

Ceila Santos

**Maiêutica – Por uma prática de transformação do jornalista
mediatizado**

CELACC/ECA-USP
2011

Ceila Santos

**Maiêutica – Por uma prática de transformação do jornalista
mediatizado**

Trabalho de conclusão do curso de especialização
em Gestão de Projetos Culturais e
Organização de Eventos, Mídia, Informação e
Cultura sob a orientação do Prof. Juarez
Xavier

CELACC/ECA-USP
2011

AGRADECIMENTOS

Ao meu marido, minha filha, meus pais e aos amigos que surgiram nesta trajetória, em especial à Ju Takaki, Lena Padilha, Maysa Bezerra e todas as outras mulheres do Grupo Cria.

Maiêutica – Por uma prática de transformação do jornalista mediatizado

Ceila Santos^{1*}

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de observar o papel do jornalista a partir da vivência da própria pesquisadora como jornalista, blogueira, empreendedora e membro do Grupo Cria, que lançou o primeiro Manifesto pelas Mães na internet. A experiência de fazer perguntas através de diálogos entre blogs é comparada com método da Maiêutica como prática possível para a transformação do jornalismo digital. Entre os resultados desta pesquisa está a busca por um caminho para o curso de pós-graduação, além da metodologia adequada para avaliar os impactos da interatividade entre o webjornalista e o público, a questão hegemônica da mídia e os imperativos da tecnologia.

Palavras-chave: jornalismo digital, mediatização, colaboração, identidade, hegemonia

ABSTRACT

This article aims to observe the role of the journalist from the researcher's own experience as a journalist, blogger, entrepreneur and member of the Grupo Cria, who launched the first Mothers' Manifesto by the Internet. Experience to ask questions through discussion between blogs is compared with the method Maieutics as practical as possible for the processing of digital journalism. Among the results of this research is the search for a way to post-graduate course, plus the appropriate methodology for assessing the impacts of interaction between the webjournos and the public, the issue of media and the hegemonic imperatives of technology.

Keywords: digital journalism, media coverage, collaboration, identity, hegemony

¹ *Jornalista – Comunicação Social
Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP)
E-mail: ceilasan@gmail.com

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo observar el papel del periodista de la propia experiencia del investigador como periodista, blogger, empresario y miembro de Grupo Cria, que lanzó la primera de las Madres Manifiesto por la Internet. La experiencia de hacer preguntas a través del debate entre los blogs se compara con el método Mayéutica lo más práctico posible para la transformación del periodismo digital. Entre los resultados de esta investigación es la búsqueda de una forma de curso de postgrado, además de la metodología adecuada para evaluar los impactos de la interacción entre el webjournos y el público, la cuestión de los medios de comunicación y los imperativos hegemónicos de la tecnología.

Palabras clave: hegemonía periodismo digital, la cobertura de los medios de comunicación, la colaboración, la identidad,

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	
1.1. Maiêutica, a consciência da informação.....	7
1.1.1 Comunicação para todos, jornalismo para poucos.....	8
2. MARCOS TEÓRICO	
2.1. Sociedade Mediatizada.....	9
2.1.1 Diferença entre sujeitos.....	10
3. METODOLOGIA E ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS.....	11
3.1. Interpretação de dados.....	12
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	13
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	15

1. INTRODUÇÃO

1.1. Maiêutica, a consciência da informação

Michel Odent, obstetra francês que evangeliza a necessidade da indústria da saúde humanizar o processo do nascimento, adotando o parto normal ao invés das cesáreas, através de palestras pelo mundo, diz que “*para mudar o mundo é preciso mudar a forma de nascer*”. É a partir dessa premissa que se busca entender, neste artigo, o papel do jornalista na sociedade midiaticizada (SODRÉ, 1996). Existe uma forma do jornalista nascer que poderá mudar o jornalismo?

Criado por Sócrates no século IV A.C, a Maiêutica é um método inspirado na profissão de Fenáreta, parteira e mãe do filósofo, que implica no diálogo feito através de múltiplas perguntas com objetivo de dar à luz a uma verdade, um conceito, uma definição geral do objeto em questão. A maiêutica, segundo links de diversos sites na internet, facilitava a parturição das idéias. Ou seja, a maiêutica de Sócrates, assim como a profissão da sua mãe, apenas auxilia os partos com algum estímulo, mas quem paria a criança ou as idéias é sempre o outro.

Odent explica, no seu livro *O Renascimento do Parto*, que o papel dos obstetras ou das parteiras é sempre de auxílio ou de orientação, enquanto o protagonismo fica por conta de quem vai parir o humano. Ou seja, da parturiente (a mulher). O método também é sintetizado, nos links da internet, pela célebre expressão *Conheça-te a ti mesmo* como um caminho para obter consciência, o que também significa ter ciência da sua própria ignorância, justamente a conclusão que transformou o jornalista Dan Gillmor em referência de jornalismo digital, no seu livro *We The Media*, ao dizer que os leitores em seu conjunto sempre sabem mais do que o jornalista, qualquer que seja o assunto.

“Ao reconhecer a sapiência dos leitores e as vantagens de uma conversação em lugar do monólogo, Gillmor bate de frente com os conceitos tradicionais de distanciamento entre jornalista e leitor. Esse reconhecimento está, entretanto, na criação de um jornalismo cidadão ou jornalismo participativo, que passou a ser pregado por Gillmor e outros. O jornalismo deixou de ser privilégio dos jornalistas e os próprios meios de comunicação que entenderam isso estão convidando constantemente os seus leitores, telespectadores ou ouvintes a enviar suas contribuições.” (ALVES RC, 2006: p. 101)

Alves diz ainda que a primeira década do jornalismo digital² representou uma inércia em relação às possibilidades de práticas porque as empresas jornalísticas entenderam a internet mais como ferramenta do que meio. Ele alerta que:

será necessário criar um novo jornalismo digital que conserve os elementos fundamentais do jornalismo tão bem descritos no livro *The Elements of Journalism*, de Bill Kovach e Tom Rosenstiel, mas que, ao mesmo tempo, desenvolva uma

² 1996 até 2006

nova linguagem, um novo código comunicacional adequado às características multimídia da *web* e das outras plataformas digitais que existem ou venham a ser criadas (ALVES, 2006, p. 9).

Baseado na trajetória da pesquisadora como jornalista³, no período de quatro anos (2006/2010), formula-se a hipótese de que o novo código comunicacional será criado a partir das interações feitas pelo jornalista que adotar a maiêutica como técnica de apuração para a prática do jornalismo cidadão.

Vale destacar alguns dos elementos considerados fundamentais por Alves para a criação do novo jornalismo digital: a verdade como obrigação; a lealdade aos cidadãos; a disciplina da verificação como essência da tarefa jornalística e a prática em busca da consciência pessoal. Ou seja, na visão de Alves, o jornalista, que busca uma nova linguagem, não deve esquecer-se da sua essência, que de acordo com a entrevista concedida por Muniz Sodré ao site Ciberlegenda (2001)⁴, está em Platão. É uma questão filosófica. Diante disso, este artigo tem objetivo de investigar, através de uma pesquisa bibliográfica, se o papel do jornalista mudou em relação ao passado.

1.1.1 Comunicação para todos, jornalismo para poucos?

Para investigar a mudança do papel do jornalista, a pesquisadora considera duas problemáticas: a questão da identidade e da prática observada pela maioria dos pesquisadores. Definir quem faz o jornalismo digital ainda é um desafio atual que não será analisado neste artigo: o profissional graduado em jornalismo, qualquer cidadão, somente os profissionais das empresas jornalísticas ou os desenvolvedores e programadores?

Pedro Valente⁵, um jornalista especializado em engenharia e gestão de conhecimento, acredita que o jornalismo digital só se realiza com desenvolvedores e programadores, através do uso das APIs⁶. As referências de práticas são sempre internacionais como o americano Slashdot (1997) e o coreano OhMyNews (2000). Vale ressaltar que o Slashdot foi criado por um estudante na área de computação. No Brasil, os pesquisadores priorizam os estudos de casos das grandes empresas jornalísticas como UOL, Globo e Estadão.

³ Após dez anos de experiência como repórter, sendo cinco deles dedicados a veículos especializados em TIC, a jornalista começou a atuar como profissional independente (frila), conheceu os blogs e fez dois diários, um profissional e outro sobre a maternidade. O blog sobre maternidade virou o primeiro site interativo para mães, Desabafo de Mãe, criado em outubro de 2006 até março de 2010. A trajetória considerada para este artigo inicia-se com o blog Desabafo de Mãe, criado em fevereiro de 2006, o desenvolvimento, a reformulação e fechamento do site, seguido da formação do Grupo Cria, em novembro de 2009.

⁴ Entrevista disponível no site <http://www.uff.br/mestcii/muniz1.htm>, acessado em 12/12/2010.

⁵ Pedro Valente é um dos profissionais mais representativos no jornalismo digital brasileiro. Já teve experiências na TV Cultura e, agora, é gerente de produto do Yahoo. Ele conversou com a jornalista, em novembro de 2010, durante a NewsCamp 2010, disponível no <http://www.youtube.com/watch?v=cNEbXcaOAc>, acessado em 02/01/2011.

⁶ Application Programming Interface. É uma interface que permite acesso em banco de dados por agentes externos.

Outra problemática deste fenômeno é o modelo de negócio do jornalismo digital. O novo código comunicacional também está a serviço da lucratividade? Ou, há possibilidades do jornalismo digital servir a outras finalidades? Quais seriam elas? Um grupo de pessoas que dialoga por meio dos seus blogs e adota a maiêutica para elaborar uma reportagem, publicada num site próprio, faz jornalismo digital, caso não seja ressarcido financeiramente? Ou, apenas vive uma prática da comunicação?

2. MARCOS TEÓRICO

2.1. Sociedade midiaticizada

Faz-se necessário uma analogia do processo de des/encontro, citado por Quijano (2005), no artigo sobre a dependência histórico-estrutural da América Latina, para o campo teórico da comunicação: *o novo não acabou de nascer e o velho não terminou de morrer*. Santaella (2003) ao definir a cultura digital adota tal visão, quando divide o percurso em seis tipos de cultura*:

“...prefiro também chamá-las de formações culturais para transmitir a idéia de que não se trata aí de períodos culturais lineares, como se uma era fosse desaparecendo com o surgimento da próxima. Ao contrário, há sempre um processo cumulativo de complexificação: uma nova formação comunicativa e cultural vai se integrando na anterior, provocando nela reajustamentos e refuncionalizações.” (SANTAELLA, 2003, p:13)

Muniz Sodré (2002) chama essa transformação de midiaticização, o que não significa mediação. Mas, sim, uma nova forma de vida. “A midiaticização implica, assim, uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo”, diz ele. Um quarto *bios* na classificação aristotélica: o *bios* midiático:

A midiaticização pode ser pensada como um novo *bios*, uma espécie de quarta esfera existencial, com uma qualificação cultural própria (uma tecnocultura), historicamente justificada pelo imperativo de redefinição do espaço público burguês (SODRÉ, 2006: p.22)

A forma midiática, explica Sodré, condiciona apenas na medida em que permite hibridizações com outras formas vigentes no real histórico, como a imprensa e o Estado. Clico, logo existo. É importante ressaltar que essa forma de existência é regida pela economia monetária:

Trata-se de dispositivo cultural historicamente emergente no momento em que o processo da comunicação é técnica e mercadologicamente redefinido pela informação, isto é, por um produto a serviço da lei estrutural do valor, também conhecida como capital. (SODRÉ, 2006: p.20)

É a partir deste campo teórico que se analisa a comunicação e a diferencia do jornalismo. *O ciberespaço é um fenômeno remarcavelmente complexo que não pode ser categorizado a partir do ponto de vista de qualquer mídia*, alerta Santaella (2003). E destaca-se a questão econômica:

Embora a internet esteja revolucionando o modo como levamos nossas vidas, trata-se de uma revolução que em nada modifica a identidade e natureza do montante cada vez mais exclusivo e minoritário daqueles que detêm as riquezas e continuam no poder (SANTAELLA, 2003: p.75)

Há ainda o fenômeno das grandes mídias e da ausência de políticas públicas (regulamentação):

Um oligopólio midiático global que proximamente se transformará em muito mais vasto oligopólio comunicacional global, dominado por um pequeno número de conglomerados massivos com uma miríade de *joint ventures*, ligando todos os jogadores uns aos outros (SATANELLA, 2003: p.75)

O histórico traçado por Sodré (1996) diz que, na imprensa, o poder foi instituído a partir da prática de denunciar os segredos do poder do Estado. Sua função tradicional, no entanto, muda a partir do momento em que o Estado passa a guiar pela lógica economicista e atribui ao crescimento econômico um sentido político. O regime da verdade, segundo ele, é substituído pelo da credibilidade e a imprensa ganha outros imperativos de poder.

Paralelamente, Conceição (2005) especifica que neste meio, considerado *bios* midiático por Sodré, o qual ele compreende como interacional e não-massivo, conforme Santaella (2002) e El Hajji (2001), o papel do jornalista é de *elemento de ligação entre comunidades virtuais informacionais, atuando em um processo de co-enunciação. É o “cartógrafo de informação”*:

“...o webjornalista deve atuar como um agente participativo, sendo capaz de “selecionar, hierarquizar, enquadrar e personalizar notícias, levando em conta as potencialidades inerentes à Internet como fonte de pesquisa e escoamento de produção” (CONCEIÇÃO, 2005).

2.1.1 Diferença entre sujeitos

Em Cícero, na Roma Antiga, *communicatio* era sinônimo de sociedade ou participação social, explica Muniz Sodré (1996) ao conceituar comunicação como uma ação social entre sujeitos diferentes, que é garantida pela linguagem, cuja produção implica sempre discurso. A diferença entre os sujeitos pode ser avaliada pelos recursos da atração, mediação e vinculação.

Este (o discurso), enquanto estratégia interlocutória do sujeito social, é o fundamento ontológico existencial da linguagem, a prática que a recorta ou organiza no empenho da compreensibilidade, suscitando a participação simbólica dos indivíduos (SODRÉ, 1996, p.12)

Sodré reforça que onde quer que se encontrem estruturas comuns para as diferenças faz-se presente o laço atrativo, ou comunicativo. Na democracia grega, o laço essencial podia ser concebido como *filia* (amizade política), condição de harmonia consensual de interesses políticos (*eunomia*). *Filia* era entendido como força aproximativa dos elementos, contraposto a luta.

3. METODOLOGIA E ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

Duas estratégias foram adotadas para análise do objeto: pesquisa bibliográfica e observação participante. Para observar as diferenças entre o chamado jornalismo digital e a vivência da pesquisadora, a estratégia adotada foi selecionar a prática vivenciada, entre os meses de abril e novembro de 2008, onde a pesquisadora agia como jornalista/blogueira/empreendedora, elaborando perguntas, as quais eram respondidas entre blogs de mães sobre uma determinada temática, que serviram como pauta para duas reportagens, as quais, na época, foram publicadas no extinto site Desabafo de Mãe⁷. Parte desta experiência foi registrada no blog Mulheres na Rede⁸. A pesquisadora compara o método utilizado nesta experiência com a técnica da maiêutica (Sócrates, IVA.C) e o conceito de webjornalista (CONCEIÇÃO, 2005)

Para analisar a questão da hegemonia e ideologia, a estratégia adotada foi selecionar dois relatos escritos pela própria pesquisadora sobre tecnologia, no mês de julho de 2008, que na época não atuava como tal⁹, os quais foram publicados no blog Mídia Social¹⁰, quatro meses após a reformulação do site Desabafo de Mãe, que já exigia recursos de manutenção tecnológica¹¹.

E, por último, a pesquisadora adotou os recursos citados por Sodré como vinculação, atração e mediação para observar a sua vivência como jornalista na formação do Grupo Cria, que publicou o primeiro Manifesto pelas Mães na internet¹² com objetivo de observar as diferenças das práticas do jornalismo digital.

⁷ O site, no endereço <http://www.desabafodemae.com.br>, foi fechado no mês de março de 2010, por falta de recursos de manutenção tecnológica, o que pode refletir na perda desse material produzido.

⁸ O endereço <http://mulheresnarede.wordpress.com/> não registrou a interatividade entre a pesquisadora e as cinco blogueiras, envolvidas nos diálogos, as quais eram responsáveis em escrever seus posts a partir das perguntas elaboradas pela pesquisadora, que na época não tinha a identidade de observadora participante, mas sim de jornalista em busca de um modelo de negócio para o jornalismo digital especializado em puericultura.

⁹ Os *posts* foram escritos, no blog Mídia Social, antes que a autora soubesse da necessidade de escrever um artigo científico para conclusão deste curso.

¹⁰ O blog Mídia Social foi criado no mês de fevereiro de 2008, quando a jornalista deixava de atualizar o blog *Freelancer- O profissional que rala*, criado em novembro de 2005 como seu diário profissional. Os posts analisados estão disponíveis nos seguintes endereços: <http://midiasocial.wordpress.com/2008/07/01/como-nao-fazer-um-site-de-conteudo-cms/> e <http://midiasocial.wordpress.com/2008/07/15/a-escolha-do-cms/>, acessado em 10/12/2010.

¹¹ Entre outubro de 2006 e setembro de 2007, o software utilizado pelo Desabafo de Mãe, o chamado CMS (*content management system*), sistema de gerenciamento do conteúdo), era de propriedade intelectual de uma empresa, que prestava serviço de hospedagem e manutenção do site por meio de um aluguel fixo pago pelas jornalistas. A migração do CMS envolveu contratar um profissional independente para desenvolver o código, baseado na linguagem PHP, cuja propriedade intelectual seria transferida às jornalistas em troca de recursos financeiros. O desenvolvimento demorou seis meses e o site Desabafo de Mãe só foi reativado em março de 2008, sem manutenção tecnológica. A hospedagem era concedida pela ONG Utopia, do empresário Carlos Seabra. O crescimento da audiência, no entanto, exigiu novos parceiros, o que implicou em parceria com profissionais independentes, que resultou em falhas de código. Atualmente, o site está hospedado na empresa Tecla, mas não há recursos financeiros para os custos de manutenção tecnológica e, assim, o investimento no código foi perdido.

¹² O Grupo Cria foi constituído em novembro de 2009 por cinco mães blogueiras com o objetivo de atuar juntas na área de comunicação. Disponível em: <http://www.grupocria.com.br/index.php/quemsomos/> e <http://www.grupocria.com.br/index.php/2010/06/manifestopelasmaes/>, acessado em 11/12/2010.

3.1. Interpretação de dados:

A frase célebre de Gillmor, em *We the Media*, “parto do pressuposto que meus leitores sabem mais do que eu: eles são em maior número- eu sou um só”, na prática ainda não rompeu o distanciamento entre o jornalista e seu público, apesar de ser reconhecida no cotidiano dos *medias*, ou *prosumers* da sociedade da informação, segundo reconhece Conceição (2005):

...o trabalho do webjornalista não é orientado para oferecer possibilidades de acesso a outros conteúdos, tampouco abre maiores brechas para uma conversação com a audiência, que não seja a “mera” utilização do *email*. Portanto, não há diálogo com a audiência, tampouco condução para o uso do hiperlink como elemento potencial de produção de conhecimento. (CONCEIÇÃO, 2005, p.3)

Na época, o autor sugeriu conceitos norte-americanos sobre níveis de participação neste processo, o que traria mais interação entre um jornalista profissional e seus leitores como envio de contribuições, perguntas-guia para o repórter, textos jornalísticos que passarão pelo crivo do jornalista, entre outras. Nenhuma delas, entretanto, implica a técnica adotada pela pesquisadora, que reconhece na vivência da maiêutica um nível de participação ainda mais interativo.

A análise, no entanto, que é feita nesta vivência é de que a prática da pesquisadora rompe o distanciamento entre público e audiência porque não há a representatividade das empresas jornalísticas neste processo. Vale destacar a observação abaixo:

As elites dominantes em países de passado colonial, normalmente alienadas, depredam a natureza e a cultura. Tomam desta os bens, as idéias, que armazenam no espírito, mas são incapazes de produzirem com elas qualquer coisa original, ou seja, de criar a nova cultura emergente, autêntica e libertadora, com o auxílio daquilo que absorveram. (FERREIRA, Maria Nazareth, 2006, p.72)

Essa questão hegemônica foi percebida durante a análise dos posts da pesquisadora em dois aspectos: o conhecimento e o capital. Se por um lado, a pesquisadora passou pela inércia apontada por Alves da primeira década do jornalismo digital pela falta de compreensão do meio e conhecimento técnico, por outro, vivenciou a lógica comercial dos serviços de desenvolvimento tecnológico, que demandam investimentos contínuos, além dos custos razoáveis de manutenção. Na questão da identidade, evidencia-se a elite cognitiva, chamada de logotécnica (programadores, gerentes e editores), citada por Sodré (1996). Segundo o autor, eles são responsáveis pela sele o de informa o sobre o mundo, criando assim a *agenda-setting*. Ou seja, *eles não dizem o que pensar, mas como pensar.   uma organiza o particular dos fatos do mundo*, diz o autor.

Por último, a análise feita na prática da jornalista com seu público foi reconhecida pela pesquisadora como de atra o e vínculo, e não como a media o do webjornalista, que representa as empresas jornalísticas. Sodré diz, durante entrevista ao site

Ciberlegenda (2001), que a “*mídia diz respeito mais relação do que a vinculação: o vínculo passa por músculo, passa por consciência, por carinho, afeto, passa por ódio*”.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante destacar que a essência do jornalista continua a mesma, mas o seu papel multiplicou, alargou, potencializou com o novo meio que é a internet. São várias identidades necessárias para cumprir os elementos do jornalismo, inclusive o de conhecer a si mesmo para dar à luz a uma verdade, mas também de ser um *fazedor* de código para trazer à tona os conteúdos relevantes, que continuam guardados como estiveram na época em que a imprensa ganhava poder na prática de denunciar os segredos do Estado. O meio potencializa não só o bom jornalismo que busca as verdades quanto o mau jornalismo, que adula, engana, inventa e explora, como também amplia as possibilidades da conciliação dos dois lados.

A prática analisada ora se identifica com jornalismo digital ora com a comunicação. O papel do cartógrafo de informação definido por Conceição (2005) exige não só vontade, experiência, conhecimento do profissional, mas para a pesquisadora está atrelado também à lógica empresarial. Quem leva em conta as possibilidades da internet para selecionar, hierarquizar, enquadrar e personalizar notícias precisa programar interfaces ou estar em um ambiente em que essa elite logotécnica esteja presente. A prática do desenvolvimento de interfaces e o conhecimento de gestão na área de tecnologia são determinantes para as possibilidades do jornalismo digital. A pesquisadora entende que essa é uma das razões pelas quais o meio (a internet) contribui tanto para formação de oligopólios midiáticos e inviabiliza a maioria das ações de grupos sociais. Uma das questões que pode ser analisada, durante uma pesquisa de pós-graduação, é a relação da tecnologia com a questão hegemônica e mercadológica.

Por outro lado, o distanciamento entre jornalista e público não existe na prática analisada como ainda acontece nas práticas das empresas jornalísticas. A interação entre a jornalista e o grupo de mães é uma relação de aproximação, de *filia*, de vínculo, de pertencimento. Não se trata mais da ruptura do distanciamento com o público, mas de uma jornalista que se coloca como público. É neste sentido que nasce uma jornalista consciente do seu papel como um membro da comunidade, que luta pelos seus interesses e não só uma profissional de mídia que interage com as comunidades virtuais. Essa consciência, no entanto, mostra que a jornalista que faz parte de um grupo social tem um papel diferente do webjornalista, que precisa ser analisado com metodologia adequada para compreender as influências e impactos dessa nova mídia. Seria esse o papel dos webjornalistas especializados da sociedade midiaticizada ou dos webjornalistas de movimentos sociais?

Vale à pena observar que o Manifesto pelas Mães, elaborado pelas cinco blogueiras, permitiu as hibridizações as quais Sodré se refere não só com a profissional de mídia se identificando com a questão da maternidade, mas também das mães se identificando com as técnicas de jornalismo. Essa troca é ainda bastante recente no

grupo, formado desde novembro de 2009, cuja primeira ação se deu somente em junho de 2010. O pertencimento ao grupo social que ainda se descobre nos discursos identitários não representa um movimento social consciente, que luta pelos seus direitos. Ainda é um grupo, como tantos outros da sociedade midiaticizada, que se organiza em ações isoladas e, em seguida, encontra-se em plena dispersão. O artigo não analisa as causas desse movimento dentro do grupo social, mas percebe a importância desses fluxos como desafio para as possibilidades práticas de jornalismo digital.

A conclusão deste artigo é de que a prática observada aponta diversos caminhos de pesquisa, que precisam ser considerados em busca de uma metodologia adequada, para analisar a mudança do papel do jornalista na sociedade midiaticizada. O fato de a jornalista observada ter um nível de interatividade maior que as práticas empresariais, por exemplo, significa um poder contra-hegemônico? A prática da maiêutica é uma técnica que pode ser replicada em outros grupos sociais interessados em praticar o jornalismo digital? E qual impacto do uso desta técnica pelas empresas jornalísticas?

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ALVES, Rosental Calmon **Jornalismo digital: Dez anos de web... e a revolução continua**, disponível no site: http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/cs_um/article/viewFile/4751/4465, acessado em 12/12/2010.
- CONCEIÇÃO, J.R.N. **O papel dos jornalistas nos processos interacionais do Participatory Journalism**, disponível no site: http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/handle/1904/20238?mode=full&submit_simple=Mostrar+o+registro+em+formato+completo, acessado em 12/12/2010.
- FERREIRA, Maria Nazareth **Alternativas metodológicas para a produção científica**, São Paulo: CELACC-ECA/USP, 2006.
- GEERTZ, Clifford **Uma Descrição Densa: Por uma Teoria Interpretativa da Cultura**, do livro *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978
- KOVACH, B. e ROSENTIEL, T. **The Elements of Journalism: What newspeople should know and the public should expect**, disponível no site <http://www.journalism.org/node/72>, acessado em 12/12/2010
- SANTAELLA, Lucia **Cultura e artes do pós-humano: da cultura à cibercultura**, São Paulo: Paulus, 2003.
- QUIJANO, Aníbal. **Dossiê América Latina: Dom Quixote e os moinhos de vento na América Latina**, 2005, disponível no site <http://www.iea.usp.br/iea/revista/rev55.html>, acessado em 10/08/2009
- SODRÉ, Muniz **Etnicidade, Campo Comunicacional e Mídiação**, In: MORAES, Dênis de (org.). *Sociedade Mídiação*, Rio de Janeiro: MAUAD, 2006.
- _____. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**, Petrópolis, RJ: Vozes, 1996