

**A resenha *online* na configuração de um senso de comunidade:
os casos do Omelete e do Uoljogos**

João Batista FIRMINO JÚNIOR¹
Olga TAVARES²

Resumo

O artigo busca compreender a natureza de uma resenha *online* enquanto elemento que promove um senso de comunidade. Esse senso se torna visível através de sistemas de comentários ou fóruns correlatos a resenhas ou às temáticas dessas resenhas. Para entendermos um pouco disso, analisamos dois sites com conteúdos bem variados, capazes de nos prover informações sobre como essa questão vem ocorrendo enquanto reduzido universo de amostra, e munidos de tendências que podem influenciar outros *sites* brasileiros.

Palavras-chave: Resenha. Omelete. Uoljogos.

Introdução

Como a resenha *online* vem sendo trabalhada de forma a se tornar mais que um texto publicado na web? Considerando o caso brasileiro, nos concentramos em dois *sites* de entretenimento que nos parecem úteis para uma análise por serem bem movimentados, com forte variação temática e convergência de diferentes mídias na constituição de um mesmo material: expor e comentar sobre produtos culturais, evidenciando-se como “... uma apreciação das obras-de-arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores ou consumidores” (MARQUES DE MELO, 1994, p.125).

O primeiro *site* é o Omelete³, muito mais variado em termos de produtos culturais analisados, que, em termos de interação com o público, sua principal ferramenta são os sistemas de comentários; já o Uoljogos⁴ insiste nos fóruns. E ambos permitem interconexões com redes sociais e contato por e-mail.

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB. Email: firminojunior83@gmail.com

² Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB. Email: olmasi@ig.com.br

³ Acessível pelo endereço <http://www.omelete.com.br>.

⁴ Acessível pelo endereço <http://jogos.uol.com.br/>.

Temos como foco esses dois *sites*, que nos pareceram suficientemente representativos devido ao seu dinamismo e variedade interna, além de sua ligação com um provedor bastante conhecido no Brasil, o Uol⁵. O Omelete nos surge como um *site* com uma variedade maior de notícias, artigos e críticas, e o Uoljogos concentra todo seu potencial no universo dos jogos eletrônicos, dando uma ideia ainda mais forte do que pode ser feito na construção de uma resenha (cuja função é assumida pelo que eles chamam de “análises”, que podem ser textuais ou em vídeo) e ampliando a autonomia do público em um fórum onde, mais do que falar algo, o público pode criar tópicos.

Já o objetivo que une essa nossa rápida análise está em entender um pouco daquilo que está sendo semeado pela transposição (e reconfiguração) da resenha para a web: a união de pessoas que formam um público segmentado, interessado não apenas em consumo indiferenciado, mas em se deparar com um lugar – não apenas um meio – onde podem construir algo, desenvolverem sua própria identidade, produzir conhecimento coletivo.

Explicamos que esse objetivo que citamos tende, assim, a nos levar a buscar compreender, a partir deste texto, como as resenhas na web têm se reconfigurado em prol de um senso de “comunidade” e da natureza cultural que alimenta esses grupos.

Exporemos isso através de tópicos que, respectivamente, apresentam algo sobre a resenha a partir do jornalismo *online*; outro que aborda sua colaboração na agregação entre pessoas e seus dois subtópicos que explicam elementos dos *sites* estudados; e um capítulo que sintetiza o que vimos, antes das considerações finais.

1. Jornalismo *online*

Entender a resenha *online* só é verdadeiramente possível se partirmos para sua matriz, que é a noção de jornalismo *online* (e sua vertente opinativa). Desse ponto, considera-se tanto a digitalização e a convergência de diferentes suportes midiáticos e informações voltados para a web, como o universo de trocas, de interações, através de condições criadas por determinadas ferramentas como o e-mail, o sistema de comentários, as redes sociais conexas ao *site* principal, bem como fóruns também conexas. Aqui temos dois mundos que se entrecruzam para formar o jornalismo *online* e

⁵ Acessível pelo endereço <http://www.uol.com.br>.

seus elementos conceitualmente constitutivos (como a resenha): a digitalização e o fluxo de informações, levando a um processo de multimídiação de informações em trânsito, e a criação de condições de participação, onde a informação finalmente pode ser transformada em conhecimento ou desvirtuada.

É importante acrescentar que esse tipo de jornalismo começou a surgir, porém, antes mesmo da web. Segundo Palacios et all (2002), já havia, na rede, a possibilidade de divulgação de conteúdo jornalístico onde, em suas palavras, “... os serviços oferecidos eram direcionados para públicos muito específicos e funcionavam através da distribuição de e-mails, de boletins disponibilizados através do Gopher⁶ ou de recursos semelhantes”.

Já o surgimento de um jornalismo propriamente feito para ser acessado pela internet de forma mais versátil, deu-se com o surgimento da web e a consequente abertura para uma verdadeira imersão através de uma interface gráfica mais completa. Isso levou ao primeiro *site* jornalístico brasileiro na internet, que foi o do Jornal do Brasil, cuja primeira cobertura completa foi em 28 de maio de 1995, de acordo com Prado (2011), numa época em que tal forma de fazer jornalismo *online* baseava-se menos em uma linguagem própria feita para a web e mais numa transposição do que já havia sido publicado ou uma antecipação do que seria publicado, mas sempre tendo por ponto de origem a edição impressa.

Claro que, aos poucos, os mecanismos da rede passaram a ser incorporados pelas matérias, como na presença de seções como “Últimas Notícias”, por exemplo. Palacios et all (2002) nos citam o *site* msnbc⁷ como o primeiro site realmente webjornalístico, hoje com uma boa exploração de imagens, vídeos e *slideshows*, além de jogos eletrônicos como palavras-cruzadas, *cartoons* e muitas outras novidades.

Uma vez nativo da web, o jornalismo *online* passou a reunir as seguintes características, apontadas por Palácio et all (2002) como: Interatividade (onde o público se sente parte do processo), Customização do Conteúdo/Personalização (entendemos aqui se tratar de possibilidades de configuração do conteúdo pelo receptor individual e de acordo com os seus interesses), Hipertextualidade (interconexão, através de *links*,

⁶ “o Gopher é um sistema que possibilita o acesso a informações mantidas em diversos computadores da rede. O acesso é feito através de menus e este sistema comporta apenas textos” (PALACIOS ET ALL, 2002).

⁷ O endereço eletrônico é www.msnbc.com.

entre diferentes textos, disponível ao público), Multimídia/Convergência (encontro, num mesmo suporte, de imagens, sons e vídeos) e Memória (a possibilidade de acumulação e de preservação da informação).

Adaptamos esses conceitos a este trabalho, considerando apenas os processos que criam condições de interatividade⁸ (e o que, através dela, é feito em termos de uma determinada cultura midiática, e formas de relacionamento com o conteúdo apresentado) e o conjunto hipertextualidade e multimídia através do conceito de hipermedialidade, no que diz respeito a *links* com outros textos escritos, ou à presença direta e evidente de imagens, vídeos, animações e sons ao redor ou no interior do texto principal.

Essas duas dimensões do meio afetaram a construção da mensagem e seus gêneros de natureza jornalística, sobretudo no que diz respeito ao gênero informativo⁹, em um primeiro momento. Ou seja, esse conjunto de ferramentas foi responsável por tornar possível a transformação de estágio de jornais e revistas apenas transpostos para a web em uma condição onde temos um jornalismo nativo desse suporte midiático, sob a forma de *sites* e *blogues*¹⁰ próprios, podendo revelar o conceito de “webjornalismo”.

Paralelo a esse processo de “nativização”, foi possível transformar o que antes seria um ato amador de fazer resenhas em *blogues* diversos, em *sites* editados por profissionais, com conteúdo produzido por jornalistas, amadores, e, no caso das resenhas (ou de algumas delas) *online*, críticos.

Sabe-se, também, que o jornalismo *online* e os estudos provenientes dessa matriz devem considerar tanto o aspecto técnico como o cultural – o nosso foco aqui. Dessa forma, no jornalismo *online*, entende-se que práticas que começam fora da internet ou que dependem desse ambiente *off-line*, no que diz respeito principalmente ao mundo dos receptores e interagentes, afetam as particularidades técnicas do meio muito mais que o contrário. Justamente a partir disso, é fundamental que entendamos que tipo de

⁸ Usamos a concepção de Interatividade de Alex Primo (2008, p.33), em que ela consiste na “... oferta de um grande número de dados pré-contidos em suporte digital, cujo fluxo de apresentação é disparado pelo ‘usuário’ ao clicar em um botão ou link”.

⁹ O gênero informativo do jornalismo engloba formatos como: Nota, Notícia, Reportagem e Notícia, conforme José Marques de Melo (2006a) citado por Lailton Alves da Costa (2010, p.55) In MARQUES DE MELO, José e ASSIS, Francisco de (orgs.).

¹⁰ Separamos *sites* de *blogues* apenas para sublinhar a diferença entre uma página da web tradicional, que exige um conhecimento mais elaborado para sua construção, e aqueles endereços eletrônicos que envolvem um espaço pré-montado e extremamente útil para usuários amadores.

ação está subordinado à lógica da web e dos portais, como ponto para onde converge o formato resenha. Deixemos claro, assim, que nosso foco está na natureza agregadora dessas resenhas (o tipo de ação a que queremos nos referir), dos sites a serem analisados adiante. A resenha jornalística é apenas um canal que nos leva ao nosso objetivo: entender um pouco da participação do público e sua proximidade.

2. A natureza agregadora da resenha *online*

De acordo com nossa observação, a partir da necessidade de comentar, julgar ou criticar, analisar e resumir, para um determinado público, visando ao consumo e sem um aprofundamento teórico de matiz acadêmico, nasce a resenha jornalística; ou seja, um formato do jornalismo opinativo, conforme classificação de José Marques de Melo, apontada por Laílton Alves da Costa (2010, ps.64-65)¹¹.

Essa consideração exige uma separação entre resenha e crítica, que pode ser entendida da seguinte forma:

Os grandes intelectuais que continuaram a realizar exercícios críticos estruturados segundo os padrões da análise acadêmica refugiaram-se nos periódicos especializados ou nos veículos restritos ao segmento universitário da sociedade brasileira. E se autodenominaram *críticos*, em contraposição àqueles que permanecem nos meios de comunicação coletiva, ou que se agregaram ao trabalho de apreciar os novos lançamentos artísticos, cujos textos passaram a se chamar *resenhas*, traduzindo a expressão *review* utilizada pelo jornalismo norte-americano (MARQUES DE MELO, 1994, p.126).

Pautada nessa origem, a resenha representa o formato ideal para os *sites* de entretenimento, que tencionam usar esse potencial gerador de novas opiniões e análises em um ambiente técnico que permita a transformação de um meio de comunicação em um espaço de comunicação. Ou seja, há espaço para publicação por parte do público (sem ser, obviamente, no formato “carta do leitor”) e interação entre diferentes subgrupos.

¹¹ Nessas páginas, Laílton Alves da Costa dispõe todos os formatos do jornalismo opinativo, em seu ensaio “Gêneros jornalísticos” do livro *Gêneros jornalísticos do Brasil*, organizado por José Marques de Melo e Francisco de Assis.

Antes, tínhamos uma natureza agregadora potencial; hoje, temos uma natureza agregadora prática. E esse lado prático vai se mostrando local de trabalho do que Clay Shirky (2011) chama de “excedente cognitivo”, onde, finalmente, grupos de fãs (ou fãs em potencial), segmentos culturais específicos (como cinéfilos, gamemaníacos, amantes de histórias em quadrinhos etc.), podem manter um contato mais amplo entre eles e através deles. Mas, não apenas manter contato; mais do que isso, temos uma produção conjunta de conhecimento através da disposição de novas ideias, interpretações e, até, informações.

É necessário, pois, perceber a construção do poder de um “porta-voz”, supostamente possuidor de um conhecimento mais profundo sobre um determinado modo de fazer cultural, para o surgimento de diversas opiniões fragmentadas e amadoras. Mesmo assim, ao analisarmos as resenhas de alguns *sites*, há, ainda, uma predileção por jornalistas e críticos profissionais, de certa formação. A questão é que eles não mais apontam, teoricamente, o que o público deve pensar; mas apresentam um guia de discussão, com algum direcionamento, que permite ao grupo debater.

Por outro lado, entendemos que há uma necessidade de afirmação de uma autoridade de quem vai fazer a resenha, que deve possuir a possibilidade de se diferenciar das diversas vozes do público e firmar certa autoridade – ao menos nos casos que verificamos – como guia.

Também é evidenciada, aqui, a função principal de “... exprimir os valores culturais e simbólicos próprios da identidade e da continuidade social” (LASSWELL, 1948 Apud: WOLF, 2009, p.62) de nichos culturais específicos, cujos atores têm uma motivação para se encontrarem, virtualmente, desenvolvendo assuntos com base no lançamento de determinado produto cultural. Tudo isso em um ambiente que reforça a ideia agregadora de “comunidade”, a partir do momento em que o usuário, para interagir, precisa se cadastrar e obedecer a certas regras de conduta para uma mínima participação possível.

Outro elemento fundamental a ser considerado está na dissociação de um modelo jornalístico para algo ainda em formação na web. A resenha ganha vida própria, sai de um rígido formato jornalístico, e assume uma forma mais de acordo com o universo dessa mesma web, ainda que mantenha a base do jornalismo impresso. No caso do *site* Omelete, por exemplo, conserva-se um senso de organização e classificação dos textos

sob a forma do já citado “portal”. No próprio *site* Omelete, há a divisão de textos em categorias, onde temos “Todas, Notícias, Artigos e Críticas”, sendo essa última denominação a maneira como eles chamam suas resenhas – que, na web, podem ser chamadas, também, de “análises”¹², como no *site* Uoljogos.

Quer dizer, temos uma dinâmica entre um formato que parte de um gênero jornalístico e a realização de um processo de publicação de uma resenha, leitura dessa mesma resenha, escrita e interações do público, e uma segunda leitura dessa totalidade entre resenha e todo um conjunto de comentários e conversas do público, que servem na consecução de um excedente cognitivo.

2.1 O *site* Omelete e seus locais de troca

O Omelete surgiu em 2000, ligado ao provedor iG¹³, e se organiza através de um universo de notícias, críticas (resenhas jornalísticas) e artigos, sendo mantida pelos editores Érico Borgo e Marcelo Forlani. Com o *slogan* “Entretenimento levado a sério”, abrange desde a disposição de conteúdos culturais (baseados em Cinema, Quadrinhos, Games etc) até o espaço necessário para a discussão do público mediante sistemas de comentários disponíveis ao final de cada resenha (que eles preferem denominar “crítica”).



FIGURA 1 – Porta de entrada do *site* Omelete.

FONTE – O endereço eletrônico <http://www.omelete.com.br/>, acessado em 19 de setembro de 2011.

¹² Desde que essas nomeações envolvam formatos textuais que cumpram a mesma função que uma resenha jornalística, em um formato minimamente parecido, que transcenda o mero comentário e que não se confunda com artigos nem com uma simples propaganda de algo.

¹³ <http://www.ig.com.br/>

A necessária presença de um Cadastro surge para que se torne possível a proximidade do público, regido por determinadas regras de convivência. Esse Cadastro pode ser visto na FIG. 2:

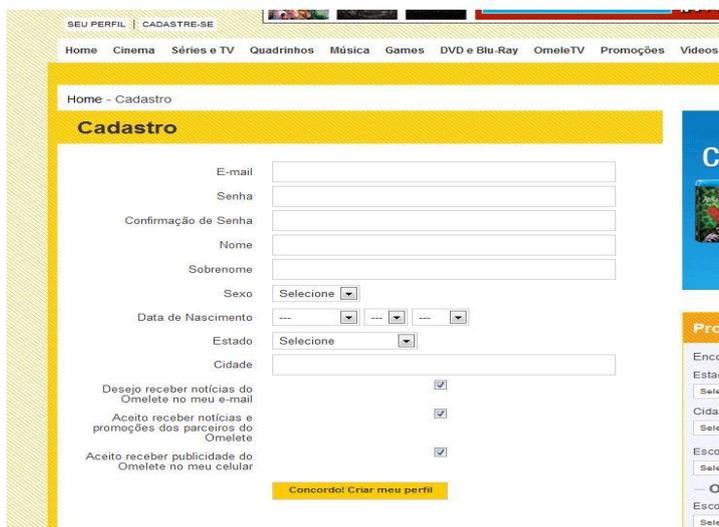
The image shows a screenshot of the Omelete website's registration page. At the top, there is a navigation bar with links for 'SEU PERFIL', 'CADASTRE-SE', and various content categories like 'Home', 'Cinema', 'Séries e TV', etc. The main heading is 'Cadastro'. The form includes fields for 'E-mail', 'Senha', 'Confirmação de Senha', 'Nome', and 'Sobrenome'. There are also dropdown menus for 'Sexo', 'Data de Nascimento', and 'Estado', and a text field for 'Cidade'. At the bottom of the form, there are three checkboxes: 'Desejo receber notícias do Omelete no meu e-mail', 'Aceito receber notícias e promoções dos parceiros do Omelete', and 'Aceito receber publicidade do Omelete no meu celular'. A yellow button labeled 'Concordo! Criar meu perfil' is positioned below the checkboxes.

FIGURA 2 – Cadastro para criação de Perfil no *site* Omelete.

FONTE – O endereço eletrônico <http://www.omelete.com.br/>, acessado em 01 de outubro de 2011.

2.2 Locais de expressão e trocas no Uoljogos

A ideia de agregação, de materialização ou de criação de uma “comunidade” própria em função de uma resenha *online*, talvez se torne mais ampla, mais diversificada, através de um fórum. Esse é o caso do Uoljogos, um *site* que também materializa um “campo do produtor” (com a “análise” de um jogo eletrônico, conforme disposto na FIG. 3) e um “campo do receptor” (expresso em fórum, como disposto na FIG. 4), mas tanto a resenha como os fóruns são mais diversificados. A resenha é mais esquematizada, mais dinâmica a um público segmentado que tem um raciocínio disperso, que precisa de um resumo inicial antes de prosseguir com a leitura do texto e do audiovisual disponível; já o fórum permite não apenas um encadeamento de respostas, mas a criação de tópicos próprios.

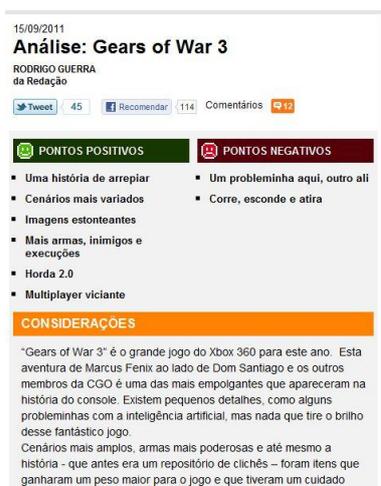


FIGURA 3 – Página de uma “análise” de um jogo eletrônico no Uoljogos.
 FONTE - <http://jogos.uol.com.br/>.

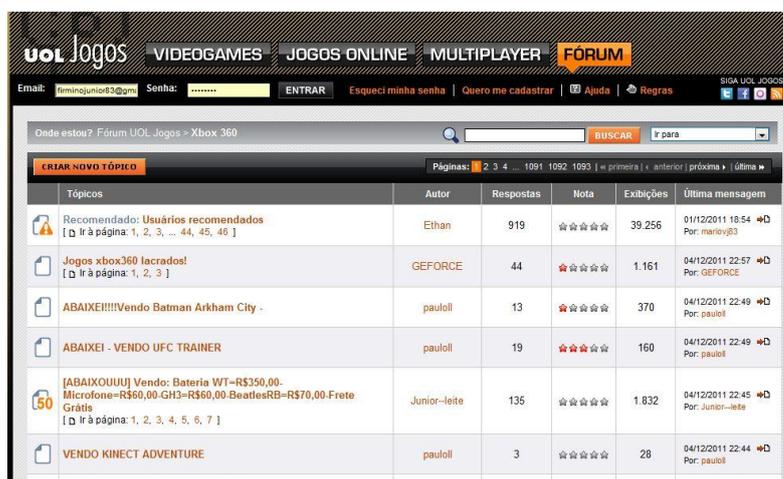


FIGURA 4 – Página do fórum do Uoljogos.
 FONTE - <http://jogos.uol.com.br/>.

Quanto, especificamente, ao que chamamos de campo do receptor (que é onde se materializa essa força agregadora), há usos hipermediáticos, evidentemente; todavia, o que se destaca é a participação, onde há o uso do “excedente cognitivo” a que nos referimos anteriormente. Na prática desse excedente, grupos de fãs, ou fãs em potencial, unem-se e realizam trocas alimentadas pela resenha e pelo acesso a produtos correlatos ao assunto da resenha (outros jogos eletrônicos). Porém, salientemos que isso tudo não é apenas uma questão de manter contato, mas envolve a produção conjunta de conhecimento através da disposição de novas ideias, interpretações e informações, gerando, inclusive, um material capaz de levar o resenhista de jogos eletrônicos a tentar responder, em trabalhos futuros, às questões que interessam ao público e não apenas as

questões que o profissional pensa ser de interesse do público. Fora isso, acrescentamos que esse excedente também pode ser ainda mais segmentado à medida que a criação de novos tópicos no fórum pode gerar a compartimentalização de diferentes saberes ou à materialização de grupos diversificados.

Já a ligação entre esses campos está, justamente, em uma dinâmica que transcende esses dois *sites*, que passaram por uma análise inicial. Essa dinâmica consiste no conjunto de práticas culturais, capazes de criar e recriar necessidades de contato humano e de confirmar identidades, grupos culturais, gerando o quadro mais inusitado: ao invés do distanciamento entre as pessoas devido à falta de contato com o papel de uma revista contendo resenhas, houve a fomentação de redes sociais – havendo, assim, menor aproximação com a matéria realizada pela técnica e maior aproximação com os assuntos lidos, discutidos e escritos.

Em suma, a partir da junção dessas duas dimensões da resenha *online* (os dois campos, do produtor e do receptor), identificáveis na mensagem, através das peculiaridades do meio, temos um objeto complexo, em pleno processo de transmutação, permitindo todo um caminho de “reprodução” e “reapropriação” por parte do público, posicionado entre o vetor tecnológico e o vetor humanológico. E, considerando a complexidade dessas interações, não pudemos ainda realizar uma classificação de graus de autonomia do público. Apenas vimos que há as regras básicas de pertença, além do conhecimento técnico para operar na web e no computador.

3. Um novo senso de comunidade?

Podemos pensar que aquilo que se destaca nesse senso de comunidade se limita a uma participação, mas estaríamos enganados. Indo para além disso, temos um organismo vivo, onde:

Cada vez mais opacos e imprecisos, os contornos midiáticos se misturam na internet. Essa, por sua vez, atravessa as diversas ambiências midiáticas por intermédio dos dispositivos contemporâneos de comunicação e dos processos de interação social que lhes são próprios, compondo uma teia intermediática, multifacetada e plural, à qual Gómez (2006) se refere como um complexo ecossistema comunicativo (...) (ALZAMORA, 2011, p.84).

Sendo assim, partimos do pressuposto de que todas as interações socioculturais que partem do Omelete e se tornam mais dinâmicas no Uoljogos são viabilizadas nesse contexto técnico, conformando um verdadeiro ecossistema que se desenrola num espaço que se constitui através de fluxos entre um conjunto de orientações trazidas pelo produtor da mensagem, adaptada ao meio, mas que só tomam forma através das interações mútuas dos integrantes de uma determinada cultura que nos é geralmente jovem, hiperconectada, variando da multissegmentação do Omelete (onde há fãs de filmes, jogos eletrônicos, histórias em quadrinhos, músicas, séries de TV) à segmentação mais isolada do Uoljogos.

Mas, o que é cultura? Segundo Rovilson Robbi Brito (2009, p.171) é “... o complexo de valores, costumes, crenças e práticas que constituem o modo de vida de um grupo específico, classe ou nação, incluindo os usos que fazem das técnicas, nas suas relações consigo e com a alteridade”. Mas não percebemos uma só cultura nesses dois *sites*, e, sim, a possibilidade de haver grupos fugazes que surgem em um determinado fórum, que discutem e nunca mais entram em contato. Temos, também, uma heterogeneidade interna, uma impureza natural, pois cada elemento do público, mesmo que esse público já seja segmentado, possui uma origem própria e uma percepção particular do que é o produto cultural.

Observando o sistema de comentários do Omelete e o fórum do Uoljogos, temos uma participação, uma colaboração e um compartilhamento. Participação enquanto algo mais genérico, onde alguém do público se faz perceber ao publicar algo, um comentário próprio (sendo que no Omelete isso é mais diretamente ligado ao texto resenha, sem o mesmo grau de separação e de autonomia de um fórum que, no caso do Uoljogos, não está ligado a um texto resenha, mas ao *site* como um todo). Uma colaboração com ideias novas, que possam levar a uma nova percepção do produto cultural, e um compartilhamento de uma experiência comum.

Esse amplo lastro cultural – que permeia a participação, mediante colaboração mais ou menos efetiva, numa experiência coletivamente compartilhada – não seria possível sem uma base no que Sérgio Luiz Gadini (2009) chama de uma “cultura do lazer no jornalismo” – que, pelo que vemos, com o surgimento da web, teve esse aspecto do lazer e do entretenimento ainda mais autônomo em relação a uma visão tradicional de jornalismo – que se desenvolveu amplamente no século XX e, ao seu

final, encontrou meios de se reproduzir, e de se transformar, no ambiente web. Com a fundamental diferença que, nesse meio, adapta-se a públicos menos massificáveis e mais segmentados, o que nos leva a não acreditar, nos casos analisados, conforme aponta Gadini (2009, p.276), ao dizer que “... o produto voltado ao entretenimento tende a reduzir a perspectiva de reflexividade e projeção identitária dos seus usuários/consumidores”.

Na verdade, vemos que num sistema de comentários ou num fórum é mais aberta a possibilidade de inserção de uma personalidade individual e única, capaz de ver a si mesma, ainda que tenha que se esconder atrás de um apelido ou imagem (ou ausência de imagem). Aliás, justamente a partir disso há maior liberdade, ainda que dentro das regras do sistema de comentários ou do fórum, para que haja trocas intelectuais, bem como a exposição de aspectos da própria individualidade, no ambiente web.

Evidentemente, a relação dessa cultura com a resenha se torna mais clara no caso do Omelete, justamente porque o sistema de comentários se dá exatamente abaixo do texto resenha, o que faz com que o público responda não apenas pela amplidão temática do produto comentado, mas se paute, mais diretamente, no texto que realiza a crítica.

Temos, assim, uma visão multifacetada da cultura, ou de uma cultura do entretenimento da web brasileira, que se faz entre lugares – ou seja, faz-se como denominador comum de uma série de diferenças etárias, regionais, étnicas e de gênero, sendo esse denominador o gosto por determinado filme, jogo eletrônico, série etc.. Esse gosto ocorre, justamente, através de um conjunto de ações anteriores, que se deu com a massiva vinda de produtos norte-americanos, através das últimas gerações, que fizeram parte de uma rede de entretenimento.

Essa mesma rede de entretenimento agora sai do universo puramente contemplativo e passa a ser interativo, exigindo coparticipação na formulação de ideias em comum que permita um público segmentado experimentar junto e por em ação seu excedente cognitivo, gerando finalmente uma real troca entre produto, temática do produto e seu público.

Um novo senso de cultura nasce desse organismo vivo que é a comunidade formada através do Omelete, do Uoljogos e de outros *sites* de entretenimento, que

revalorizam a resenha, permitindo trocas que consistem na realização de um espaço de fluxos e não de uma mera recepção inativa.

Considerações finais

Quais os contornos midiáticos que determinam – ou que permitem – a realização de uma troca cultural entre diferentes grupos que leem e comentam resenhas *online*? Provavelmente, não tanto as ferramentas técnicas que foram aperfeiçoadas da lógica do “bate-papo”, onde um comentário se sucede a outro, materializando toda uma conversa; mas sim a necessidade realizada de pessoas e grupos construírem algo, fazendo, elas mesmas, suas próprias análises, julgamentos, comentários, reflexões, resumos do que assistiram, jogaram, ouviram ou leram.

Os usos feitos das técnicas ultrapassam as próprias técnicas. Inicialmente, tais usos partem de paradigmas consolidados sobre como deve ser uma leitura de textos, imagens e audiovisuais, bem como a ideia de que não precisamos, nem teríamos tempo, de tomar uma iniciativa, de produzir algo e ver isso publicado quase instantaneamente.

Isso leva a uma noção mais prática no ato de exercer uma condição cultural, que se situa entre referências a outras culturas, num “entre lugar” que vai revelando condições interculturais, se pensarmos a interculturalidade como algo que remete “... à confrontação e ao entrelaçamento, àquilo que sucede quando os grupos entram em relações e trocas” (GARCÍA CANCLINI, 2009, p.17). Trata-se, então, de uma “ação entre” que se dá não apenas em um espaço propriamente de constante fluxo, mas de uma variedade de pessoas e grupos que se aglutinam, a partir das resenhas (ou, mais precisamente, da temática presente nas resenhas) produzindo algo novo.

Imaginemos, então, um quadro onde a variedade de pontos que constituem o público coloca-se em um ambiente e temática em comum. A partir daí, observemos como, devido a um padrão de julgamento trazido pela resenha, dessa variedade, dessa heterogeneidade, nasce um ato crítico próprio, capaz de levar a uma multiplicidade de posicionamentos, contribuições que vão se prolongando e conformando um subproduto homogêneo de toda a heterogeneidade que caracteriza cada indivíduo que lê, assiste e comenta uma resenha ou a temática de uma resenha.

Os contornos midiáticos são levados, assim, em função da velha conversa informal, cotidiana, transmutada para a web, mas num ambiente livre e instantâneo, onde se pode usar um dado excedente cognitivo sem a exposição do mundo real.

Acreditamos que o passo seguinte deverá ser o aprimoramento da articulação entre setores do próprio público e os profissionais que escrevem as resenhas, bem como os que comandam o *site*, e, por fim, os produtores dos filmes, jogos eletrônicos, séries de quadrinhos etc.. Provavelmente essa seja a evolução natural desse processo de recepção ativa, pautada na construção e exposição de uma cultura própria que nasce da ampla heterogeneidade de cada um – em um tempo onde a resenha não apenas informa, mas exige, indiretamente, respostas de quem lê; e, naturalmente, essas respostas estarão permeadas por uma marca própria, por uma identidade de grupo alimentada por interações constantes.

Referências

ALZAMORA, Geane. **Entre a TV e a internet: mediações sobrepostas em iReport For CNN**. In: LIMA JUNIOR, W. T.; SOSTER, D. A. (Orgs.). **Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2011.

BRITTO, R. R.. **Cibercultura: sob o olhar dos estudos culturais**. São Paulo: Paulinas, 2009.

COSTA, L. A.. **Gêneros jornalísticos**. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Diferentes, desiguais e desconectados**. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

OMELETE. Disponível em: <<http://www.omelete.com.br/>>. Acesso em: Novembro e início de Dezembro de 2011.

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz e NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro**. In: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf (acessado em 30 de abril de 2011 e publicado originalmente em 2002).

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

UOL JOGOS. Disponível em: <<http://jogos.uol.com.br/>>. Acesso em: Novembro e início de Dezembro de 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 4 ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.