ESPN surge em 2008 fruto do desenvolvimento de atividades do jornalismo esportivo televisivo de dois canais de televisão Espn e Espn-Brasil que há mais de 20 anos (1989) trabalha com conteúdo esportivo de várias modalidades esportivas. O seu portal é do tipo horizontal por oferecer diversidades de produtos e serviços, conta com parceria com o grupo Estadão no qual foi incorporado ao portal – www.espn.estadao.com.br - contribuindo assim, para maior incremento de notícias esportivas no Brasil, ampliando a agência Estado através de multiplataforma – rádio, televisão, internet.
- c. Captura de dados conforme definição de categorias:** É observado que a estrutura do portal possui em sua arquitetura um modelo hipertextual, cujas marcas de pertença estão relacionadas às mídias tradicionais como televisão e jornal, sendo isso observado a partir de marcas presentes no *site*. Há variedade de operadores de interação, a exemplo de *links*, vídeos e *blogs*. E existem de marcas de pertença de veículos tradicionais como rádio e televisão através de *link* de programação e galeria de vídeos, respectivamente.
- d. Processos e operações de midiatização:** Regularidade na estrutura do portal, há mudanças apenas no movimento – deslocamento de *links* aos *blogs* – automático dos operadores ofertados. Existência de variados mecanismos de interação e contratos de leitura, tais como imagens, vídeos, textos e hipertextos.

APÊNDICE B – Protocolo de observação sobre arquitetura do site Sportv

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NÍVEL DOUTORADO

PROTOCOLO DE OBSERVAÇÃO SOBRE ARQUITETURA DO SITE SPORTV

- a. Visão global do projeto:** Considerando que o objeto de pesquisa procura investigar como os processos e operações de midiatização estão engendrando interações em blogs esportivos, a categoria definidas para análise é a Arquitetura do Dispositivo com a finalidade de investigar os operadores de interação presente no site
- b. Procedimentos de observação:** Foi observado no site e em pesquisas que Sportv surgiu a partir da mídia televisiva e que desde 1998 atua na televisão – canais por assinatura - com jornalismo esportivo. A página web do Sportv possui características de ser um portal vertical por possuir conteúdo específico e disponibilizar poucos serviços. Atua em sintonia com os programas que passam no canal, cujas marcas de pertença estão presentes em sua arquitetura e no seu desenho convergente com a programação do canal de televisão. O portal, na realidade é um site cujas características busca contemplar todas as modalidades esportivas praticadas no Brasil, inclusive, cobrindo os eventos esportivos.
- c. Captura de dados conforme definição de categorias:** É observado que a estrutura do site possui em sua arquitetura estrutura hiper- textual, cujas marcas de pertença estão relacionadas as mídias tradicionais como televisão , sendo isso observado a partir de marcas presentes no site. Há variedade de operadores, a exemplo de links, a vídeos, blogs. Marcas de pertença de veículos tradicio- nais como televisão através de link de programação e galeria de vídeos respectivamente. a arquitetura do site prioriza estruturação voltada exclusivamente para os produtos dos canais de televisão, que vão ditando as marcas. Os operadores de interação se apresentam muito mais como links a reportagem, cujos contratos de leitura são definidos por veículos tradicionais, ou seja, os canais que definem a informação e os seus modos de acesso
- d. Processos e operações de midiatização:** Regularidade na estrutura do site, há mudanças apenas no movimento – deslocamento de links aos blogs – automático dos operadores e midiatização ofertados. Existência de variados contratos de leitura como imagens, vídeos, textos e hipertextos.

APÊNDICE C – Protocolo de observação sobre arquitetura do site Placar

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NÍVEL DOUTORADO

PROTOCOLO DE OBSERVAÇÃO SOBRE ARQUITETURA DO SITE PLACAR

- a. Visão global do projeto:** Considerando que o objeto de pesquisa procura investigar como os processos e operações de midiatização estão engendrando interações em blogs esportivos, a categoria definidas para análise é a Arquitetura do Dispositivo com a finalidade de investigar os operadores de interação presente no site
- b. Procedimentos de observação:** O site da Revista Placar é um dos produtos da Editora Abril e que foi criado com o objetivo de apresentar versão digital da Revista Placar impressa, isso explica suas marcas de pertença. Sua arquitetura apresenta informações cujo teor alia “futebol, sexo e rock „n roll”, estratégia utilizada desde 1995 como forma de atrair publico jovem e adulto.
- c. Captura de dados conforme definição de categorias:** É observado que a estrutura do site possui em sua arquitetura estrutura hipertextual, cujas marcas de pertença estão relacionadas as mídias tradicionais como televisão, sendo isso observado a partir de marcas presentes no site. Há variedade de operadores de interação, a exemplo de links, a vídeos, blogs. Marcas de pertença de veículos tradicionais como revista através de link de versão digital. a arquitetura do site prioriza estruturação voltada exclusivamente para os produtos da revista, que vão ditando as marcas. Os operadores se apresentam muito mais como links a reportagem, cujos contratos de leitura que definem a informação e os seus modos de acesso
- d. Processos e operações de midiatização:** Regularidade na estrutura do site, não há mudanças apenas no movimento – deslocamento de links aos blogs – automático dos operadores e midiatização ofertados. Existência de variados contratos de leitura como imagens, vídeos, textos e hipertextos.

APÊNDICE D – Protocolo de observação sobre arquitetura do site Lancenet

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NÍVEL DOUTORADO

PROTOCOLO DE OBSERVAÇÃO SOBRE ARQUITETURA DO SITE ANCENET

- a. Visão global do projeto:** Considerando que o objeto de pesquisa procura investigar como os processos e operações de midiaticização estão engendrando interações em blogs esportivos, a categoria definidas para análise é a Arquitetura do Dispositivo com a finalidade de investigar os operadores de interação presente no site
- b. Procedimentos de observação:** O site lancenet tem marcas de pertença ao jornal “O lance” um dos maiores grupos de mídia esportiva no Brasil, criou site como uma plataforma multimídia de conteúdo relacionado ao esporte, através da mídia impressa, radio e jornal versão digital do seu jornal. O site Lancenet tem uma estrutura totalmente voltada para o esporte, principalmente para o futebol. Sua arquitetura une uma estrutura que alia reportagens e possibilidades de acesso ao jornal impresso via versão digital.
- c. Captura de dados conforme definição de categorias:** É observado que a estrutura do site possui em sua arquitetura estrutura hiper-textual, cujas marcas de pertença estão relacionadas as mídias tradicionais como televisão, sendo isso observado a partir de marcas presentes no site. Há variedade de operadores de interação, a exemplo de links, a vídeos, blogs. Marcas de pertença de veículos tradicionais como jornal através de link de versão digital. a arquitetura do site prioriza estruturação voltada exclusivamente para os produtos do jornal, que vão ditando as marcas. Os operadores se apresentam muito mais como links a reportagem, cujos contratos de leitura que definem a informação e os seus modos de acesso
- d. Processos e operações de midiaticização:** Regularidade na estrutura do site, há mudanças apenas no movimento – deslocamento de links aos blogs – automático dos operadores ofertados. Existência de variados mecanismos de interações e contratos de leitura como imagens, vídeos, textos e hipertextos.

APÊNDICE E – Protocolo de observação para investigação do Blog e Paulo Vinícius Coelho

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NÍVEL DOUTORADO

PROTOCOLO DE OBSERVAÇÃO SOBRE ARQUITETURA, INTERAÇÕES ENTRE PRODUTORES E RECEPTORES E CIRCULAÇÃO DISCURSIVA

- a. Visão global do projeto:** Considerando que o objeto de pesquisa procura investigar como os processos e operações de mediação se realizam nas interações em blogs esportivos.
- b. Procedimentos de observação:** Após coleta e seleção do período a ser investigado. Observamos a arquitetura do blog, bem como a existência de mecanismos de interações como links – post- comentários, links a redes sociais, links que permitem internautas navegarem pelo blog ou os conduzem para fora do blog. Verificar a existência de mercados discursivos e circulação que culmine na formação de novos circuitos.
- c. Captura de dados conforme definição de categorias:** Acesso aos operadores de interação, captura dos discursos de produtor e receptores. Verificar marcas de pertença, contratos de leitura como imagens, vídeos e textos. Capturar narrativas do produtor e verificar interação dos receptores, identificando a existência de mercados discursivos. Observar o movimento de circulação, de fluxos de informação que poderá incidir a formação de novos circuitos.
- d. Processos e operações de mediação:** Ver regularidades na estrutura do blog, identificar os operadores de interação, marcas de pertença a outros protocolos de comunicação. Identificar mercados discursivos e formação de circuitos via circulação. Para sistematizar foi dividido a análise a partir das categorias de análise.

APÊNDICE F – Protocolo de observação para investigação do Blog “Jogos que eu vi” de Lédio Carmona

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NÍVEL DOUTORADO

PROTOCOLO DE OBSERVAÇÃO SOBRE ARQUITETURA, INTERAÇÕES ENTRE PRODUTORES E RECEPTORES E CIRCULAÇÃO DISCURSIVA

- a. Visão global do projeto:** Considerando que o objeto de pesquisa procura investigar como os processos e operações de mediação estão engendrando interações em blogs esportivos, a categoria definidas para análise no blog.
- b. Procedimentos de observação:** Após coleta e seleção do período a ser investigado. Observamos a arquitetura do blog, bem como a existência de operadores de interação como links – post- comentários, links a redes sociais, links que permitem internautas navegarem pelo blog ou os conduzem para fora do blog. Verificar a existência de mercados discursivos e circulação que culmine na formação de novos circuitos.
- c. Captura de dados conforme definição de categorias:** Acesso aos operadores de interação, captura dos discursos de produtor e receptores. Verificar marcas de pertença, contratos de leitura como imagens, vídeos e textos. Capturar narrativas do produtor e verificar interação dos receptores, identificando a existência de mercados discursivos. Observar o movimento de circulação, de fluxos de informação que poderá incidir a formação de novos circuitos.
- d. Processos e operações de mediação:** Foi identificado no blog a retirada da função “comentar” no final do primeiro semestre – julho de 2012 – O jornalista criou link para que receptores pudessem interagir no Twitter., identificou-se os operadores de mediação, marcas de pertença a outros protocolos de comunicação. Identificar mercados discursivos e formação de circuitos via circulação. .

APÊNDICE G – Protocolo de observação para investigação do Blog doSerginho, de Sérgio Xavier Filho

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NÍVEL DOUTORADO

PROTOCOLO DE OBSERVAÇÃO SOBRE ARQUITETURA, INTERAÇÕES ENTRE PRODUTORES E RECEPTORES E CIRCULAÇÃO DISCURSIVA

- a. **Visão global do projeto:** Considerando que o objeto de pesquisa procura investigar como os processos e operações de mediação estão engendrando interações em blogs esportivos, a categoria definida para análise no blog.
- b. **Procedimentos de observação:** Após coleta e seleção do período a ser investigado. Observamos a arquitetura do blog, bem como a existência de operadores de interação como links – post- comentários, links a redes sociais, links que permitem internautas navegarem pelo blog ou os conduzem para fora do blog. Verificar a existência de mercados discursivos e circulação que culmine na formação de novos circuitos.
- c. **Captura de dados conforme definição de categorias:** Acesso aos mecanismos de interação, captura dos discursos de produtor e receptores. Verificar marcas de pertença, contratos de leitura como imagens, vídeos e textos. Capturar narrativas do produtor e verificar interação dos receptores, identificando a existência de mercados discursivos. Observar o movimento de circulação, de fluxos de informação que poderá incidir a formação de novos circuitos.
- d. **Processos e operações de mediação:** Ver regularidades na estrutura do blog, identificamos poucos mecanismos de interação; marcas de pertença a outros protocolos de comunicação. Identificamos a existência de mercados discursivos na órbita do blog

APÊNDICE H – Protocolo de observação para investigação do Blog do Benja, de Benjamin Back

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NÍVEL DOUTORADO

PROTOCOLO DE OBSERVAÇÃO SOBRE ARQUITETURA, INTERAÇÕES ENTRE PRODUTORES E RECEPTORES E CIRCULAÇÃO DISCURSIVA

- a. Visão global do projeto:** Considerando que o objeto de pesquisa procura investigar como os processos e operações de mediação estão engendrando interações em blogs esportivos, a categoria definidas para análise no blog.
- b. Procedimentos de observação:** Após coleta e seleção do período a ser investigado. Observamos a arquitetura do blog, bem como a existência de operadores de mediação como links – post- comentários, links a redes sociais, links que permitem internautas navegarem pelo blog ou os conduzem para fora do blog. Verificar a existência de mercados discursivos e circulação que culmine na formação de novos circuitos.
- c. Captura de dados conforme definição de categorias:** Acesso aos operadores de mediação, captura dos discursos de produtor e receptores. Verificar marcas de pertença, contratos de leitura como imagens, vídeos e textos. Capturar narrativas do produtor e verificar interação dos receptores, identificando a existência de mercados discursivos. Observar o movimento de circulação, de fluxos de informação que poderá incidir a formação de novos circuitos.
- d. Processos e operações de mediação:** Ver regularidades na estrutura do blog, identificar os mecanismos e modos de interação, marcas de pertença a outros protocolos de comunicação. Identificar mercados discursivos e formação de circuitos via circulação. Para sistematizar foi dividido a análise a partir das categorias de análise

REALIZAÇÃO:

SEVEN
publicações acadêmicas

ACESSE NOSSO CATÁLOGO!



WWW.SEVENEVENTS.COM.BR

CONECTANDO O **PESQUISADOR** E A **CIÊNCIA** EM UM SÓ CLIQUE.