

O PODER DO DISCURSO NA CULTURA DIGITAL: O CASO TWITTER [1]

Lúcia LEMOS (UMESP) [2]

Introdução

Os processos de comunicação delineados pelas transformações culturais podem moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos e propiciam o surgimento de novos canais e ambientes socioculturais, em especial, na hipermídia. Desse modo, as manifestações da cibercultura são um universo infundável de conteúdos. E diversos são os aparatos que procuram dar alguma organicidade ao imenso conteúdo da rede - textos, imagens e sons se conectam em rede de maneira múltipla.

As novas mídias, incorporam os gêneros jornalísticos digitais - que têm como características principais a hipertextualidade, a multimídia e a interatividade. E, de uma maneira geral, reflexões de especialistas da área recaem sobre aspectos de estrutura (hipertextual); técnicas de redação - como grau de importância da pirâmide invertida; tipos de linguagem - áudio, vídeo, infografia multimídia, além de texto escrito; e aspectos extralingüísticos, como o grau de interação dos sujeitos participantes (SEIXAS, 2006 - em blog).

O objetivo deste artigo é refletir sobre aspectos da linguagem e do discurso nas comunidades on-line de relacionamento, de maneira especial do twitter - um serviço norte-americano, criado em março de 2006, tornado público em agosto do mesmo ano pela “Obvious”. Permite postagens de, no máximo, 140 caracteres, vem ganhando adeptos no mundo inteiro e é chamado de microblogging, um dos “gêneros emergentes” no contexto digital (MARCUSHI, 2005). Um “microblog” é uma ferramenta que permite atualizações rápidas e curtas e, se possível, a partir de uma multiplicidade de suportes diferentes. É possível atualizar o twitter, por exemplo, pela web, por instant messaging (IM), ou até pelo celular – por short message service (SMS) ou internet móvel.

O resultado é uma mistura de blog com serviço de mensagem instantânea (MSN), no qual os posts são enviados sem a necessidade ou expectativa de uma resposta. Fala-se para o mundo, com a velocidade de uma mensagem instantânea (SHIRAKASHI, 2007).

E mais, “seus usuários se multiplicam a um ritmo viral” (BRAVO, 2007).

Tendo como referências pressupostos da Análise de Discurso Francesa (AD), explicita-se que não há discurso sem língua e não há língua sem discurso. Não há acontecimento sem atos de sujeitos e não há atos fora do acontecimento. O discurso é produto e processo, e a língua é generalização e singularização.

É importante retomar Santaella (2003, p. 24 e 25), quando argumenta que as mídias são simplesmente meios, isto é, suportes materiais, canais físicos, nos quais as linguagens se corporificam e pelos quais transitam.

Bem como Maingueneau (1998, p. 43), que designa discurso como “um certo modo de apreensão da linguagem”. O autor ressalta que tanto os discursos se misturam em redes complexas de sentidos, quanto as condições de produção podem ser difusas.

O que se pode chamar de discurso, então, não é nem um complemento da língua nem um simples uso da mesma, mas língua e uso vinculados à interpretação de sujeitos/indivíduos históricos, que produzem efeitos de sentidos ao tomar a palavra,

mexendo na memória do dizer instituída - e que é um processo sempre em aberto, em construção (BACCEGA, 1998).

Por isso mesmo, quando se fala em discurso, pensa-se nos enunciados que os indivíduos produzem atuando em situações sociais, nas quais assumem posições de sujeito. E quando se trata de sujeitos/indivíduos e seus discursos, equivale estar atento também às condições de produção desses e o dispositivo comunicacional de transporte e recepção do enunciado.

Maingueneau (2001, p. 72) considera que

quando tratamos do mídiun de um gênero de discurso, não basta levar em conta seu suporte material no sentido estrito [...]. O modo de transporte e de recepção do enunciado condiciona a própria constituição do texto e modela o gênero de discurso.

Um outro ponto a destacar, é a heterogeneidade constitutiva do discurso, que garante à AD uma argumentação em favor “de um espaço de trocas entre vários discursos” (MAINGUENEAU [1984], 2005), em que a especificidade constitutiva de cada discurso se faz nesta sua relação necessária com os outros discursos e com as práticas socioculturais no interior das quais surgiu - contexto ou condições sócias de produção. Estas são responsáveis pelo estabelecimento das relações de força no interior do discurso e mantêm com a linguagem uma relação necessária, constituindo com ela o sentido do texto. E “incluem todo o processo de interação comunicacional – produção, circulação e consumo dos sentidos” (PINTO, 2002. p. 12).

Maingueneau (2001, p. 81), ao falar sobre os novos dispositivos comunicacionais, propõe uma espacialidade do texto que ultrapassa os padrões conhecidos do escrito e do impresso. De acordo com o lingüista, é possível associar elementos icônicos variados em um paratexto, em enunciados que não são orais, constituindo-se numa realidade que não é mais puramente verbal.

No ciberespaço[3], então, cada sujeito é efetivamente um potencial produtor de informação: serviços colaborativos de informação, comunidades, blogueiros ou microblogueiros jornalistas - que vivem o fato e relatam em suas páginas pessoais. E, se a velocidade da informação também é um dos resultados da internet, no caso do twitter, é possível acompanhar eventos em tempo real.

1. Fronteiras e Convergências de Discursos na Rede

A Análise do Discurso (AD) parte do pressuposto de que a língua não pode ser estudada desvinculadamente de suas condições de produção, uma vez que os processos que a constituem são histórico-sociais.

A interdiscursividade postulada por Maingueneau (1991) possui lugar privilegiado nos estudos do discurso, pois ao considerar o interdiscurso como objeto, busca-se apreender a interação entre formações discursivas diferentes. Portanto, uma vez admitida a idéia de que a interdiscursividade é constitutiva de todo e qualquer discurso, admite-se igualmente que um discurso sempre nasce de um trabalho sobre outros discursos.

Pêcheux (1997a, p. 82) escreve que o discurso não é necessariamente uma transmissão de informação entre os interlocutores, mas um “efeito de sentidos” entre eles. É por essa razão, vale dizer, que os sentidos, em AD, nunca se dão em definitivo.

Considera-se que a AD inscreve-se na convergência de três regiões do conhecimento científico: 1) do materialismo histórico, como teoria das formações sociais, incluindo aí a ideologia; 2) da lingüística, como teoria dos mecanismos sintáticos e dos processos de enunciação; 3) da teoria do discurso, como teoria da determinação histórica dos processos semânticos (*op. cit.*).

Na rede web, a AD mostra que, mesmo que se abrigue uma pluralidade de idéias e de pontos de vista, isso não é suficiente para que haja uma democratização dos discursos. Não basta as idéias estarem lá depositadas, é preciso que elas circulem, que elas tomem corpo, que elas reverberem. Pois qualquer coisa que é dita - *seja ela em que meio for* - representa um acontecimento discursivo, uma prática social (FOUCAULT, 1970 – grifo da autora).

Se os discursos definidos por Foucault (1996, p. 57) como “conjuntos de acontecimentos discursivos” são séries regulares - mas descontínuas umas em relação às outras - então a unidade elementar de um discurso é um enunciado. Note-se que o sujeito de Foucault é o sujeito da “ordem do discurso” - ser sujeito é ocupar uma posição enquanto enunciador, isto é, consiste “em determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito” (1997a, p. 109).

Na verdade, tudo é prática em Foucault. E tudo está imerso em relações de poder e saber, que se implicam mutuamente, ou seja, enunciados e visibilidades, textos e instituições. Falar e ver constituem práticas sociais por definição permanentemente presas, amarradas às relações de poder, que as supõem e as atualizam (FISHER, 1996).

Mas a noção de acontecimento discursivo envolve o momento de constituição do sujeito, sem priorizar os aspectos enunciativos aí envolvidos. É o momento em que o enunciado rompe com a estrutura vigente e instaura um novo processo discursivo, como bem mostra Pêcheux (1969).

Recuperamos, também, que a AD permite entender a linguagem enquanto produção social, considerando-se a exterioridade como constitutiva. O sujeito, por sua vez, deixa de ser centro e origem do seu discurso para ser entendido como uma construção polifônica, lugar de significação historicamente constituído.

Por outro lado, um discurso só se realiza na interação entre seus usuários – em situações no real (social) ou no virtual. O mundo digital proporciona, portanto, uma nova forma de relacionamento, com novas condições de produção e que dão origem a novas linguagens e discursos diferenciados. Há, portanto, uma heterogeneidade constitutiva do discurso. Dessa forma, torna-se importante considerar de onde o sujeito do discurso enuncia, qual sua função no ato da enunciação e em que condições este discurso foi produzido.

Segundo Orlandi (1999, p. 42-43)

O sentido não existe em si, mas é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio-histórico em que as palavras são produzidas. As palavras mudam de sentido segundo as posições daqueles que as empregam. Elas “tiram” seu sentido dessas posições, isto é, em relação às formações ideológicas nas quais essas posições se inscrevem.

Já em Pêcheux (1969) o discurso é definido “como efeito de sentido entre interlocutores”, efeito esse que desliza entre diferentes posições-sujeito segundo diferentes condições de produção. Efeitos de sentido são os diferentes sentidos possíveis

que um mesmo enunciado pode assumir, de acordo com a formação discursiva na qual é (re)produzido.

Sabe-se que a mediação do mundo digital nos processos comunicativos desencadeia um conjunto de mudanças. Não se trata da somatória dessas linguagens, antigas e super-exploradas, mas de uma nova narrativa - que se utiliza de todas as outras, acrescida da participação interativa do leitor. Assim, a linguagem tende a se ajustar aos limites e às possibilidades de expressão do novo meio. “O computador traz consigo o hibridismo sígnico e midiático que é próprio do ciberespaço” (SANTAELLA, 2007. p. 84).

Além disso, o uso de novos recursos técnicos expande as possibilidades de novas formas de relacionamento e de situações comunicativas, e pode propiciar o surgimento de discursos diferenciados e, portanto, de novos gêneros textuais.

Neste sentido, recursos como o twitter dão origem a “novas linguagens” – algumas delas de caráter colaborativo. Portanto, nestes casos, não é um só enunciador da palavra, mas enunciadores que colaboram e produzem novas linguagens e novos discursos. A produção dos hipertextos, aí inseridos, altera o processo de autoria e o poder do discurso.

2. Informação nos Sistemas Digitais da Atualidade

“Infinitas formas e diferentes segmentos, pessoas, culturas, etc. utilizam o potencial da internet. E isto é fascinante!”, fala o especialista em Marketing Online, Nino Carvalho (2008), em um grupo de discussão de notícias e opiniões sobre jornalismo on-line, “Jornalistas da Web”.

A evolução dos sistemas digitais promove mudanças na relação que estabelecemos com eles e com os indivíduos. Na verdade, o mundo digital propicia novas formas de ver o mundo e, conseqüentemente de representá-lo por meio da linguagem. Lógico que “a informação continua a sustentar e estruturar as interfaces, mas agora é apenas mais uma parte do processo. Sua veracidade e originalidade não são mais fundamentais, já que sempre podem ser editadas” (RADFAHRER, 2007 - em blog).

Quer gostemos ou não, o futuro da internet é hoje e sempre, web 2.0[4] - que se apóia na força das comunidades, na geração de conteúdo pelo usuário. “Colaboração, personalização, manipulação e compartilhamento são pré-requisitos de um novo tipo de relação que, sem perceber, passamos a ter com o ambiente digital” (*id, ibid.*).

“A internet de hoje reencontra seu destino. Vai ao futuro para retomar o curso original do seu passado” (DACAL, 2007). Lá pelos anos 70 e 80, a internet era essencialmente colaborativa. “Seu propósito era a troca de informações entre universidades, centros de pesquisa e estudantes. Visava a troca de conhecimento, a formação de círculos virtuosos de cooperação para se aprender e fazer novas descobertas mais rapidamente” (*id., ibid.*).

Quando a web começou a se tornar popular, o que mais se falava dela era uma tal de “interatividade” que, sob o ponto de vista atual, era limitada e simplória, pois significava apenas a capacidade de exercer o livre-arbítrio, escolhendo uma opção entre um conjunto de ofertas. Hoje é diferente. À medida que o indivíduo pode INTERFERIR no conteúdo e REDISTRIBUÍ-LO, a informação muda de papel, se torna matéria-prima e demanda manipulação (RADFAHRER, 2007 – grifos do autor).

Portanto, essa “segunda geração da internet é ‘evolucionária’ e não necessariamente ‘revolucionária’” e proporciona novas formas de interatividade. Porém, o que se considera de fato interativo é a possibilidade de produção e compartilhamento de conteúdos.

Em outra abordagem, na construção de hipertextos, cabe ao autor construir segmentos textuais que tenham um sentido completo e que permitam a construção de relações de sentido, mesmo se acessados em uma ordem diferente. A produção de hipertextos prevê, na definição dos links, diferentes leitores e intenções de leitura e diversos efeitos de sentido.

De acordo com Neves (2007, “Portal Kmol”), as ferramentas sociais têm inúmeras vantagens, dentre elas: permitem a partilha de informação e conhecimento e a colaboração entre pessoas fisicamente distantes; dependem dos utilizadores, e não de uma equipe central, para manterem o conteúdo relevante; suportam e assentam na criação de comunidades de utilizadores em torno de tópicos ou áreas de interesse; são muito flexíveis, acomodando a linguagem de cada indivíduo.

Neves conclui:

por todas estas razões, as ferramentas sociais são um grande sucesso em comunidades globais na internet. Começam também a ser a escolha de muitas organizações que as vêem como uma alternativa às tradicionais ferramentas em que não querem investir ou nas quais já investiram sem obterem os retornos esperados.

3. Aplicações das Novas Tecnologias: Novos Modelos de Linguagem e Discurso

Desde que a Web 2.0 se instalou, serviços colaborativos de informação também se estabeleceram. Assim, a web 2.0 tem essencialmente a ver com a criação de ambientes propícios à criação e manutenção de redes sociais (abertas ou fechadas, públicas ou privadas). O editor do “Webinsider”, Tardin, sinaliza esta fase na web como aquela em que se pratica a liberdade de falar e se ouvido.

Hoje, “pipocam” na internet sistemas colaborativos de produção e circulação de informação. No mundo real dos processos comunicacionais da hipermídia, o twitter é uma abordagem diferente de produção e circulação de informações, uma espécie de network social”, portanto vinculado a sujeitos e seus discursos (“Fórum de Debates”, 2007).

Especialistas da área avaliam que nessa “nova onda” das tecnologias: a web é a plataforma; o que vale é o conteúdo (que é texto, vídeo, áudio, perfis) - é o direito de opinar; a comunidade produz junta; a experiência do usuário é o que importa; o usuário tem o poder – que é dissipado entre muitos usuários.[5]

E isto nos remete ao que o editor do blog/podcast “Usabilidoido”, Frederick van Amstel (2006) diz serem os princípios fundamentais da rede web: descentralização, liberdade, colaboração.

Já

o hipertexto possibilita novas formas de ler e escrever, um estilo não linear e associativo. Alguns autores afirmam que ele possibilita um diálogo ativo entre escritor e leitor. [...] O leitor já não é passivo e não se limita a receber a

informação - mas intervém nela, pois cria o seu próprio caminho, o seu próprio entendimento sobre o assunto que quer conhecer. Portanto, o leitor é co-autor. (no blog “Discursos de outro mundo”, 2006/07).

É, portanto, no universo do hipertexto que novos processos cognitivos e relações discursivas com a leitura estão sendo construídas. Lévy (1999) indica o surgimento de uma nova ecologia cognitiva a partir das interações possibilitadas pela cibercultura. Já Marcuschi (2002) evidencia o surgimento de um novo discurso, o eletrônico.

Pois o twitter possibilita os princípios da hipermídia e do hipertexto. Ele altera a temática do sujeito, bem como a sua importância frente às noções de relações de poder e relações de forças - porque muitos são os sujeitos enunciadores do discurso. Portanto, os diversos tipos de enunciação não remeteriam assim à função unificante de um sujeito, mas, antes, manifestariam seu compartilhamento – ou dispersão. Já não se torna importante determinar o lugar que ocupa a temática do(s) sujeito(s), bem como a sua importância frente às noções de relações de poder e relações de forças (FOUCAULT, 1970).

4. Twitter: Serviço Colaborativo de Produção e Circulação de Informação

A parte mais interessante do serviço do twitter é o fato de que seus usuários têm se apropriado da ferramenta para fazer usos interessantes do sistema. Um desses exemplos é o uso do serviço como ferramenta jornalística, e já adotada por vários profissionais de mídia.

De acordo com especialistas

há vários outros usos possíveis para o twitter, como para fazer a cobertura ao vivo de um evento, para notícias, para comunicação entre integrantes de um grupo de trabalho [...] Um uso importante possível para o twitter é estabelecer diálogos coletivos de modo assíncrono (SANTOS, 2007- postado em blog).

Pode ser usado, também, como metáfora, como agente de viagens ou como agência de notícias (DEAK, 2007). E a sensação na [Demo 08](#) foi o twitter de vídeos, que permite, por exemplo, que várias pessoas editem uma foto ou um vídeo ao mesmo tempo.

No Brasil, foi adotado de forma rápida entre blogueiros e “early adopters” como forma de informação, relacionamento e socialização. No modelo da difusão das inovações, de Everett Rogers,[6] os inovadores e os “early adopters” representam a vanguarda no que diz respeito à adoção de novas idéias, tecnologias, produtos ou serviços.

Segundo Pablo Mancini, fundador de “Tuitiar” um comunidade twitter argentina,

o fenômeno que materializa estes serviços tomam outras dimensões quando pensamos as aplicações como ferramentas coletivas, (des)organizacionais e sobre redes - porque tendem a se ponte entre compartilhar e co-produzir, entre consumo par a par e produção par a par, entre sujeitos coletivos e redes sociais. (apud BRAVO, 2007).

“Dizem que o twitter tem 200 novos usuários por dia. John Edwards, o candidato a presidente dos USA, adotou esta rede e, sempre que pode, responde perguntas em tempo real aos usuários do twitter” (MANCINI, 2007).

“Polêmicas sobre o conteúdo do texto à parte”, em uma notícia recente na Folha de S. Paulo, até a “Al Qaeda usa internet para divulgar ideologia do terror” (CARVALHO, 2008)[7].

Um outro ponto interessante, também típico da internet e uma de suas mais potentes facetas: o “do it yourself”. Nesse caso, a utilização de ferramentas de rápida edição de conteúdo on-line, como os servidores de blogs e microblogs, como o twitter, possibilita que vários bloggers publicam artigos sobre um mesmo tema num determinado dia, e um deles, a cada vez, faz um post com links e comentários para todos os outros. Isto tudo em uma base de informações gigantesca, todas a serviço da vontade do usuário. Como exemplo, o “Carnival of Journalism”, um típico projeto da web 2.0, que por aqui o especialista em jornalismo multimídia, André Deak, chama de [Ciranda de textos](#).

4. A) Twitter e Jornalismo Combinam?

“As novas tecnologias já começam a obrigar - e até há pouco o verbo era possibilitar - mudanças na forma como as notícias são produzidas”, acredita Deak, para o Jornalistas da Web (2007).

Para o webjornalismo, Palacios [1999 (2002)] estabelece cinco características: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. Cabe, ainda, acrescentar a instantaneidade do acesso, possibilitando a atualização contínua do material informativo como mais uma característica desta aplicação no jornalismo.

No clima de novas tecnologias, o editor do blog “Mirá”, Julian Gallo, diz que

na essência, uma história publicada hoje na internet segue sendo produzida da mesma maneira que se fazia historicamente nos meios impressos. O autor faz o importante (escreve) e outras pessoas se dedicam a ampliar ou a enriquecer o texto com desenhos e conteúdos. Esta forma de trabalho concebe *um autor* com um só talento: escrever. Assim, se impõe que outro alguém fará o restante (“Jornalistas da Web”- grifo da autora).

Os homens buscam, na sociedade moderna, lutar pela sua identidade. Pela palavra, ao se converter em autor, o indivíduo/sujeito da enunciação sofre um apagamento no discurso - ele é enunciador e enunciatário de todos os outros discursos sociais que circulam no universo (BACCEGA, 1998. p. 104).

Foucault (1987) falara em princípio de autoria, uma vez que se trata de considerar o autor não como um indivíduo inserido num determinado contexto histórico-social - sujeito em si, mas como uma das funções enunciativas que este sujeito assume enquanto produtor de linguagem.

Um dos principais desafios foucaultianos é a visão de que verdade e poder estão mutuamente interligados, através de práticas contextualmente específicas, que estão intimamente intrincados à produção do discurso, que é regulado, selecionado, organizado e redistribuído, reunindo poderes e perigos em qualquer sociedade (SANCHES, 2007).

Mas se múltiplos são os discursos, no meio web esta história é outra. Nos discursos eletrônicos, principalmente no twitter, as características de produção são outras e são novas, também, as formas de construção de sentido.

Chartier (2002, p. 25) afirma que:

o texto eletrônico, tal qual o conhecemos, é um texto móvel, maleável, aberto. [...] Pode deslocar, recortar, estender, recompor as unidades textuais das quais se apodera. Nesse processo, desaparece a atribuição dos textos ao nome de seu autor, já que estão constantemente modificados por uma escritura coletiva, múltipla, polifônica.

Por outro lado, no webjornalismo a linguagem empregada pode ser disposta de várias maneiras. Um blog que se prende à pirâmide invertida pode perder seu leitor porque não se aproxima dele (“Jornalistas da Web”).

Neste sentido, é importante referir a proposta de Paul Bradshaw, do “Online Journalism Blog”. “Ele propõe um novo modelo para as redações do século 21, que ele chama de ‘news diamond’” (DEAK, 2007, em blog). Segundo ele, se poderia substituir a velha pirâmide invertida, para passar as informações mais importantes no início do texto. No modelo sugerido por ele, as notícias deveriam passar por uma redação integrada: com velocidade, profundidade e interatividade ([o fim da pirâmide invertida](#)). Já Canavilhas indica a opção da [pirâmide deitada](#). Para ele, usar a técnica da pirâmide invertida na web é cercear o webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a adoção de uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação. No modelo deitado, é-lhe oferecida a possibilidade de seguir apenas um dos eixos de leitura ou navegar livremente dentro da notícia. Esta arquitetura exige um profissional que seja capaz de expor com eficácia o relato dos acontecimentos e os comentários produzidos nos distintos suportes possibilitados pela tela do computador. (EDO, 2002, 70 *apud* CANAVILHAS, 2005).

O uso dessas novas ferramentas altera, portanto, o discurso jornalístico “convencional”, em termos da linguagem. Alguns especialistas “até palpitam” que, na era digital, o profissional precisa ser um “malabarista da comunicação” -

haja vista que não há, de fato, um modelo ideal.

A idéia do “news diamond” parece interessante, arrisca Zago, do blog ‘Ius Communicatio’. E, ainda, inclui o twitter que, de acordo com alguns especialistas, seria o primeiro passo de uma notícia na internet. Portanto, o twitter possibilita agregar a linguagem empregada pelos enunciadores primários com a linguagem dos enunciadores secundários – os colaboradores. Para jornalistas, o twitter pode agregar valor. Dentre outras coisas, “a ferramenta tem o poder de mobilização de pequenos grupos” (FUGITA, 2007).

De acordo com Dória (2007), em blog, já existe gente fazendo um trabalho mais sério neste sentido, como o ReporTwitters. A idéia é usar o site como um centralizador de informações enviadas via twitter por jornalistas em todo mundo.

Durante muito tempo se convencionou dizer que havia apenas dois tipos de jornalismo: o bom e mau jornalismo. Entretanto, estes, puro e simples, estão cada vez menos simples e mais velhos. As novas tecnologias já começam a obrigar – e até há pouco o verbo era possibilitar – mudanças na forma como as notícias são produzidas (DEAK, 2007).

A pergunta atual não é como os jornais podem sobreviver diante do avanço dos blogs e *microblogs*, mas como ambos poderão coexistir. Não vejo antagonismo entre as duas abordagens, mas sim intercâmbio e complementaridade. [...] O futuro do jornalismo on-line passa obrigatoriamente pelos blogs e *microblogs* (PERRET, 2008, em blog: “Butuca Ligada” – grifos da autora).

Considerações Finais

As tecnologias da informação tornaram-se parte da vida diária de grande parte das pessoas. Aos principais MCM – imprensa, rádio e televisão – vieram se agregar as máquinas que agilizaram a comunicação (fax, multimídia, celulares e outras “geringonças” mais).

“Neste mundo de mudanças”, novas interfaces fazem parte da dinâmica da sociedade de informação. A inclusão digital, cada vez mais se dissemina e “a troca de informações é um componente cada vez mais importante na maioria das atividades de trabalho” (STRAUBHAAR & LA ROSE, 2004, p. 1).

Apesar das boas expectativas, surge o desafio de compreender os reais efeitos da internet sobre a sociedade. Dentre muitos fatores, ainda existe um nível de exclusão digital elevado em boa parte do planeta. E, além disso, a maior parte da população que utiliza tecnologias da informação e de comunicação vê estes bens como meros itens de consumo (“Webinsider”).

Hardt y Negri (2004, p. 382-383) assinalam, também que “as inovações requerem recursos comuns, acesso aberto e interações livres” (tradução da autora). Reconhecer muitos, como protagonistas nos processos participativos, representa mostrar-se de acordo com a idéia de que os conhecimentos são uma construção coletiva, e que as inovações são só “dependem da genialidade da multidão”.

Como vimos anteriormente, o conteúdo produzido por meio da web incorpora texto, vídeo, áudio e perfis. E tudo isso agregado à interatividade, ao compartilhamento de informações e à produção em equipe – seu conteúdo passa a ser dinâmico. Personalização, colaboração, manipulação e compartilhamento.

Daí a importância de se analisar além das palavras que formam o enunciado. Devem ser levados em consideração as condições de produção e o contexto sócio-histórico que envolve a enunciação, numa tentativa de refazer os passos das modalidades do dizer. Portanto, a materialidade do discurso consiste apenas parte de sua essência.

Referindo Foucault (2001a, p. 304-305), considera-se que no dizer verdadeiro, a função das palavras é mostrar o que se está experimentando, mostrar o pensamento. Isto implica transmitir o pensamento em sua transparência, e mostrar que esses são de quem os exprime e transmite.

Mas se um dos pontos centrais de suas reflexões é considerar a interface entre poder/saber, verdade/poder observa-se que o poder do discurso no twitter, é partilhado. Não existe um só saber – soberano - e uma só verdade. Neste caso, tudo é partilhado e tem caráter colaborativo. E, como exposto anteriormente, há, cada vez mais, a tendência de jornalistas trabalharem em conjunto com blogueiros e microblogueiros, para descobrir novas tendências e distribuir conteúdo.

A linguagem da web que, de início, como aponta Chartier (2002), apresenta uma dominância lingüística da língua inglesa - e, portanto, uma visão cultural, logo de entrada - se altera e adquire uma visão multicultural e polifônico.

Como consideração final, agrega-se uma reflexão surpreendente do especialista em cibercultura, Mancini (*apud* BRAVO, 2007 - tradução da autora):

Mesmo com super doses de gerúndios e função fática do discurso, twitter sobrevive e cresce. Por quê? Porque sua potência é o formato, a arquitetura e não o conteúdo. A arquitetura da rede cala mais fundo que os conteúdos que circulam por ela. A arquitetura da rede é sua política e isso é algo que a política elitista sobre conteúdos moderna, verticalista e idealista - não compreende porque “pensa velho”. Twitter é um emergente minúsculo da era da fluidez, 140 caracteres da desinvenção da modernidade. Quando algo nos molesta – e isso é com todos - é porque nos transforma.

Referências

- AMSTEL, F. **Do hipertexto à hipermídia** (slides). Disponível em: http://www.usabilidoido.com.br/do_hipertexto_a_hipermidia.html. Data de acesso: 21 jan. 2008, às 14h.
- BACCEGA, M. A. **Comunicação e linguagem: discursos e ciência**. São Paulo: Editora Moderna, 1998.
- BRAVO, Hebe. **Microblogging, hacia un futuro móvil e inalámbrico**. Disponível em: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/microblogging-hacia-un-futuro-movil-e-inalambrico/>. Data de acesso: 15 jan. 2008, às 19h.
- CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Data de acesso: 15 jan. 2008, às 11h10.
- CHARADEAU, P. **Discurso das mídias**. (Trad. Ângela M. S. Corrêa). São Paulo: Editora Contexto, 2006.
- CHARTIER, R. **Os desafios da escrita**. São Paulo: Editora da Unesp, 2002.
- COSTA, A. **Algumas constatações sobre o futuro do jornalismo** (2007). Disponível em: <http://www.andersoncosta.org/labs/2007/10/>. Data de acesso: 10 jan. 2008, às 17h.
- DACAL, E. **O futuro da internet é um retorno ao início**. Disponível em: <http://webinsider.uol.com.br>. Data de acesso: 10 out. 2007, às 17h.
- DEAK, A. **O bom e o velho jornalismo** (2007). Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/o-bom-e-velho-jornalismo-esta-morrendo>. Data de acesso: 15 jan. 2008, às 11h.
- _____. **O fim da pirâmide invertida?** Disponível em: <http://www.andreadeak.com.br/2007/09/19/o-fim-da-piramide-invertida>. Data de acesso: 15 jan. 2008, às 11h30.
- DISCURSOS DE UM OUTRO MUNDO** – blog de apoio às aulas de hipermedia & estruturas narrativas, Universidade do Porto, 2006/07. Disponível em: <http://hipermedia2007.blogspot.com/2007/02/hypertext-andhyperthought.html>. Data de acesso: 22 jan. 2008, às 21h30.
- ECOLOGIA DIGITAL** – blog “Organização Colaborativa da Produção e do Conhecimento: a cultura das redes de informação compartilhada”. Disponível em: <http://ecodigital.blogspot.com/2007/03/cultura-pensamento-redes-possibilidades.html>. Data de acesso: jan. 2008.
- ENTENDA o que é a web 2.0. **Folha on-line - Informática**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20173.shtml>. Data de acesso: 14 jan. 2008, às 14h.
- FELZ, J. (2007). **Texto na web: a pirâmide deitada** (blog de ambiente de aprendizagem). Disponível em: <http://ciberjor.wordpress.com/2007/10/25/texto-na-web-a-piramide-deitada>. Data de acesso: 18 jan. 2008, às 23h.
- FISHER, R. M. B. **Foucault e a análise do discurso em educação**. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-15742001000300009&script=sci_arttext. Data de acesso: 23 jan. 2008, às 20h.
- FOUCAULT, M. (1970). **A ordem do discurso**. 14 ed. (Tradução de Laura F. de A. Sampaio). São Paulo: Edições Loyola, 2006. E disponível em: <http://www.unb.br/fe/tef/filoesco/foucault/ordem.html>. Data de acesso: 18 jan. 2008, às 16h.

- _____. **L'archéologie du savoir**. Paris: Galimard, 1969.
- _____. **L'herméneutique du sujet**. Cours au Collège de France, 1981-1982. Paris: Seuil/Gallimard, 2001a.
- FUENTELESZ, J. **Análise**: Al Qaeda usa internet para divulgar ideologia do terror. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/80/folha/mundo/ult94u362003.shtml>>. Data de acesso: 10 jan. 2008, às 14h.
- GLOSSÁRIO de termos do discurso**. Disponível em: <<http://www.discurso.ufrgs.br/glossario.html>>. Data de acesso: maio de 2007.
- _____. LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Loyola, 1999.
- MAINGUENEAU, Dominique. **As leis do discurso**. In: Pragmática para o discurso literário (trad. de Marina Appenseiller). São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- _____. **Análise de textos de comunicação** (trad. de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha). 2 ed. São Paulo: Cortez Editora, 2001.
- _____. (1984). **Gênese dos discursos** (trad. Sírio Possenti). Curitiba: Criar Edições, 2005.
- _____. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 1998.
- MARCUSHI, L. A. **Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital**. Texto da Conferência pronunciada na 50ª Reunião do GEL/USP, maio de 2002. Arquivo particular em PDF.
- NEVES, Ana. **Web 2.0**: benefícios e relação com a gestão de conhecimento. Disponível em: <http://www.kmol.online.pt/artigos/200710/nev07_1.html>. Data de acesso: 15 jan. 2008, às 18h50.
- ORLANDI, E. P. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 1999.
- PALACIOS, M. **Jornalismo on-line, informação e memória**: apontamentos para debate. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Data de acesso: 14 jan. 2008, às 21h30.
- PÊCHEUX, M. **Análise do discurso: três épocas** (1983). In: GADET, Françoise; HAK, Tony (orgs). Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux (trad. de Eni P. Orlandi). Campinas: Unicamp, 1997a. p. 61-151.
- _____. (1969). **Arqueologia do saber**. 7 ed. São Paulo: Forense Universitária, 2004.
- PERRET, R. **Ciranda de textos sobre jornalismo online - Imprensa x blogs, da guerra à paz**. Disponível em: <<http://butuca.blogspot.com/2008/01/ciranda-de-textos-sobre-jornalismo.html>>. Data de acesso: 23 jan. 2008, às 16h50.
- PINTO, M. J. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discurso**. 2 ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- RADFAHRER, L. **A web 2.0 é só a crista da Tsunami – Partes I-IV**. Disponível no blog: <<http://dwd3.blogspot.com/>>. Data de acesso: 10 jan. 2008, às 16h.
- ROGERS, E. **Diffusion of innovations**. New York: Free Press, 1995.
- SANCHES, E. (2007). **Resumo**. FOUCAULT, Michel. “A ordem do discurso”. (Texto on-line).
- SANTAELLA, L. As linguagens como antídotos ao midiacentrismo. **Revista Matrizes**, nº 1, out. 2007. p. 75-97.
- _____. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano**. **Revista Famecos** 22, dezembro de 2003, 23-32. (Texto on-line).
- SANTOS, M. T. **Microblogs**. Postado no blog “A Falaire”. Disponível em: <<http://afalaire.blogspot.com/2007/10/microblogs.html>>. Data de acesso: 09 jan. 2008, às 20h25.
- SHIRAKASHI, R. **O twitter e suas postagens de 140 caracteres**. Disponível em: <<http://webinsider.uol.com.br/>>. Data de acesso: 27 set. 2007, às 10h.
- SEIXAS, L.. **O sentido da classificação de gêneros**. Disponível em: <<http://generos-jornalisticos.blogspot.com/2006/09/o-sentido-da-classificacao-de-gneros.html>>. Data de acesso: 10 jan. 2008, às 10h15.
- STRAUBHAAR, J. & LAROSE, R. **Comunicação, mídia e tecnologia** (trad. de José Antônio L. Duarte). São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- TWITTER: um balanço crítico**. Disponível em: <<http://www.deugarte.com/twitter-un-balance-critico>>. Data de acesso: 15 jan. 2008, às 19h30.
- WHY journalists should use twitter**. Disponível em: <<http://onlinejournalismblog.com/2008/01/18/why-journalists-should-use-twitter/>>. Data de acesso: 18 jan. 2008, às 23h15.

Notas

[1] Artigo apresentado para a 1ª Jornada Internacional de Estudos do Discurso (JIED), a ser realizada em Maringá (PR), no período de 27 a 29 de março de 2008.

[2] Lúcia Lemos é jornalista, Especialista em Jornalismo, Educação e Ciência pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e Mestranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), sob orientação da Profª Drª Elizabeth Moraes Gonçalves. E-mail para contato: luciamclemos@gmail.com.

[3] Para Lévy, ciberespaço é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. Segundo ele, “o termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (LÉVY, 1999, p. 17).

[4] A expressão Web 2.0 foi primeiramente cunhada pela empresa O’Reilly Media. O termo é utilizado para descrever a 2ª geração da World Wide Web - tendência que reforça o conceito de troca de informações e colaboração dos internautas com sites e serviços virtuais. Tudo deve ser intuitivo e evidente. Acessar, cadastrar e utilizar deve ser um prazer e não uma tortura de cliques infinitos. Informações em: **Folha on-line - Informática**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20173.shtml> e em: POVOA, Marcello. **O que é Web 2.0**. Disponível em:

<http://webinsider.uol.com.br/index.php/2006/10/30/o-que-e-web-20>. Data de acesso: 14 jan. 2008, às 14h.

[5] Difusão, segundo Rogers (1995), é o processo pelo qual uma inovação é comunicada através de certos canais no tempo para os membros de um sistema social. Para ele (1995), o tempo de adoção prévia ou tardia de um usuário/grupo define a categoria de adotante.

[6] Texto colaborativo disponibilizado no blog “Carreira Solo”. Disponível em: http://www.carreirasolo.org/archives/voce_sabe_o_que_e_we.html. Data de acesso: 14 jan. 2008, às 14h30.

[7] Cf. em: <http://www1.folha.uol.com.br:80/folha/mundo/ult94u362003.shtml>. Data de acesso: 14 jan. 2008, às 14h30.