



Web 2.0 e o Seriado “Gossip Girl”: premissas de um futuro próximo?¹

Tatiana de Carvalho Duarte²; Rodrigo César Paes Fumes³;

Resumo

O jornalismo colaborativo relacionado à Web 2.0, direciona as pessoas a um espaço aberto na internet para contribuírem com: matérias, idéias, imagens e outras formas de jornalismo. A utilização desse recurso agiliza a recepção de pautas e paralelamente a edição e codificação da informação. Temos portanto, o aumento da velocidade na emissão de uma mensagem como característica do Tempo Real da informática. Assim, analisaremos no presente artigo a série “Gossip Girl” a fim de demonstrar como as NTCI's e o jornalismo *Open Source* podem trabalhar de forma agilizar e efetivar a comunicação e também como essas novas tecnologias se relacionam com os conceitos da literatura científica sobre o tema.

Palavras-chave

NTCI's; Jornalismo colaborativo; Seriado de televisão; Blogs; Open Source.

Introdução

A Web 2.0 é verificada como a segunda forma de *World Wide Web* utilizada pelos internautas. Ela visa à maior cooperação por parte dos usuários através de pautas, matérias, imagens, sites de relacionamento, blogs, e também na já conhecida *Wikipédia*⁴, onde os conteúdos são editados em conjunto pelos internautas, dentre outros.

Esse maior acesso à edição dos conteúdos da internet facilita o alcance por qualquer pessoa que deseje expor suas opiniões ou demonstrar fatos. Os sites, atualmente, possuem formas mais fáceis de gerenciar seu conteúdo para facilitar o jornalismo colaborativo⁵.

Alguns gerenciadores de conteúdo em código aberto (CMS⁶) já se encontram em forma de *software livre*. Como exemplo tem-se o “Joomla!”, gerenciador de conteúdo baseado nessa tecnologia, que divide a página, o conteúdo e a apresentação

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Comunicação Multimídia, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Estudante de Graduação do 7º Período em Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa; Integrante do grupo de pesquisa Paiol - Grupo de Pesquisa sobre Cultura e Políticas Culturais no Meio Rural.

³ Estudante de Graduação do 5º Período em Geografia da Universidade Federal de Viçosa; Bolsista do PIBEX/UFV; Integrante dos Grupos de Pesquisa: Paiol - Grupo de Pesquisa sobre Cultura e Políticas Culturais no Meio Rural e Memória, História e Sociedade

⁴ A Wikipédia é um site criado levando em consideração a ação em conjunto dos usuários, cada conceito tem seu significado editado por um internauta, que, desde que cadastrado, pode alterar o conteúdo disponibilizado anteriormente.

⁵ Apesar de ainda ser muito utilizada a forma estática de sites ou XHTML (*Extensible Hypertext Markup Language*), que amarra a apresentação e estrutura (layout) do site com o conteúdo da página em si, tendo uma maior dificuldade em sua manutenção.

⁶ Content Management System, diferente do XHTML ele é dinâmico e descentralizado, ou seja, as atualizações de conteúdo não precisam da edição do código do site, ela é feita de forma separada.



em arquivos diferentes, possibilitando com que a página carregue facilmente, além de fazer com que o conteúdo não necessite de conhecimento técnico para ser administrado, abrindo espaço para sugestões e uma maior influência dos usuários. Ainda, possibilita que o mesmo administre o conteúdo da página, de acordo com o nível de hierarquia disponibilizado pelo administrador do site. Esse maior acesso proporcionado pelo jornalismo *Open Source* em parceria com as Novas Tecnologias da Comunicação e da Informação tornou o trânsito das informações muito mais intenso.

A grande gama de conteúdo é vantajosa por aumentar a dimensão de opiniões, versões e pontos de vista sobre determinados assuntos, mas também, pode ser prejudicial quando se leva em consideração que nem todo esse material poderá confiável. Cabe, nesse caso, ao ceticismo de cada pessoa para determinar o que é relevante e o que deve ser ignorado, ou seja, o usuário tem acesso a esses diversos fatos, fontes e pontos de vista de uma mesma notícia e assim terá que escolher em qual deverá confiar.

Cabe também aos gestores de cada site em impor certa hierarquia aos usuários e editar de certa forma o conteúdo que será disponibilizado. No caso da *Wikipédia*, os próprios leitores têm liberdade em editar versões sobre determinado assunto, assim o fluxo e a velocidade com a qual são postadas informações diminuem sua credibilidade, pois, tal dinamismo não permite a apuração dos fatos e fontes em alguns casos. Portanto, a maioria dos conteúdos postados na internet por meios colaborativos, muitas vezes, não passam por uma edição prévia e são diretamente disponibilizados na internet.

É assim que, ao não distinguir as fontes de cada informação, acaba-se submerso em diversos conteúdos de origem duvidosa, portanto, se estabelecem pontos positivos e negativos perante essa diversidade de informações disponíveis.

Outro fator a se ressaltar é que com as NTCI's (principalmente no que se refere a: *notebooks*, celulares, *palmtops*, videogames móveis, etc., aliados a tecnologia *Fast Conect* e 3G, que permitem uma conectividade trans-fronteiriça) fazem o papel de transmissores de informação, que, por sua vez, se torna volátil frente ao inumerável fluxo. Toda nova informação inclusa no meio virtual se torna decrépita quase que instantaneamente, assim, percebemos que “A superfície deslizante das telas não retém nada; nela, toda explicação possível se torna nebulosa e se apaga, contenta-se em fazer desfilar palavras e imagens espetaculares, que já estarão esquecidas no dia seguinte” (LÉVY, 1993).



Fato esse também notado na série transmitida pelo *Warner Channel, Gossip Girl*⁷. Em que as histórias são narradas em torno de um blog feito anonimamente, que transmite as principais fofocas do *Upper East Side*⁸ em Manhattan, Nova York. Estas alimentadas principalmente pelos estudantes dos famosos colégios da região⁹, onde essas notícias são produzidas e descartadas com a mesma rapidez, geradas principalmente através de mensagens de celular, muitas vezes ilustradas com fotos e vídeos para garantir a veracidade da informação transmitida, e, enviadas para o responsável anônimo do blog que divulga as notícias para todos estudantes via SMS, configurando assim uma junção entre o jornalismo colaborativo e as novas tecnologias.

A seguir propomos examinar como cada modalidade informacional anteriormente citada está presente na série e como dinamizam a interlocução por ela proposta e agilizam o processo de emissão, codificação, decodificação e recepção da mensagem.

Web 2.0 e o jornalismo *Open Source*

Teoricamente, até o presente, a relação informacional se apresentava esquematicamente sob uma forma triangular. Era constituída de três pólos: o evento, o jornalista e o cidadão. O evento era virado pelo avesso pelo jornalista que o verificava, o filtrava, o analisava, antes de transmiti-lo ao cidadão. Agora, esse triângulo transformou-se num eixo que tem, de um lado, o evento e, de outro, o cidadão. A função do jornalista desapareceu. A meio-caminho há, não mais um filtro ou um crivo, mas simplesmente um vidro transparente. Por meio da câmera, do equipamento fotográfico ou da reportagem escrita, todos os meios de comunicação (imprensa, rádio, TV) procuram colocar o cidadão diretamente em contato com o acontecimento. (RAMONET, 2001)

Esse tipo de jornalismo nos sugere que qualquer pessoa, mesmo sem diploma de jornalista, poderá participar ativamente do ambiente que antes era considerado apenas para quem dominasse os recursos *online* e para jornalistas.

Essa situação é corroborada por Ana Carmen Foschini e Roberto Romano Taddei¹⁰, em seus trabalhos detentores do espírito “*do it yourself*”¹¹.

⁷ Trad. Fofqueira, Bisbilhoteira, etc.

⁸ “Os Melhor de Manhattan”, local onde se localiza a elite financeira de Nova York.

⁹ Constance Billard e St. Jude’s para garotas e rapazes respectivamente.

¹⁰ Coleção Conquiste a Rede trabalho com Licença *Creative Commons* Atribuição Uso Não Comercial Compartilhamento

¹¹ Trad. Faça você mesmo



A separação rígida entre os que fazem as notícias e os que recebem as informações desaparece no mundo virtual. Os profissionais da comunicação têm agora milhares de aliados na tarefa de apurar fatos, conhecer novidades, reunir e comentar informações. Qualquer um pode fazer notícia. O modelo tradicional, que distingue os emissores dos receptores da informação, deu lugar à comunicação feita por meio da colaboração. [...] É um campo experimental sem padrões estabelecidos.

Representa uma verdadeira propulsão quando se discute inclusão digital. Todavia, como retratado na série que analisamos, qualquer pessoa sem conhecimento técnico prévio, estar-se-ia apta a ter acesso ao ambiente online bem como sugerir pautas, além da série destacar a importância dessas mesmas personagens para a comprovação de fatos abordados.

Blog`s

Observamos nesse tópico a mesma isenção de um conhecimento técnico para sua prática, configura também, uma vertente da Web 2.0 com crescimento exponencial nos últimos tempos, notoriamente percebido por sua facilidade extrema de criação e gestão, ou seja, a criação de um site pessoal se reduziu a um ato simples e gratuito. O processo de criação resume-se a registrar-se, escolher o *layout* e sendo possível postar imediatamente o conteúdo desejado sem maiores restrições temáticas. Aferimos, no entanto, que o antes complicado universo online, que, para os usuários comuns, se restringia praticamente a uma ferramenta de busca, constitui-se hoje, em uma ferramenta de compartilhamento de experiências, agruras pessoais, idéias, notícias, pontos de vista, crônicas, livros, etc.

A blogosfera, ou seja, o conjunto de blogs na web, concretizou uma mudança profunda na comunicação ao transformar o cidadão comum em produtor de informações. Os blogs criaram uma via de mão dupla que permite ao receptor interagir com o emissor, estejam onde estiverem. Eles são padrinhos de outras ferramentas de publicação na web, como os audioblogs, flogs e vlogs.

Um universo com milhões de vozes, que desenvolveu algumas regras de comunicação, de organização e já criou ídolos e campeões de audiência. Também gerou problemas para pessoas públicas, revelou escândalos políticos, fraudes empresariais e jornalísticas e levou alguns de seus autores para a cadeia. (FOSCHINI e TADDEI)



Gestores de conteúdo

Resumem-se a ferramentas criadas para aumentar a acessibilidade à disponibilização de informação na internet. Apresentam-se como *softwares* livres e gestores de conteúdos online¹², estes, possuem novos recursos e interface simples, sendo responsáveis por grande parte dessa nova inclusão digital.

Sistemas de gerenciamento de conteúdo já existem há algum tempo, mas, o fator que tem contribuído para o aumento de sua popularidade e facilidade de utilização foi o crescimento do movimento de softwares de código aberto (*Open Source*), que até mesmo por sua facilidade de desenvolvimento, leva esses programas a uma constante atualização em suas ferramentas, o que não se observava em plataformas de empresas privadas como os famosos *Dreamweaver* e *Publisher*¹³.

No atual mundo acelerado da internet, se você tiver um website que não possua uma rica funcionalidade ou conteúdo atualizado, você estará em desvantagem em relação aos que possuem. A idéia de potencializar websites com o Sistema de Gerenciador de Conteúdo (CMS) já está presente há algum tempo, mas apenas recentemente, com o advento dos scripts CMS de código aberto de alta qualidade, como o Joomla! que você e eu podemos, finalmente, usar essas poderosa ferramentas CMS. (NORTH, 2008)

Apesar desta nova gama de ferramentas, coexistem hoje, páginas criadas a partir de tecnologias XHTML e CMS.

Estas variam conforme o conteúdo já existente nos sites, pois apesar de uma nova tecnologia existe a necessidade em alguns casos de códigos fechados por questões de *Web Security*¹⁴ e ocorre ao mesmo tempo a mescla de ambos em alguns sites como dos provedores UOL e Terra.

Com o XHTML, qualquer mudança no site envolverá códigos complexos e interfaces de complicado entendimento para os não familiarizados, pois, atrelam o conteúdo e a página à estrutura do site, ou seja, qualquer código fora de seu lugar resultaria na quebra de links ou ocasionam o rompimento estético do site.

Com algumas exceções, essas páginas são geralmente mais pesadas e de difícil atualização, embora cada bit do conteúdo seja individualmente modelado levará muito tempo para seu carregamento, “isso também prejudica o bom desempenho das

¹² Que na maioria dos casos são criados pelo provedor dos blog's

¹³ Produtos das empresas Adobe e Microsoft respectivamente.

¹⁴ Segurança na internet.



ferramentas de busca, pois as páginas maiores são mais difíceis para as ferramentas de busca indexarem” (NORTH, 2008).

Dentro da idéia de ferramentas simplificadas temos então os gestores de conteúdo que possibilitam *scripts* em CMS¹⁵. Estas são chamadas web’s dinâmicas, pois, tanto o conteúdo como a apresentação estão separados.

Assim, deixam as páginas mais fáceis de serem carregadas, mantém o site amplamente coerente no *design*, e, possibilitam uma facilidade de alteração. A separação de conteúdo e apresentação também possibilita que mais pessoas credenciadas anteriormente adicionem e alterem o conteúdo sem dificuldade (sem o risco de desconfigurarem a apresentação). “Elas não existem realmente até que você siga um *link* (uma conexão) para visualizá-las. Isto significa que elas podem ser atualizadas/personalizadas baseadas nas interações do usuário com a página” (NORTH, 2008).

Codificação e Decodificação

O processo comunicativo é criticado por Stuart Hall (1980) por sua linearidade. Para ele, o processo de Emissão, mensagem e recepção, não é completo. Deve-se levar em consideração os diversos momentos que compõe uma transmissão de informação como produção, circulação, distribuição/consumo e reprodução, “é também possível (e útil) pensar esse processo em termos de uma estrutura produzida e sustentada através da articulação de momentos distintos, mas interligados”.

Esses conceitos demonstram a necessidade de sincronizar esses momentos a fim de garantir a transmissão fiel da mensagem. O processo comunicativo é relativamente autônomo, pois as etapas são interligadas e a mensagem e seus processos estão ancorados em representações sociais e convenções. Assim, qualquer falha em algum dos momentos, mesmo que por intervenção externa, comprometerá a transmissão.

Hipoteticamente o autor propõe a posição hegemônica-dominante, a qual consideraremos como objetivo principal da transmissão de um conteúdo. Tem-se nessa posição que o receptor se apropriou do sentido conotado de forma direta e integral e

¹⁵ Autores especialistas como Pavel Segec e Milan Kubina (2008) dividem o gestor CMS basicamente em WCMS (que substitui a função do HTML), TCMS (usado em *e-commerce*), ICMS (conteúdo de empresas e documentos), PCMS (publicações em geral), LCMS (conteúdos em educação), ECMS (diferentes funcionalidades dos demais CMS) que no caso não entraremos em aprofundamentos.



decodificou a mensagem em termos do código referencial no qual ela foi codificada. Ou seja, a mensagem chegou de forma clara e efetiva ao receptor.

Apesar de utilizadas formas de agilizar a transmissão da mensagem, esta deve sempre objetivar a posição hegemônica-dominante. Pois mesmo veloz a mensagem deverá passar de forma clara a quem a recebe. Se o mesmo não recebe o sentido idealizado, não decodifica a mensagem perfeitamente, ou seja, a transmissão não fora efetuada e consumida pelo receptor (houve falha em algum momento do processo).

Velocidade da Comunicação

A comunicação acompanha o desenvolvimento da sociedade. E desenvolve técnicas em todas suas mídias para possibilitar tal evolução efetiva. A televisão, o rádio, o jornalismo impresso e principalmente a internet, mexeram em suas estruturas a fim de ofertar a rapidez em notícias demanda pelas pessoas.

Antônio Cezar Maximiliano (1997) ressaltava em seu livro texto de Teoria Geral da Administração, a importância da informação com velocidade e precisão, para a melhor tomada de decisões, ou seja, salienta-se a importância de “saber primeiro”, conhecer os fatos antes dos outros, pois, através de informações precisas e antecipadas, pode-se, por exemplo, comprar ações em tempos planejados e garantir lucros, desenvolver um novo produto que será demandado. Logo, para se destacar no ambiente empresarial a informação é essencial assim como sua velocidade.

Ao comparar a oralidade com o fluxo da informática, Pierre Lévy (1993) afirma que “o devir da oralidade parecia ser imóvel, o da informática deixa crer que vai muito depressa, ainda que não queira saber de onde vem e para onde vai. Ele é a velocidade”.

Portanto, a informação transmitida pelas novas tecnologias mais velozes, não tem caráter histórico. Seu tempo é considerado “Pontual” e foi instaurado pelas redes de informática.

NTIC`s – Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação.

Para agilizar cada vez mais a comunicação, as NTIC`s (Novas Tecnologias de Informação e Comunicação) estão facilitando a comunicação entre as pessoas, e



tornando-a mais rápida e efetiva. Essas tecnologias da comunicação surgiram no contexto da Revolução Informacional ou Terceira Revolução Industrial.

Esse período começa praticamente após a segunda guerra mundial, mas vai se firmar nos anos 70. É um período técnico-científico, e que se distingue dos anteriores pela profunda interação da ciência e da técnica a fim de ampliar o alcance comercial do capitalismo e uma maior oferta de produtos demandados pelas massas. Ou seja, com a necessidade de aumento do fluxo de mercado, o paralelo aumento dos lucros e da movimentação financeira no país, o aperfeiçoamento da tecnologia foi conveniente ao quadro.

A cultura de massa foi desenvolvida também em paralelo ao desenvolvimento das novas tecnologias e é através delas que se constitui a contribuição para a formação de meios de inovação onde as aplicações interagem em um processo de tentativa e erro. O termo “indústria cultural”, referente à produção em série que “automatiza as pessoas”, criado por Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985), é uma crítica ao surgimento desenfreado de produtos culturais, devido ao avanço tecnológico.

A mídia passa a oferecer serviços especializados á pequenos segmentos de público, e a distribuir produtos de voz, vídeo, imagens e impressos em um canal eletrônico em comum, e com maior controle ao usuário sobre os serviços que recebe, sobre quando obtê-los e sob que forma. Assim, temos a teoria de Adorno e Horkheimer como uma abordagem do caráter alienante da cultura de massa e seu estímulo ao consumo passivo, premissa básica da massificação. “Quanto mais "tecnicamente" contemporâneos são os objetos, mais eles se subordinam às lógicas globais. Agora, torna-se mais nítida a associação entre objetos modernos e atores hegemônicos.” (SANTOS, 2006). Portanto, é coerente dizer que conhecimentos científicos, tecnológicos, demandas das massas e mão-de-obra qualificada para produzi-las são as bases da Era da Informação.¹⁶

Hoje em dia, temos o desenvolvimento desses novos equipamentos como uma ação natural gerada pelo capitalismo. Os consumidores demandam uma determinada produção e uma crescente especialização e atração de novidades que são supridas pelas empresas. Assim, os produtos são cada vez mais especializados e específicos para o público alvo e caracterizam-se por facilitar e agilizar a vida dos consumidores.

Os produtos criados possuem cada vez mais atributos como conteúdos exclusivos, design chamativo, funcionalidade ímpares e etc. Afere-se no trabalho de

¹⁶ Termo utilizado por Wilson Dizard Júnior.



Walter Benjamin (1994), que as novas técnicas possibilitaram a reprodução infinita dos objetos.

As inovações tecnológicas no ramo de portáteis úteis ao cotidiano podem ser chamadas de *Gadgets*¹⁷. Podem-se incluir nessa classificação: celulares, câmeras digitais, MP5, dentre diversos outros aparelhos utilizados atualmente. E que agrupam cada vez mais funções em um único aparelho, ou se especializam em algo único. Essa problemática alcançou não só os produtos feitos “sob medida” para a massa como também as obras de arte mais “elitizadas”.

As novas tecnologias parecem favorecer a uma tendência trans-fronteiriça, pois, os ambientes de trabalho e de estudo passam a ser independentes, e, ao mesmo tempo, conectados. O conteúdo comunicacional se tornam sujeitos a essa novo tropel, por meio da digitalização e da comunicação em redes (mediada ou não por computadores) para a captação, transmissão e distribuição das informações.

Sendo possível atualizar blogs, sites, verificar e-mails e redes de relacionamento a partir de diversas formas de conectividade eletrônica (NTCI). Com esses aparelhos portáteis e de tecnologias como o SMS e *Feeds* RSS, sendo possível manter-se a par das atualizações ocorridas na internet.

SMS e *Feeds* RSS

A sigla SMS significa *Short Message Service*, e é caracterizada pela transmissão via celular de mensagens instantâneas. Esses textos são curtos, com aproximadamente 140 caracteres. As mensagens de texto como também são conhecidas, foram desenvolvidas primeiramente para celulares com tecnologia GSM¹⁸.

Atualmente as mensagens também podem ser utilizadas em conjunto com a internet. Através de *Feed's* RSS, as pessoas que acessam determinados sites que possuem essa função, podem se inscrever e passar a receber SMS's e *e-mails* com as mais recentes atualizações de um site. Isso agiliza a comunicação e ainda atrai o usuário à acessar determinada página caso haja um maior interesse no assunto e a mensagem instantânea não o satisfaça.

A crescente tecnologia vem procurando novas maneiras de expansão, que tendem a multifuncionabilidade, por exemplo, as câmeras digitais que atualmente fazem

¹⁷ Produtos de função específica

¹⁸ *Group Special Mobile*



papel de câmeras filmadoras, web cam's e editores de imagem, ou ainda, os players de MPEG (*Moving Picture Experts Group*)¹⁹ que digitalizaram músicas, filmes, games, etc. Abrangem atualmente uma grande parte do mercado por sua portabilidade, preço baixo e multifuncionalidade.

Essa característica de agrupamento de funções pode ser demonstrada com a já existente convergência entre a Internet e a telefonia móvel, processo que vem sendo chamado no meio empresarial como *mobile business* ou m-business.

Velocidade da informação e NTCI's na série *Gossip Girl*.

Os livros de Cecily Von Ziegesar viraram série a partir da direção de Mark Piznarski . A série trata principalmente das relações sociais em geral que ocorrem em um determinado grupo social. Tais acontecimentos são relatados pelo blog que leva o nome da série “Gossip Girl” criado por uma personagem que se mantém no anonimato. Já na introdução da série a responsável pelo blog o apresenta, como principal orientador das direções que o enredo tomará.

“*Gossip Girl: Your one and Only Source into the scandalous life of Manhattam`s elite. And who am I? That`s the kind of secret I`ll never tell. But you know you love me. XO XO, Gossip Girl*”. (GOSSIP GIRL, 2008)²⁰

Por influenciar a vida de várias pessoas e denunciar escândalos vinculados a pessoas famosas, políticos, pessoas de classe alta e, influentes no geral, a dona do blog frisa que sua identidade sempre será preservada.

A maioria dos personagens representa a alta classe moradora do *Uper East Side*, lado rico do distrito de Manhattan, e se vêem em meio a disputas políticas, imposições de poder, trapaças, sociedades secretas, e principalmente de escaladas sociais determinadas pelo poder aquisitivo.

Os estudantes dos colégios *Constance Billard* para garotas e *St. Jude's* para rapazes são geralmente filhos de pais extremamente ricos e influentes na sociedade. Assim, os acontecimentos relacionados a eles estão em evidência e são alvo constante da mídia. Para a personagem Serena Van Der Woodsen, uma das protagonistas da série

¹⁹ Esses players correspondem aos populares MP's, que tem seu nome caracterizado pelo número de funções (MP3, MP4, MP5, ...), tecnologia incluída à telefonia móvel.

²⁰ Locução de introdução da série. Trad. “*Gossip Girl: Sua primeira e única fonte sobre a vida escandalosa da elite de Manhattam. E quem sou eu? Esse é o tipo de segredo que nunca vou contar. Mas você sabe que me ama. XO XO, Gossip Girl*”



interpretada por Blake Lively, foi reservada uma vaga na concorrida Universidade de Yale. Não por ser uma excelente aluna, pois estudar é um dos fracos da personagem, mas sim pelo seu *status* e pela divulgação que traria à Universidade ao oferecer notas à imprensa sobre sua admissão.

Esse foi um dos ocorridos na série que foi devidamente divulgado pelo blog *Gossip Girl*. Por sugestão de uma professora do colégio *Constance Billard*, a pauta sobre a notícia da admissão de Serena sem possuir os pré-requisitos básicos para tal, pipocou em tempo record pelos leitores.

Essa rápida divulgação dos fatos é devida a atuação dos personagens como leitores efetivos no jornalismo colaborativo, atuando como fornecedores de pauta, sugestões, imagens, vídeos e como assinantes do Feed RSS disponível. Através do RSS todos recebem em seus celulares as mensagens assim que são postadas pelo blogueiro.

A maioria dos personagens, possuem celulares do tipo *smartphones*, quase computadores de bolso. E assim, têm livre acesso a internet podendo, além de enviar pautas, quase que em tempo real com o acontecimento das mesmas, receber as notícias via SMS e ainda via *e-mail*.

Esse *smartphones* facilitam ao usuário o envio de arquivos como imagens, vídeos e arquivos de áudio. A imensa maioria dessas novas tecnologias, se caracteriza por agilizar, horizontalizar e tornar menos palpável o conteúdo da comunicação, por meio da digitalização e da comunicação em redes para a captação, de recursos visuais e também de simples textos.

Como apresentar provas garante mais credibilidade as informações, os estudantes muitas vezes utilizam da interação entre internet e celular dos *smartphones*, ou até mesmo de celulares mais simples que já possuem essas ferramentas, para enviar vídeos, imagens e o que obtiverem como confirmação de suas pautas.

Blair Waldorf interpretada por Leighton Meester, uma das melhores amigas de Serena, que, apesar de também ser alvo do blog, é uma das personagens que mais o alimentam com pautas. Em um dos episódios Blair utiliza-se de uma foto de um aluno com uma professora, em um bar, para se vingar da professora. Mesmo que o fato tenha sido publicado em um blog de fofocas, diante da foto que o comprovava, a professora acabou sendo demitida do colégio pelo relacionamento com o estudante.

Isso comprova que blogs, por mais que tenham seu conteúdo sugerido por pessoas sem diploma jornalístico ou que sejam criados por um anônimo que pode ou



não ser um jornalista, também podem ser devidamente editados e apurados a fim de passar informações com credibilidade.

As sugestões de pautas pelos estudantes é, inclusive, muito incentivada pela blogueira. A administradora do blog sempre sugere nos episódios que os leitores a ajudem a comprovar seus fatos e que qualquer informação deve ser enviada a ela.

As fofocas tem caráter tão significativo na série por representar um “bom” *status quo*. Estar na colunas de fofocas do blog significa ser rico e popular. Por isso, vários estudantes ignoram que seus pontos negativos podem ser expostos e preferem isso a não constar nesse indicativo da hierarquia social. Não estar no “*Gossip Girl*” é não constar na lista de pessoas importantes do meio social.

Ao se envolver com personagens importantes outros acabam tornando-se famosos, mesmo que em caráter transitório. O personagem Dan Humphrey interpretado por Peen Badgley, é um bolsista morador do Brooklin, lado de moradores de classe média e baixa de Manhattan. Ele não é popular no colégio e não possui muitos amigos no início da série por não ser da mesma classe social deles. Ao começar a namorar Serena torna-se um dos alvos mais focados pelos estudantes, e, por conseguinte, uma presença constante no *Gossip Girl*.

O caráter transitório de sua fama é devidamente registrado nos momentos de fim de namoro com Serena. O blog mostra Dan em evidência durante todo o namoro e frisa que ele voltaria a “ser um ninguém” com o término do relacionamento.

Esse fato demonstra que as notícias postadas na internet são renovadas com tanta rapidez que o que foi postado há tempos atrás dificilmente será relido ou reinterpretado como usualmente se faz com livros. As informações são substituídas em um tempo cada vez menor. E isso ocorre com todos os namorados de Serena que são foco do site durante seus relacionamentos e caem no esquecimento com o fim deles.

O conteúdo atual dos bancos de dados provavelmente nunca será relido ou reinterpretado como foram os textos dos séculos passados. Neste sentido, a maior parte dos bancos de dados são antes espelhos do que memórias; espelhos o mais fiéis possível do estado atual de uma especialidade ou de um mercado (LÉVY, 1993)

Por esse tempo Pontual da informação, a notícia obtém um caráter momentâneo e substituível, porém de grande influência. Uma vez que a notícia tem pouco tempo para atingir o leitor sem que seja substituída, ela deve ser postada o mais rapidamente possível. É devida a essa necessidade de velocidade e ao fato da dona do



blog, ser uma pessoa provavelmente sem conhecimentos técnicos que frisamos o uso dos CMS e gestores de conteúdo.

Se para a atualização do site fossem necessárias conhecimentos em XHTML o blogueiro, no caso, deveria ser obrigatoriamente conhecedor do assunto. Além do fato que as atualizações seriam mais complexas e demoradas sem as facilidades dos gestores de conteúdo.

Na série, o personagem Chuck Bass interpretado por Ed Westwick, é um rapaz herdeiro de uma fortuna deixada por seu pai Bart Bass. A necessidade de postagens rápidas fica em evidência quando, para vingar-se de seu tio que rouba sua herança, Chuck utiliza-se dos recursos da internet para espalhar fofocas sobre o mesmo e, assim, manchar sua reputação e recuperar sua herança. Fofocas são normalmente espalhadas de forma rápida o que gera a necessidade dos gestores.

O advento das mídias interativas, como a Internet, trouxe de original, para as relações sociais, a maior possibilidade de conexão entre as pessoas, em tempo muitíssimo veloz e independente da distância, do espaço, ou seja, os computadores além de agregarem formas de comunicação típicas de outras eras, como a escrita, a imagem e o som, e acelerarem a velocidade das informações, permitem uma interconexão planetária inédita que efetivamente nos transforma em moradores de uma verdadeira aldeia global (ALMEIDA NETO, 2006)

Considerações Finais

O blog da série pode ser citado como um reflexo do que acontece na realidade, tanto que já foi usado como modelo fora da série. No estilo de site de fofocas, foi criado um site de nome também *Gossip Girl*²¹, administrado por pessoas da Warner Chanel, canal que transmite a série, que visa espalhar, para os fãs, posts sobre a própria série. Também foi criado outro blog de nome *Gossip Girl*²² para tratar de assuntos da vida real. Este segue mais os padrões do blog da série pois mantém o formato anônimo das postagens para a manutenção do caráter oculto do mesmo.

Nesse mesmo estilo, tratando de assunto reais, já existiam vários sites com fofocas sobre a vida dos artistas e até mesmo escandalos. Mas a maioria não possui postagens anônimas como *PapelPop*²³ do blogueiro Phelipe Cruz, *Ego*²⁴ de jornalistas

²¹ Acessado através do site: <http://gossipgirl-blog.cwtv.com/>

²² Acessado através do site: <http://www.gossipgirl.com/news/>

²³ Acessado através do site: <http://www.papelpop.com/>



vinculados a Globo, *Kibe Loco*²⁵ por Antonio Tabet, *Jacaré Banguela*²⁶ do Rodrigo, *Tedou um Dado*²⁷ dos blogueiros, que até se identificam com fotos, Lele, Polly e Didi, dentre outros.

O fato de alguns blogueiros preferirem se manter anônimos, se deve ao fato de tratarem de assuntos como as fofocas, escandalos e sobre dados de pessoas conhecidas. No caso da série, o blog Gossip Girl toca em assuntos relacionados a filhos de políticos, pessoas poderosas e ricas, portanto, se esconder é quase questão de segurança. Outro fator que influenciaria no fato do blogueiro ser anônimo, seria uma sugestão da autora de que ele poderia ser, desde alguém poderoso até um simples aluno do colégio.

Como o blog mantém seus leitores atualizados a partir de postagens no próprio blog ou assinatura de feeds RSS com mensagens enviadas por SMS ou e-mail, os post são rapidamente espalhados.

Os leitores que fazem parte da elite de Manhattan, dispõem de recursos para adquirir smartphones e outros tipos de aparelhos facilitando o acesso as mensagens. O fato da disseminação das NTIC's dentre todas as classes sociais é mostrado com o personagem Dan Humpfrey que, apesar de bolsista do colégio e a não pertencer a classe alta, possui as mesmas tecnologias de recepção de mensagens que os outros alunos, porém através de aparelhos mais simples.

O artigo demonstra que as NTIC's tem contribuído efetivamente para maior rapidez e eficácia na transmissão de conteúdo e também o fato de que elas tem se espalhado por todas as classes sociais. Assim, através da Web 2.0, do jornalismo Open Source, das novas técnicas de transmissão de mensagem e até mesmo das NTIC's, provavelmente, logo, a maioria das pessoas terá acesso a uma maior gama dos conteúdos que disponíveis.

Bibliografia

ADORNO, Theodor, HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

ALMEIDA NETO, Honor de. *Trabalho infantil na terceira revolução industrial*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

²⁴ Acessado através do site: <http://ego.globo.com/>

²⁵ Acessado através do site: <http://kibeloco.com.br/kibeloco/>

²⁶ Acessado através do site: <http://jacarebanguela.blogspot.com/>

²⁷ Acessado através do site: <http://tedoumdado.virgula.uol.com.br/>



BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: *Obras Escolhidas: magia e técnica, arte e política: ensaios sobre a literatura e a história da cultura*. 7 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

FOSCHINI, Ana Carmen; TADDEI, Roberto Romano. Jornalismo Cidadão. Você faz a notícia. *Coleção Conquiste a Rede*. Overmundo. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/banco/conquiste-a-rede-jornalismo-cidadao-voce-faz-a-noticia>. Acesso em: 20 de mar. 2008.

HALL, Stuart. *Da Diáspora - Identidades e Mediações Culturais*. Org. Liv Sovic, Belo Horizonte. Ed. UFMG/UNESCO, 2003.

JÚNIOR, Wilson Dizard. *A Nova Mídia: identidades e mediações culturais*. Org. Livro comunicação de massa na Era da Informação. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar Editor, 2000.

LÉVY, Pierre. Os três tempos do espírito. In: *As Tecnologias da Inteligência*. São Paulo: Editora 34, 1993

MAXIMILIANO, Antonio Cezar. *A Teoria geral da administração: da escola científica à competitividade da economia globalizada*. São Paulo: Atlas, 1997

NORTH, Barrie M. *JOOMLA! - Guia do Operador*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2008

RAMONET, Ignacio. *A tirania da comunicação*. 2ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

SAMPAIO, Cleuton. *Web 2.0 e Mashups: reinventando a internet*. São Paulo: Brasport, 2008.

SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. 4 ed. 2. reimpr. - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SEGEC, Pavel; KUBINA, Milan. *Using of CMS systems for schools and education*. Zilina (SVK): Faculty of management science and informatics - Department of InfoComm networks - Žilinská univerzita v Žiline, 2008.

Filmografia:

GOSSIP GIRL. Direção: Mark Piznarski. Hollywood (California/EUA): Warner, 2007-9. 5 videodiscos (aprox. 800 min.), son., color. (Série)