



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**  
Centro de Educação e Humanidades  
Faculdade de Comunicação Social

Juliana Lúcia Escobar

**DEU NO POST: blogs como nova categoria de webjornalismo: um estudo de caso sobre  
o BLOG DO NOBLAT**

Rio de Janeiro

2007

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Juliana Lúcia Escobar

**DEU NO POST: blogs como nova categoria de webjornalismo: um estudo de caso sobre  
o BLOG DO NOBLAT**



Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação e Novas Tecnologias.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Alessandra Aldé

Rio de Janeiro

2007

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

E74 Escobar, Juliana Lúcia.  
Deu no post: blogs como nova categoria de webjornalismo :  
um estudo de caso sobre o Blog do Noblat / Juliana Lúcia  
Escobar. - 2007.  
256 f.

Orientadora: Alessandra Aldé.  
Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de  
Janeiro, Faculdade de Comunicação Social.

1. Jornalismo - Teses. 2. Blogs - Teses. 3. Comunicação -  
Inovações tecnológicas – Teses. I. Aldé, Alessandra. II.  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de  
Comunicação Social. III. Título.

CDU 070

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta  
tese.

---

Assinatura

---

Data

Juliana Lúcia Escobar

**DEU NO POST: blogs como nova categoria de webjornalismo: um estudo de caso sobre  
o BLOG DO NOBLAT**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação e Novas Tecnologias.

Aprovada em: 22 de maio de 2007.

Banca examinadora:

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Alessandra Aldé (Orientadora)  
Faculdade de Comunicação Social da UERJ

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sônia Virgínia Moreira  
Faculdade de Comunicação Social da UERJ

---

Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>o</sup>. Fernando Resende  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro

2007

## DEDICATÓRIA

À minha mãe. Origem de tudo que sou. Razão de todas as minhas conquistas.  
À memória do meu pai, que assim como Deus, está sempre presente no amor que me envolve.

## AGRADECIMENTOS

Agradecer é reconhecer que em vários momentos precisamos de ajuda.

Aos meus irmãos, Marcelo, Josiane e Denise, a família que sempre tive e terei, assim como à minha mãe, pelo apoio e compreensão quanto às constantes ausências impostas pela distância.

À família que encontrei em Brasília, por me acolher e apoiar num momento de tantas mudanças. Sua ajuda e carinho foram essenciais.

À Alessandra Aldé, por tudo mas principalmente pelas palavras de incentivo nos momentos de desânimo e insegurança. A confiança em mim depositada foi crucial para que seguisse em frente quando achei que não seria capaz.

Aos professores do PPGC/UERJ Márcio Gonçalves, Vinícius Pereira e Erick Felinto pelas aulas instigantes que muito contribuíram para alimentar a curiosidade e inquietação indispensáveis a quem se dedica à pesquisa. Um obrigada especial ao Márcio pelas observações na banca de qualificação que me indicaram um caminho metodológico que se mostrou acertado.

Ao professor Alex Primo, pelo pesquisador que é e pelo colega generoso que se mostrou. Agradeço pela atenção dispensada em vários momentos e pelas conversas que me despertaram para aspectos importantes da pesquisa sobre blogs.

Aos colegas do Grupo de Pesquisa NOVAS TICS E SUA APROPRIAÇÃO: HISTÓRIAS DE VIDA E CIDADANIA, Fábio Vasconcellos e Viktor Chagas, pelas discussões que muito contribuíram para o amadurecimento das reflexões presentes neste trabalho. Suas opiniões ainda nos momentos iniciais deste estudo foram de muito auxílio.

Às amigas Cláudia Sendra, Cláudia O'Connor e Denise Topke com quem durante esses dois anos compartilhei minhas angústias intra e extra-muros acadêmicos. Vocês foram grandes achados que o mestrado me proporcionou.

Ao amigo Pedro Sangirardi que gentilmente realizou a revisão deste trabalho.

Aos colegas de turma e outros, inclusive professores que conheci em diferentes ocasiões a pretexto do mestrado; mesmo àqueles que encontrei apenas uma vez nos debates em congressos ou em conversas em mesas de bar. Vocês deram presença humana, calor e vida a um período que nos consome e nos exige um trabalho que é extremamente solitário.

À Capes, pela bolsa fornecida durante a maior parte do curso, auxílio fundamental para a produção da presente dissertação.

“... para o puro-sangue, sua folha é sua fortuna, sua casa, seu prazer, sua dominação: os outros se tornam personagens, o puro-sangue vive e morre jornalista.”

*BALZAC*



## RESUMO

ESCOBAR, Juliana L. *Deu no post: blogs como nova categoria de webjornalismo: um estudo de caso do BLOG DO NOBLAT*. 256 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2007.

Busca-se investigar se o jornalismo de blogs constitui-se como nova categoria para o *webjornalismo* fazendo-se um estudo de caso sobre o BLOG DO NOBLAT. Pretende-se descobrir o que o uso dos blogs pode acrescentar de novo à prática cotidiana do jornalismo. Faz-se uma análise textual qualitativa a partir de uma análise documental e de uma entrevista individual aberta e semi-estruturada com o jornalista. Analisa-se como Ricardo Noblat apropria-se profissionalmente do blog, uma nova tecnologia para produção de conteúdos on-line, observando como explora as potencialidades que esta oferece. A partir de uma observação sistematizada, selecionam-se dez aspectos do *webjornalismo* presentes no blog que são abordados segundo três perspectivas: a) blogs e a relação entre os meios noticiosos; b) blogs e a relação entre o jornalista/blogueiro e os leitores/internautas; c) blogs e o 'ser jornalista' ou 'fazer jornalismo'. Como resultado tem-se que os blogs podem se constituir como uma nova categoria de *webjornalismo* genuinamente surgida a partir da internet: apresentam um novo modelo de organização do conteúdo rompendo com um padrão jornalístico predominante durante décadas nas diversas mídias noticiosas. Possibilitam uma nova relação entre jornalistas e leitores onde o diálogo é mais constante e as trocas entre os interagentes do processo comunicativo são facilitadas, ocorrendo de forma mais ágil. Podem tornar o jornalista mais humilde perante seu público e instigam-no a uma auto-reflexão mais constante devido à maior confrontação com opiniões dos leitores. Conclui-se ainda que os blogs permitem que o jornalista atue com mais autonomia e liberdade frente aos chefes e empresas jornalísticas e que, ao mesmo tempo, assegurem seu *status* como mediador da realidade perante a sociedade, ainda desempenhando a função de intermediário no processo de apreensão do mundo factual.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Blogs. Internet. Novas Tecnologias

## ABSTRACT

Investigation about blogs as a new *webjournalism* category, making a case study from BLOG DO NOBLAT to discover if blogs can innovate daily journalism practice. We approached the blog under study through qualitative textual analysis, with documental analysis and an open and semi-structured individual interview with the journalist, observing Ricardo Noblat's professional appropriation and exploration of blog potentials. We arrived to ten aspects of *webjournalism* present in the blog, according to three perspectives: a) relations among media; b) the relationship between blog and journalist/blogger and readers/internet users'; c) blogs and what it means 'to be journalist' or 'make journalism'. We note that blogs can be a new *webjournalism* category that appear specifically in the internet: they have a new content organization standard that is completely different from the one adopted by other news media for decades. They allow a new journalist/blogger and readers/internet users' relationship with a more constant dialogue and easier exchange between the agents in a communicative process. They can make journalists more receptive to his public's opinion. We also note that blogs give journalists more freedom from his boss and communication companies, maintaining his *status* like a reality intermediary for society.

**Keywords:** Journalism. Blogs. Internet. News Technologies

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	10
2	<b>DA PRENSA AO POST</b> .....	22
2.1	<b>Webjornalismo – o jornalismo se desenvolve em um novo ambiente</b> .....	30
2.2	<b>A Comunicação Mediada por Computador (CMC)</b> .....	40
2.2.1	<i>Interatividade na internet como forma de participação</i> .....	41
2.2.2	<i>Web 2.0 – um desvio necessário</i> .....	48
2.3	<b>Blog – inovando (mas não tanto)</b> .....	55
2.3.1	<i>Uma definição mínima</i> .....	56
2.4	<b>Uma nova categoria de webjornalismo?</b> .....	64
2.5	<b>Ricardo Noblat: mais jornalista do que blogueiro</b> .....	71
3	<b>METODOLOGIA</b> .....	81
3.1	<b>Estudo de caso</b> .....	84
3.2	<b>Análise documental</b> .....	86
3.3	<b>Entrevista</b> .....	94
4	<b>A RELAÇÃO ENTRE OS MEIOS NOTICIOSOS</b> .....	98
4.1	<b>Novo meio, velhos hábitos</b> .....	102
4.2	<b>Uma relação de simbiose</b> .....	120
4.2.1	<i>Tudo ao mesmo tempo agora</i> .....	130
4.2.2	<i>... mas disposto de um jeito diferente</i> .....	133
5	<b>A RELAÇÃO ENTRE JORNALISTA E LEITOR</b> .....	139
5.1	<b>A internet como meio – uma nova gramática</b> .....	140
5.2	<b>Participação: uma busca constante</b> .....	146
5.3	<b>Noblat: um autêntico blogueiro?</b> .....	148
5.4	<b>“O espaço para que o leitor comente é a grande característica dos blogs”</b> .....	154
5.4.1	<i>As regras: “Ah, se o blog pudesse passar sem cortes de comentários...”</i> .....	154
5.4.2	<i>Ele, o leitor que participa: “seguramente é diferente”</i> .....	161
5.4.3	<i>O moderador: “Essa é a melhor história”</i> .....	171
5.5	<b>Memória coletiva, construção personalizada</b> .....	176
6	<b>O SER JORNALISTA OU O FAZER JORNALISMO</b> .....	186
6.1	<b>Identidade assumida e compartilhada</b> .....	193
6.2	<b>Personalização: a principal marca distintiva</b> .....	207
6.3	<b>Fragmentação</b> .....	214
6.4	<b>Enfim, um novo 'fazer jornalístico'? Um novo 'ser jornalista'?</b> .....	220
7	<b>CONCLUSÃO – QUASE UM ÚLTIMO POST</b> .....	226
7.1	<b>Blogs jornalísticos e os meios noticiosos</b> .....	236
7.2	<b>Blogs jornalísticos e a relação entre jornalistas e leitores</b> .....	238
7.3	<b>Blogs jornalísticos e o “ser jornalista” ou o “fazer jornalismo”</b> .....	239
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	243

# 1 INTRODUÇÃO

Entendemos o jornalismo como uma prática social e profissional construída e constantemente reconfigurada segundo condições sócio-culturais e tecnológicas de cada momento histórico, ou seja, de acordo com cada contexto no qual se encontra inserido. Se no século XVII, a prensa inventada por Gutenberg foi o elemento técnico determinante para o surgimento do jornal, primeiro suporte para a materialização do jornalismo, no atual contexto o elemento tecnológico que exerce esse papel é o computador associado à internet.

O surgimento dessa rede, entre outras coisas, acelerou o processo de produção e circulação de dados, informações e conhecimento ao redor do mundo, trazendo alterações para a prática cotidiana do jornalismo, como em momentos históricos precedentes também o fizeram outros artefatos tecnológicos tais como o telégrafo, o telefone, o rádio e a televisão. A internet foi apropriada como um novo suporte, demandando uma linguagem também nova, que não se limitasse apenas à adequação daquelas utilizadas pelas mídias já estabelecidas. Rapidamente foram se delineando formatos mais adequados para o que passou a ser conhecido como *webjornalismo*.

Mienlniczuk (2003) propõe uma diferenciação entre os termos jornalismo on-line, jornalismo digital, ciberjornalismo e *webjornalismo* utilizados por diferentes autores (DEUZE, 2002; PALACIOS, 2003; FERRARI, 2004; NOCI, 2006b; e outros) para referir-se ao jornalismo que envolve, de alguma forma e em diferentes níveis, o uso da internet. Não vamos nos estender sobre detalhes de nomenclatura bastando esclarecer que adotamos, neste trabalho, o termo *webjornalismo* para nos referir a conteúdos jornalísticos disponibilizados no ambiente web da internet.<sup>1</sup> Exceções serão feitas nas citações literais a autores que utilizem uma das demais variantes quando reproduzirmos suas idéias.

Desde que o *webjornalismo* começou a se configurar, vêm surgindo diferentes iniciativas que buscam explorar o que diversos autores (Mark Deuze, 2002; Marcos Palácios, 2003; Javier Dias Noci, 2006b) consideram, com algumas coincidências, como características próprias do jornalismo na web. Características que são, a nosso ver, potencialidades do ambiente www no que diz respeito à disposição e à divulgação de qualquer tipo de conteúdo.

Um dos objetivos deste trabalho é descobrir como tais potencialidades podem ser exploradas pela apropriação jornalística que vem sendo feita dos blogs, um novo mecanismo de publicação de conteúdos na web que gera um modelo específico de site.

Consideramos que as tecnologias e muito especialmente as de comunicação, por si sós, não determinam os fenômenos sócio-culturais, mas os condicionam. Ao estudar novas

---

<sup>1</sup> Embora seja lugar-comum utilizar os termos internet e web como sinônimos, lembre-se que são coisas distintas: web ou www é uma interface gráfica, o ambiente da internet em que são publicados conteúdos por meio de diferentes modelos de sites. A internet abarca uma gama de serviços dos quais a www é apenas um tipo. Outros exemplos são o correio eletrônico (e-mail) e a transferência de arquivos via FTP (sigla em inglês para *file transfer protocol* – protocolo de transferência de arquivos).

tecnologias de comunicação (NTC), portanto, é preciso considerar as apropriações que delas fazem os agentes humanos, conscientes de que são sempre processos complexos que geram influências recíprocas.

Assim, para atingir o objetivo de descobrir o que o blog, como nova tecnologia, pode trazer para a prática profissional do jornalismo, entendemos que a forma mais adequada seria realizar um estudo de caso. Nossa hipótese é de que o jornalismo de blog constitui-se como uma nova categoria para o *webjornalismo*. Como objeto para nosso estudo de caso escolhemos o **BLOG DO NOBLAT** (<http://oglobo.globo.com/pais/noblat/>)<sup>2</sup>.

Este trabalho divide-se em sete capítulos, incluindo esta introdução e a conclusão. No **Capítulo 2 – Da Prensa ao Post** expomos o universo teórico conceitual no qual nossa pesquisa situa-se: o jornalismo e as novas tecnologias de comunicação. Nossa perspectiva é a que considera, no desenvolvimento de ambos, os aspectos de continuidade mais do que os de ruptura. Concordamos com Palácios para quem “as características do Jornalismo na web aparecem, majoritariamente, como Continuidades e Potencializações e não, necessariamente, como Rupturas com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores”. (2003, p. 22)

Assim, lembramos que há atributos presentes nos diversos tipos de jornalismo, desde o praticado em panfletos e libelos no século XVII até o que podemos encontrar atualmente na

---

<sup>2</sup> O BLOG DO NOBLAT esteve no portal do ESTADÃO até 31 de dezembro de 2006. Em 1º de janeiro de 2007 passou a integrar o conteúdo do GLOBO ONLINE, portal do jornal O GLOBO. O blog ganhou então novo *lay out* mantendo, ao menos até o momento de conclusão deste trabalho, as mesmas seções e rubricas. Sofreu algumas alterações do ponto de vista técnico que serão citadas aqui quando consideramos necessário. Chega-se até o blog também pelo endereço [www.blogdonoblat.com.br](http://www.blogdonoblat.com.br).

web. Para considerar este ou aquele blog como um veículo jornalístico, nossa proposta é que inicialmente se verifique a existência de tais atributos.

Passamos em seguida a descrever, sucintamente, como o jornalismo ganhou novas configurações ao ser incorporado ao ambiente web da internet fazendo surgir o *webjornalismo*. Este, a exemplo do radiojornalismo e do telejornalismo, explora as potencialidades de uma nova mídia, gerando diferentes formas de apresentação e disposição de conteúdos. E no momento em que a web se torna o *locus* para inovações e alterações que afetam desde a rotina de trabalho dos profissionais da área até a forma como as notícias vão ser apresentadas, é possível falar-se em diferentes categorias de *webjornalismo*.

Na seqüência, descrevemos tendências que levaram ao surgimento do blog como novo modelo de site. Falamos de algumas iniciativas da chamada Web 2.0 que entendemos como formas de se colocar em prática, nos dias de hoje, o conceito de interação mútua (Primo, 1998). Abarcando aspectos técnicos, comerciais e de trocas entre interagentes<sup>3</sup>, a Web 2.0 constitui-se como mais uma etapa de um processo ainda em andamento. O termo denominaria portanto uma tendência atual para as configurações dos processos de Comunicação Mediada por Computador (CMC).

---

<sup>3</sup> A exemplo do que faz Primo (1998) preferimos adotar os termos agentes ou interagente no lugar de emissor e receptor. Pretendemos com isso nos distanciar de uma visão tradicional dos estudos de comunicação que divide a produção e consumo de mensagens nestes dois pólos, a princípio, antagônicos. Tal perspectiva é inadequada quando se trata da comunicação mediada por computador (CMC). “Muitos esforços de pesquisa e muito debate foram necessários para aparar a confusão disseminada pelo modelo da teoria da informação. O modelo emissor-receptor, linear, mecanicista, hierárquico e desigual reservava a uma parte do sistema apenas a 'passividade', permitindo-lhe tão somente o *feedback*” menciona o autor já na introdução de seu artigo.

Passamos então a descrever os blogs, suas ferramentas e funcionalidades, chegando a uma definição mínima que, aliada ao conceito de jornalismo adotado, nos leva às características que nos permitem diferenciar blogs jornalísticos dos demais.

**No capítulo 3 - Metodologia** descrevemos a metodologia adotada, explicitando os motivos da escolha do **BLOG DO NOBLAT** como objeto para nosso estudo de caso, assim como os critérios para a definição do *corpus* de nossa pesquisa. Os métodos adotados para a coleta de dados foram a análise documental e a entrevista individual. A interpretação das informações colhidas foi feita por meio de uma análise textual qualitativa.

O principal material que constitui nossa documentação são posts do **BLOG DO NOBLAT**. Durante os meses de abril, maio e junho de 2006 fizemos uma observação sistemática acompanhada de um diário de campo com anotações sobre a rotina de publicação adotada por Ricardo Noblat no blog e sobre o conteúdo de alguns de seus textos, sobretudo os que se dirigiam a leitores e os que, de forma direta ou indireta, referiam-se à prática jornalística. Escolhemos esses três meses para nossa observação por se tratarem de um período de “temporalidade aberta” (BORGES, 2006) e livre de escândalos políticos midiáticos (THOMPSON, 2002). A presente dissertação ganhou corpo e forma principalmente a partir desse trabalho de acompanhamento, leitura e reflexão detida sobre nosso objeto de estudo. Também fazem parte da nossa documentação materiais consultados ainda na fase de revisão e pesquisa bibliográfica, tais como livros do próprio Ricardo Noblat assim como artigos e entrevistas em que fala sobre sua experiência profissional.



Com a entrevista individual em profundidade pudemos confrontar os resultados do trabalho de análise do *corpus* com a prática jornalística cotidiana de Noblat como blogueiro, expressa em seu discurso. A partir dessa entrevista com o profissional que se apropriou do blog como mecanismo tecnológico, convivendo diariamente com as implicações que seu uso acarreta, pudemos incluir no estudo o entendimento que o próprio jornalista tem dos aspectos sobre os quais nos debruçamos.

Nos demais capítulos expomos os resultados da nossa análise sobre o jornalismo praticado por Ricardo Noblat em seu blog. A partir da observação dos posts publicados nos meses de abril, maio e junho de 2006, identificamos vários aspectos relacionados com jornalismo e NTC, entre os quais escolhemos abordar os dez listados a seguir:

- a) Auto-referenciação
- b) Convergência / multimidialidade
- c) *Ethos* jornalístico / organizador avalizado do conhecimento
- d) Fragmentação
- e) Hipertextualidade
- f) Memória

- g) Organização do conteúdo
- h) Personalização
- i) Relação com leitores / interatividade
- j) Remediação

Note-se que entre eles estão cinco das seis características típicas do *webjornalismo* segundo Palácios (2003) – interatividade, multimidialidade, hipertextualidade, memória e personalização. A única não incluída é a atualização contínua que se refere à histórica relação do jornalista com o tempo, tema amplamente discutido por Franciscato (2005). Decidimos não abordá-la por considerar que não ganha nuances próprias ao considerarmos o jornalismo de blog frente ao *webjornalismo* em geral, diferentemente das demais características.

Situando de forma precisa nosso trabalho no universo de discussões sobre jornalismo e NTC, abordamos os dez aspectos escolhidos tendo como fios condutores três perspectivas de raciocínio – às quais nos referimos também como linhas temáticas – que nomeiam os capítulos 4, 5 e 6, norteados pelas seguintes questões específicas:

- **Capítulo 4 - Relação entre os meios noticiosos:** como o **BLOG DO NOBLAT** se insere na relação entre os meios noticiosos brasileiros?

- **Capítulo 5 - Relação entre jornalistas e leitores:** o que caracteriza a relação do jornalista/blogueiro Ricardo Noblat com seus leitores/internautas?
- **Capítulo 6 - Ser jornalista / Fazer jornalismo:** a apropriação do blog para sua prática profissional altera o 'fazer jornalístico' ou o 'ser jornalista' de Ricardo Noblat ou o que ele entende por 'fazer jornalismo' e 'ser jornalista'?

Discutindo essas questões específicas chegamos a respostas para nossas questões gerais:

1ª) Blogs jornalísticos podem promover alterações nas relações estabelecidas entre os meios noticiosos?

2ª) A mediação por meio de blogs pode alterar a relação entre jornalistas e leitores?

3ª) A apropriação de blogs por jornalistas para sua prática profissional pode alterar o que entendem por 'ser jornalista' ou por 'fazer jornalismo'?

Nosso trabalho adota uma perspectiva diferente de outras pesquisas pioneiras sobre blogs desenvolvidas no âmbito acadêmico brasileiro. Denise Schittine, cuja dissertação de mestrado deu origem ao livro *BLOG: COMUNICAÇÃO E ESCRITA ÍNTIMA NA INTERNET*, aborda os blogs ainda sob a perspectiva de diários virtuais. A obra foi publicada em 2004, antes do momento que consideramos como marco da eclosão dos blogs como veículos jornalísticos no

contexto brasileiro – a crise política desencadeada em 2005 pelo escândalo do Mensalão<sup>4</sup>. A autora dedica um capítulo à associação do jornalismo com blogs mas sua abordagem é sobre seu uso por jornalistas e não como veículo jornalístico, o que é diferente. Assim, vamos recorrer à Schittine ao tratarmos de características dos blogs em geral.

O trabalho de Jan Allyne Barbosa e Sylva, *MÃOS NA MÍDIA: WEBLOGS, APROPRIAÇÃO SOCIAL E LIBERAÇÃO DO PÓLO DA EMISSÃO*, finalizado em 2003, nos auxiliou no esforço inicial para entender nosso objeto de estudo em termos históricos e, sobretudo, técnicos e funcionais devido à detalhada descrição que oferece. A autora já vislumbrava que a disseminação dos blogs traria implicações sobre a prática jornalística. Como nós, acredita haver uma relação de simbiose entre os blogs e outros meios noticiosos e também que a personalização é um aspecto marcante desse modelo de site.

Já Artur Vasconcellos Araújo, em sua dissertação defendida em 2006, *WEBLOG E JORNALISMO: OS CASOS DE NO MÍNIMO WEBLOG E OBSEVATÓRIO DA IMPRENSA (BLOI)* se dedica especificamente ao jornalismo praticado em blogs. Antes de conhecer a abordagem de Araújo, já havíamos decidido desenvolver nosso trabalho de maneira similar à sua: adotar uma definição básica para jornalismo, entender o que são os blogs e o que os caracterizam para então chegarmos a critérios que nos possibilitassem considerar determinado blog como jornalístico ou não. Note-se que idéia do autor de blogs como “conceito de página de hipertexto no ambiente digital” é a mesma que expressamos ao considerá-los um “novo

---

<sup>4</sup>No dia 6 de junho de 2005, o então Deputado Federal Roberto Jefferson, que havia sido acusado de comandar um esquema de corrupção nos Correios, concedeu entrevista ao jornal Folha de S. Paulo (“Jefferson denuncia mesada paga pelo tesoureiro do PT”) na qual mencionou a existência do que ficaria conhecido como mensalão – o pagamento de uma quantia mensal a vários deputados para que votassem no congresso de acordo com os interesses do governo.

mecanismo de publicação de conteúdos na web que gera um modelo específico de site”. No entanto, em todo o resto, nossos trabalhos seguem por caminhos bem distintos, desde as referências bibliográficas indicativas do escopo teórico em que cada trabalho situa-se, passando pelos critérios para a seleção dos objetos e *corpus* de análise, chegando à metodologia escolhida. Araújo opta pela análise do discurso e nós por uma análise textual qualitativa centrada em um estudo de caso.

Cabe também mencionar a dissertação de Larissa de Moraes Ribeiro Mendes, OUTRAS PRÁTICAS, OUTRAS NARRATIVAS: JORNALISMO EM TRANSFORMAÇÃO NOS BLOGS JORNALÍSTICOS, defendida no início de 2007 e que tem o BLOG DO NOBLAT como um dos objetos de estudo, ao lado dos blogs de Josias de Souza, NOS BASTIDORES DO PODER, da FOLHA ONLINE, e do BLOG DO COLUNISTA - JORGE BASTOS MORENO, DO GLOBO ONLINE. Mendes discute o conceito de notícia e os critérios de noticiabilidade. Trabalha com a hipótese de a chamada crise da modernidade e a internet trazerem uma necessidade de revisão do conceito de notícia. Uma das conclusões a que chega, com a qual concordamos é que “em vez de aniquilar os jornais, a internet pode ajudá-los – como a nosso ver já está fazendo – a encontrar possibilidades narrativas que revigorem a prática jornalística, a partir de um modo de produção que permite, ao mesmo tempo, mais liberdade e maior contato com o receptor [...]” (MENDES, 2006, p. 123). E se, como acredita a autora, “ao alterar as fronteiras entre o que é e o que não é jornalismo, entre quem é e quem não é jornalista, a internet obriga o jornalismo a se repensar e, por que não, a se reinventar” (*ibid.*, p. 124) o que nosso trabalho faz é tentar entender como o jornalista Ricardo Noblat vem repensando e reinventando sua prática profissional a partir da apropriação que fez do blog.

E temos ainda a monografia de Viktor Chagas A BLAGUE DO BLOG (INTERATIVIDADE, SUBJETIVIDADE E HORIZONTALIDADE NOS BLOGS JORNALÍSTICOS DE POLÍTICA), finalizada em 2006 e que se concentra em blogs políticos de opinião, não jornalísticos e jornalísticos entre os quais inclui o BLOG DO NOBLAT. Os blogs foram objeto de estudo em uma das linhas da pesquisa “Novas TICs e sua apropriação: histórias de vida e cidadania”, coordenada pela Profª Drª Alessandra Aldé no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Faculdade de Comunicação Social (FCS) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), no qual fomos companheiros. Nossas discussões nos levaram a refletir conjuntamente sobre idéias e conceitos sugeridos por outros profissionais ou estudiosos (como os de “humildificador”, “produtores primários e secundários”, “horizontalização da produção de conteúdos”, entre outros). Desta forma, compartilhamos posicionamentos e opiniões, como exposto no artigo A FEBRE DOS BLOGS DE POLÍTICA escrito conjuntamente.<sup>5</sup>

As conclusões a que chegamos, expressas no **Capítulo 7 – Quase um último post**, são válidas, cabe-nos destacar, especialmente para o objeto da nossa pesquisa, como devem ser os resultados de um estudo de caso. Mas é legítimo supor que possam também se aplicar a outros casos.

A principal conclusão a que chegamos é a confirmação da hipótese de que o jornalismo de blog pode estar se constituindo como uma nova categoria de *webjornalismo*. As potencialidades do uso jornalístico do blog que identificamos são efetivadas no BLOG DO NOBLAT. O mais relevante é que, ao serem efetivadas, geram reconfigurações no que diz

---

<sup>5</sup>ALDÉ, Alessandra, CHAGAS, Viktor, ESCOBAR, Juliana Lúcia. A FEBRE DOS BLOGS DE POLÍTICA. In: XV Compós - Encontro anual da associação nacional dos programas de pós-graduação em comunicação, 2006, Bauru. CD-ROM do XV Compós - Encontro anual da associação nacional dos programas de pós-graduação em comunicação. Bauru: COMPÓS/UNESP, 2006.

respeito à relação entre os meios noticiosos; à relação entre leitores/internautas e jornalistas/blogueiros; e podem provocar alterações no que os jornalistas entendem por 'ser jornalista' e 'fazer jornalismo', conforme demonstramos nas páginas que se seguem.

## 2 DA PRENSA AO POST

É por possuir atributos intrínsecos e, num certo sentido, imutáveis, que o jornalismo pode ser entendido como prática social consolidada, preservando em seus mais diversos formatos os mesmos traços distintivos. Entre tais atributos estão os relacionados à sua matéria-prima, as notícias, “marcadas em diferentes sociedades democráticas por similitudes significativas devido aos valores-notícias partilhados que são uma parte importante da cultura jornalística”. (TRAQUINA, 2005b, p. 26)

No entanto, ainda antes de se falar em valores-notícias, temos como atributos básicos do jornalismo a novidade, a atualidade, a universalidade e o interesse. É preciso acrescentar a esta lista um valor muito caro à comunidade jornalística: a veracidade.

Ao incluir a veracidade nesta lista consideramos que ao noticiar um fato, o jornalista precisa acreditar que ele seja verdadeiro. No entanto, isto não é suficiente para impedir equívocos como o famoso caso da Escola Base, em São Paulo, que se tornou emblemático como exemplo de erros cometidos pela imprensa. O episódio, que veio à tona em 2003, do jornalista americano Jayson Blair, que durante anos inventou histórias e entrevistas que foram



publicadas no conceituado diário *New York Times*, configura-se como uma exceção que confirma a regra.

Existe um acordo tácito entre os que escolhem esta profissão de jornalista e o leitor/ouvinte/telespectador que torna possível dar credibilidade ao jornalismo: o principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia, não é ficção, isto é, os acontecimentos ou personagens das notícias não são invenção dos jornalistas. (TRAQUINA, 2005a, p. 19)

Ainda que caibam divergências teóricas quanto em que medida o relato jornalístico seria um retrato fiel (teoria do espelho); uma seleção (teoria do *gatekeeper*); uma construção ou reconstrução social (*newsmaking*); ou uma representação distorcida da realidade (teorias instrumentalistas) (TRAQUINA, 2006a e 2006b; PENA, 2005; WOLF, 1987), é consensual a idéia de que o jornalismo refere-se à realidade, aqui entendida como aquilo que se passa no mundo factual.

Atualidade e novidade são conceitos que, normalmente, se confundem. Mas, em se tratando do jornalismo, conforme esclarece Felipe Pena, é possível separar atualidade de novidade uma vez que o importante é a percepção do ponto de vista de quem recebe a informação. “A temporalidade não se refere ao fato, mas à forma como é transmitido, ou melhor, mediado. É o instante da mediação que realmente conta.” (PENA, 2005, p. 39). Ou seja, um fato é novidade para nós desde que não tenhamos tido, anteriormente, conhecimento dele, diga respeito a algo atual ou antigo. Como exemplo, o autor cita a divulgação de o *Big Bang* (a grande explosão que teria dado origem ao universo) ter ocorrido há 14 bilhões de anos, e não há 9 como se acreditava até então. O assunto foi manchete em vários países

porque, embora o fenômeno não fosse novo (ocorreu há bilhões de anos), sua descoberta (a fotografia feita pelo telescópio Hubble captando o momento da explosão de uma estrela) era atual.

Assim, em linhas gerais, uma informação, para constituir-se como notícia, precisa referir-se a um acontecimento real, dotado de novidade, atualidade e universalidade. Este último atributo diz respeito ao alcance do fato noticiado: quanto maior o número de pessoas interessadas naquela informação, maior seu potencial jornalístico. Por isso a pauta da mídia noticiosa incluiu diariamente temas de interesse geral e constante da população tais como educação, saúde, segurança, transporte, moradia.

Mas como jornalismo não é apenas sinônimo de notícia, para a constituição dessa prática social, foram necessários outros dois atributos: a difusão e a periodicidade. É neste ponto que a tecnologia ganha lugar.

Foi só com o surgimento da impressão, a partir da invenção dos tipos móveis por Gutenberg no século XV, que o relato das notícias pôde ganhar difusão (distribuição em escala geográfica ampliada) e periodicidade (publicação constante e regular), constituindo-se a partir de então como prática social que se consolidaria, ao longo dos tempos, como atividade profissional. Franciscato, ao falar da dimensão temporal dessa revolução da imprensa e seus efeitos sobre as notícias no século seguinte, remete-nos a artigo de Daniel Woolf do qual depreende que:

[...] a impressão mecânica não aumentou a velocidade de circulação da notícia mas regularizou o fluxo das transmissões e o intervalo entre elas, expandiu o número de

peças lendo ou discutindo versões variadas da mesma notícia e, também, possibilitou a apresentação de versões múltiplas (e às vezes conflitantes) do mesmo evento (WOOLF apud FRANCISCATO, 2005, p. 40)

O fato de não serem publicações regulares é um dos motivos para Traquina considerar as folhas volantes inglesas do século XVII como “uma forma pré-moderna do jornal” (2005b, p. 64).

No entanto, publicações impressas com periodicidade fixa e que atinjam um grande público, por estas características apenas, não se constituem como produtos jornalísticos. Fosse assim, almanaques e guias publicados anualmente, por exemplo, teriam que ser considerados como tais. Para configurar-se como jornalismo é preciso que a periodicidade e a difusão estejam conjugadas aos fatores que citamos acima (veracidade, atualidade, novidade, universalidade e interesse).

Para as colocações que faremos no presente trabalho, entendemos então que jornalismo é a **difusão para um grande número de pessoas** geralmente, com **periodicidade** determinada, de **acontecimentos reais dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse.**

A constituição da imprensa teve início na segunda metade do século XVII e, ao longo dos séculos seguintes, fatores relacionados à circulação de coisas e pessoas (como o aprimoramento e a invenção de novos meios de transporte e a melhoria de estradas e serviços) e outros, relacionados à transmissão de dados e informações (como a invenção e

desenvolvimento de novos aparatos tecnológicos – telégrafo, telefone, etc.) tiveram efeitos diretos sobre os processos de produção e de divulgação de conteúdos jornalísticos assim como sobre as capacidades, habilidades e possibilidades do jornalista no exercício diário de seu ofício. (FRANCISCATO, 2005, p. 38 e 39)

Consolidado hoje como importante prática social e profissional, o jornalismo é uma atividade cujas origens remontam à comunicação oral. A fase em que as notícias (sua matéria-prima) eram transmitidas oralmente (*spoken news*) é normalmente considerada como uma pré-história do jornalismo, à qual se seguiram as fases das *written news* e das *printed news*. (STEPHENS apud FRANCISCATO, 2005: 30). Para o pesquisador Peter Burke, além dos púlpitos das igrejas, outros importantes tipos de comunicação oral seriam a acadêmica, o canto, o boato e a informação de tabernas, banhos públicos, clubes, bares e cafés. (BURKE, 2004: 38-41) Formas embrionárias de jornalismo surgem a partir do avanço dessas conversações, quando os relatos das notícias deixam de ser apenas orais e passam a ser escritos, inicialmente, à mão, como nas *lettere d'avvisi*: “cartas manuscritas não periódicas que já eram recebidas pelos comerciantes venezianos desde o século XIII” (PENA, 2005, p. 34). E foi graças à invenção dos tipos móveis por Gutenberg (que já tinham possibilitado, dois séculos antes, a constituição do livro no modelo como o temos ainda hoje) que tipógrafos europeus teriam dado vida às primeiras formas de jornalismo ao imprimir gazetas e panfletos no início do século XVII<sup>6</sup>.

Assim é que o caminho que vai das origens do jornalismo, com o uso do papel como suporte físico (o primeiro dos muitos que estavam por vir) até os blogs da atualidade (em que

<sup>6</sup> A data e o país exatos em que teria surgido o primeiro jornal é ponto controverso entre estudiosos. Consideramos este dado irrelevante para o enfoque do nosso trabalho.

o suporte é a tela e toda uma rede de fios e cabos pelos quais transitam as informações) passa antes pela invenção da tipografia e com ela, da imprensa moderna. O jornal impresso, principal veículo surgido historicamente para divulgação de conteúdos novos, deu nome a essa atividade. A palavra jornal vem do italiano *giornale*, que tem origem no latim *diurnale*, significando diário, ou seja, o que ocorre com o passar dos dias (*jour, giorno*).

A partir de então e em contextos diferentes, artefatos tecnológicos como o telégrafo, o telefone, o linotipo e a máquina de escrever trouxeram alterações para o 'fazer jornalístico'. Ao mesmo tempo em que possibilitou a cobertura de eventos que aconteciam longe da sede do jornal, o uso do telégrafo condicionava o conteúdo das notícias, que se tornaram mais curtas – sobretudo devido aos custos, pois as empresas pagavam por letra contida em cada telegrama – e mais fragmentadas. A incorporação do telefone à rotina jornalística, além de agilizar o contato dos repórteres com a sede do jornal para a transmissão das notícias, foi um estímulo para a divisão do trabalho nas redações. O linotipo e a máquina de escrever imprimiram maior rapidez ao ritmo de produção das notícias. Ao possibilitar a transmissão ao vivo, o rádio e a televisão redefinem o sentido de instantaneidade no jornalismo, alterando a atuação do jornalista como mediador social. (FRANCISCATO, 2005)

Com isto, vemos que rapidez na produção e divulgação de notícias assim como a fragmentação do relato jornalístico não são exclusividades das mídias contemporâneas, notadamente a internet. Tecnologias como o telefone e o telégrafo – que no contexto em que surgiram também eram novas – já colocavam para a prática jornalística questões que ainda hoje estamos discutindo. Cabe-nos, portanto, refletir sobre a forma como tais fenômenos se dão atualmente e com que conseqüências.

Schudson (1978), falando sobre a gradativa construção do ideal de objetividade que ainda hoje impera no jornalismo norte-americano (que muito influenciou e ainda influencia o jornalismo brasileiro), mostra como a narrativa nos diários dos EUA sofreu alterações significativas desde meados do século XIX. Entre os fatores que influenciaram tais mudanças, segundo o autor, estão aqueles de ordem técnica (notadamente inovações e invenção de artefatos tecnológicos); os de ordem contextual, como a maior ou menor crença em alguns ideais em determinados momentos históricos (democracia, liberalismo econômico, etc.) e os que podemos considerar de ordem intrínseca ao campo jornalístico (como o surgimento das primeiras agências de notícias entre os anos 1830-1860 e do profissional de relações públicas nos anos entre as duas grandes guerras).

Por exemplo: no período pós Segunda Guerra nos EUA criou-se um jornalismo menos refém do conceito de objetividade, que vinha sendo explorado de forma abusiva pelos diários impressos. Além da postura crítica dos jovens jornalistas que adotavam posicionamentos mais questionadores, a aceitação de textos analíticos também se devia a dois aspectos de ordem tecnológica: o primeiro é o surgimento da televisão, meio audiovisual que mais do que relatar os fatos mostrava-os com todo o realismo das imagens em movimento. Paralelamente, surgiam as primeiras revistas semanais ilustradas que logo ganhariam cores. Para fazer frente à nova concorrência, os jornais diários precisavam manter o foco no factual, como a TV e, ao mesmo tempo, oferecer um aprofundamento na abordagem de causas e efeitos, enfoque interpretativo próprio das revistas. Da análise de Schudson depreende-se que o gênero jornalístico predominante é influenciado pela incorporação de novas tecnologias ao processo de produção e divulgação das notícias.

As alterações por que passam as sociedades costumam ser multidirecionais, havendo, em cada época, visionários à frente de seu tempo. Apesar da atuação desses visionários, as inovações técnicas não ocorrem no mesmo ritmo das mudanças de mentalidade do público e de sua capacidade de usufruir dos usos possibilitados pelas novas tecnologias, conforme acredita Dominique Wolton: “A dificuldade vem uma vez mais do choque entre duas escalas de tempo, aquela da mudança técnica (uns vinte anos) e aquela dos comportamentos sociais, muito mais lentos para se constituir” (2004, p. 93). Muitos artefatos terão suas potencialidades efetivamente exploradas muitos anos depois de seu surgimento. Algumas delas podem nem mesmo se efetivar uma vez que dependem dos usos e das apropriações que os agentes humanos fazem ou não de cada tecnologia.

Assim, não estamos assumindo aqui uma postura tecnicista, segundo a qual as práticas sociais seriam totalmente determinadas pelas tecnologias. Mas é preciso reconhecer que estas apresentam condições distintas, em cada contexto histórico-cultural e isto influencia as atualizações por que passam as práticas sociais. Recorrendo mais uma vez a Wolton:

Esta dimensão técnica não é, aliás, completamente neutra e também comporta dimensões culturais; basta, por exemplo, verificar como um carro ou um telefone não têm em absoluto o mesmo impacto em duas sociedades diferentes, simplesmente porque os contextos de utilização, os modos de vida, os estilos, as relações sociais, os climas, os hábitos ... são diferentes. O que dizer então das tecnologias de comunicação que mobilizam principalmente os símbolos, as referências, os códigos? (*Ibid.*, p. 121)

Como prática social o jornalismo é fruto da ação de agentes humanos situados no espaço e no tempo que, apropriando-se das tecnologias e inovações disponíveis, promovem

renovações e reconfigurações de tal prática. A partir do uso de novos suportes surgiram as variantes radiojornalismo, telejornalismo e, mais recentemente, *webjornalismo*, cada qual apresentando características particulares configuradas em grande parte como adequações às potencialidades técnicas da mídia utilizada – rádio, televisão e internet, respectivamente. E mesmo quando falamos em impresso, podemos distinguir entre o jornalismo de revista e o dos jornais diários (VILLAS BOAS, 1996), embora a tecnologia seja fundamentalmente a mesma.

Para nosso estudo, entendemos ser importante identificar as alterações que o blog está inserindo na prática cotidiana do jornalismo para perceber se este novo uso da internet por esta categoria profissional implica em alterações na própria prática jornalística.

### **2.1. *Webjornalismo* – o jornalismo se desenvolve em um novo ambiente**

Como mencionamos na introdução, assim como se tem telejornalismo e radiojornalismo, pode-se também falar em *webjornalismo* no momento em que a web apresenta-se como um *locus* para reconfigurações e renovações pelas quais a atividade jornalística vem passando recentemente.



Deuze (2002) propõe uma tipologia que permita estudar o *webjornalismo* a partir da aplicação dos conceitos de interatividade, hipertexto e multimídia, a seu ver, características chave do jornalismo on-line que explica resumidamente no trecho a seguir:

O jornalista online tem que tomar decisões sobre que formato ou formatos de mídia melhor contam um história (multimídia), tem que considerar as opções para o público responder, interagir ou mesmo customizar certas histórias (interatividade), e pensar sobre formas de conectar a história com outras histórias, arquivos, pesquisas e coisas assim através de hiperlinks (hipertexto).<sup>7</sup>

O autor considera que a presença destas características tem implicações distintas em diferentes tipos de sites de notícias e de jornalismo on-line. Acreditando ser “crucial para o entendimento sobre como as relações entre jornalismo e Internet evoluem, distinguir entre um foco no conteúdo editorial ou na conectividade pública por um lado, e no sistema aberto ou fechado para a comunicação participativa de outro”<sup>8</sup>, propõe a seguinte tipologia dos sites de notícias: a) *mainstream news sites* b) *index and category sites* c) *meta and comment sites* e d) *share and discussion sites*.

Na escala gradativa proposta pelo autor, num extremo estariam os sites que oferecem conteúdo puro e simplesmente, não estando abertos para qualquer tipo de participação e, no

---

<sup>7</sup> \* T.A. “The online journalist has to make decisions on which media format or formats best tell a certain story (multimedia), has to consider options for the public to respond, interact or even customize certain stories (interactivity), and thinks about ways to connect the story to other stories, archives, resources and so on through hyperlinks (hypertext).” \* Com aqui, ao longo de todo este trabalho, as iniciais T.A. (Tradução da Autora) nas notas de rodapé precedem as citações em suas línguas originais, indicando que as traduções, incluídas no corpo do trabalho, foram feitas pela autora.

<sup>8</sup> T.A. “Crucial to the understanding of how the relationships between journalism and the Internet evolve is to distinguish between a focus on editorial content or public connectivity on the one hand, and a system of open or closed participatory communication on the other hand.”

extremo oposto, aqueles que colocam em prática algum modelo de comunicação participativa na produção e divulgação dos conteúdos.

Para Diaz Noci (2006) há algumas mudanças substanciais introduzidas pelo *webjornalismo*. O hipertexto apresenta-se como uma alternativa à apresentação linear dos conteúdos. Na web, um jornal não tem mais que ser diário; as redações são de ciclo contínuo e já não há as limitações de espaço dos meios impressos e nem de tempo dos meios audiovisuais. Desta forma, as barreiras espaço-temporais já não são uma obrigação mas apenas uma escolha entre várias possíveis. A multimídia, por sua vez, requer o uso integrado de recursos e não meras justaposições.

Somando-se à hipertextualidade, à multimídia e ao assincronismo, Diaz Noci considera ainda a interatividade e a memória como as principais características do *webjornalismo*.

[...] o *webjornalismo* é capaz de oferecer uma informação personalizada e aprofundada. Nessa complexa arquitetura, os itens informativos já não são peças isoladas, fazendo parte de uma estrutura potencialmente modular. A informação de atualidade de hoje pode ser, dito de outra forma, a documentação contextual da notícia de amanhã. (DIAZ NOCI, 2006a, p. 6)<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> T.A. “[...] el ciberperiodismo es capaz de ofrecer una información personalizada y profunda. En esa compleja arquitectura, los ítems informativos ya no son piezas aisladas, sino que forman parte de una estructura potencialmente modular. La información de la actualidad de hoy puede ser, dicho de otra manera, la documentación contextual de la noticia de mañana.”

O autor ressalta que “a personalização, que vários autores mencionam, é outra característica do *webjornalismo*, ainda que, em nossa opinião, seja consequência das cinco anteriores.”<sup>10</sup> (*Ibid.*, p. 6)

Para Palácios “a possibilidade de dispor de espaço ilimitado para a disponibilização do material noticioso é [...] a maior Ruptura a ter lugar com o advento da web como suporte mediático para o jornalismo”. (2003, p. 24) Como já citamos, para este autor são seis as características do *webjornalismo* (multimedialidade/convergência; interatividade; hipertextualidade; customização do conteúdo/personalização; memória; instantaneidade/atualização contínua). Afirma que “o jornalismo na web encontra sua especificidade não apenas pela Potencialização das características já descritas, mas principalmente pela combinação dessas características potencializadas, gerando novos efeitos”. (*Et. seq.*)

Conforme estudos do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line da Facom-UFBA, o desenvolvimento do *webjornalismo* (JOL na denominação abreviada do grupo para jornalismo on-line) pode ser dividido em três fases, atentando-se para o fato de que

Não se trata de uma divisão estanque no tempo e tais categorias também não são excludentes entre si, ou seja, em um mesmo período de tempo, podemos encontrar publicações jornalísticas para a *web* que se enquadram em diferentes gerações e, em uma mesma publicação, podemos encontrar aspectos que remetem a gerações distintas. (Mielniczuk, 2003, p. 45)

---

<sup>10</sup> T.A. “*La personalización, que varios autores mencionam, es otra de las característica del ciberperiodismo, aunque, en nuestra opinión, es consecuencia de las cinco anteriores.*”

Assim, o JOL de primeira geração (ou fase de transposição) é tão somente a transferência para a internet de parte ou de todo o conteúdo publicado na versão impressa do veículo. Não há preocupação em explorar as possibilidades específicas da web como um novo suporte – como a publicação no momento em que se finaliza a apuração e não necessariamente obedecendo à lógica de horário de fechamento das edições impressas, por exemplo. E era isto que se fazia: as atualizações dos sites noticiosos – na verdade as transposições para a internet do material divulgado no veículo impresso – eram feitas a cada 24 horas ou em períodos maiores de tempo.

A segunda geração (ou fase da metáfora) é quando a organização do conteúdo na web continua guardando forte relação com o jornal impresso, ainda que não se restrinja mais a uma simples transposição. O que se busca é repetir na web padrões de disposição das informações que possam ser facilmente identificados pelos leitores. Mas, paralelamente, já começam a ser efetivadas potencialidades do ambiente multimídia constituído pela www, como a utilização de links explorando-se as possibilidades do hipertexto e já se buscam formas de interatividade entre jornalistas e leitores, quer seja pelo uso do e-mail ou pela manutenção de fóruns e salas de bate-papo on-line (chats). No entanto, no que diz respeito à forma como as informações são dispostas na tela e oferecidas ao público, a tendência ainda predominante é a da repetição de modelos consolidados pelos suportes midiáticos anteriores.

Já na terceira geração (ou fase de exploração das características do suporte web) o que se observa é o surgimento de veículos criados especificamente para a internet, sem correlatos fora do ambiente web. Publicações em outros suportes, sobretudo impressos, deixam de ser referência para sites informativos. É quando “é possível observar tentativas de efetivamente

explorar e aplicar as potencialidades oferecidas pela web para fins jornalísticos” (Mielniczuk, 2003, p. 50). Os veículos on-line começam então a explorar de fato recursos próprios deste novo suporte como a multimídia, a interatividade e a atualização contínua. Passa a utilizar sons e animações. Intensificam a realização de chats, recurso utilizado para colocar os leitores em contato mais direto com personalidades em entrevistas coletivas. Surgem os primeiros sites do tipo últimas notícias em que as atualizações deixam de obedecer ao ciclo tradicional de 24 horas próprio dos jornais impressos.

Nesta terceira fase do *webjornalismo* são criados os portais, primeiramente nos EUA, quando grandes sites de busca começam a disponibilizar conteúdo informativo gratuito. Em pouco tempo, aparecem sites especializados na produção de conteúdo noticioso, contando com equipes de profissionais que trabalham em redações como as dos veículos impressos: é o jornalismo de portal.<sup>11</sup>

Consideramos o jornalismo de portal como nova categoria para o jornalismo pelos seguintes motivos: primeiro, porque, embora notícias com atualização contínua e em fluxo estejam presentes nos mais diversos sítios, por ser mesmo uma característica intrínseca ao ambiente digital, é no portal que esse modelo se consolida, principalmente em virtude dos investimentos feitos para a constituição de redações específicas. Segundo, pela alteração no próprio formato da notícia, como o texto mais fragmentado, o que terá como consequência uma certa alteração no conceito de notícias [...] (Barbosa, 2003, p. 169)

---

<sup>11</sup>Segundo definição do Dicionário Houaiss da língua portuguesa, versão on-line (Acesso em 30 de abril de 2007, disponível em <http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbete=Portal&x=13&y=13&stype=k>) Portal é “1 entrada principal, ger. ornamentada, de uma igreja, de um grande edifício etc.; pórtico, portela, portada. 2 fachada principal, onde fica tal entrada 3 Derivação: por extensão de sentido. qualquer porta grande 4 Uso: informal. ombreira da porta ou portão 5 Rubrica: internet. site na Internet que oferece grande variedade de serviços, tais como correio eletrônico, foros de discussão, dispositivos de busca, informações gerais e temáticas, páginas de comércio eletrônico e outros [...]” Ou seja, o sentido da palavra foi transposto para a web onde os portais pretendem ser uma porta de entrada para o universo www (FERRARI, 2004). São chamados portais horizontais quando se destinam a um público heterogêneo, e portais verticais quando destinam-se a grupos com interesses específicos ou delimitados por algum critério.

A alteração no conceito de notícia mencionada pela autora se deve sobretudo ao fato de os acontecimentos passarem a ser narrados à medida em que vão se desenrolando, com novas informações publicadas continuamente, a qualquer momento, em forma do que chama de “pílulas”. Cada bloco noticioso constitui-se como uma unidade informativa e, ao mesmo tempo, parte integrante da narrativa maior e mais completa sobre determinado fato. A atualização contínua é a principal diferença desses blocos noticiosos para as notas do jornalismo tradicional. Tal fenômeno foi o que possibilitou à narrativa jornalística livrar-se da limitação de tempo imposta pelo *deadline*.

Caso o assunto não se esgote com a primeira informação divulgada, o fato tem seus desdobramentos publicados tão logo o repórter apure uma nova informação. Acrescentar o horário da publicação de cada nota foi uma necessidade rapidamente incorporada ao jornalismo típico dessas *breaking news*, que se tornaram uma das marcas dos portais.

Entendidos como porta de entrada para o internauta no ambiente web da internet os primeiros modelos configuraram-se como portais horizontais em contraposição aos que surgiram em seguida, conhecidos como portais verticais que, de acordo com Pollyana Ferrari “nasceram em busca do usuário interessado em conteúdo e serviços personalizados” (FERRARI, 2004, p. 35).

Focados em um assunto específico – ou em um conjunto de assuntos para uma comunidade com interesses comuns –, os portais verticais representam o perfeito casamento entre comunidade e conteúdo, uma vez que permitem personalização e interatividade com o usuário [...] (*Ibid.*, p. 36)

Com os portais verticais o que se observa é uma segmentação do público com a tentativa de atender via web, inclusive com produtos jornalísticos, a interesses específicos de grupos cada vez mais delimitados.<sup>12</sup> Olhando hoje, retrospectivamente, pode se ver ali um dos primeiros movimentos de uma tendência que vem se firmando cada vez mais: o foco no indivíduo, remetendo-nos ao aspecto da personalização, uma das características marcantes dos blogs e sobre a qual falaremos em momentos distintos ao longo deste trabalho.

A busca por uma participação cada vez mais efetiva dos internautas na produção e divulgação de conteúdos no ambiente web é, acreditamos, uma das tendências que levaram ao surgimento do blog como novo modelo de site.

Nosso interesse centra-se justamente no aspecto de trocas entre interagentes humanos possibilitadas por diferentes iniciativas situadas no ambiente www. Uma experiência interessante foi a que deu origem ao livro do jornalista americano Dan Gillmor, WE THE MEDIA – GRASSROOTS JOURNALISM. BY THE PEOPLE. FOR THE PEOPLE (algo como Nós a Mídia – Jornalismo de raiz. Pelo povo. Para o povo<sup>13</sup>). A obra nasceu num blog em que Gillmor ia fazendo as publicações e solicitando a ajuda de seus leitores. Defende justamente a idéia de uma mídia em que os conteúdos sejam produzidos contando cada vez mais com a colaboração de pessoas comuns, não jornalistas.

---

<sup>12</sup> O *Comunique-se* ([www.comunique-se.com.br](http://www.comunique-se.com.br)) é um exemplo de portal vertical voltado para profissionais de comunicação em geral e jornalistas em particular. Oferece desde serviços de assessoria de imprensa como a realização de entrevistas coletivas on-line, até cursos via internet e presenciais, passando ainda pela publicação de notícias sobre o universo e os bastidores da mídia jornalística nacional. O site foi objeto de análise no nosso artigo A FORMAÇÃO DE COMUNIDADES VIRTUAIS NO PORTAL COMUNIQUE-SE: UM PRIMEIRO OLHAR. E-Compos, Edição 5 / Abril de 2006. ISSN: 1808-2599. Disponível on-line em <[http://www.compos.org.br/e-compos/adm/documentos/abril2006\\_julianaescobar.pdf](http://www.compos.org.br/e-compos/adm/documentos/abril2006_julianaescobar.pdf)>

<sup>13</sup> O livro ainda não foi traduzido para o português mas está disponível, em inglês, on-line <<http://www.authorama.com/we-the-media-1.html>>

Tendo em vista um contexto que extrapola a web, vemos os blogs também como mais uma face de duas tendências da mídia dos nossos dias: uma é a tentativa de incluir, cada vez mais, não profissionais da comunicação nos processos de produção e divulgação de conteúdos. Uma das primeiras tentativas da TV neste sentido foi a criação de programas em que o público vota pelo telefone – tais como INTERCINE e VOCÊ DECIDE<sup>14</sup>. A outra tendência é o interesse pela vida e até mesmo a opinião de anônimos, que pode ser entendida como fruto de uma sociedade que privilegia e satisfaz cada vez mais o indivíduo, valorizando e tornando célebres (ainda que por pouco tempo) cidadãos comuns. Uma forte manifestação dessa tendência é a disseminação de programas televisivos de entretenimento do tipo *reality shows* como o BIG BROTHER BRASIL. A respeito dessa tendência, observa Paula Sibília:

O sucesso editorial das biografias e das autobiografias, por exemplo, excede as margens de um mero fenômeno de mercado: há uma revalorização das histórias individuais e familiares, e um revigorado interesse pelas vidas alheias. Nas mais diversas mídias, percebe-se uma voracidade com relação a tudo que remeta a “vidas reais”. Da proliferação de documentários em primeira pessoa ao sucesso internacional dos *reality-shows* e ao surpreendente auge dos *blogs*, que constituem o motivo propulsor deste artigo: uma novíssima espécie de “diário íntimo” publicado na Internet pelos usuários do mundo inteiro. (2005, p. 46)

Note-se a existência no Brasil de um produto da mídia impressa que segue ambas as tendências: a revista semanal SOU + EU! lançada em setembro de 2006 pela EDITORA ABRIL tem 100% de seu conteúdo produzido por leitoras, da garota da capa à reportagem especial com três páginas, passando ainda por fotos, seções de piadas e dicas de beleza. Todos os conteúdos têm participação de profissionais – jornalistas que assinam os textos, fotógrafos e

<sup>14</sup> Na monografia TELECRACIA: PARTICIPAÇÃO ILUSÓRIA? estudamos o programa da TV Globo analisando sua suposta proposta de interatividade com o telespectador (In: 50ª Reunião Anual da SBPC / 5ª Jornada Nacional de Iniciação Científica, 1996, Natal. Resumo nos Anais.)



diagramadores. Assim, sem abrir mão de profissionais, a publicação é feita por leitores e para leitores. A mesma idéia do livro de Dan Gillmor. Vemos então que as duas tendências que podem ser identificadas nas aplicações da Web 2.0 não se limitam às iniciativas de CMC.

Consideramos então que a disseminação dos blogs – criados e mantidos facilmente por qualquer pessoa com um computador conectado à internet e que, no início, eram muito usados como diários íntimos – pode ser entendida como um fenômeno que segue as duas tendências citadas acima.

Dando continuidade à constante renovação das formas de produção de conteúdo no ambiente web, o blog apresenta-se como um sucessor dos portais verticais, reforçando alguns traços já presentes nestes modelos de site. Por sua vez, blogs jornalísticos intensificam, potencialmente, algumas das características encontradas no jornalismo de portais como a interatividade, a fragmentação da narrativa e, sobretudo a personalização.

Mas antes de falarmos em blog jornalístico é preciso entender o que são blogs. Para isto fazemos uma breve descrição de algumas tendências que envolvem seu surgimento e popularização.

## 2.2 A Comunicação Mediada por Computador (CMC)

Com o surgimento da internet o sistema de comunicação viu surgir uma nova mídia que, entre outras transformações, não só criou um novo sentido para a palavra *feedback* como o ultrapassou, dando grande destaque para a relação entre os participantes de um processo comunicativo. Agir junto demanda mais do que obter respostas. Foi preciso, então, encontrar formas de ampliar a participação dos interagentes humanos envolvidos num processo de comunicação. Começaram a surgir meios para que, ao menos potencialmente, todos pudessem fazer parte da produção de mensagens. Foi se buscando, cada vez mais, oferecer algo diferente do modelo implantado pelas mídias de massa. Nestas, o fluxo de produção e oferta de informação se dá no sentido um-todos, no qual uma audiência potencialmente formada por todos limita-se a receber mensagens produzidas por empresas produtoras de conteúdos. Segundo Santaella, os meios de comunicação de massa

[...] são meios de produção que estão sob o poder político de uma minoria economicamente privilegiada, sendo suas mensagens produzidas por poucos para serem recebidas por uma massa de consumidores que não participa das decisões acerca desses meios, assim como não participa da escolha das mensagens que lhes são dirigidas. [...] as novas tecnologias de computação e comunicação digital, com seus fluxos transbordantes de dados, nos fazem atualmente considerar [...] as mídias que vão do jornal à televisão como mídias tradicionais em oposição às tecnologias mais recentes de disseminação da informação, [...] que são altamente interativos e bidirecionais, implicando na escolha da informação pelo usuário. (1992, p. 29)

Promovendo o que alguns autores chamam de horizontalização (DAHL, 1997; LATTMAN-WELTMAN, 2003; RECUERO, 2003;) a internet possibilitou a criação de fluxos no sentido todos-todos, ou seja, em que qualquer um pode ser, ao mesmo tempo, produtor e consumidor de informações. Seguindo esta lógica, paulatinamente, foram surgindo possibilidades para que outras pessoas, que não apenas os profissionais de comunicação em geral e os da imprensa em particular, pudessem integrar o sistema de produção e divulgação de conteúdos.

### *2.2.1 Interatividade na internet como forma de participação*

O conceito de interatividade assim como aplicações que seriam de fato interativas vêm sendo objeto de discussão no meio acadêmico desde que as Novas Tecnologias de Comunicação, notadamente a internet, colocaram o termo em evidência. Não é de hoje que a indústria de entretenimento e de serviços em geral, por motivos meramente comerciais, passa a adotar palavras de efeito como meras jogadas de *marketing*. Cabe aos pesquisadores, antes de incorporar o uso indiscriminado dos termos, refletir sobre seus significados.

Entendemos que a diferença entre interação e interatividade diz respeito à presença ou não de artefatos tecnológicos nas ações conjuntas entre agentes humanos. A interatividade é tão somente a interação intermediada por ferramentas tecnológicas. Assim, não seria possível

encontrar uma única definição para o que é interatividade. O conceito, e sobretudo suas aplicações, vêm sendo alterados com o passar do tempo. Acreditamos ser mais produtivo, portanto, analisar as diversas formas de manifestação da interatividade, uma vez que esta assume nova roupagem nas diferentes mídias e, conseqüentemente, nos veículos jornalísticos que as utilizam como suportes.

Desta forma, pode-se dizer que o computador inaugura novos gêneros interativos e não a interatividade em si. Este é o mesmo raciocínio que se aplica para o conceito de hipertextualidade. Concordamos que esta é uma das características típicas da www, reconhecendo, no entanto que o hipertexto é anterior ao surgimento da internet. O texto tradicional já é hipertextual na medida em que nos leva a fazer relações, remissões, guardando ligações (links) com elementos extra e intra-textuais, como faz nos livros por meio do sistema de paginação, sumário e índice, por exemplo. O que a internet vem acrescentar são algumas possibilidades diferentes, como as que dizem respeito a leituras não lineares e à rapidez com que se pode ter acesso a diferentes conteúdos interligados, só para citar dois exemplos.

Assim como a hipertextualidade, a interatividade toma feições muito próprias quando incorporada ao ambiente web da rede mundial de computadores. Hoje, como vimos anteriormente, ambas são consideradas como características típicas da internet e, marcadamente, do *webjornalismo* (DEUZE, DIAZ NOCI, PALACIOS e outros).

A interatividade entendida como participação intermediada por artefatos tecnológicos é familiar a outros meios. Consideramos como novidades instauradas pela internet a velocidade e a possibilidade de interferência no processo comunicativo no exato momento em que ele se

desenvolve. Talvez, o mais apropriado seja dizer que há a tentativa de retomada destes aspectos já presentes na comunicação face a face.

Por meio dos diferentes suportes para criação e desenvolvimento de suas linguagens (oral, escrita, visual, auditiva, sinestésica, etc.) o homem vem redefinindo constante e gradativamente as bases de suas relações espaço-temporais. Da mesma maneira que todas as tecnologias de comunicação precedentes, desde a escrita até o rádio e a TV, ao inaugurar uma linguagem diferente, o computador também redefine o modo como o homem se comunica e se relaciona com seus semelhantes: ao instaurar o ciberespaço, introduz um novo conceito de espaço (WERTHEIM. 2001). Hoje, mais do que a leitura pura e simples de jornais e revistas, e mais do que permitir o acesso ao acontecimento no exato momento em que ele ocorre via transmissão ao vivo por rádio ou televisão, o que o computador nos coloca é a possibilidade de interferência na mensagem que recebemos - o que pode ocorrer quase que instantaneamente.

No entanto, meios predecessores também possibilitam a participação de outros interagentes, além dos produtores de conteúdos, no processo comunicativo. O rádio, por exemplo, já nasceu com vocação interativa. Desde que surgiu como meio de comunicação de massa permite a participação de ouvintes ao vivo por telefone, como lembra Gillmor (2004, p. 10 e 11). E as outras mídias também sempre mantiveram um canal aberto para dialogar, em algum nível, com seus públicos, nem que fosse apenas por meio de cartas.

A novidade instaurada pela internet é a intensificação da velocidade com que o diálogo mediado por artefatos tecnológicos, ocorre: agora, a interferência se dá durante o seu

desenrolar e num nível de cooperação maior entre os envolvidos. Interagentes atuam simultaneamente num processo em constante construção. Desta forma é que entendemos haver uma retomada de aspectos presentes na comunicação não mediada, face a face. Com a instauração do ciberespaço o que a internet torna possível é uma reconquista da co-presença entre os participantes de um processo comunicativo.

O homem foi perdendo esta co-habitação nas civilizações em que a cultura oral foi sendo substituída pela tradição escrita com o conseqüente afastamento temporal e espacial entre as pessoas que trocam informações. O que fazemos hoje é instaurar um novo espaço baseado nas tecnologias intelectuais disponíveis em nosso tempo (LÉVY, 1993). Assim como faziam os membros das sociedades sem escrita, utilizamos as melhores estratégias de codificação que estão à nossa disposição. No ciberespaço, nossos parâmetros são outros, não mais os de um mundo físico materialmente habitado, e sim, os de um mundo virtual, uma nova ambiência que se soma a este mundo físico. Podemos agora habitar este outro lugar em que falamos uma nova linguagem. No ciberespaço constituído pela internet alguns parâmetros são alterados ou ao menos adaptados.

No âmbito do *webjornalismo*, vimos que Deuze considera a interatividade como a possibilidade do público “responder, interagir ou mesmo customizar certas histórias” (2002). Este autor considera que “no entanto tipos de opções de interatividade que a Web oferece sugerem um diferente modo de se dirigir à audiência: como um consumidor de mídia ativo no lugar de passivo.”<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> T.A. “*Yet the kinds of interactive options the Web offers suggest a different mode of addressing the news audience: as active instead of passive media consumers.*”

Já para Diaz Noci “uma definição de interatividade é a capacidade do sistema de responder às demandas do usuário. Outra, mais prática, seria a possibilidade de que todos os interlocutores – meios/empresas, jornalistas/trabalhadores e o público – interajam entre si”.<sup>16</sup> (2006b, p. 39) Correio eletrônico (e-mail), fóruns de debate, chats, animações interativas e bases de dados estariam entre os recursos tecnológicos disponibilizados pelas NTC e utilizados por empresas e produtores de conteúdo para promover a interatividade.

Ao descrever a interatividade Palácios afirma que o termo multi-interativo pode ser adotado para “designar o conjunto de processos que envolvem a situação do leitor de um jornal na web” (2003, p. 19), já que diante de um produto *webjornalístico* o leitor estabelece diferentes relações (com a máquina, com a publicação por meio do hipertexto, com outras pessoas seja autores ou demais leitores dos textos).

Neste trabalho, assim como Primo “defende-se desde já que a relação no contexto informático, que se pretende plenamente interativa, deve ser trabalhada como uma aproximação àquela interpessoal”. (1998) É nesta perspectiva que o autor desenvolve o conceito de interação mútua em paralelo ao de interação reativa. Entendemos que, na CMC, as formas de participação foram sendo ampliadas e incrementadas, deixando de restringir-se a modelos de interação reativa – como as votações em enquetes – para formas de interação mútua, entre as quais, na web, um dos primeiros exemplos é o fórum de discussão, mencionado por Diaz Noci.

---

<sup>16</sup> T.A. “Una definición de interactividad es la capacidad del sistema de responder a las demandas del usuario. Otra, más práctica, sería la posibilidad de que todos los interlocutores – medios/empresas, periodistas/trabajadores y el público – interaccionen entre sí”.

Baseando-se em estudos de comunicação interpessoal, Primo caracteriza a interação mútua por intermédio dos computadores como uma relação na qual agentes inteligentes envolvem-se num processo de troca, podendo ser vistos como elementos interdependentes, de modo que o sistema é modificado quando um deles é afetado. Nas palavras do autor a interação mútua pressupõe “sistemas informáticos que permitam uma interação criativa, aberta, de verdadeiras trocas, em que todos os agentes possam experimentar uma evolução de si na relação e da relação propriamente dita” (1998, on-line)<sup>17</sup> Neste tipo de interação, “o relacionamento evolui a partir de processos de negociação”, com resultados imprevistos. A operação se dá por meio de ações interdependentes, entre agentes ativos e criativos que influenciam uns os comportamentos dos outros. Assim “a cada evento comunicativo, a relação se transforma”.

O *throughput* (aquilo que, segundo o autor, se passa entre uma ação – *input* – e uma reação – *output*) é marcado por um diálogo em que as informações inseridas pelos interagentes são decodificadas e interpretadas podendo gerar novas codificações. “Cada interpretação se dá pelo confronto da mensagem recebida com a complexidade cognitiva do interagente. Mesmo que ele perceba algo que não conhece, a confrontação se dá com aquilo que ele conhece”

Os sistemas de interação mútua se caracterizam por seu fluxo dinâmico e em desenvolvimento e se valem da construção negociada, “a relação é constantemente construída pelos interagentes” e “vai sendo definida *durante* o processo” que é emergente. Os efeitos de uma ação não podem ser pré-determinados. Assim, tais sistemas se calcam no relativismo.

---

<sup>17</sup> A menos que haja referência indicando outra fonte, as citações subseqüentes a respeito do conceito de interação mútua foram extraídas desta mesma obra, com grifos e destaques mantidos segundo o texto de origem.



Segundo Pierre Lévy,

*A virtualização pode ser entendida como o movimento inverso da atualização. Consiste em uma passagem do atual ao virtual, em uma “elevação à potência” da entidade considerada. A virtualização não é uma desrealização (a transformação de uma realidade num conjunto de possíveis), mas uma mutação de identidade, um deslocamento do centro de gravidade ontológico do objeto considerado: em vez de se definir principalmente por sua atualidade (uma “solução”), a entidade passa a encontrar sua consistência essencial num campo problemático [...] A virtualização passa de uma solução dada a um (outro) problema. Ela transforma a atualidade inicial em caso particular de uma problemática mais geral, sobre a qual passa a ser colocada a ênfase ontológica. (1996, p. 17 e 18 – grifos do próprio autor).*

Primo entende, a partir do pensamento de Lévy (e também de Deleuze), que “o virtual é um complexo problemático, enquanto o potencial é um conjunto de possíveis que aguardam por sua realização”. Afirma que, no que diz respeito à interface, “sistemas interativos mútuos se interfaceiam *virtualmente*, enquanto os sistemas reativos apresentam uma interface *potencial*”. Conforme explica:

Para que uma interface seja plenamente interativa, ela necessita trabalhar na virtualidade, possibilitando a ocorrência da problemática e viabilizando atualizações. Por outro lado, uma interface reativa resume-se ao possível, que espera o clique do usuário para realizar-se. A tela está ali, completamente programada e perfeita para disparar um mecanismo ou uma nova tela que espera por seu destravamento.

Podemos citar, como exemplos de mecanismos que utilizam a interação reativa, as enquetes, os sistemas de busca e os de cadastro e assinaturas de informativos on-line presentes em alguns sites. A interação mútua está presente, por sua vez, nas salas de chat, nos fóruns e nos programas de comunicação instantânea, do tipo *messengers* por exemplo, e ainda nos

jogos virtuais em tempo real que se desenrolam em mundos paralelos onde personagens criados por qualquer pessoa conectada à internet interagem entre si, gerenciando tais universos virtuais conjuntamente.

Como Primo adverte em suas considerações finais, não se espera que nos deparemos com sistemas que sejam puramente de interação mútua ou de interação reativa. O mais comum é que ambos convivam em um mesmo ambiente. Cita como exemplo CD-ROMs ou sites que oferecem, além do conteúdo estático, com respostas pré-definidas, chats ou outras formas de encontro e debate entre diferentes agentes humanos.

### 2.2.2 *Web 2.0 – um desvio necessário*

Atualmente, é possível encontrar na internet alguns exemplos de iniciativas mais inovadoras que colocam a interação mútua em prática, abrindo caminhos para a efetivação de experiências participativas no ambiente virtual. Entre estas iniciativas podemos citar o sistema Wiki<sup>18</sup>, ferramenta através da qual

---

<sup>18</sup> O primeiro site a utilizar o sistema *wiki* foi criado em 1995 e ainda pode ser acessado no endereço (<http://c2.com/cgi/wiki?WelcomeVisitors>). Um dos sites mais conhecidos a utilizar tal sistema é a Wikipédia, enciclopédia virtual que pretende reunir, em extensão e profundidade, todo o conhecimento produzido e acumulado até os dias de hoje, contando para isto com a contribuição de qualquer pessoa que tenha acesso à internet, e não apenas de especialistas. Possui hoje versões em diferentes línguas.

[...] um internauta pode alterar qualquer conteúdo apresentado em um *site* com tal recurso, através do próprio *browser* utilizado para navegação. Ou seja, logo após editar um texto disponível e clicar no botão de salvamento, a página é atualizada automaticamente no *site*, sem que o autor da versão anterior (ou qualquer outra pessoa) precise aprovar a modificação. Nesse sentido, ninguém possui a posse definitiva de texto nenhum. Ou melhor, os textos são de todos, são da comunidade. (PRIMO, RECUERO, 2003)

Em sites que utilizam o sistema *wiki*, os leitores são também os editores, pois tal sistema permite que alterações sejam feitas on-line pelos próprios internautas. Todo conteúdo é aberto para exclusões, correções e inclusões de qualquer pessoa interessada em contribuir.

Dan Gillmor (2004) defende a idéia de que estamos vivendo no limiar do que chama de “mídia participativa”, em que toda a sociedade toma parte na produção de notícias, não só os jornalistas. Algo interessante e revelador do que o autor diz é a própria maneira como o conteúdo do seu livro foi produzido: Gillmor publicou em seu blog suas primeiras idéias e pediu a colaboração dos leitores, que o atenderam prontamente com opiniões e críticas. O próprio nome da obra, que inicialmente seria MAKING THE NEWS, foi alterado devido às sugestões dos colaboradores<sup>19</sup>. “Neste momento, o primeiro rascunho da história estava sendo escrito, em parte, pelos que formam a audiência. Isto era possível – era inevitável – porque a Internet disponibiliza novas ferramentas de publicação”, afirma na introdução.<sup>20</sup>

Iniciativas que envolvem escritas coletivas e anônimas, como as que utilizam o sistema *wiki*, assim como as experiências de jornalismo *open source*, e ainda os blogs e outros

<sup>19</sup> Para mais detalhes sobre esta experiência, ver o artigo de Carlos Castilho, publicado no site OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, disponível em

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=289ENO001>.

<sup>20</sup> T.A. “*This time, the first draft of history was been written, in part, by the former audience. It was possible – it was inevitable – because of new publishing tools available on the Internet.*”

fenômenos que envolvem a internet vêm sendo considerados como típicos da chamada Web 2.0. Segundo definição da *Wikipédia* em inglês - ela mesma um exemplo de aplicação típica da Web 2.0, esta

se refere a uma percebida ou proposta segunda geração de serviços baseados na Internet – tais como sites de redes sociais, *wikis*, ferramentas de comunicação e folksonomias – que enfatizam a colaboração e o compartilhamento entre usuários online. O'Reilly Media, em colaboração com o MediaLive International, usou a expressão como título para uma série de conferências e desde 2004 alguns membros de certas comunidades técnicas e do mercado de comunicação adotaram e adaptaram livremente a expressão.<sup>21</sup>

No âmbito acadêmico, alguns autores já incorporaram o termo aos seus estudos (PRIMO, SMANIOTTO, 2006). Nós reconhecemos que sua criação e uso têm fundo eminentemente comercial, conforme atesta a afirmação de um de seus criadores:

Dale Dougherty, pioneiro da web e O'Reilly VP, notou que longe de ter “ruído”, a web era mais importante do que nunca, com novas excitantes aplicações e sites surgindo com regularidade surpreendente. E mais: companhias que tinham sobrevivido ao colapso pareciam ter algo em comum. Será que o colapso ponto.com marcou algum tipo de mudança de foco da web para a qual um denominado agir como “Web 2.0” poderia fazer sentido? Concordamos que sim. Então, nasceu a Conferência Web 2.0.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> T.A: “refers to a perceived or proposed second generation of Internet-based services—such as social networking sites, wikis, communication tools, and folksonomies—that emphasize online collaboration and sharing among users. O'Reilly Media, in collaboration with MediaLive International, used the phrase as a title for a series of conferences, and since 2004 some members of certain technical and marketing communities have adopted and loosely adapted the phrase”. Disponível em <[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2)> Acesso em 6 de jan. 2007.

<sup>22</sup> T.A: “Dale Dougherty, web pioneer and O'Reilly VP, noted that far from having “crashed”, the web was more important than ever, with exciting new applications and sites popping up with surprising regularity. What's more, the companies that had survived the collapse seemed to have some things in common. Could it be that the dot-com collapse marked some kind of turning point for the web, such that a call to action such as “Web 2.0” might make sense? We agreed that it did, and so the Web 2.0 Conference was born.” Disponível em <<http://facweb.cti.depaul.edu/jnowotarski/se425/What%20Is%20Web%202%20point%200.pdf>> Acesso em 28 de jan. 2007.

O acréscimo de 2.0, propositadamente, dá a impressão de uma web evoluída, melhorada, assim como o são os programas cujas versões aprimoradas vão ganhando, sucessivamente, tais numerações (2.0; 3.1; etc.).

Para nós, o termo pode ser usado, inclusive conceitualmente, para denominar a atual tendência observada no ambiente web, por sua vez, inserida no processo de transformação das tecnologias de comunicação, que como sempre, continua em andamento.

Embora não partilhemos do ponto de vista extremamente cético quanto às inovações trazidas pelas novas mídias, há algumas reflexões de Dominique Wolton com as quais concordamos, como quando afirma que “atualmente, a Net e as multimídias têm as graças, mas rapidamente outras tecnologias surgirão, salientando os limites das precedentes, a maior eficácia das novas ferramentas e a urgência em dominá-las ...” (2003, p. 143)

Assim, é sob esta perspectiva de continuidade (e não de uma possível ou de possíveis rupturas com tudo o que havia antes) que entendemos e vamos adotar neste trabalho o termo.

A Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. A Web 2.0 refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, Web syndication, etc.), mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador. (PRIMO, SMANIOTTO, 2006)

Assim como os autores, ao estudarmos a apropriação do blog para o fazer jornalístico, nosso interesse recai sobre esta última dimensão da Web 2.0: a que se refere aos processos de

comunicação mediados pelo computador. Em nosso entendimento, o termo refere-se a algumas formas atuais de aplicação da interação mútua no ambiente *www*.

Listas de discussão via e-mail e fóruns on-line estão entre os primeiros mecanismos a colocar em prática tal conceito. Criados e mantidos por qualquer pessoa ou grupo, ambos são formas de comunicação coletiva totalmente independentes dos produtores oficiais de conteúdos. Constituem-se como sistemas abertos nos quais se desenrolam processos de negociação entre agentes ativos. O fluxo comunicativo, dinâmico, é marcado pelo diálogo. Relações vão sendo construídas durante o desenrolar do processo. Ao participar de listas e fóruns cada interagente interpreta uma ação antes de respondê-la, envolvendo-se de fato num processo de interação mútua.

Já no âmbito específico do *webjornalismo*, são exemplos da Web 2.0 sites que seguem os princípios *open source*. A expressão, que pode ser traduzida como código aberto, é tomada emprestada do movimento de *open source software*, ou seja *software* de código aberto ou *software* livre. (BREIER, 2004). A idéia do termo *open source* é a opção pelo compartilhamento de conhecimento para que se possa aprimorar determinado *software* ao se disponibilizar o código fonte dos programas de modo que qualquer pessoa possa contribuir para seu aprimoramento. Contrapõe-se, mercadológica e ideologicamente, aos programas de código fechado, cujos melhoramentos são realizados exclusivamente pelos fabricantes. O sistema operacional *Linux* (que compete com o *Windows*) é um dos pioneiros entre os *software open source* e está entre os mais conhecidos. Outro exemplo é o pacote *BROffice* ou *OpenOffice* que compete com o *Microsoft Office*.

O jornalismo *open source* caracteriza-se por oferecer diferentes níveis de colaboração e inclusão de pessoas comuns, não jornalistas, como produtores de conteúdo. Entre as diferentes denominações que recebe (jornalismo de raiz, cívico, cidadão) adotamos, no âmbito deste trabalho, a expressão jornalismo participativo.

Segundo Steve Outing, colunista do site Poynter Online<sup>23</sup>, o modelo em que se permite a publicação de comentários de leitores junto aos textos originalmente publicados pelos sites pode ser considerado um primeiro passo no jornalismo participativo e, mesmo assim, é uma prática ainda pouco comum entre os veículos on-line. Tal sistema é outro mecanismo que também já colocaria em prática a interação mútua. Do ponto de vista tecnológico, é similar aos fóruns on-line e, do ponto de vista jornalístico, à seção de cartas dos leitores, já que permite a publicação imediata de comentários destes, logo em seguida ao texto, tornando-os parte do conteúdo publicado originalmente<sup>24</sup>.

O passo seguinte na classificação proposta por Outing é o jornalismo *open source* propriamente dito ou jornalismo participativo, em que jornalistas profissionais contam com a colaboração de leitores para a produção de seus textos. Geralmente tais leitores são especialistas no assunto que contribuem ainda no estágio de pré-produção do texto ou na etapa final. Podem ser remunerados ou apenas receber o crédito pela informação prestada.

---

<sup>23</sup> [www.poynter.org](http://www.poynter.org).

<sup>24</sup> No Brasil, em 2003, o *Comunique-se* ([www.comunique-se.com.br](http://www.comunique-se.com.br)) portal vertical voltado para jornalistas e outros profissionais da comunicação em geral, já adotava o sistema de publicação de comentários dos leitores logo abaixo de seus textos.

Outing lista ainda oito diferentes formas de praticar-se o jornalismo participativo.<sup>25</sup> A última e, em sua escala, a mais inclusiva é o *Wiki journalism*, que lança mão do sistema de escrita coletiva *wiki*, já citado anteriormente.<sup>26</sup>

Entre os sites de jornalismo participativo mais conhecidos e que apresentam diversos níveis de participação segundo a classificação de Steve Outing encontram-se o SLASHDOT<sup>27</sup> e o norte-coreano OHMYNEWS<sup>28</sup>. No Brasil, veículos da grande mídia já incorporaram a seus portais iniciativas de jornalismo participativo. Entre as empresas tradicionais, O ESTADO DE S. PAULO foi um dos pioneiros ao criar o FOTO REPÓRTER,<sup>29</sup> permitindo que internautas enviem fotos para o site, pagando-os quando as imagens são comercializadas pela Agência Estado. Em agosto de 2006, após completar 10 anos e passar por ampla reformulação, O GLOBO ONLINE também entrou na era da Web 2.0 ao criar o EU-REPÓRTER<sup>30</sup>, permitindo a participação de leitores na produção do conteúdo para o portal com o envio de textos, fotos, áudios e vídeos. Os mesmos tipos de conteúdos enviados por internautas são publicados pelo canal de jornalismo participativo VC REPÓRTER<sup>31</sup> do TERRA, um dos grandes portais que nasceu e cresceu exclusivamente no ambiente web.

Não nos cabe aqui fazer uma discussão sobre diferentes níveis de participação possibilitados por estas propostas, já que o objeto do nosso trabalho não é o jornalismo participativo, que pode ser considerado uma tendência ainda incipiente, cujos rumos são

---

<sup>25</sup> Disponível em <[http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=83126](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126)> Acesso em 20 de jul. 2005.

<sup>26</sup> O autor cita como exemplo de *Wikijournalism* a *WikiNews* <<http://en.wikinews.org>>

<sup>27</sup> [www.slashdot.com](http://www.slashdot.com)

<sup>28</sup> [www.ohmynews.com](http://www.ohmynews.com)

<sup>29</sup> [www.estadao.com.br/imagens/fotoreporter](http://www.estadao.com.br/imagens/fotoreporter)

<sup>30</sup> <http://oglobo.globo.com/participe>

<sup>31</sup> [www.terra.com.br/vcreporter](http://www.terra.com.br/vcreporter)



imprevisíveis, algo comum quando se trata de novas tecnologias de comunicação. Resolvemos citá-los por serem indicativos de tendências semelhantes às apontadas pelo surgimento e disseminação dos blogs quando consideramos o conceito de interação mútua e sua aplicação.

### **2.3 Blog – inovando (mas não tanto)**

Domínios nos quais os conteúdos são totalmente geridos por seus donos, os blogs também se constituem como integrantes da Web 2.0. Qualquer pessoa que tenha acesso à web por meio de um computador pode criar e manter um blog – ou vários blogs: uma de suas marcas é a facilidade e a agilidade que oferecem para a publicação e atualização de conteúdos on-line. Permitem a publicação de comentários dos leitores e apresentam ainda a possibilidade de escrita coletiva, podendo ter dois ou mais co-autores. Este modelo de site agregaria assim características típicas das listas de discussão e fóruns e também das experiências de escrita coletiva on-line.

Muitos blogs surgiram com a explosão da web observada em 1996/97. Tendo em vista o contexto norte-americano, Paquet (2002) relata que estes modelos de site surgiram a partir de serviços on-line criados para facilitar a publicação de páginas web. Em seus primórdios, tais serviços eram utilizados por designers e engenheiros de *software* cientes das potencialidades

desta nova tecnologia. Em 1999, surgiram vários destes serviços, tais como PITAS, LIVEJOURNAL, PYRA LABS' BLOGGER AND USERLAND'S EDITTHISPAGE.COM. O autor considera que blogs estão na raiz do que chama de *personal knowledge publishing* (publicação de conhecimento pessoal). Em seu artigo, faz uma breve descrição do surgimento dos blogs.

### *2.3.1 Uma definição mínima*

Consideramos que blog é um novo mecanismo de produção e divulgação de conteúdos na web que gera um modelo específico de site. Assim, a nosso ver, do ponto de vista tecnológico, três atributos caracterizam um site como blog:

- a) facilidade e agilidade para a publicação de conteúdos, dispensando o conhecimento de linguagens de programação como HTML, PHP ou JavaScript;
- b) disposição do conteúdo, cuja unidade mínima denomina-se post, em ordem cronológica inversa, de modo que as publicações vão se sucedendo da mais antiga para a mais recente. Esta, situada no topo da página, é a primeira a ser visualizada pelo internauta na tela de seu computador. Alguns estudiosos consideram que este

atributo é o que diferencia os blogs de outros tipos de publicação on-line (PAQUET, 2002, BLOOD, 2003);

c) Data, hora e autor de cada post registrados automaticamente.

Como nosso entendimento aqui é o de que a tecnologia condiciona, mas não determina as atualizações das práticas sociais, concordamos com a diferenciação entre “blog/texto”, “blog/programa” e “blog/lugar”, proposta por Primo e Smaniotto (2006), por permitir a distinção entre os aspectos tecnológicos e humanos deste novo mecanismo de produção e divulgação de conteúdo on-line.

O blog/texto é o conjunto de todo o conteúdo produzido pelo blogueiro, disponibilizado em posts, geralmente, textos escritos mas que podem também ser imagens, áudios e vídeos, uma vez que tal denominação leva em consideração que texto não é apenas a mensagem divulgada por signos verbais.

Blog/programa é um *software* responsável pelas três características marcantes deste modelo de site, citadas acima. Pode ser entendido ainda como uma ferramenta informática utilizada para a produção do blog/texto. Note-se no entanto que o formato precedeu o desenvolvimento do *software*, conforme lembra Rebecca Blood (2003).

Blog/lugar seria a localização do blog/texto na www indicada por um endereço específico. Tal acepção nos remete ao conceito de *virtual settlement* adotado por Recuero (2002) quando discute outro conceito, o de comunidade virtual, seguindo a proposta de

Quentin Jones: *virtual settlement* é entendido como um lugar simbólico situado no ciberespaço que teria a função de territorialidade necessária para a constituição de laços comunitários entre os indivíduos. É um delimitador de fronteiras simbólicas e não concretas. Funciona como o suporte para a verdadeira comunidade virtual e é imprescindível para que esta se forme. No entanto, a mera existência de um *virtual settlement* não garante o estabelecimento de uma comunidade virtual. Uma sala de bate-papo, por exemplo, é um *virtual settlement* mas somente dará origem a uma verdadeira comunidade virtual se as pessoas de fato utilizarem este lugar no ciberespaço para a criação e manutenção de laços e relações sociais. Comunidades virtuais surgem a partir dos usos que as pessoas fazem de um determinado *virtual settlement*.

Para tornar mais clara a distinção entre as três acepções para blog que adotam, os autores dão os seguintes exemplos de referência a cada uma delas:

a) como programa: “Parei de usar o Blogger. Instalei o Movable Type”; b) como lugar: “Não encontrei teu blog no Google. Qual o endereço dele?”; c) como texto: “Li ontem teu blog”. A confusão entre os diferentes usos do mesmo termo pode levar a conclusões imprecisas. (2006, p. 2)

Sempre que usarmos apenas 'blog' neste trabalho estaremos nos referindo ao “blog/texto”.

Servidores tais como BLOGGER, TERRA BLOG, UOL BLOG ou BLIG são serviços que oferecem aos internautas, muitos gratuitamente, o blog/programa necessário para a criação do blog/texto assim como o espaço com uma URL específica e geralmente padronizada no qual o

blog/lugar ficará hospedado na web.<sup>32</sup> Assim, por exemplo, o padrão para o endereço de blogs/lugares hospedados pelo Blogger é <http://www.nomedoblog.blogger.com>.

Atualmente, tem-se acesso ao blog/texto de Ricardo Noblat por pelo menos dois endereços diferentes, que nos levam ao mesmo blog/lugar: [www.blogdonoblat.com.br](http://www.blogdonoblat.com.br) e <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/>.<sup>33</sup>

Depois de alguns anos, os blogs ganharam versões destinadas à publicação de fotos – fotologs ou flogs – e de vídeos – videologs ou vlogs, ainda que estes não dispensem o uso da escrita. Já não são mais considerados diários virtuais, como eram inicialmente, ou apenas escritos íntimos ou adolescentes publicados na web.

Mesmo reconhecendo os condicionamentos da materialidade do meio, é preciso enfatizar que o blog/texto não é estritamente determinado pelo blog/programa. As ferramentas de blog normalmente não determinam um limite máximo de caracteres por post. Como o blog/programa não pode compreender o que é publicado (se trata-se de uma poesia, uma foto, ou um conjunto aleatório de caracteres), já que a semântica lhe é estranha, não pode impor que os posts sejam necessariamente curtos nem que sigam um certo gênero discursivo. Logo, as definições de blogs como publicação de microconteúdo ou como diário íntimo na Internet revelam suas limitações, pois relacionam um tipo específico de blog/texto ao uso do blog/programa. (PRIMO, SMANIOTTO, 2006, p.2).

Além dos três atributos já citados, ainda do ponto de vista tecnológico, há outros que podem ser oferecidos pelo blog/programa mas cujo uso depende exclusivamente da

---

<sup>32</sup> Adotamos o termo servidores a partir da denominação de PAQUET (2002), que os considera como “*weblogging services*”.

<sup>33</sup> Blogueiros podem ainda ter domínios próprios e até mesmo prescindir do uso de servidores e seus respectivos blogs/programas para a produção de blogs/textos. Um exemplo é o blog Interney, do programador Edney Souza (<http://www.interney.net/>), citado entre os “blogs mais quentes do Brasil”, numa lista em que também aparecem os blogs de Ricardo Noblat e do jornalista esportivo, Juca Kfourri, em reportagem de capa da revista ÉPOCA (Edição nº 428 / 31 de julho de 2006 p, 96-105).

apropriação que dele faz cada agente humano. Comentários, *permalinks* e *linkbacks* são os principais atributos tecnológicos desse tipo.

Os comentários em blogs se assemelham aos fóruns on-line que existem desde os primórdios da web. A nosso ver, embora seja algumas vezes considerada como marca distintiva dos blogs, esta possibilidade, por si só, não é suficiente para caracterizar este modelo de site<sup>34</sup>. No início, nem todos os blogs contavam com a possibilidade de inclusão de comentários dos leitores (CHAGAS, 2006, p.48). E este recurso está presente também em outros tipos de sites. Como exemplos temos o COMUNIQUE-SE<sup>35</sup>, O OVERMUNDO<sup>36</sup> e O GLOBO ONLINE<sup>37</sup>, que publicam comentários de leitores logo abaixo dos textos, na mesma página.

Já nos blogs os comentários geralmente situam-se em janelas, espaços separados da área principal, a central, destinada aos posts. Para publicar um comentário ou ter acesso aos já publicados, o internauta precisa clicar num link situado no final de cada post. Isto ocorre também em alguns sites, como o POYNTER.ORG, que também já citamos em nota neste trabalho. Abaixo, vê-se uma janela de comentários do BLOG DO NOBLAT no modelo atual, no portal do GLOBO:

---

<sup>34</sup> Diferentemente de nós, Ricardo Noblat acredita que a permissão para a publicação de comentários de leitores é o que distingue um site de um blog, conforme afirmou em entrevista à autora.

<sup>35</sup> [www.comunique-se.com.br](http://www.comunique-se.com.br) (já citado em nota anterior)

<sup>36</sup> [www.overmundo.com.br](http://www.overmundo.com.br)

<sup>37</sup> [www.oglobo.globo.com](http://www.oglobo.globo.com)



*Permalink* é o recurso que possibilita ao blogueiro criar um endereço específico para cada post publicado em seu blog/lugar. Uma das utilidades é facilitar a inclusão em outros blogs ou sites que desejem citar aquele post especificamente. Digitando o endereço do *permalink*, o internauta tem acesso direto ao texto ao invés de ter que procurar em meio a todas as páginas de um blog, ou entre os muitos posts eventualmente publicados num mesmo dia, aquele que deseja ler. Por exemplo, desde que este foi transferido do portal do ESTADÃO para O GLOBO ONLINE, o *permalink* do primeiro post publicado por Ricardo Noblat ao inaugurar seu blog em 20 de março de 2003 é [http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?cod\\_Post=16279](http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?cod_Post=16279)

Já os *linkbacks* são recursos que facilitam a conversação entre blogs. Podem ser de três tipos: 1) *refback* permite a inclusão direta de um link para outro blog, sendo o tipo mais simples; 2) *trackback* faz referência a um post específico dentro de determinado blog e, ao ser publicado, avisa ao dono do blog que tal referência foi feita, enviando a este, automaticamente, uma mensagem informando qual post foi citado, quando, em que blog e o que foi dito a respeito dele. A referência pode ser incluída então no blog de origem como um comentário ou em uma janela especialmente destinada aos *trackbacks*; 3) *pingback* é parecido com o *trackback*. A diferença é que neste recurso há troca de informações entre os servidores dos dois blogs – o que dá a referência e o que é referenciado. Assim, ambos fazem referência um ao outro.<sup>38</sup>

<sup>38</sup> Não vamos nos estender falando sobre tais recursos porque nosso interesse não é nas potencialidades técnicas do blog/programa. Para um entendimento melhor das diferenças entre os três tipos de *linkback* ver as explicações da *Wikipédia* em inglês (<http://en.wikipedia.org/wiki/Linkback>) e, em português, as explicações nos blogs BLOGUEISSO! (<http://www.blogueisso.com/2007/01/04/a-diferenca-entre-trackback-e-pingback-e-o-que-e-refback/>) e CONTRADITORIUM (<http://www.contraditorium.com/2006/05/01/entendendo-trackbacks-e-pingbacks/>)



Nós não postulamos que um blog seja por si só um meio de comunicação mais interativo do que outros modelos de site e nem mesmo do que produtos de comunicação divulgados nas mídias que antecedem a internet (impressos, rádio e televisão). O uso ou não das potencialidades tecnológicas, como as que acabamos de citar, e principalmente estudos sobre a maneira como são efetivamente colocadas em prática pelos blogueiros é o que permite considerar-se um blog como mais ou menos participativo.

Assim, consideramos que blogs em que os recursos de inclusão de comentários, *permalinks* e *trackbacks* são ativados e efetivamente utilizados pelos blogueiros são, *a priori*, potencialmente mais interativos e participativos do que aqueles que não os habilitam. E, seguindo a mesma lógica, os blogueiros que utilizam tais recursos para estabelecer de fato um diálogo com seus leitores fazem de seus blogs/lugares verdadeiros espaços de trocas e conversações, podendo promover inclusive o estabelecimento e o fortalecimento de relações entre intergente humanos.

Desta forma percebemos que uma característica também típica dos blogs é a personalização. O dono de cada blog – seja ele uma única pessoa, uma organização qualquer, um veículo jornalístico ou mesmo um grupo de pessoas – determina o uso ou não das potencialidades tecnológicas que se tornaram as marcas deste novo modelo de site.

## 2.4 Uma nova categoria de *webjornalismo*?

Nas páginas anteriores, apresentamos os conceitos básicos de jornalismo e descrevemos, sucintamente, como esta prática social encontrou na web um ambiente de atualização capaz de gerar um novo modelo: o *webjornalismo*. Este, assim como seus predecessores (telejornalismo, radiojornalismo e jornalismo impresso) abarca, potencialmente, diferentes categorias. Concordamos com Barbosa (2003) para quem o jornalismo de portal constitui-se como uma categoria de *webjornalismo*.

Expusemos, em seguida, como a CMC chegou a formas mais participativas de produção e divulgação de conteúdos na www, como as abarcadas sob a chamada Web 2.0, que representariam configurações atuais de aplicação da interação mútua. Nosso intuito foi mostrar que a disseminação dos blogs pode ser vista como mais uma face de duas tendências fortemente presentes na mídia dos nossos dias, inclusive quando se trata da web: a participação do público, em alguma medida, na produção e divulgação de conteúdos; e o interesse pela vida e opinião de pessoas anônimas, comuns. Por fim, descrevemos as características básicas que, a nosso ver, permitem diferenciar blogs de sites.

Passamos agora a associar jornalismo e blog, explicitando o que entendemos por blogs jornalísticos e, em seguida, o que nos permite considerar o **BLOG DO NOBLAT** como um blog jornalístico. Pois, conforme Blood “em qualquer discussão sobre blogs e jornalismo, a primeira pergunta a fazer é: quais blogs?” (2003)<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup>T.A. “in any discussion about weblog and journalism, the first question to ask: Which weblogs?”

Nossa hipótese para o desenvolvimento deste estudo de caso é que o jornalismo de blog pode ser considerado como uma nova categoria de *webjornalismo* por possuir atributos específicos. Conforme vamos demonstrar ao longo deste trabalho, tais atributos dependem exclusivamente da apropriação e dos usos que os agentes humanos fazem das potencialidades tecnológicas oferecidas por este novo mecanismo de publicação de conteúdos on-line.

Segundo a tipologia proposta por Deuze (2002), os blogs estariam situados em algum patamar entre os sites do tipo meta-jornalísticos e de comentários (*meta and comment sites*) e os destinados a compartilhamento e discussão (*share and discussion sites*). O autor considera que blogs são publicações altamente individuais e personalizadas e que, portanto, não poderiam ser consideradas propriamente como jornalísticas.

Para nós, no entanto, é justamente a personalização que torna possível considerar um blog como jornalístico, pois a apropriação específica de cada agente humano é o que determina o tipo de conteúdo de um blog. E se para Diaz Noci a personalização é apenas uma consequência da presença das cinco características que considera como próprias do *webjornalismo* (interatividade, multimídia, hipertexto, assincronismo e memória), para nós, a personalização é justamente a característica mais distintiva dos blogs jornalísticos. Como veremos nos capítulos seguintes, é exatamente a maneira como o jornalista utiliza este novo mecanismo de publicação de conteúdo on-line que nos permite classificar o **BLOG DO NOBLAT** como um blog jornalístico. Blood lembra que

A alegação inicial de que 'blogs são uma nova forma de jornalismo' vem sendo gradualmente revisada para 'alguns weblogs estão fazendo jornalismo, pelo menos em parte do tempo'. Como os entusiastas reconhecem, blogs utilizados para registrar

memórias, planejar encontros, ou coordenar grupos de trabalho não podem ser classificados como jornalismo segundo nenhuma definição. (2003)<sup>40</sup>

Sendo assim, em primeiro lugar, um blog para ser considerado jornalístico deve possuir os atributos que consideramos necessários para o jornalismo de uma maneira geral. Conforme dito no início deste capítulo, entendemos que jornalismo é a **difusão para um grande número de pessoas** geralmente, com **periodicidade** determinada, de **acontecimentos reais dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse**.

Em segundo lugar, entendemos, assim como Blood (2003), que o simples fato de ser mantido por um jornalista não torna um blog jornalístico, pelo mesmo motivo que um romance escrito por um jornalista não necessariamente é jornalismo, conforme argumenta a autora. Conforme explica “o jornalismo é caracterizado pela estrita adesão a princípios e padrões aceitos e não por títulos ou colocação profissional” (2003)<sup>41</sup>. Para ilustrar seu argumento, a autora cita o caso do jornalista do *New York Times*, Jayson Blair, que já mencionamos.

Conforme constatou Schittine, “enquanto os blogueiros manifestam um desejo de escrever como jornalistas, estes buscam uma escrita mais leve, menos informativa e mais ficcional do que aquela que realizam em seu dia-a-dia”. (2004, p. 156). Os jornalistas entrevistados pela autora não pretendiam usar seus blogs profissionalmente. Assim, se o blog de um jornalista se destina a outro tipo de conteúdo que não o noticioso, não é um blog jornalístico. De forma similar, “blogs mantidos por respeitadas empresas noticiosas serão

<sup>40</sup> T.A “*The early claim 'weblogs are a new form of journalism' has been gradually revised to 'some weblogs are doing journalism, at least part of the time'. As even the enthusiasts now concede, weblogs used to record memories, plan weddings, or coordinate workgroups can't be classified as journalism by any definition.*”

<sup>41</sup> T.A “*journalism is characterized by strict adherence to accepted principles and standards, not by title or professional standing.*”

certamente qualificados como jornalismo se mantiverem os mesmos padrões da organização” (BLOOD, 2003)<sup>42</sup>

Analisando o aspecto da difusão, o fato de estar disponível na www não é suficiente para considerar um blog como voltado para um grande número de pessoas. Apesar da web ser uma área da internet à qual qualquer um pode ter acesso a partir de um computador a ela conectado, há blogs cujo acesso é restringido segundo a vontade do próprio blogueiro.<sup>43</sup>

Por fim, os blogs não possuem periodicidade determinada para atualizações. As publicações podem ser feitas a qualquer momento, também segundo a vontade do blogueiro, que tanto pode postar várias vezes ao dia quanto ficar dias, semanas ou meses sem disponibilizar conteúdo novo.

Dito isto, consideramos que blogs jornalísticos são aqueles cujos endereços são públicos, estando acessíveis a qualquer pessoa com acesso à internet; que se destinem, na totalidade ou na maior parte do tempo, a divulgar acontecimentos reais dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse; e ainda cujos blogueiros tenham a preocupação e se esforcem para:

- a) disponibilizar frequentemente conteúdos novos, ainda que sem periodicidade fixa ou determinada e

---

<sup>42</sup> T.A “*Weblogs maintained for respected news organization will certainly qualify as journalism if they uphold the same standards as the entire organization.*”

<sup>43</sup> Por exemplo, o servidor BLOGGER oferece a opção de tornar seu blog público ou não. Blogs não públicos estão disponíveis na internet mas não aparecem no Blogger.com.

b) divulgar seus blogs/lugares, tornando-os endereços na web amplamente conhecidos com o intuito de atrair um número expressivo de internautas, ou seja, uma grande audiência (que na internet é expressa por número de *page views*).

Entendemos que somente a partir de um acompanhamento sistemático e cuidadoso pode-se determinar se tal ou qual blog é ou não jornalístico. Para Blood, blogs e jornalismo são fundamentalmente diferentes por considerar que “a grande maioria de blogs não fornece conteúdo original – para mim, o coração de todo jornalismo” (2003)<sup>44</sup>

Conforme procuramos demonstrar em trabalho anterior <sup>45</sup> acreditamos que o uso de blogs como veículos de cobertura jornalística, capazes de oferecer informações inéditas, em algumas ocasiões furando os demais veículos<sup>46</sup> – fenômeno já observado em outros países, sobretudo nos EUA – ganhou evidência no Brasil justamente a partir do destaque alcançado pela atuação do BLOG DO NOBLAT durante a crise política desencadeada em 2005 a partir do escândalo conhecido como Mensalão.

Nos EUA, duas situações ilustraram bem o uso dos blogs como veículos jornalísticos: os atentados de 11 de setembro de 2001 (SCHITTINE, 2004 p. 158) e a cobertura da Guerra do Iraque. Com os *Warblogs*, como ficaram conhecidos, este novo mecanismo de publicação de

---

<sup>44</sup> T.A “*the vast majority of weblogs do not provide original reporting – for me, the heart of all journalism.*”

<sup>45</sup> ESCOBAR, Juliana Lúcia. BLOG DO NOBLAT E ESCÂNDALO MIDIÁTICO – JORNALISMO SOBRE NOVAS BASES. UNirevista - Vol. 1, n° 3 (julho 2006). ISSN 1909-4651

Disponível on-line em <[http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNirev\\_Escobar.pdf](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNirev_Escobar.pdf)>

<sup>46</sup> Em abril de 2006, o BLOG BRASIL, da revista ÉPOCA foi o primeiro veículo a divulgar a existência de depósitos no valor de R\$ 25 mil numa conta em nome do caseiro Francenildo dos Santos Costa. A notícia foi a primeira a apontar para a violação do sigilo bancário do caseiro, que teria sido ordenado pelo então Ministro da Fazenda, Antônio Palocci. Um novo escândalo político do governo Lula havia sido desencadeado e levou à demissão, poucas semanas depois, do ministro. Disponível em <[http://www.blogbrasil.globolog.com.br/archive\\_2006\\_03\\_17\\_0.html](http://www.blogbrasil.globolog.com.br/archive_2006_03_17_0.html)> Acesso em 30 de mar. 2007.

conteúdo na web foi amplamente utilizado tanto por não jornalistas quanto por profissionais e veículos da imprensa já estabelecida para narrar de forma ágil e diferenciada a invasão do país pelas tropas norte-americanas. (RECUERO, 2003).

Blood vê os blogs como “a primeira onda de uma era de publicações pessoais online” (2003)<sup>47</sup>. Prefere usar o termo “*participatory media*” (mídia participativa) quando se trata de blogueiros que destacam e recortam notícias reportadas por jornalistas, fazendo isto intensamente, por considerar que esta prática, embora possa ser tão importante quanto, não é jornalismo.

Diferentemente desta autora, devido justamente ao seu caráter personalista, nós não consideramos os blogs como uma forma de jornalismo participativo. Este, conforme dito acima, teria outras características. Blogs são, geralmente, conteúdos on-line gerenciados por um blogueiro, que ocupa a posição que aqui denominamos de interagente primário: aquele que escolhe o servidor a ser utilizado; que recursos disponibilizados pelo blog/programa irá utilizar; qual será a URL de seu blog/lugar, definindo se este endereço será público ou não; configura o formato de apresentação do blog/conteúdo escolhendo desde o *template*<sup>48</sup> até os recursos que vai disponibilizar para seus leitores (comentários, *permalink*, *linkbacks*, RSS<sup>49</sup>) e ainda o formato (escrito, imagens, áudios, vídeos) e o gênero de texto (jornalístico, poético, ficcional, etc.) que irá publicar em seus posts. Assim, um blog terá certamente a marca, a cara

---

<sup>47</sup> T.A “*the first wave of an age of online personal publishing*”

<sup>48</sup> *Templates* são *lay outs*, ou seja, modelos visuais pré-definidos quanto a alguns dos elementos existentes nos blogs e sua disposição.

<sup>49</sup> RSS iniciais em inglês de *Rich Site Summary*, *Really Simple Syndication* ou ainda *RDF Site Summary* é um recurso que permite ao internauta receber, regular e gratuitamente, atualizações dos conteúdos que tenha assinado. Basta instalar em seu computador um dos programas, conhecidos como “agregadores de notícias”, que possuem aparência e funcionamento parecidos com os de programas de e-mail.

que este agente primário lhe conferir, seja ele uma única pessoa, um grupo ou mesmo uma organização ou veículo de imprensa, pois há que se considerar que a apropriação deste modelo de site gerou blogs não individuais.<sup>50</sup>

Paralelamente à idéia de um agente primário ou blogueiro<sup>51</sup> temos a idéia de agentes secundários que seriam, potencialmente, todos os internautas. Consideramos, no entanto, que apenas aqueles leitores do blog que efetivamente se manifestam, deixando explícita sua presença, ainda que de forma anônima ou com o uso de pseudônimos, são agentes secundários.

Quem define ou não a existência de agentes secundários é sempre o agente primário. A disponibilização, por parte do blogueiro, de recursos que permitam que suas manifestações estejam visíveis e acessíveis a todos os demais leitores é condição para a existência de agentes secundários. Entre tais recursos o principal é a publicação de comentários, o único considerado em nossas análises.

A convivência do agente primário com agentes secundários<sup>52</sup> é o que pode fazer de um blog jornalístico um espaço mais interativo, onde se operam verdadeiras trocas entre o jornalista/blogueiro e os leitores/internautas por meio do estabelecimento de um diálogo público – termo aqui tomado no mesmo sentido que Thompson, como “o que é visível ou

---

<sup>50</sup>Um exemplo é o BLOG DA SEMANA, da revista ÉPOCA (Disponível em <<http://www.epoca466.globolog.com.br/>> Acesso em 30 de abr. 2007), onde a cada semana, um tema diferente é abordado. Especialistas escolhidos pela revista respondem em posts publicados na área principal dúvidas dos leitores publicadas nas janelas de comentários.

<sup>51</sup> Neste trabalho, usaremos indistintamente os termos agente primário e blogueiro para nos referirmos ao mesmo interagente, ou seja, o dono do blog seja uma pessoa, grupo de pessoas, empresa jornalística, etc.

<sup>52</sup> CHAGAS (2006) usa as denominações “emissor primário” e “emissores secundários” expressando a mesma idéia que nós, uma vez que esta foi uma das constatações a que chegamos após estudos sobre blogs políticos de opinião, incluídos em uma das linhas da pesquisa “Novas TICs e sua apropriação: histórias de vida e cidadania”.



observável, o que é desempenhado diante de espectadores, o que é aberto para que todos ou muitos possam ver, ouvir, ou ouvir falar a respeito” (2002, p. 64).

Aqui vemos a dimensão potencialmente política, de deliberação pública que os blogs intrinsecamente parecem possuir. São desde o início ferramentas que possibilitam a exposição pública de informações e opiniões. A abertura para o debate chega a ser confundida com a própria definição de blog. Ainda que não consideremos tal atributo como suficiente para a caracterização desse mecanismo de publicação web, a ativação do mecanismo de comentários torna, potencialmente, o diálogo entre os interagentes mais constante.

Não queremos dizer com isso que não possa haver trocas entre leitores e jornalistas que mantêm blogs em que não existam agentes secundários. Claro que, nestes casos, relações e contatos entre os interagentes podem se dar através, por exemplo, da troca de e-mails. No entanto, reforçando uma idéia já exposta aqui anteriormente, o que consideramos é que blogs em que a presença de interagentes secundários é permitida são, potencialmente, mais interativos do que os que não a permitem. E são estes blogs que fornecem melhor material para uma análise das relações estabelecidas entre o jornalista/blogueiro e seus leitores uma vez que o próprio conteúdo dos posts do primeiro e dos comentários dos segundos podem ser objetos de análise.

## **2.5 Ricardo Noblat: mais jornalista do que blogueiro**

Escândalos políticos midiáticos (THOMPSON, 2002) não são novidade no Brasil, principalmente após a democratização do país na década de 80. No entanto, a crise política desencadeada no ano de 2005 a partir do escândalo do Mensalão foi a primeira a contar com a presença de blogs no ambiente midiático. A influência considerável que o BLOG DO NOBLAT alcançou nos universos político e jornalístico, tendo como fator impulsionador em sua trajetória a cobertura noticiosa desta crise, foi o que despertou nossa atenção para o uso dos blogs, no Brasil, como veículos jornalísticos.

Com mais de 30 anos de atuação, Ricardo Noblat começou sua carreira como correspondente do JORNAL DO BRASIL em Recife e, desde então, trabalhou em alguns dos principais veículos impressos do país, como as revistas MANCHETE e VEJA, e os jornais CORREIO BRAZILIENSE, A TARDE e O DIA. Começou a publicar seu blog no dia 20 de março de 2004, quando mantinha uma coluna dominical neste último jornal. Após três meses, deixou de escrever para o jornal O DIA mas, atendendo a pedidos de leitores, manteve o blog.<sup>53</sup> Naquele momento, o cenário político do país estava dentro da normalidade, seguindo os trâmites ordinários e rotineiros. Ao inaugurar seu blog, diferentemente dos jornalistas blogueiros que Denise Schittine entrevistou para seu livro (2004), o colunista adotou a nova ferramenta para auxiliá-lo em seu trabalho jornalístico, conforme o próprio Noblat já expressou repetidas vezes.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Conforme afirmação em entrevista à autora em 21 de janeiro de 2007 e também em entrevista publicada no jornal O POVO em 19/12/05. Disponível em <<http://www.noolhar.com/opovo/paginasazuis/548113.html>> Acesso em 2 de jan. 2006.

<sup>54</sup> Em entrevista à autora em 21 de janeiro de 2007; em artigo publicado no site OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA em 01/02/05 Disponível on-line em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=314ENO002>> . Acesso em 22 de jan. 2006. E em

De março a junho de 2004, Noblat manteve o blog paralelamente à coluna no jornal O DIA. Quando esta foi cancelada, anunciou que deixaria de fazer o blog, explicando que “sem a coluna será difícil mantê-lo. Era a coluna que me remunerava. Tenho de procurar emprego. E não está fácil.”<sup>55</sup> No entanto, continuou com o blog, segundo afirmação própria, para atender a pedidos de alguns leitores mas também “por absoluta falta do que fazer, a espera que aparecesse um emprego na imprensa convencional, na mídia convencional, que não apareceu.” (E.A.)<sup>56</sup>

Um ano após a criação do blog, em março de 2005 Noblat negociou um contrato com o iG, onde o blog estava hospedado e passou a ter seu trabalho, agora como blogueiro/jornalista, remunerado. A iniciativa para o contrato partiu de Noblat que se baseou na audiência do blog, medida desde outubro de 2004. Argumentou que era provedor de conteúdo e atraía leitores para o iG, devendo portanto ser pago para manter o blog no portal. Em suas palavras, foi quando se deu conta de que “isso poderia dar certo, poderia virar um negócio, um negócio no sentido de me dar renda para sobreviver”. (E.A.)

Em meados de 2005, Ricardo Noblat recebeu propostas do GRUPO FOLHA/UOL e do GRUPO ESTADO para integrar seus respectivos portais. Optou pelo ESTADÃO e, em outubro de 2005, seu blog é transposto para o portal do jornal O ESTADO DE S. PAULO. No segundo semestre de 2006 recebeu nova proposta, desta vez do jornal O GLOBO e, em janeiro de 2007,

---

post no próprio blog publicado no dia 4 de junho de 2004, em que diz “Este blog nasceu a partir da coluna. Ao correr atrás de notícias para fazê-la, vi que muitas perderiam a atualidade se ficassem para sair no domingo. Então tive a idéia do blog.” Disponível em <[http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?cod\\_Post=16688](http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?cod_Post=16688)> Acesso em 22 de ago. 2006.

<sup>55</sup> Ver mesmo post indicado na nota anterior.

<sup>56</sup> Como aqui, ao longo de todo o trabalho, usamos as iniciais E.A de Entrevista à autora entre parênteses (E.A.) ao final de transcrições de declarações de Ricardo Noblat feitas na entrevista que nos concedeu em 21 de janeiro de 2007.

o BLOG DO NOBLAT é transferido para o portal O GLOBO ONLINE, no qual permanecia até a finalização deste trabalho, em abril de 2007.

Para Ricardo Noblat, o primeiro momento em que seu blog “apareceu” foi logo no início, em abril de 2004, quando publicou a maneira desrespeitosa com que o presidente Lula se referiu à Constituição numa reunião com assessores apenas uma hora depois de sua realização.<sup>57</sup> Segundo o jornalista, o incidente não foi mencionado em outros veículos mas o blog foi citado em discursos de parlamentares no congresso. Como veremos ao longo deste trabalho, outros episódios como a votação do senador Eduardo Suplicy quanto à criação de uma CPI; o depoimento do então deputado federal Roberto Jefferson e a notícia de que o cantor Chico Buarque teria sido flagrado numa praia carioca em companhia de uma mulher casada, acontecimentos que obtiveram destaque na trajetória do blog por diferentes motivos, são indicativos das possíveis implicações do uso deste mecanismo de publicação on-line como veículo jornalístico.

Mas é preciso notar que, até o momento em que começou a fazer o blog, a trajetória profissional de Ricardo Noblat foi pontuada por episódios que o credenciaram ao longo do tempo como jornalista especializado em política: em 1988, sucedeu Carlos Castello Branco no JORNAL DO BRASIL como titular da tradicional COLUNA DO CASTELLO, a de maior influência e prestígio desde os anos do regime militar. Em 1989, logo após a eleição de Fernando Collor para a presidência, Noblat foi demitido do mesmo jornal. Durante a

---

<sup>57</sup> Lula ordenou que o correspondente do jornal *New York Times*, que havia escrito matéria sugerindo que ele exagerava na bebida, fosse expulso do país. O post em que Noblat conta que o presidente teria dito “Foda-se a Constituição” ao saber que esta não permitia a expulsão do jornalista, hoje, pode ser acessado na RETROSPECTIVA 2004 do BLOG DO NOBLAT em

<[http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?cod\\_Post=19732](http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?cod_Post=19732)> Acesso em 19 de jan. 2007

campanha, havia batido bastante no candidato e, segundo seu relato, “o jornal cobriu com razoável isenção a campanha de 1989. Mas quando Collor foi eleito, apressou-se a compor com ele. Sobrou então para mim” (NOBLAT, 2006b, p. 153). De 1994 a 2002, foi chefe de redação do CORREIO BRAZILIENSE, jornal de Brasília no qual promoveu uma grande reforma gráfica e editorial e, mais do que isso, comandou uma mudança de atitude: durante muito tempo subserviente aos interesses dos políticos locais, o jornal tornou-se combativo e independente. Sob seu comando, deixou de ser aliado do hoje senador Roriz que, ao vencer as eleições para governador do Distrito Federal pela terceira vez em 2002, rompeu de vez com o CORREIO BRAZILIENSE e passou a perseguir o jornalista e sua família.<sup>58</sup>

Assim é que, ao dedicar-se a um blog, mecanismo novo e, no Brasil, ainda não utilizado como veículo jornalístico, Ricardo Noblat já possuía uma imagem consolidada, socialmente construída com base em uma carreira marcada por episódios, práticas e atitudes que o projetavam como um profissional sério e digno de credibilidade. Em 2004, já era conhecido e reconhecido por fontes, empresas de mídia, outros profissionais da área e pelos leitores como um jornalista especializado, um articulista capaz de selecionar, hierarquizar e destacar o que de fato for relevante no universo político nacional.

No momento em que a crise do mensalão foi deflagrada, aproximadamente um ano após ter iniciado a publicação do blog, o jornalista já se diferenciava de outros blogueiros, tanto daqueles totalmente desconhecidos que usavam blogs para publicar suas opiniões ou simplesmente escrever sobre política – como o publicitário que criou o blog VIZINHO DO

---

<sup>58</sup> Ricardo Noblat relata as mudanças feitas à frente do CORREIO BRAZILIENSE assim como todos os episódios envolvendo a campanha do senador Roriz contra ele e sua família e os acontecimentos que culminaram em sua saída da chefia de redação do jornal no livro O QUE É SER JORNALISTA. Rio de Janeiro: Record, 2006.

JEFFERSON ou o funcionário público que mantém O BARNABÉ <sup>59</sup>, quanto de outros jornalistas políticos que também já mantinham blogs naquele momento<sup>60</sup>.

Um escândalo eleva a política à ordem do dia, despertando o interesse dos consumidores de escândalos e também daqueles que rotineiramente não se interessam por temas políticos. Foi durante a crise desencadeada pelo escândalo do Mensalão que o BLOG DO NOBLAT se tornou mais conhecido pelo público em geral pois começou a ser citado por seus pares no meio midiático e por políticos e depoentes das CPIs. Num post anterior às denúncias que dariam origem ao escândalo, Noblat divulga os números de sua audiência desde que começou a ser medida, em outubro de 2004:

**18/05/2005 | 08:32**

**Obrigado**

A audiência deste blog atingiu a marca de 153.886 visitantes únicos nos primeiros 17 dias do mês em curso. É uma marca superior às registradas no período de um mês inteiro desde outubro último - e à exceção de março. Como pode ser visto no quadro abaixo:

Outubro.....	151.465
Novembro.....	100.715
Dezembro.....	106.685
Janeiro.....	87.200
Fevereiro.....	127.472
Março.....	239.158
Abril.....	149.073

---

<sup>59</sup> Respectivamente, o blog de um vizinho do ex-deputado Federal, Roberto Jefferson (<http://www.vizinhodojefferson.blogger.com.br/>) e O BARNABÉ (<http://obarnabe.blogspot.com/>) segundo o guia Sobre Sites (<http://www.sobresites.com/blog/selecao/politica.htm>), mantido por um funcionário público. É preciso levar em conta que blogueiros em geral, jornalistas ou não, tratam de vários assuntos em seus sites, sendo a política, nos exemplos citados, um entre muitos temas abordados. Como dito, a principal marca dos *blogs* é a personalização, que inclui a escolha e a abordagem dos temas.

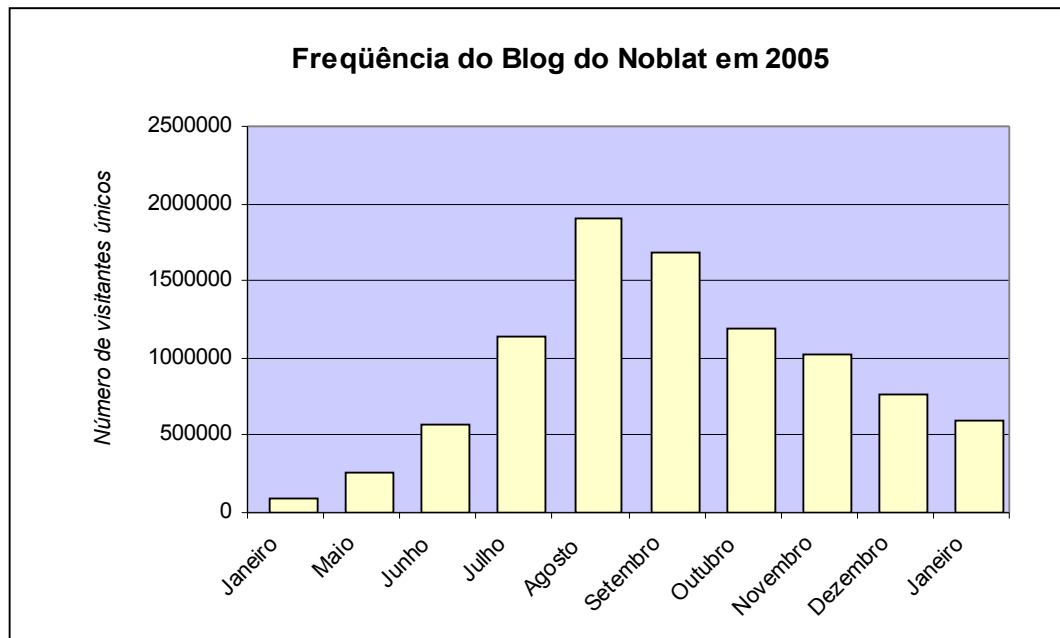
<sup>60</sup> Exemplos: Paulo Markun, jornalista e mediador do programa RODA VIVA da REDE CULTURA (<http://markun.weblogger.terra.com.br/>); Tereza Cruvinel, colunista do jornal O GLOBO (<http://oglobo.globo.com/online/blogs/tereza/>); Jorge Bastos Moreno, colunista do jornal O GLOBO (<http://oglobo.globo.com/online/blogs/moreno/>).

Maio.....153.886

Em março, Chico Buarque foi à praia do Leblon na companhia de uma morena casada - e em um único dia, pouco mais de 51 mil visitantes únicos acessaram o blog para ler a respeito. Este blog existe desde final de março do ano passado. Mas a audiência só começou a ser medida em outubro. Agradeço a todos.<sup>61</sup>

Em agosto, o BLOG DO NOBLAT receberia pouco mais de 100 mil visitantes únicos em um período de 24 horas: foi quando o jornalista fez a cobertura, em tempo real, do depoimento do então deputado federal Roberto Jefferson no Conselho de Ética da Câmara dos Deputados. Ao final daquele mês, o blog registraria quase dois milhões de *page views*, conforme dados do gráfico abaixo:

Figura 1: Audiência do BLOG DO NOBLAT no período de janeiro de 2005 a janeiro de 2006



<sup>61</sup> Ao longo deste trabalho, nas transcrições integrais ou de trechos dos posts do BLOG DO NOBLAT mantivemos grafias (inclusive com erros ortográficos ou de outras naturezas) e destaques (negrito, itálico, etc.) contidos nos textos originais - exceto quando indicarmos algo diferente.

Dados fornecidos por Ricardo Noblat; para junho e janeiro, dados estimados. Em 1 de novembro o blog saiu do iG para o portal do ESTADÃO, enfrentando problemas técnicos durante cerca de 10 dias, quando saiu do ar várias vezes.<sup>62</sup>

Antes da disseminação dos blogs jornalísticos, o mais comum na blogosfera brasileira era que jornalistas buscassem neste modelo de site afastar-se do estilo objetivo, informativo, direto e conciso a que foram habituados no dia-a-dia da profissão. Geralmente, utilizavam seus blogs para falar de assuntos alheios àqueles sobre os quais discorriam em seu trabalho cotidiano nos veículos tradicionais<sup>63</sup>. Nestes casos, os jornalistas permitem-se outro tipo de escritura, afastando-se dos gêneros jornalísticos e, conseqüentemente, enfrentam dificuldades para conquistar os leitores, como constatou Schittine:

[...] a hipótese levantada pelos blogueiros de que o jornalista é um diarista virtual privilegiado porque já tem um público proveniente do jornal foi desmentida pelos próprios jornalistas. O fato de terem o nome quase que diariamente impresso nas páginas de um jornal – muitos deles no caderno de informática – não lhes garantia um público na internet. O que mostrava que o leitor do blog não é necessariamente um leitor de jornal. Em muitos casos, mesmo que o jornalista seja conhecido, se o tipo de blog que escreve não suscita grande interesse no leitor o número de acessos diários é pequeno. (SCHITTINE, 2004 p. 218)

Noblat, no entanto, tornou-se blogueiro com o intuito de manter, na internet, o estilo utilizado e o tema que abordava historicamente em veículos tradicionais. Começou a fazer um uso profissional desta nova ferramenta que lhe possibilitava escrever sobre política na web, com grande liberdade. Continuou dando aos seus textos o tratamento jornalístico de um

<sup>62</sup> Dados fornecidos por Ricardo Noblat, em janeiro de 2006, citado em A FEBRE DOS BLOGS DE POLÍTICA (*Op.Cit.*)

<sup>63</sup> Cora Rónai, por exemplo, vem mantendo há muito mais tempo do que Noblat (desde 2001, no endereço <http://www.cora.blogspot.com>), um blog no qual, diferentemente do jornalista, aborda temas diversos e não apenas aqueles sobre os quais escreve em sua coluna de informática na versão impressa de O GLOBO.



colunista especializado. Com isso, supomos, acabou herdando leitores do veículo impresso – ao menos os que fossem também internautas – e conquistando um público novo: as pessoas interessadas em política, internautas em geral e leitores de blogs em particular. Aqueles jornalistas que eventualmente tratassem em seus blogs dos mesmos temas pelos quais se tornaram conhecidos publicamente não chegaram a alcançar a repercussão que Noblat atingiu.

A maneira como o colunista se apropriou deste novo mecanismo de publicação de conteúdo on-line, utilizando-o para o exercício de sua profissão, permite-nos considerar que o BLOG DO NOBLAT tornou-se um veículo jornalístico. Esta apropriação, como veremos nos capítulos seguintes, foi no sentido de explorar as potencialidades do blog para otimizar sua atuação jornalística.

A atitude que adotou colocando-se receptivo a opiniões, destacando comentários de seus leitores e publicando respostas a eles, mostra que Noblat adotou uma postura aberta ao diálogo, à participação de agentes secundários na produção do conteúdo. E ainda que não consideremos que a existência de agentes secundários seja, como já dito, um traço distintivo dos blogs, é também verdade que “a troca com o público é uma das coisas mais importantes, é necessário responder aos seus comentários, se basear neles para escrever um novo texto. Estabelecer um diálogo com os leitores é a melhor maneira de se manter vivo em sua memória” (SCHITTINE, 2004, p. 149).

Ainda nos remetendo a esta autora, com o blog “a novidade agora é que há um público que interfere durante a própria criação da escrita” (*Ibid.*, p. 61). Explorar esta possibilidade é o que pode, em se tratando do jornalismo, tornar a experiência comunicativa por meio do blog

mais rica, podendo então trazer alterações para a relação entre jornalista e leitor e mesmo nas concepções do que é 'ser jornalista' e 'fazer jornalismo'. É justamente essas possíveis alterações que vamos estudar, respectivamente, nos capítulos 5 e 6. No entanto, antes, no capítulo 4, faremos algumas considerações sobre a maneira como os blogs jornalísticos inserem-se no universo midiático noticioso. Na seção seguinte (capítulo 3) explicamos a metodologia adotada para a realização deste trabalho.

### 3 BLOG DO NOBLAT: UM ESTUDO DE CASO – A METODOLOGIA

Blogs são um fenômeno recente. Mais recente ainda é o fato de serem tomados por pesquisadores como objetos de estudo. Diante desse novo objeto e das questões que nos suscitou, talvez fosse preciso adotar um percurso metodológico não tradicional. E, de fato, este foi se desenhando à medida em que nos entregamos ao trabalho de observação atenta e sistematizada do BLOG DO NOBLAT.

Só nos decidimos quanto ao tema e objeto dessa dissertação após a conclusão, em janeiro de 2006, do artigo BLOG DO NOBLAT E ESCÂNDALO MIDIÁTICO – JORNALISMO SOBRE NOVAS BASES (*Op. Cit.*).<sup>64</sup> Para esse trabalho, partimos de uma análise dos posts publicados durante quinze dias, de 14 a 28 de maio de 2005. Além dos motivos já expostos no final do capítulo anterior, escolhemos o BLOG DO NOBLAT também por apresentar os atributos que, a nosso ver, caracterizam um blog como jornalístico: Ricardo Noblat publica, na maior parte do tempo, conteúdos sobre fatos reais, dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse. E além de fazer de seu blog um endereço público (acessível a qualquer pessoa que

---

<sup>64</sup> Antes de ser apresentado em congresso e publicado, o artigo foi apresentado como trabalho final na disciplina Mídia e Poder, ministrada por nossa orientadora, Alessandra Aldé, no âmbito do PPGCom/UERJ.

disponha de um computador conectado à internet), esforça-se para atrair um grande número de leitores e assim aumentar sua audiência (*page views*)<sup>65</sup>.

Cabe uma ressalva quanto aos atributos de universalidade e interesse. Ao falar de aspectos de continuidade entre o *webjornalismo* e seus antecessores em relação à personalização<sup>66</sup>, Palácios (2003) lembra que a segmentação de audiência, (públicos-alvo) não é algo próprio da web. Já estava presente nos cadernos e suplementos especiais de jornais impressos e nas grades das emissoras de rádio e TV com programações diversificadas e especializadas segundo conteúdos, dias e horários. Assim, no caso de Ricardo Noblat, a universalidade e o interesse limitam-se, de forma legítima, ao seu campo de atuação como jornalista especializado – a política nacional geograficamente situada em Brasília, e seus bastidores.

O surgimento do jornalismo tem fortes laços com a política uma vez que depende, para se constituir e consolidar, da existência e manutenção da liberdade de imprensa. Assim é que o jornalismo político é mais do que uma especialidade pois está intimamente ligado ao nascimento do próprio ofício e à constituição de um dos principais valores que preza: a liberdade. Onde houver censura prévia, a atividade jornalística será marginal e irregular, carecendo de um de seus elementos definidores: a periodicidade. Num ambiente politicamente conturbado, em que as liberdades de expressão e de imprensa sejam ora eliminadas, ora total

---

<sup>65</sup> Conforme explicita, ainda que em tom de humor, no post POR DENTRO DO BLOG, publicado às 14h do dia 19/05/2006. Disponível em <[http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?cod\\_Post=37315](http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?cod_Post=37315)> Acesso em 19 de maio 2006.

<sup>66</sup> A nosso ver, o que o autor chama de personalização nos veículos noticiosos tradicionais seria segmentação de público, termo que Palácios também usa no texto referido. Cabe ressaltar ainda que nosso entendimento de personalização difere do sentido adotado por Palácios, que não a diferencia de customização. Como explicitamos mais à frente, consideramos que são características distintas.

ou parcialmente cerceadas, torna-se impraticável a produção regular de informação. Desta forma, para muitos profissionais “a missão” do jornalismo é política.

O caráter originalmente público do blog e as possibilidades técnicas que apresenta como facilitam o diálogo e assim o tornam uma ferramenta web propícia ao debate de idéias e à circulação de diferentes opiniões. Estas são interfaces que os blogs potencialmente teriam tanto com o jornalismo quanto com a política praticada em regimes democráticos tornando um blog de jornalismo político ainda mais apropriado para as questões que buscamos discutir.

Além de nos fornecer tais premissas e impressões preliminares, aquele nosso artigo nos permitiu fazer um ensaio da metodologia posteriormente adotada para no desenvolvimento desse trabalho.

Para nossos propósitos, não víamos nas abordagens tradicionais conhecidas uma metodologia de análise que nos parecesse apropriada. Nosso intuito nunca foi fazer análise de conteúdo ou análise de discurso por não nos parecerem caminhos seguros a seguir diante dos blogs como veículos jornalísticos e das questões que tal objeto nos suscitou.

Em outubro de 2006, quando apresentamos nosso primeiro relatório de pesquisa perante a banca de qualificação, estávamos diante de um impasse metodológico e enfrentamos um momento de crise: tínhamos colhido uma vasta documentação mas estávamos perdidos quanto ao método de análise que melhor nos daria as respostas que buscávamos.

A orientação do professor Márcio Gonçalves, integrante da banca, de nos voltarmos com atenção para nosso objeto, o blog, e principalmente para o material nele colhido, mostrou-se uma solução acertada. O mergulho analítico na documentação coletada e nas anotações já registradas no trabalho de observação sistemática que havíamos realizado nos permitiu estipular as categorias, que preferimos chamar de aspectos, sobre as quais desenvolvemos nossos questionamentos. Nosso trabalho ganhou vida a partir desse segundo olhar, desse novo esforço de entendimento e sistematização sobre o que as informações coletadas diretamente do BLOG DO NOBLAT tinham a nos dizer.

### **3.1 Estudo de caso**

Uma vez decidido o tema e escolhido o BLOG DO NOBLAT como objeto, fazer um estudo de caso nos pareceu ser o caminho mais apropriado para desenvolver nossa pesquisa. Para Márcia Yukiko Matsuchi Duarte “o estudo de caso é o método que contribui para a compreensão dos fenômenos sociais complexos, sejam individuais, organizacionais, sociais ou políticos”. (DUARTE, M. 2005, p. 234)

Segundo a autora, esse método deve ter preferência quando se pretende examinar eventos contemporâneos nas pesquisas em que for possível empregar-se também a observação direta e entrevistas. Lembra ainda que os estudos de caso são generalizáveis a proposições

teóricas, possibilitando generalizações analíticas e não generalizações estatísticas. São apropriados quando o pesquisador espera responder a perguntas do tipo **como** ou **por que**.

Uma vez que a principal questão que buscamos responder é **como** as potencialidades oferecidas pelo blog foram apropriadas e efetivamente utilizadas por um jornalista em especial e com que conseqüências, estamos certos de que a escolha do método foi adequada. O entendimento de Lüdke e André (1986 apud DUARTE, M. 2005: 218), segundo o qual um estudo de caso “se desenvolve numa situação natural, é rico em dados descritivos, tem plano aberto e flexível e focaliza a realidade de forma complexa e contextualizada” também mostra que o método é condizente com nossos objetivos.

A definição clara das questões, o desenvolvimento do quadro de referências teóricas logo no início da pesquisa e o rigor no desenvolvimento das categorias estão entre as medidas que Duarte, M. sugere para superarem-se os preconceitos e críticas a este método e que nós adotamos, conforme exposto na introdução e ao longo do capítulo 2.

O fato de Ricardo Noblat ser um jornalista típico, detentor de uma identidade socialmente construída, compartilhada por seus pares e reconhecida pelo público, como explicitamos mais de uma vez ao longo do presente trabalho, mostra que é um representante exemplar do que consensualmente entende-se por 'ser jornalista', aproximando o caso que estudamos dos demais fenômenos da mesma natureza: a apropriação do blog para a prática do jornalismo. Nosso estudo contribuiu, acreditamos, para o avanço da pesquisa sobre esse tema ao testar a hipótese de o jornalismo de blog estar se constituindo como uma nova categoria de *webjornalismo*.

Para a coleta de dados optamos pelas técnicas de documentação e de entrevista individual semi-aberta, com o próprio Ricardo Noblat. Buscamos portanto, no discurso manifesto do jornalista, elementos para resolver nossas questões. Descrevemos a seguir o processo metodológico que adotamos – análise textual qualitativa – assim como nossas escolhas e suas motivações.

### **3.2 Análise documental**

Nas palavras de Sônia Virgínia Moreira

[...] a análise documental compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim. No caso da pesquisa científica, é, ao mesmo tempo, método e técnica. Método porque pressupõe o ângulo escolhido como base de uma investigação. Técnica porque é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados como a entrevista e o questionário.

Na maioria das vezes é qualitativa: verifica o teor, o conteúdo do material selecionado para análise. (MOREIRA, 2005, p. 271).

Embora na análise documental as fontes sejam mais frequentemente secundárias, também há casos em que o pesquisador tem acesso a fontes primárias, entre os quais a autora cita, como exemplos, escritos pessoais. Blogs, veículos individuais e personalizados, são, de maneira geral, escritos pessoais originalmente públicos uma vez que estão disponíveis na www (SCHITTINE, 2004).



Assim, formam a documentação da nossa pesquisa posts do BLOG DO NOBLAT, assim como seus dois livros – A ARTE DE FAZER UM JORNAL DIÁRIO (2003) e O QUE É SER JORNALISTA (2006) – além de textos em que fala sobre sua prática profissional – como artigos e entrevistas, inclusive a que nos concedeu mas não apenas esta. Enunciados do próprio Noblat, são fontes diretas e primárias. Nesse conjunto temos, como dito logo acima, o discurso manifesto do jornalista, o qual interpretamos, a fim de desvelar o que tem a dizer sobre as três linhas temáticas abordadas em nosso estudo: 1) relação entre os meios noticiosos; 2) relação entre jornalista e leitor e 3) 'ser jornalista'/'fazer jornalismo'.

Integram nosso *corpus* os posts publicados diariamente na área principal do BLOG DO NOBLAT durante três meses de 2006, abril, maio e junho; e também, dentro deste mesmo período, os comentários de leitores que geraram respostas ou considerações de Noblat – geralmente, identificados sob a rubrica “CALÇADA DA FAMA”.

Ficaram de fora dessa observação outros conteúdos e textos publicados nas diferentes seções do blog que, à época, quando ainda estava no ESTADÃO, eram “ARTIGOS”, “ENTREVISTAS”, “ESPECIAIS”, “PERFIL” “ARQUIVOS”, “REGRAS DO BLOG”, “OUÇA A ESTAÇÃO JAZZ & TAL”, “DESABAFE!”, “IMAGENS”, “VALE A PENA ACESSAR” e “PUBLICAÇÕES DO NOBLAT” além da “ENQUETE”. Com a passagem para O GLOBO ONLINE, em janeiro de 2007, todas foram mantidas e o jornalista criou ainda “BIBLIOTECA” (com as sub-seções “CRÔNICAS”, “DISCURSOS”, “DOCUMENTOS”, “EDITORIAIS”, “NOTAS OFICIAIS”, “REPORTAGENS”, “FRASES DE 2006”).<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Mesmo estando fora do *corpus*, seções como “DESABAFE!”, “ARTIGOS” e “REGRAS DO BLOG” são mencionadas nos momentos em que se mostraram condizentes com a linha de raciocínio que desenvolvemos.

Num ano eleitoral, a escolha de quais seriam os três meses a compor nosso *corpus* foi proposital. Nosso objetivo é descobrir o que o blog pode alterar na dinâmica cotidiana do fazer jornalístico corriqueiro e não em situações extraordinárias. Por ser um momento de normalidade na cobertura jornalística política, um período de “temporalidade aberta” (BORGES, 2006) se mostrou mais adequado aos nossos propósitos, assim como um contexto livre de escândalos políticos midiáticos (THOMPSON, 2002).

Em março de 2006, quando fizemos a escolha, havia indicações de que a política – tema do BLOG DO NOBLAT – não seria, durante aqueles três meses, um assunto extraordinário ou em evidência. Os acontecimentos se desenvolviam corriqueiramente, sem que estivéssemos em meio a um grande escândalo ou denúncias como as ocorridas um ano antes, no caso conhecido como Mensalão.<sup>68</sup> Tais ocasiões elevam a política à ordem do dia, despertando o interesse do público em geral e atraindo a atenção também dos consumidores de escândalo. A política deixa então de ser assunto apenas entre a parcela da população constantemente interessada pelo tema (ALDÉ, 2004). Consideramos também o fato de o período escolhido estar relativamente distante do primeiro turno das eleições, em outubro.

O tempo é fator presente na rotina jornalística em diferentes épocas e mídias (Cf. FRANSISCATO, 2005) e ganha novos contornos com o *webjornalismo* (BORGES, 2006), influenciando na pauta de temas abordados mas também no próprio comportamento do público. Para Borges a política possui três temporalidades: restrita, semi-restrita e aberta.

---

<sup>68</sup> Embora ainda houvesse repercussões do escândalo da quebra do sigilo bancário do caseiro Francenildo Costa, divulgado em 17 de março no blog da revista ÉPOCA e que culminaria com a queda do então Ministro da Fazenda, Antônio Palocci.

Em abril, maio e junho de 2006 a cobertura jornalística política vivia uma “temporalidade aberta” observada “quando o ambiente político não determina um monopólio temático para a cobertura, como no caso das eleições presidenciais, ou quando a agenda legislativa não está centralizada por um tema principal, como no caso da reforma da Previdência” (BORGES, 2007, p. 107). “[...] os fenômenos a priori não são influenciados por grandes eventos. Ao contrário, os fatos ocorrem de forma mais ou menos regular, trazendo elementos de espontaneidade [...]” (*Ibid.* p. 153).

Conforme o trecho transcrito, são exemplos das outras duas temporalidades as eleições (temporalidade restrita) e a reforma da previdência (temporalidade semi-restrita).<sup>69</sup> Em momentos de temporalidade restrita ou semi-restrita, os veículos políticos atraem maior atenção e audiência. No caso dos blogs, pode haver participação mais ativa dos leitores, por exemplo, e não era essa situação que nos interessava estudar.

Ainda falando sobre a análise documental, Moreira lembra que

À caracterização e descrição dos documentos somam-se as anotações e os comentários pessoais elaborados no momento do exame detalhado do material. As intervenções do pesquisador por ocasião da leitura, por exemplo, fornecem observações que de outra forma poderiam perder-se [...] (2005, p. 276).

Assim, definido o material do blog que comporia nosso *corpus*, adotamos um processo de observação sistematizada dos posts e da rotina de publicação de Ricardo Noblat, fazendo, simultaneamente, anotações de forma assistemática: um livre registro de impressões,

---

<sup>69</sup> Outro exemplo de temporalidade semi-restrita seria o referendo sobre a proibição ou não da comercialização de armas de fogo e munição, realizado no Brasil em outubro de 2005.

reflexões e induções. Não nos preocupamos, naquele momento, em criar categorias ou qualquer outro tipo de classificação ou divisão em que enquadrar nossas anotações.

Lemos todos os posts publicados na área principal do blog durante os três meses escolhidos, transcrevendo partes ou integralmente aqueles que despertavam nossa atenção, sempre seguidos das reflexões suscitadas tanto no que dizia respeito ao conteúdo dos textos de autoria de Noblat, quanto ao que podiam expressar sobre seus possíveis posicionamentos, opiniões e comportamentos. Tais anotações foram divididas em três documentos, um para cada mês.

Com o tempo, nos vimos, cada vez mais, diante de posts ou situações que geravam anotações repetidas, reforçando ou confirmando impressões, e íamos também sanando dúvidas. Ao final dos três meses, como resultado deste trabalho de observação e análise preliminar, tinham-se revelado vários aspectos concernentes ao campo teórico em que situamos nossa pesquisa: o jornalismo e as novas tecnologias de comunicação. Por trás de repetições encontradas na diversidade em que se constituem os blogs, estavam presentes conceitos e questões que dizem respeito ao jornalismo em geral e ao ao *webjornalismo* em particular. A partir da releitura e de uma nova análise, agora mais detida e cuidadosa, da documentação constituída e sem pré-definir uma quantidade máxima ou mínima, escolhemos, entre todos os que se revelaram, dez aspectos para serem abordados em nosso trabalho: Personalização; Hipertextualidade; Multimídia (convergência); Interatividade (relação com os leitores); Memória; Auto-referenciação; Remediação; *Ethos* Profissional (organizador avalizado do conhecimento); Fragmentação e Organização do Conteúdo.

Para tal seleção, além da pertinência ao escopo teórico conceitual da pesquisa bibliográfica realizada, consideramos também o fato de todos esses dez aspectos apresentarem interface com as três linhas temáticas que adotamos. Diante da dificuldade em situá-los dentro de uma delas, a opção de não fazer divisões estanques, como apontou nossa orientadora, mostrou-se a melhor.

Foi em julho de 2006, depois de já finalizado o trabalho de acompanhamento dos posts, que decidimos considerar também os comentários dos leitores.<sup>70</sup> A opção inicial seria ler todos os comentários postados nos dias em que a rubrica “CALÇADA DA FAMA” tivesse sido publicada. Em seguida, decidimos considerar apenas comentários de leitores que geraram respostas de Ricardo Noblat. A publicação de posts respondendo ou comentando o que escrevem são momentos em que o jornalista pode estabelecer uma conversação com seus leitores. Analisando essa face da relação com os internautas, exposta publicamente no blog, pretendíamos averiguar se o diálogo se estabelece de fato. Assim, receberam nossa atenção também posts dirigidos aos leitores em geral, mesmo que não tenham sido publicados como “CALÇADA DA FAMA”<sup>71</sup>.

Como essa decisão foi tomada depois de passados os três meses escolhidos para a observação, ao buscar, retrospectivamente, os textos originalmente publicados pelos internautas nas janelas de comentários, na maior parte das vezes não os encontramos mais. Isto porque a moderação dos comentários é feita *a posteriori* e muitos haviam sido

---

<sup>70</sup> Agradecemos ao professor Alex Primo pelas conversas que tivemos sobre conversação em blogs durante o congresso da Alaic que me atentaram para a importância de se considerar, em algum nível, os comentários dos leitores ao estudarmos blogs.

<sup>71</sup> Sob essa rubrica, Noblat publica respostas a leitores e comentários específicos.

excluídos.<sup>72</sup> Mas isto não chegou a prejudicar nossas análises já que Noblat, ao responder um leitor, reproduz o texto a que se refere ou explica do que trata.

TABELA 1: Citação aos leitores na área de posts do BLOG DO NOBLAT (abril, maio e junho de 2006)

	Calçada da Fama	Reprodução de comentário ou texto de leitor	Post dirigido aos leitores	TOTAL
ABRIL	6	2	3*	11
MAIO	10 **	-	-	10
JUNHO	3	4 ***	-	7
TOTAL	19	6	3	28

\* Um é o caso em que Noblat publica um post revendo o que disse na nota INEPTO OU BOBALHÃO. Os outros dois, são o mesmo post, AVISO AOS COMENTARISTAS, publicado no dia 2 e repetido no dia 3, em que avisa que está considerando a possibilidade de adotar a moderação prévia dos comentários.

\*\* Um deles é dirigido a Moreno. Não encontramos no BLOG DO NOBLAT comentário do outro jornalista/blogueiro, o que sugere ser mais uma brincadeira de Noblat, incluída na briga *fake* que os dois colunistas mantêm. O próprio conteúdo da nota, que começa com a frase, “Babe de inveja”, é uma provocação a Moreno

\*\*\* Em dois textos o conteúdo não é político: um, NO CORAÇÃO DE MUNIQUE, do leitor que assina Coronel, é uma espécie de impressões de viagem. Outro, EFEITO FELIPÃO, de Jofre Neto, fala sobre a Copa do Mundo, que já havia começado e, embora esportivo, foi tema que ganhou destaque no BLOG DO NOBLAT, conforme mencionamos nesse trabalho, ao falarmos de personalização.

Em abril, merece destaque o caso em que Noblat publicou post revendo o que havia dito anteriormente na nota sob o título INEPTO OU BOBALHÃO. O caso é analisado ao falarmos da relação do jornalista com leitores (Capítulo 5). Nesse mês, cinco dos seis comentários que

<sup>72</sup> Abordamos a moderação no Capítulo 5, quando tratamos da relação de Ricardo Noblat com o moderador e das Regras do Blog, base para a exclusão de comentários dos leitores.

geraram a rubrica “CALÇADA DA FAMA” não estavam mais publicados quando fomos tentar acessá-los. Em maio, o número foi de quatro para dez e, em junho, de três para três. Tal fato nos levou a fazer considerações sobre a relação que Noblat estabeleceu com um leitor em especial: o que se tornou moderador do blog (ver Capítulo 5).

A inclusão da fala dos leitores nos forneceu também material para as análises desenvolvidas sob a linha temática 'ser jornalista'/'fazer jornalismo' (Capítulo 6).

Ainda que de modo não sistematizado, vínhamos acompanhando as publicações no BLOG DO NOBLAT desde o primeiro semestre de 2005, e continuamos tal acompanhamento até o encerramento deste trabalho, em abril de 2007. Portanto, sempre que se mostraram relevantes e significativos, exemplos retirados de momentos anteriores e posteriores a abril, maio e junho de 2006 também foram considerados e, eventualmente, citados.

Tendo em vista que a análise documental “funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos” (MOREIRA, 2006, p. 276) o foco da nossa análise foi sobre opiniões que Ricardo Noblat expressa em alguns de seus textos e sobre a dinâmica de publicações, tendo em vista o que nos diz sobre a forma como o jornalista passou a estruturar o seu fazer jornalístico.

Após ter em mãos a maior parte da documentação que constituiria nosso *corpus* (faltava apenas a entrevista com o próprio Noblat) foi que estipulamos a metodologia de análise a ser aplicada. Nosso intuito era fazer uma interpretação dos dados, levando em consideração as unidades de sentido presentes no objeto escolhido, assim como as relações

entre elas e o que delas emana. (Cf. SANTAELLA, 2001). Nossa pesquisa é, ao mesmo tempo, analítica e qualitativa pois “faz análises interpretativas dos dados e conclusões” e “ressalta as significações que estão contidas nos atos e práticas” (*Ibid.* p. 144 ).

No momento da qualificação, em outubro de 2006, os pontos mais relevantes para nosso trabalho e que deveriam portanto ser abordados na entrevista individual semi-aberta já estavam definidos. Para realizarmos a entrevista, em janeiro de 2007, tudo o que fizemos foram pequenos ajustes tendo em vista principalmente a reformulação do enunciado das questões com a principal preocupação de escapar à armadilha de influenciar o entrevistado, induzindo suas respostas.

### **3.3 Entrevista**

A segunda técnica para coleta de dados escolhida foi uma entrevista individual em profundidade com o jornalista Ricardo Noblat, realizada no dia 21 de janeiro de 2007, quando nossas reflexões já estavam em estágio bastante avançado. A conversa durou pouco mais de uma hora e foi gravada em fitas cassetes. Ainda no mesmo dia fizemos sua transcrição detalhada e literal. O trabalho de análise das respostas e de associação com nossas reflexões foi realizado paralelamente a essa transcrição.



Conforme explica Jorge Duarte, a entrevista individual em profundidade é uma

[...] técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada. Entre as principais qualidades dessa abordagem está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas. Este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística.

A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se quer conhecer. (DUARTE, J. 2005, p. 62)

Na entrevista individual em profundidade, “os dados não são apenas colhidos, mas também resultado de interpretação e reconstrução pelo pesquisador, em diálogo inteligente e crítico com a realidade” (*Ibid.*, p. 62). Assim, acreditamos ter atingido nosso objetivo ao optar por tal técnica: conhecer o discurso de Ricardo Noblat, bem como suas motivações para determinadas atitudes, para calcar algumas de nossas afirmações nas palavras do próprio jornalista, de modo que não se limitassem a meras impressões e suposições. Pois, ainda conforme Duarte, J.:

Nesse percurso de descobertas, as perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer prospectivas. Possibilitam ainda identificar problemas, microinterações, padrões e detalhes, obter juízos de valor e interpretações, caracterizar a riqueza de um tema e explicar fenômenos de abrangência limitada.

[...] Seu objetivo está relacionado ao fornecimento de elementos para compreensão de uma situação ou estrutura de um problema. (*Ibid.*, p. 63)

Realizamos uma entrevista semi-aberta (aberta com questões semi-estruturadas), tendo em mãos, conforme prevê a metodologia, um roteiro com perguntas que estimulassem o jornalista a expressar suas opiniões livremente, seguindo o curso espontâneo da conversa. A

temática foi sobre três tópicos: a) rotina de trabalho como jornalista/blogueiro b) relação com os leitores do blog c) o ser jornalista e o fazer jornalístico.

Uma preocupação que o pesquisador que opta pela entrevista em profundidade precisa ter é quanto à validade e à confiabilidade das informações obtidas. A seleção dos informantes, o uso dos procedimentos e a descrição dos resultados são as três questões apontadas por Duarte, J. para que se aplique a técnica de forma válida e confiável. Para nosso trabalho, não havia dúvidas quanto à escolha do informante. Durante o ato da entrevista, optamos pelo modelo neutro, que “faz do entrevistador um transmissor de estímulos positivos, buscando impessoalidade e equilíbrio na relação” (*Ibid.*, 2005, p.71).

O local da entrevista – a casa de Ricardo Noblat – assim como o dia e horário, foram definidos pelo próprio. Advertido quanto ao formato da entrevista, Noblat dispôs-se a nos atender com calma, sem determinar o tempo de duração da conversa. No entanto, interrupções foram inevitáveis já que o jornalista não deixou de atender telefonemas em seu celular durante nossa conversa.

Já tínhamos tido acesso a algumas opiniões de Ricardo Noblat publicadas no próprio blog, em seus livros, artigos e entrevistas. Tivemos o cuidado de não deixar transparecer esse conhecimento prévio para não influenciar suas respostas, permitindo que o entrevistado se expressasse livremente segundo seus termos, sua linguagem, suas percepções e experiências. A repetição, durante a entrevista, de idéias e mesmo de frases ou termos encontrados nas fontes acima citadas é um indício de que conseguimos minimizar fatores que, potencialmente, poderiam causar distorções nas respostas que obtivemos.

Como fizemos entrevista individual, não tivemos dificuldade em estabelecer categorias a partir das respostas, uma vez que “nas entrevistas semi-abertas, as categorias têm origem no marco teórico e são consolidadas no roteiro de perguntas semi-estruturadas.” (*Ibid.*, 2005, p. 79) Houve um único aspecto que não havíamos previsto em nosso roteiro que, ao final da entrevista, Ricardo Noblat abordou: o fato de haver uma cobrança por parte dos leitores para que expresse sua opinião e se posicione diante dos fatos ao invés de apenas relatá-los.

Mostramos até aqui o fruto da pesquisa bibliográfica, primeira etapa desse trabalho. O resultado dos passos metodológicos descritos no presente capítulo estão nas páginas seguintes, onde o leitor encontra o resultado final do nosso estudo: a análise, que para Duarte, M., “consiste no exame, categorização, classificação ou mesmo na recombinação das evidências, conforme proposições iniciais do estudo” (2005, p. 231). Nesse trabalho temos como resultado do trabalho de interpretação dos dados coletados uma **análise textual qualitativa** feita a partir de um estudo de caso no qual adotamos procedimentos que buscaram ser condizente com o objeto em questão (blog), ainda novo para o campo acadêmico.

## 4 A RELAÇÃO ENTRE OS MEIOS NOTICIOSOS

Às margens do trajeto das sucessivas atualizações pelas quais vem passando o fazer jornalístico no mundo moderno ocidental sempre estiveram presentes aspectos histórico-culturais, econômicos, tecnológicos e humanos que nos permitem entender as reconfigurações sofridas por esta prática social. Mas o jornalismo é também um ofício profissional que, numa sociedade em rede (CASTELL, 1999) marcada por um acelerado processo de troca e circulação de informações, vem passando por mudanças cada vez mais velozes.

No trajeto que vai da prensa ao post, encontramos as trocas de dados pelos fios do telégrafo no final do século XIX e as transmissões de áudio, via rádio, e de imagens pela TV, já na primeira metade do século seguinte. Tal percurso passa também, na segunda metade do mesmo século XX, pela renovação do já tradicional jornalismo impresso com a criação das revistas semanais ilustradas.<sup>73</sup> Poucas décadas à frente, ainda antes de ingressar no século XXI, o jornalismo já ganha um novo universo no qual passa a se desenvolver, sendo mais uma vez reconfigurado: surge uma rede mundial de computadores interconectados, a internet, e dentro de seu ambiente mais conhecido, a web ou www, nascem os portais jornalísticos e

---

<sup>73</sup> Outros artefatos técnicos inventados neste período, como o telefone, a máquina de escrever e a fotografia também foram sendo apropriados pelos profissionais da área, trazendo de alguma forma contribuições para o 'fazer jornalístico'.

com eles, as notas sucintas das seções de últimas notícias. Como já citamos, estas *breaking news* constituem-se como um dos modelos presentes no jornalismo de portal, uma nova categoria ou formato para o *webjornalismo* (BARBOSA, 2003, p. 169). Assim como a prensa tipográfica era considerada uma nova tecnologia no século XVII e, como tal, possibilitou e condicionou o fazer jornalístico daquele tempo, hoje pode-se considerar o jornalismo de blog como um fazer jornalístico nascido genuinamente na web, possibilitado pela existência desta nova tecnologia: a internet.

Nas páginas seguintes, nos debruçamos sobre alguns aspectos que o modelo de jornalismo de blog apresenta sob a apropriação de um agente humano em especial: Ricardo Noblat, um jornalista típico. Buscamos compreender como o blog se insere na relação instituída entre os veículos jornalísticos cujos formatos midiáticos (impresso, televisivo, radiofônico e on-line) já estão consolidados. Pretendemos identificar o que esse modelo de jornalismo apresenta em comum e o que traz de novo quando comparado com seus antecessores. Em outras palavras, quais são os pontos de continuidade e quais os de ruptura entre o jornalismo de blog e as formas de jornalismo que o precedem.

Nossa visão é de que, em cada época e contexto sócio-cultural específico, temos tecnologias diversas que, apropriadas de formas particularizadas por diferentes agentes humanos provocam o surgimento, alterações e reconfigurações de práticas sociais. Portanto, a principal questão que buscamos responder neste momento é: do ponto de vista tecnológico, o blog apresenta alguma característica única capaz de inserir algo de verdadeiramente novo no universo dos meios noticiosos e nas relações que se dão entre tais meios?

Estamos de acordo com Franciscato quando este diz que

Para compreender a instituição jornalística contemporânea e sua produção temporal, temos que considerar que, por um lado, a tecnologia voltada para a organização da mídia em uma produção industrial possibilitou a constituição de um sistema midiático complexo e diversificado, diferenciado segundo as potencialidades de produtos e suportes simbólicos específicos (impresso, som, som/imagem e hipertexto) e sua propagação social. Assim, o surgimento gradativo de novas tecnologias e organizações produtivas da mídia trouxe não uma evolução linear de padrões com tendência substitutiva, mas um processo de diversificação de produtos no ambiente midiático, atuando seja em caráter complementar ou concorrencial. (FRANCISCATO, 2005, p. 164)

Percebemos que supostas inovações que poderiam ser consideradas típicas do jornalismo de blog são, na verdade, características já próprias do jornalismo on-line. Neste caso, podemos citar como exemplo as mudanças na relação espaço-temporal cujo principal efeito é o fim da idéia de *deadline* (BARBOSA, 2003, SILVA JÚNIOR, 2003, FERRARI, 2004, FRANCISCATO, 2005). Paralelamente, percebemos também que o jornalismo de blog apresenta uma grande velocidade na produção e, sobretudo na divulgação de notícias. Neste caso vemos apenas uma intensificação da já tradicional importância que o jornalismo atribui à velocidade, que se tornou historicamente um valor extremamente prezado pelos profissionais da área. (FRANCISCATO, 2005).

É interessante citar ainda algumas características comuns entre o jornalismo praticado por blogueiros da atualidade e aquele dos panfletos e libelos publicados nas primeiras décadas do século XIX no Brasil. A leitura da obra *INSULTOS IMPRESSOS*, da historiadora Beatriz Lustosa, nos permite identificar, apenas em um primeiro olhar, alguns pontos em comum entre os dois fenômenos, tais como a) atuação de não profissionais; b) anonimato e o uso de

pseudônimos; c) expressão aberta de opiniões com claro posicionamento político-ideológico; d) linguagem próxima à oralidade; e) amplo espaço para cartas e manifestações de leitores; e) apropriação e uso também por parte de políticos para exporem suas posições e idéias de forma direta, ou seja, dispensando intermediários como os próprios jornalistas.

Entendemos, portanto que fenômenos da mesma natureza situados em contextos históricos diferentes podem guardar semelhanças entre si. Assim, é preciso cuidado antes de alardear as novidades que os blogs podem trazer como ferramentas apropriadas para o fazer jornalístico. Pretendemos, com nosso estudo de caso sobre o BLOG DO NOBLAT, a exemplo do que propõe Palácios, “discutir até que ponto estamos efetivamente frente a processos de Ruptura com relação a práticas e modelos anteriores e com que efeitos e conseqüências” (2003, p. 16).

A seguir, vamos nos deter sobre alguns aspectos tecnológicos referentes ao fazer jornalístico nos blogs. Abordamos, neste capítulo, aqueles (entre os 10 aspectos detectados na observação detida e sistematizada que fizemos), que se situam no contexto da relação entre os meios noticiosos: **auto-referenciação** comum entre os meios noticiosos e que, no caso estudado, alia-se à **hipertextualidade**; o conceito de **remediação** (BOLTER e GRUSIN); a **convergência ou multimídia**lidade, característica típica do jornalismo on-line (DEUZE, 2002; PALACIOS, 2003; NOCI, 2006) e o **formato de apresentação das notícias** proposto pela configuração específica dos blogs.

#### 4.1 Novo meio, velhos hábitos

Embora não haja horários fixos, é possível identificar uma rotina de publicação no BLOG DO NOBLAT marcada pela concentração de posts do tipo *clipping* nas primeiras horas do dia. Estes textos são uma seleção do que pode ser encontrado naquele dia em outros veículos, com a reprodução de seus primeiros parágrafos. Começam a ser publicados a partir da meia-noite, seguindo no início da madrugada e nas primeiras horas da manhã. Durante o restante do dia, pode haver novos posts deste tipo mas não é muito comum. O termo *clipping*, um jargão jornalístico, é usado pelo próprio Noblat ao explicar porque começou a fazer o que também chama de grade de programação:

Eu te diria que hoje ele tem uma espécie de grade de programação que eu, intuitivamente, não sei se é o melhor caminho ou não, mas enfim, fui fazendo. Quer dizer, no começo eu não fazia *clipping* dos jornais de madrugada. Eu botava ali só as notas que eu apurava. Como as notícias não costumam acontecer nem de madrugada, nem de manhã, a não ser quando é uma coisa intempestiva, eu vi que de manhã eu tinha um buraco de informação. Porque, principalmente, em Brasília as informações de política, que é o que eu cubro, elas só acontecem de meio-dia em diante. (E.A)

Cabe atentar para a necessidade que o jornalista sentiu de atender a uma demanda tecnológica da própria internet, surgida no *webjornalismo* com as últimas notícias e que a ferramenta blog também apresenta: a atualização contínua. No caso dos blogs, há uma expectativa dos leitores por novas postagens e, conforme assinala Schittine, “qualquer período sem escrever pode diminuir o número de leitores e a sua ‘fidelidade’.” (2004, p. 185) Assim,



percebemos, na iniciativa de Noblat de usar esse *clipping* para preencher a manhã com publicações relacionadas à temática política, a preocupação em atender na verdade a duas demandas: a da própria ferramenta da qual se apropriara jornalisticamente e a dos internautas com ela habituados.

Nos posts do tipo *clipping* o jornalista sempre inclui link para o texto original, quando disponível on-line – o que ocorre na maior parte dos casos – explicitando se o acesso é restrito somente a assinantes daquele site. Quando o texto é assinado, em muitas ocasiões, Noblat dá destaque para o nome do jornalista, colocando-o em negrito (vê-se esses detalhes no exemplo a seguir, com grifos originais).

**21/05/2006 | 04:48**

**O impacto eleitoral da *internet***

De **Nelson de Sá** na Folha de S.Paulo, hoje:

"Em uma coisa o publicitário Duda Mendonça, que fez a campanha de Lula, e o jornalista Luiz Gonzalez, que pode fazer a de Geraldo Alckmin, concordam: a *internet* ainda é para poucos no Brasil, para causar maior impacto neste ano eleitoral. "O povão não tem acesso a computador", diz o primeiro.

[...]

**Assinante da Folha leia mais**

A citação a fontes e outros veículos informativos com a disponibilização de links para seus respectivos sites, extremamente presente no BLOG DO NOBLAT, pode ser considerada como a junção de uma prática já presente da mídia jornalística tradicional – a **auto-referenciação** – com uma característica típica da web – a **hipertextualidade**.

Auto-referenciação é um termo utilizado por Thompson ao descrever o que chama de rivalidades competitivas entre as organizações da mídia. Segundo o autor

As organizações produtoras de notícias divulgam, até certo ponto, o que outras organizações produtoras de notícias estão divulgando; elas procuram suas inspirações, ao menos até certo ponto, naquilo que suas competidoras estão fazendo. [...] O resultado é que o mundo das notícias midiáticas tende a se tornar, em parte, um mundo fechado sobre si mesmo – quase como uma sala de espelhos em que cada imagem e cada movimento são refletidos de múltiplas formas. (2002, p. 115-116)

Para Traquina a concorrência entre os veículos jornalísticos está entre os critérios contextuais dos valores-notícias de seleção.

As empresas jornalísticas não funcionam no vazio; têm concorrentes. Todas as outras empresas são concorrentes, mas cada empresa jornalística tem os seus concorrentes de estimação, isto é, seus concorrentes diretos, por exemplo, o jornal *O Público* para o *Diário de Notícias*, e vice-versa. [...]

Os jornalistas e as empresas jornalísticas procuram uma situação em que têm o que a concorrência não tem – é uma situação em que têm o “furo”, ou a exclusividade. [...] Mas os jornalistas e as empresas jornalísticas procuram evitar uma outra situação: não ter o que os outros têm, não permitir um “furo” para a concorrência. (TRAQUINA, 2005b, p. 89-90)

Ou seja, é comum que veículos do *mainstream* tratem dos mesmos assuntos. Assim, muitas vezes, acabam fazendo referências uns aos outros, auto-alimentando o sistema no qual estão inseridos, balizando-se mutuamente como que a demonstrar que se reconhecem como integrantes de um mesmo clube.

A auto-referenciação mostra que a chamada grande mídia acaba sendo pautada por si mesma. E esta prática, facilitada pelas possibilidades da hipertextualidade típica da internet, foi incorporada também pelos sites noticiosos da web, sejam versões on-line de veículos

impressos ou portais já nascidos na era digital. Silva Júnior (2003) chama a atenção para a contradição de se repetir on-line práticas e vícios arraigados no jornalismo impresso.<sup>74</sup>

Comportamentos, rituais e compartilhamento de rotinas são elementos de uma linguagem própria dos jornalistas que, segundo Traquina (2005b) constituem uma comunidade interpretativa transnacional. Assim é que algumas destas práticas e vícios podem ser entendidos como códigos de identificação e pertencimento, ou seja, formas de expressar quem sou, onde me situo, como quero ser visto e como sou reconhecido em determinado universo.

A interação, isto é, a troca de experiências, saberes, truques, anedotas, que é mais do que a simples tagarelice e que não deve ser minimizada porque faz parte de um processo decisivo de formação de consenso, dum camaradagem que influencia o trabalho jornalístico porque a validação e o exame dos colegas torna-se o substituto dum exame independente e crítico que afinal ninguém faz. Nesta interação, é criada toda uma linguagem secreta entre os membros da tribo, que se exprime na “gíria” dos membros da tribo. Nesta interação temos a leitura dos outros jornais, a consulta que o jornalista faz aos outros jornalistas; nesta interação temos as trocas e os favores, a entre-ajuda entre membros da tribo, bem como a concorrência desenfreada. (TRAQUINA, 2004a. p. 201)

Exemplos do que o pesquisador português fala são as referências que os colunistas e blogs fazem uns aos outros, por vezes, pessoais. Neste sentido é exemplar a implicância entre Noblat e Moreno expressa em seus respectivos blogs com provocações mútuas que, na verdade, não passam de brincadeiras.<sup>75</sup> O relato de histórias dos bastidores na busca pela

---

<sup>74</sup> O fato de a maioria das informações das três maiores agências noticiosas on-line brasileiras tratarem dos mesmos assuntos é tema do artigo *DÉJÀ-VU ONIPRESENTE: REPETIÇÃO, PREVISIBILIDADE E HOMOGENEIDADE NAS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS ONLINE BRASILEIRAS*, de José Afonso da Silva Júnior (in: MACHADO, PLÁCIOS; 2003). Ainda que o autor não utilize o termo ou mesmo refira-se à idéia de auto-referenciação, as duas práticas são correlatas, uma vez que mostram o quanto diferentes veículos da grande mídia podem realmente ser entendidos como faces de uma grande sala de espelhos.

notícia ou sobre as dificuldades de ser jornalista, que Noblat costumava fazer na rubrica “POR DENTRO DO BLOG”, também ilustram a afirmação de Traquina.

Franklin Martins, jornalista político brasileiro, afirma que “jornalista começa o dia lendo jornal. Lendo muitos jornais.” (MARTINS, 2005, p. 71). E o próprio Noblat, em artigo publicado no site OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA assim descreve o início de seu dia de trabalho, já atuando apenas como jornalista/blogueiro (grifos nossos):

#### **De madrugada**

Trabalho mais horas diárias no blog do que jamais trabalhei em jornais ou revistas. Começo por volta das 10h. **Uma vez lidos os seis jornais que assino, reproduzo e comento no blog as notícias mais relevantes. Em seguida, passeio pelos sites de jornais e de agências daqui e de fora. Sempre encontro alguma coisa para comentar ou correr atrás.**

A partir daí, me penduro no telefone à caça de notícias frescas.

As fontes tradicionais de notícias ainda não sabem direito o que é um blog – costumam confundir com site. Mas se lhe conhecem, ajudam.

**Mantenho um aparelho de rádio sintonizado na CBN. E um aparelho de televisão na Globo News ou nas TVs Senado e Câmara,** a depender do dia e da hora.

Sinto falta de ir para a rua com mais frequência atrás de notícias – mas se for, a relação custo-benefício não valerá a pena. Gastarei mais tempo. E apurarei menos notícias.

Sinto falta de trabalhar com gente, de preferência muita gente como sempre trabalhei. Tenho apenas uma estudante de Jornalismo que me ajuda em coberturas de fôlego.

Reservo algumas noites por semana para jantar com políticos e funcionários do governo.

**Permaneço defronte do computador até a hora do *Jornal Nacional*.** Depois dou um tempo.

**Volto a passear pelos sites de notícias por volta das 23h. E sigo até às 2h ou 3h lendo as edições dos jornais do dia seguinte e postando notícias ou comentários.**<sup>75</sup>

<sup>75</sup> Conforme o próprio Noblat admite em entrevista publicada no site OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=405ENO001>> Acesso em 19 de jan. 2007

<sup>76</sup> Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=314ENO002>> Acesso em 22 de jan. 2006

Fizemos um levantamento quantitativo dos posts do tipo *clipping* publicados em abril de 2006, o primeiro dos três meses que constituem o *corpus* da nossa pesquisa. Dos 537 posts deste tipo que Noblat publicou ao longo de trinta dias, 491 referem-se a veículos da grande mídia, conforme os números da tabela abaixo:

*TABELA 2 - POSTS DO TIPO CLIPPING NO BLOG DO NOBLAT – ABRIL / 2006*  
*Veículos da grande mídia*

Folha / Folha Online *	176
Estadão / Agência Estado	135
O Globo	133
JB Online	33
VEJA	8
Terra	3
IstoÉ	1
O Dia	1
Jornal Nacional	1
<b>TOTAL</b>	<b>491</b>

\* Inclui os sites hospedados no portal UOL, Última Instância e Contas Abertas (uma referência para cada um).

Abaixo, a discriminação das demais referências nos posts do tipo *clipping* do mês de abril de 2006:

*TABELA 3 - POSTS DO TIPO CLIPPING NO BLOG DO NOBLAT – ABRIL / 2006*  
*Outras referências*

<b>Sites oficiais</b>	<b>TOTAL: 16</b>
Agência Brasil	1
Agência Carta Maior	1
Agência Nordeste	1
Congresso em Foco	1

Radiobrás	1
Site da Câmara	4
Site do Cristovam Buarque (então senador)	1
Site do Garotinho (Antony Garotinho, ex-governador do Rio de Janeiro e então pré-candidato à presidência da república pelo PMDB)	1
Site do PT	1
Site do IBGE	1
Site do Ministério Público Federal ( <i>denúncia do mensalão</i> ) / Procuradoria Geral da República	2
Site do STF ( <i>discurso do presidente da OAB</i> )	1
<b><u>Jornais internacionais</u></b>	<b>TOTAL: 8</b>
O Público (jornal de Portugal)	5
<i>The Guardian</i> (Jornal da Inglaterra)	1
<i>Le Monde</i> (jornal da França)	1
<i>Associated Press</i> (notícia da agência publicada no jornal <i>Jerusalém Post</i> )	1
<b><u>Outros veículos jornalísticos ou informativos</u></b>	<b>TOTAL: 4</b>
Site Diário de Cuiabá / Mato Grosso	1
Site 24 Horas News / Mato Grosso	1
Acesse Piauí	1
Diários de Brasília / Blog do Zero Hora	1
<b><u>Outros sites</u></b>	<b>TOTAL: 4</b>
Revista Forum	1
Site Primeira Leitura	1
Site Mídia e Política ( <a href="http://midiaepolitica.unb.br">midiaepolitica.unb.br</a> ) – artigo de José Varella	1
You Tube Futboal	1
<b><u>Documentos ou depoimentos</u></b>	<b>TOTAL: 4</b>
3 volumes do relatório da CPI dos correios (PT)	1
Relatório da CPI dos correios	1
Depoimento de Palocci à PF	1
Depoimento Maria Ida Batista Tontenelle de Araújo	1
<b><u>Blogs</u></b>	<b>TOTAL: 2</b>
Blog Verbo Solto (Luiz Weis)	1

Blog Luneta ( <a href="http://d1quixote.zip.net">http://d1quixote.zip.net</a> )	1
<b>TOTAL:</b>	<b>38</b>

Considerando-se apenas a tabela 2 temos que 90,5% dos links (444 num total de 491) são para os portais dos três maiores jornais diários impressos do país. Comparando-se as tabelas 2 e 3 nota-se que referências a veículos do *mainstream* prevalecem numericamente, sendo mais de treze vezes superior ao número total de todos os outros tipos de sites aos quais os posts do tipo *clipping* se referem.

Ao publicar esse *clipping* diariamente em seu blog é como se Noblat estivesse compartilhando tal hábito com seus leitores, oferecendo ao seu público parte do trajeto que ele mesmo percorre para se informar, disponibilizando para os internautas alguns elementos que o auxiliam no processo de formação de sua opinião.

Ao mesmo tempo explicita seu leque referencial no campo jornalístico, estabelecendo, através da presença constante das mesmas referências, uma espécie de diálogo com estes outros veículos. É como se estivesse delimitando, dentro do universo jornalístico midiático, o nicho ao qual pertence, quem reconhece como sendo seu par, interlocutores relevantes com os quais de certa forma equipara-se.

A própria opção por voltar à grande mídia, em novembro de 2005, transpondo seu blog do iG para o ESTADÃO e, mais recentemente, passando deste para o portal do GLOBO, também

evidencia esta identificação do jornalista como integrante do *mainstream* da mídia noticiosa brasileira e, mais do que isso, com empresas tradicionais, ou seja, anteriores ao *webjornalismo*.

Embora a prática da auto-referenciação seja comum também no *webjornalismo*, em alguns portais noticiosos não é recomendada sendo, muitas vezes, expressamente proibida<sup>77</sup>, o que se deve a fatores comerciais: a medição da audiência em sites, que serve como base, entre outras coisas, para estipular a tabela de preços para inclusão de peças publicitárias, se dá por *page views*<sup>78</sup>, páginas vistas ou acessadas. Assim, esforços devem ser empreendidos para se manter o internauta navegando pelas páginas do próprio portal, garantindo-se a manutenção da audiência, evitando-se levá-lo para outros sites. Seguindo esta lógica, os portais acabam incluindo links apenas para páginas e sites dentro de seus próprios domínios.

Tal lógica é a mesma das emissoras de TV que definem os valores cobrados dos anunciantes com base em seus índices de audiência e têm um mecanismo de auto-referenciação muito parecido com os links internos: os anúncios para sua própria programação inseridos nos intervalos, cuja intenção é fazer com que o telespectador continue assistindo àquele canal e lembre-se de sintonizá-lo em outros momentos.

---

<sup>77</sup> Trabalhando durante cinco anos (1998 a 2003) para o TERRA, respectivamente como estagiária, jornalista e editora do portal de conteúdo local CIDADE VIRTUAL JUIZ DE FORA (extinto em 2003 e desde então não mais disponível on-line), convivi e coloquei em prática diariamente a orientação de não incluir links para sites ou portais externos ao próprio TERRA. A ordem era-nos passada verbalmente pelo diretor-proprietário da operadora local do megaportal, Marcos Kopschitz, que participou da criação da rede, na chegada da internet comercial ao Brasil, em 1995, ainda como NutecNet, em seguida tornando-se ZAZ até ser adquirida pela espanhola Telecom e adotar a marca TERRA. Segundo o diretor, a opção de nem citar outros sites seguiria a mesma lógica adotada pela rede GLOBO de televisão de não mencionar, pelo menos em seus programas de entretenimento, outras emissoras de TV.

<sup>78</sup> Segundo Ferrari, *page views* “é usado, geralmente, para medir a popularidade de um site” (2004, p. 101).



A restrição à presença de links externos ao portal, de motivação puramente comercial, contradiz uma das características mais típicas da internet: a hipertextualidade com todo seu potencial de diversificação de fontes e aprofundamento de temas, o que se constitui como um grande diferencial dessa mídia em relação às suas predecessoras.

Conforme já citado, a hipertextualidade é considerada por diversos autores como uma das características específicas do *webjornalismo* (DEUZE, 2002; PALÁCIOS, 2003; FERRARI, 2004; NOCI, 2006). Explorá-la de maneira restrita contradiz também a natureza dos próprios blogs como modelos de sites, que já surgiram tendo como um de seus aspectos marcantes justamente a grande oferta de links, contrariando totalmente essa lógica mercadológica. Inicialmente, os blogs foram criados como páginas de fácil publicação em que as pessoas escreviam seus comentários a partir da leitura de notícias e textos que encontravam navegando pela internet, disponibilizando para seus leitores links para os conteúdos originais. De acordo com Sebastien Paquet (2002), os primeiros blogs teriam sido os de Tim Berners-Lee "WHAT'S NEW?" e de Marc Andreessen's "WHAT'S NEW?", ambos dedicados a divulgar sites criados mais recentemente na web. Para Blood (2003), a prática típica dos blogs, de oferecer acesso ao leitor por meio de links aos textos referenciados, contribui para a transparência da informação. A autora acredita que os bloggers que não incluem links para os conteúdos aos quais se referem são intelectualmente desonestos.

A orientação para que não sejam incluídos links externos ao portal ou veículo on-line nem sempre é explicitada, sobretudo para os leitores. É um exemplo da tensão que muitas vezes se observa no campo jornalístico entre dois pólos que “[...] começaram a tornar-se dominantes na emergência do campo jornalístico contemporâneo: o pólo econômico (a

definição das notícias como um negócio) e o pólo ideológico (a definição das notícias como um serviço público)”. (TRAQUINA, 2005a, p. 24)

Noblat opta por não se submeter (ao menos no que toca a este aspecto do pólo econômico do jornalístico, mas que não é o único) à lógica comercial ao não abrir mão de explorar efetivamente as possibilidades da hipertextualidade oferecidas pela internet. Mais do que citar, o jornalista reproduz trechos de textos publicados em outros veículos. Voltando à tabela 2, note-se que o maior número de referências nos posts do tipo *clipping* é para sites do GRUPO FOLHA (176) “concorrente de estimação” - para usar o termo de Traquina – do GRUPO ESTADO, ao qual o BLOG DO NOBLAT estava vinculado no mês em questão. A quantidade de referências ao GRUPO ESTADO (133) é quase numericamente igua à do jornal de outro concorrente, O GLOBO (135). Vemos que as restrições que os leitores encontram devem-se, mais uma vez à presença do pólo comercial, quando alguns sites ou portais noticiosos permitem acesso total ou parcial apenas a seus assinantes (caso dos sites do jornal FOLHA DE S. PAULO e das revistas VEJA e ÉPOCA).

A constante tensão entre os pólos econômico e ideológico do jornalismo aparece em alguns comentários de leitores e respostas do jornalista, nas quais este busca assegurar ao seu público que os interesses da empresa não interferem no conteúdo do blog. (No exemplo a seguir, os grifos são nossos):

#### **ENVIADO POR:ETF**

Noblat

Falei para você, tempos atrás, que seu blog é um case. Pensei até em colocar isso como opção de pesquisa num trabalho de pós-graduação. Continuando achando que ele é um case. Mas ele perdeu uma aura que carregava. A moderação foi um retrocesso. A ligação com o grupo Estado pior ainda. Sou leitor do Estadão desde os anos 70. Sabemos o que pensa a família Mesquita. Quem é que pode acreditar que você na Eldorado está livre para falar qualquer coisa? Tudo isso foi bom para você. Mas ainda sinto saudades do tempo em que você buscava ajuda voluntária de blogueiros dispostos varar a noite para

fazer deste blog, um blog cidadão. Você ganhava fama. Agora ganha algo a mais. Justo. Vivemos numa sociedade capitalista. O capital remunera o seu trabalho. Mas sabemos que isso tem um custo. Quem ganha é Noblat Ltda. Perdemos e morreremos nós, com as modarças noblateanas: limitadores de caracteres, análise prévia de opiniões etc. Assim minha Música do Dia é Réquiem, de Giuseppe Verdi.

22/05/2006 | 18:41

#### Calçada da Fama - Para ETF

Em comentário à nota postada às 14h sob o título "Por dentro do blog" você escreveu que a "moderação" de comentários foi um "retrocesso" na vida deste blog. E que a ligação "com o grupo Estado" foi algo pior. E registrou mais adiante: "Quem é que pode acreditar que você na (rádio) Eldorado está livre para falar qualquer coisa"?

Vamos por partes.

[...]

Quanto à ligação do blog com o grupo Estado, posso lhe garantir, ETF, que ela só fez bem ao blog. Ele passou a ter acesso a informações e fotos do grupo Estado. E isso enriqueceu seu conteúdo. **Continuo dispondo de liberdade ilimitada para postar o que quiser, até diria temerária para os padrões da mídia brasileira. Gravo meus comentários na Eldorado de madrugada.**

**E eles vão ao ar do jeito que os gravo.**

As restrições que os profissionais da imprensa podem enfrentar devido à natureza comercial das empresas nas quais trabalham não escapam aos leitores mais atentos. Alguns, como o que enviou o comentário transcrito acima, parecem crer que os blogs seriam uma forma do jornalista se ver livre de tais restrições. E Noblat parece desejar que seus leitores acreditem que é isto o que ocorre. Durante a entrevista, ao nos responder o que é ser jornalista/blogueiro, afirmou:

Ser um jornalista com mais liberdade, é a única diferença. **Eu não tenho satisfação a dar pra ninguém. Eu não tenho nenhum patrão, nenhum chefe me dizendo "faça assim, não faça assado".** [...] A única diferença é só isso: é você poder fazer um jornalismo com muito mais liberdade. Eu acho que essa é uma grande diferença e uma diferença a favor.

E quando questionado se já recebeu alguma advertência por incluir links para outros domínios em seu blog, explicou que tanto ao negociar sua passagem do iG para o ESTADÃO quanto ao passar deste para O GLOBO, esta prática já estava incorporada ao blog, fazendo parte do pacote. As empresas se interessaram pela audiência que o blog atingira e que ele o fez mantendo aquele modelo, então, por que alterá-lo?

A lógica comercial das empresas jornalísticas, portanto, sobrevive no ambiente web fazendo concessões no que se refere a algumas regras e incorporando as potencialidades que o suporte oferece, tais como a hipertextualidade que Noblat explora livremente ao incluir links para outros veículos noticiosos, ainda que sejam concorrentes da empresa à qual encontra-se vinculado.

Vamos encaminhar nossa análise agora para a outra ponta do aspecto da auto-referenciação: a presença de links para veículos não integrantes da grande mídia. Foram apenas 38 durante os trinta dias do mês de abril de 2006, conforme dados da tabela 3. Entre os seis grupos que listamos nesta tabela, os sites oficiais (nos quais incluímos os de órgãos públicos e de políticos em geral) aparecem maior número de vezes (16). A seguir, estão os jornais internacionais, sendo que de oito referências, cinco são para um único jornal - ( O PÚBLICO, de Portugal). Há quatro referências para três grupos distintos: veículos informativos locais; outros tipos de site não necessariamente noticiosos e ainda para íntegras de documentos publicados em outros sites.

Por fim, merece destaque o fato de haver apenas duas referências para outros blogs, sendo os dois de jornalistas. Um, VERBO SOLTO<sup>79</sup>, é do cientista político Luiz Weis e está no site OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA cuja temática é o jornalismo e a mídia nacionais. O outro, LUNETAS<sup>80</sup>, é do jornalista Mário Watanabe e sua temática seria “Homem, Cinema e vídeo, Arte e cultura, Literatura, Música, Xadrez e Futebol”, de acordo com descrição no próprio blog.<sup>81</sup>

Verdade que, no mês contabilizado, estes outros sites aparecem em número muito pequeno quando comparamos com as referências à grande mídia, conforme dados das tabelas 2 e 3. No entanto, ao mencioná-los Noblat, de certa forma, alça tais sites ao mesmo patamar das suas demais referências. Isto porque, como estamos vendo ao longo deste trabalho, embora tenha tornado-se blogueiro, Ricardo Noblat não deixou de ser jornalista, de ser reconhecido como tal. Manteve-se como integrante da grande mídia noticiosa já estabelecida – com quem dialoga e que se constitui, como vimos, como seu principal referencial.

<sup>79</sup> <[http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id\\_blog=3](http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=3)> Acesso em 30 de mar. 2007

<sup>80</sup> <<http://d1quixote.zip.net>> Acesso em 30 de mar. 2007

<sup>81</sup> É preciso registrar que em março de 2007, 11 meses depois deste nosso levantamento quantitativo, Noblat se comprometeu a publicar, a cada dia, o link para um blog diferente, incluindo-os na seção “VALE A PENA ACESSAR”. E convidou os leitores a enviar sugestões publicando o post

#### **Vale a pena acessar**

Ricardo Montero é fotógrafo e mora em São Paulo. Tem um blog muito original onde fotografa e entrevista pessoas comuns. Acesse aqui [www.vidaseimagens.blogspot.com](http://www.vidaseimagens.blogspot.com)

Pretendo recomendar diariamente sites, blogs e fotologs que a meu juízo valha a pena acessar. Os recomendados passarão a fazer parte da seção aí acima, do lado esquerdo, chamada Vale a pena acessar.

Mandem sugestões para [noblat@uol.com.br](mailto:noblat@uol.com.br)

Agradeço desde já. (Post do dia 4.4.2007 12h27m. <Acesso em 13 de abr. 2007>)

E o jornalista realmente passou a publicar, diariamente, indicações para blogs e fotologs, explicitando quando se tratavam de indicações de leitores, conforme constatamos em acompanhamento diário do blog até o dia 30 de abril de 2007. Essa mudança de comportamento de Noblat, que faz com que nossas considerações a esse respeito não sejam mais válidas no momento de apresentação do nosso trabalho, é também indicativa de uma outra constatação nossa: a de que Noblat dá abertura para a expressão da opinião de seus leitores. E indica ainda que o jornalista teria incorporado uma tendência própria da ferramenta blog: a diversificação de referências que fujam do *mainstream* midiático, não deixando de fora, como o jornalista vinha fazendo antes, a própria blogosfera.

Na seção “ARTIGOS”, também encontramos fontes de prestígio, conhecidas e reconhecidas pelo público, ao lado de outras pouco ou mesmo nada conhecidas pelos leitores, conforme vemos na tabela 4:

*TABELA 4: – COLABORADORES DO BLOG DO NOBLAT – ABRIL / 2006*  
Seção “ARTIGOS”

COLABORADORES (em ordem alfabética)	Nº de textos publicados	Datas das publicações
Bruno de Lima Rocha	4	4 / 11 / 18 / 25
Carlos Henrique Araújo	1	4
Cláudio Weber Abramo	2	12 / 26
Cristovam Buarque	1	7
Demóstenes Torres	4	4 / 11 / 18 / 25
Eduardo Suplicy	5	2 / 9 / 16 / 23 / 30
Gustavo Müller	1	6
Jânio Ferreira Soares	1	3
João Paulo Cavalcanti Filho	3	7 / 14 / 28
Loise Caroline	1	
Lúcia Hipólito	9	
Luciana Pinsky	2	6 / 21
Luiz Roberto Barroso	1	7
Maílson da Nóbrega	4	9 / 16 / 23 / 30
Maria Helena Rubinato	3	
Marilene Moura	1	7
Murilo Aragão	4	5 / 11 / 18 / 26
Roseli Fischann	4	2 / 9 / 16 / 23 /
Ruy Fabiano	4	6 / 12 / 20 / 29
Tânia Fusco	5	1 / 8 / 15 / 22 / 30
Valéria Grassi	5	1 / 8 / 15 / 22 / 29
Vitor Hugo	2	1 / 29

Nas palavras de Noblat, esta seção:

Não é pra transcrever artigos de jornais. Até faço isso, mas pouco. Se tem um grande artigo que me chama a atenção eu pego e coloco ali. Mas não. Eu montei um time de colaboradores que escrevem semanalmente pro blog. Então eu tenho quem escreva na segunda, na terça, na quarta, alguns dias até mais de um colaborador. Pessoas que eu convidei e que toparam escrever.

Conforme indicam as datas de publicação dos textos na tabela acima, constatamos em relação ao mês de abril que: a) alguns colaboradores publicaram textos com periodicidade fixa (semanalmente, a cada quinze dias) e b) houve dias em que foram publicados textos de colaboradores distintos, conforme afirma Noblat.

Em uma das rubricas “POR DENTRO DO BLOG” o jornalista menciona justamente o fato de seu “time de colaboradores” ser formado por pessoas com perfis e posicionamentos políticos variados (grifos nossos):

**29/05/2006 | 14:00**

**Por dentro do blog**

Tenho vários colaboradores que escrevem artigos semanais no blog sem que eu nunca tenha tido o prazer de conhecê-los.

É o caso de **Maria Helena Rubinato Rodrigues de Souza**, que escreve às quintas-feiras. **Somente outro dia descobri que ela é filha de Adoniran Barbosa.**

Uma vez, li comentário dela a uma nota postada no blog. Texto impecável. Convidei-a para escrever com regularidade. Ela topou.

**Louise Caroline, vice-presidente da UNE**, que escreve aqui uma vez a cada 15 dias, essa conheço bem. Namorou meu filho mais velho, André. A militância política dos dois acabou por separá-los. É um encanto de pessoa.

E conserva vivos todos os sonhos que os mais cétricos como eu acabam perdendo à medida em que a idade avança.

**O time de colaboradores do blog é o mais plural possível. Vai de Louise Caroline ao senador Demóstenes Torres do PFL de Goiás.**

Aos domingos, escrevem o **ex-ministro da Fazenda Mailson da Nóbrega** e o **senador Eduardo Suplicy (PT-SP)**. Admiro o espírito democrático deles. Convivem sem reclamar com comentários que os destratam muitas vezes.

Eu já me acostumei com isso. Gostaria que as pessoas se identificassem e assumissem abertamente o que pensam. Mas não é assim que as coisas funcionam na internet. Um dia, quem sabe...

A manutenção da seção “ARTIGOS” em que colaboradores com posicionamentos diversificados expõem suas opiniões com regularidade seria, portanto um outro espaço para a manifestação de uma relativa pluralidade de vozes que acreditamos estar presente no BLOG DO NOBLAT. Com isso pode-se dizer que o jornalismo praticado por Noblat incorpora uma característica contingente à blogosfera<sup>82</sup>: a disponibilização de uma diversidade maior de fontes de informação e mesmo de opiniões, não se restringindo ao universo jornalístico ou pelo menos à sua parcela mais conhecida.

Ao mencionar e incluir links para outros sites, ainda que em número muito menor do que suas referências aos veículos da chamada grande mídia, e ao oferecer espaço para que pessoas com diferentes posicionamentos político-ideológicos se expressem em seu blog, o jornalista os inclui em seu repertório de fontes, conferindo-lhes o prestígio que detém ele próprio e os veículos *mainstream* que cita. Assim consideramos que Noblat não se restringe àquela auto-referenciação descrita por Thompson, em que as referências são apenas a veículos da grande mídia jornalística. Ainda que nos posts do tipo *clipping* prevaleçam as referências a estes veículos, a pluralidade de vozes aparece na diversificação dos colaboradores que Noblat

---

<sup>82</sup> O termo que hoje identifica o universo web formado pelos blogs, foi criado pelo blogueiro Quick William, em 2002, a partir da junção da palavra blog (forma já abreviada para weblog) com o radical grego *logos* (razão, lógica). William propunha então um nome para “o ciberespaço intelectual ocupado pelos blogueiros” (“*cyberspace we bloggers occupy*”). O blog em que William postou a definição não está mais ativo mas o post permanece arquivado e acessível. Disponível em <[http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001\\_12\\_30\\_dailypundit\\_archive.php#8315120](http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001_12_30_dailypundit_archive.php#8315120)> Acesso em 03 de abr. 2007



mantém escrevendo para seu blog. E o jornalista dá a eles o mesmo destaque que tem seus próprios textos e os dos demais veículos a que se refere uma vez que publica trechos dos artigos na área central do blog, com a respectiva chamada para o texto integral.

Ricardo Noblat faz de seu blog algo que se espera destes modelos de publicação on-line e, em última análise, da própria web: um espaço para a manifestação de uma pluralidade maior de vozes. E o jornalista estaria também seguindo a tendência que vem se desenhando nos últimos anos, de abertura para a inclusão e a participação de cidadãos comuns na produção de conteúdos veiculados pela mídia<sup>83</sup>, conforme expusemos ao falar, no capítulo anterior, sobre a Web 2.0.

Ao mesmo tempo, na medida em que é ele quem convida os colaboradores – “eu montei um time”, ressalta – Noblat mantém o controle devido ao interagente primário, o detentor do blog. Define quem está apto a usufruir daquele espaço para publicar suas idéias e opiniões. Pessoas (e não necessariamente jornalistas) cujos textos merecem tanto a atenção de seus leitores quanto seus próprios. O jornalista assume um papel parecido com o de um editor mas que atua em um jornal particular – idéia próxima à de Sebastian Paquet, que já citamos no capítulo 2, de blogs como *personal knowledge publishing* (publicação de conhecimento pessoal). Além do conhecimento pessoal acumulado sobre política, Noblat também saberia avaliar quem está habilitado a escrever, principalmente sobre esse assunto – ainda que nem todos os textos de seus colaboradores sejam sobre política.

---

<sup>83</sup> Exploramos este aspecto mais detidamente ao falarmos sobre o espaço ocupado pelos internautas no BLOG DO NOBLAT no capítulo 3, tratando da relação entre o jornalista e seus leitores.

## 4.2 Uma relação de simbiose

Ainda sob a perspectiva da relação entre os meios noticiosos, passamos agora a falar sobre outro aspecto relevante na análise que fizemos: a remediação, conceito desenvolvido por Jay David Bolter e Richard Grusin (2000) para o qual o BLOG DO NOBLAT constitui-se como um caso exemplar. “Nós adotamos a palavra para expressar a forma como um meio é visto pela nossa cultura como reforma ou aprimoramento sobre outro” (BOLTER, GRUSIN, 2000: 59).<sup>84</sup>

A remediação é caracterizada por uma constante tensão entre as novas mídias e aquelas já estabelecidas: ao mesmo tempo em que inaugura uma linguagem, exercendo uma espécie de pressão sobre suas antecessoras para que se adaptem às novidades, uma nova mídia sempre carrega em si algo familiar, pertencente às mídias já existentes. Como remediadoras sempre “pegam emprestado nomes e formas de uma mídia anterior enquanto reivindicam ser tão boas quanto ou melhores do que esta.” (*Ibid.*, p. 142)<sup>85</sup> Em REMEDIATION - UNDERSTANDING NEW MEDIA BOLTER e GRUSIN referem-se mais especificamente às representações visuais, analisando o mesmo fenômeno em relação à pintura no século XVII, à fotografia no século XIX, ao cinema no XX e as artes gráficas computacionais da atualidade. No entanto, tal conceito é aplicável também às mídias não estritamente imagéticas.

---

<sup>84</sup> T.A. “*We have adopted the word to express the way in which one medium is seen by our culture as reforming or improving upon another*”

<sup>85</sup> T.A. “*borrowing names and forms from earlier media while claiming to be as good as or better than the media from which they are borrowing*”

Segundo os autores, o fenômeno da remediação opera em uma lógica dupla: de um lado está o desejo humano, histórico, por imediaticidade – acesso sem mediação à realidade. Do outro, a hipermediaticidade que é o acréscimo constante de novas camadas de mediação para que tal desejo esteja mais próximo de ser satisfeito. Assim, quanto mais mediada uma informação, maior a sensação de que não haveria intermediários. Para ilustrar, pode se ter em mente um ambiente de realidade virtual, em que uma pessoa pode imergir em um determinado cenário, chegando a interagir com ele. É imensa a complexidade do processo que torna possível a imersão em tal ambiente, mas, ao mesmo tempo, tal complexidade é imperceptível.

O mesmo ocorre, por exemplo, com tecnologias adotadas na internet, como os comunicadores instantâneos do tipo MSN e as salas de bate-papo em tempo real, os chats. Linhas e mais linhas de programações foram criadas para que as pessoas possam conversar, inclusive com transmissão de voz e imagens, como se estivessem face a face. E esta é a sensação que se experimenta, não?

No caso dos blogs, uma sensação aproximada ao diálogo face a face pode ser experimentada pelo diálogo que se estabelece entre o blogueiro e seus leitores. É diferente do que ocorre nos comunicadores e chats onde as conversas acontecem no que se pode chamar de tempo real, com respostas praticamente imediatas. No blog, o sistema de comentários é um modelo assíncrono de conversa on-line que guarda alguma semelhança com o fórum – ferramenta que data dos primórdios da web. E, comparando-se com mídias mais antigas, no caso dos blogs jornalísticos, os comentários dos internautas são equivalentes às boas e velhas cartas de leitores.

A trajetória do BLOG DO NOBLAT é o que melhor exemplifica o fenômeno da remediação no caso aqui estudado, demonstrando como uma nova mídia acaba por alimentar as outras, ao mesmo tempo em que faz proveito delas, numa relação de trocas e benefícios mútuos. Noblat começou a publicar seu blog quando ainda mantinha uma coluna semanal no jornal impresso O DIA, como complemento desta. Acreditava que a nova ferramenta seria útil para que pudesse levar aos leitores informações que já estariam velhas quando fossem publicadas no jornal, conforme sua própria afirmação: “Comecei a fazer o blog porque quando eu comecei a fazer a página dominical no Dia notei que eu perdia muita informação que apurava no início da semana mas que envelhecia antes de chegar o domingo, que era quando elas saíam”. (E.A)

A partir de novembro de 2005, quando o sai do iG e passa para o portal do ESTADÃO, começam a surgir subprodutos do veículo que era, até então, exclusivamente on-line: o jornalista faz comentários nas rádios Eldorado (São Paulo) e Metrópole (Salvador) cujos áudios eram também disponibilizados no blog sob a rubrica “BLOG NO AR”:

**03/05/2006 | 11:40**

**Blog no ar**

"O maior escândalo da história política do país está prestes a se esgotar. Tendo produzido o menor número possível de parlamentares punidos. Prevaleceu a falta de vergonha coletiva da Câmara dos Deputados. E a tradição brasileira da impunidade." (Trecho do comentário de hoje na Rádio Eldorado de São Paulo).

**[Clique aqui para ouvir.](#)**

Noblat também voltou para a mídia impressa escrevendo uma coluna distribuída pela AGÊNCIA ESTADO para diferentes jornais do país. Quando se transferiu para o GLOBO

ONLINE, a coluna passou a ser publicada apenas no jornal O GLOBO, sempre às segundas-feiras. O nome da coluna, BLOG DO NOBLAT, é significativo: indica o desejo do colunista de, ao fazer o caminho inverso ao que havia trilhado, levar para a mídia tradicional o reconhecimento que havia atingido ao atuar no ambiente web como blogueiro.

Ricardo Noblat conta que, embora a princípio tivesse pensado em apenas reproduzir notas publicadas no blog, passou a escrever conteúdo diferente, específico para a coluna impressa (grifos nossos):

**26/05/2006 | 14:00**

**Por dentro do blog**

Quatro vezes por semana faço uma versão do blog que sai publicada em 12 jornais. **Algumas vezes aproveito notas que saíram aqui. Outras vezes, notas que em seguida saem aqui.**

De início, pensei que seria um trabalho fácil. Bastaria me valer das notas da versão *on line*. Não dá. A maioria das notas do blog antecipa notícias que os jornais publicarão no dia seguinte.

Ficaria sem sentido publicar em jornais uma versão do blog com notícias que estarão nos jornais. De preferência, escolho as que não sairão.

**Por via das dúvidas, enveredei por dois caminhos para a versão impressa do blog: o da análise dos fatos (o que também faço aqui) e o de notas exclusivas (que em seguida aproveito aqui).**

**Acho que o compromisso de fazer versões impressas do blog acabou enriquecendo o conteúdo da versão *on line*.** Porque me obriga a correr atrás de mais notícias.

**Ocorre o mesmo com o "blog no ar"** - na verdade três comentários semanais que faço para a Rádio Eldorado, em São Paulo, e para a Rádio Metrôpole, em Salvador.

Os comentários para a Eldorado são gravados no início das madrugadas e vão ao ar nas manhãs das terças, quartas e quintas-feiras. Os da Metrôpole são ao vivo nesses mesmos dias - mas entre às 19h30 e às 20h.

**Cada vez mais, e se quiserem sobreviver em um mercado com poucas vagas, os jornalistas serão obrigados a se tornar profissionais multimídia.**

*Jornais que publicam a versão impressa do blog:* A Cidade (Ribeirão Preto), A Crítica (Manaus), A Gazeta (Vitória), Folha de Pernambuco (Recife), Folha do Estado (Cuiabá), Jornal Diário do Amapá (Macapá), O Dia (Rio), O Liberal (Belém), O Povo (Boa Vista), O Sul (Porto Alegre), Paraná Político (Curitiba) e Valeparaibano (São José dos Campos).

Logo na primeira linha do texto, Noblat afirma que publica na coluna impressa notas postadas no blog da mesma forma como leva, posteriormente, para o veículo on-line

informações que escreveu para o jornal. Logo percebeu (e não ignorou) um fato: “A maioria das notas do blog antecipa notícias que os jornais publicarão no dia seguinte. Ficaria sem sentido publicar em jornais uma versão do blog com notícias que estarão nos jornais. De preferência, escolho as que não sairão”.

A questão do tempo é diferente no jornalismo impresso e no *webjornalismo* e, em se tratando de blogs, ganha ainda outras nuances – como maior instantaneidade já que a publicação de conteúdos é facilitada e desburocratizada. Ciente disso, o jornalista mantinha conteúdos diferentes em cada meio – impresso e on-line – tendo a preocupação de prover cada qual com o tipo de informação melhor adequada para sua configuração. Não eram cópias um do outro em suportes diferentes, mas sim, produtos distintos. Um contribuía para que o outro fosse enriquecido já que quando passou a produzir a coluna impressa Noblat se viu obrigado a “correr atrás de mais notícias”.<sup>86</sup>

Durante o desenrolar do escândalo político conhecido como Mensalão o BLOG DO NOBLAT e o próprio jornalista tornaram-se notícia<sup>87</sup>, sendo citados por publicações impressas como exemplo de sucesso de blog jornalístico. Em reportagem da revista semanal ISTOÉ de junho de 2005, por exemplo, lê-se (grifos nossos):

---

<sup>86</sup> Ao passar o blog do portal do ESTADÃO para o portal do GLOBO, em janeiro de 2007, Noblat deixou de publicar no blog a rubrica “BLOG NO AR”, embora, em janeiro de 2007, continuasse fazendo os comentários para a rádio Metrópole, de Salvador, conforme nos afirmou em entrevista. No entanto, no dia 20 de março, quando o blog completou três anos, começou a publicar uma nova rubrica: “PODCAST”, cujo conteúdo é similar ao que publicava em “BLOG NO AR”: comentários em áudio do jornalista sobre algum fato político. A nova rubrica parece ser publicada uma vez por semana, com cinco edições publicadas até o dia 30 de abril. O título refere-se ao tipo de conteúdo produzido: *podcast* são arquivos em áudio que costumam ser gravados e disponibilizados na web. A particularidade é que podem ser baixados e ouvidos em aparelhos portáteis de mp3. Vem daí a origem do nome, já que um dos primeiros aparelhos desse tipo é o iPod, da Apple. Um *podcast* pode ser entendido como um programa de rádio personalizado. Tem o tipo de conteúdo que seu produtor desejar, sejam entrevistas ou músicas, por exemplo.

<sup>87</sup> Ver ESCOBAR, Juliana. BLOG DO NOBLAT E ESCÂNDALO MIDIÁTICO: JORNALISMO SOBRE NOVAS BASES (*Op. cit*)

Embora a maioria dos blogs ainda seja do tipo “diário pessoal”, **são os endereços jornalísticos**, como o do apresentador de tevê Marcelo Tas, **e os políticos, como o do jornalista Ricardo Noblat, que ganharam notoriedade, prestígio e audiência.** O blog de Noblat (<http://noblat.blog.ig.com.br>) protagonizou episódios que confirmam que a revolução da blogosfera já começou. **Lido assiduamente pelos interessados em política**, a página foi citada pelo deputado federal Roberto Jefferson (PTB-RJ) em seu primeiro depoimento no Congresso. Semanas antes, o senador Eduardo Suplicy (PT-SP) resolveu assinar o pedido de abertura da CPI dos Correios, depois de ler os comentários dos leitores de Noblat.

No dia seguinte ao depoimento de Jefferson, Noblat registrou recorde de audiência. Num único dia foram 72.240 visitantes. “Os números desmoralizam a idéia de que as pessoas não se interessam em ler sobre o que já viram na televisão. Elas querem ver, escutar e ser ouvidas. Querem opinar”, diz. **Noblat, que foi diretor de diversos jornais impressos, no momento não trabalha em veículo de comunicação de massa, mas criou um meio em que a massa se comunica com ele.**<sup>88</sup>

Vemos aqui Noblat envolvido mais uma vez no fenômeno de auto-referenciação, mencionado no início deste capítulo, ocupando, no entanto, um outro papel: o de veículo ou profissional referenciado. Ao ser mencionado em reportagem de uma das três maiores revistas semanais do país, o BLOG DO NOBLAT chega ao conhecimento de leitores da mídia impressa. Alguns deles, que até então pudessem considerar blogs apenas como diários adolescentes, e outros que ainda não conhecessem o veículo on-line mantido pelo jornalista, podem ter tido sua curiosidade despertada. Vemos então o entrecruzamento dos fenômenos da remediação e da auto-referenciação: ISTOÉ, ao dedicar uma matéria aos blogs informa ao seu público que aquele assunto merece atenção. E as referências que faz ao jornalista Ricardo Noblat e seu blog (ver grifos no trecho reproduzido acima) indicam que a revista o reconhece como um igual.

---

<sup>88</sup> Disponível em <[http://www.terra.com.br/istoe/1863/ciencia/1863\\_tribuna\\_livre.htm](http://www.terra.com.br/istoe/1863/ciencia/1863_tribuna_livre.htm)> Acesso em 4 de ago. 2005. Outro exemplo é a reportagem BLOGS DEITAM E ROLAM COM MENSALÃO (Estado de São Paulo, 25 de julho de 2005) Disponível em <[http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id\\_conteudo=4384](http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=4384)> Acesso em 4 de ago

A TV também tem sua participação no processo de remediação protagonizado pelo BLOG DO NOBLAT. O jornalista foi um dos convidados do PROGRAMA DO JÔ por duas vezes, uma ainda em 2004, no dia 18 de agosto <sup>89</sup>, e a outra menos de um ano depois, em 31 de maio de 2005<sup>90</sup>. Merece menção ainda uma outra ocasião em que Noblat e seu blog figuraram nesse mesmo programa: em 14 de setembro de 2005, durante uma mesa redonda com mulheres jornalistas e colunistas políticas, o apresentador disse “[...] estava lá no blog do meu amigo Noblat (aliás, vocês devem de vez em quando dar uma checada lá porque está sempre 'em cima do lance') ...”<sup>91</sup>. Os comentários feitos em relação à revista ISTOÉ se aplicam também ao humorista e apresentador Jô Soares.

Telespectadores puderam ainda ouvir referências específicas a este novo veículo jornalístico ao vê-lo ser citado por políticos em diferentes ocasiões, duas notadamente: a primeira, em 11 de julho de 2005, quando o Senador Eduardo Suplicy (PT-SP), em entrevista ao mesmo PROGRAMA DO JÔ, afirma ter decidido assinar o requerimento do pedido de abertura da CPI dos correios após ler comentários de leitores no BLOG DO NOBLAT.<sup>92</sup> A segunda, no dia 24 do mesmo mês, quando em seu depoimento à CPI dos Correios – transmitido ao vivo pela TV Senado – o então deputado federal Roberto Jefferson o cita <sup>93</sup>.

O processo descrito demonstra exatamente o que os autores de REMEDIATION constatarem: o surgimento de uma nova mídia acaba por oxigenar as mídias precedentes e, ao

<sup>89</sup> Resumo da entrevista disponível em <<http://programadojo.globo.com/Programadojo/0,6993,VPJ0-1809-174698,00.html>> Acesso em 10. de dez. 2006

<sup>90</sup> Resumo da entrevista disponível em <<http://programadojo.globo.com/Programadojo/0,6993,VPJ0-1809-209571,00.html>> Acesso em 10. de dez. 2006

<sup>91</sup> Resumo da mesa redonda disponível em <<http://programadojo.globo.com/Programadojo/0,6993,VPJ0-1809-216765,00.html>> Acesso em 10. de dez. 2006

<sup>92</sup> Este episódio foi citado por Noblat durante entrevista à autora, como exemplo de momento marcante na trajetória do blog, assim como o que envolve o ex-deputado Roberto Jefferson, citado na seqüência.

<sup>93</sup> Conforme a reportagem “BLOGS DEITAM E ROLAM COM MENSALÃO” (já citada em nota anterior)



invés de tomar-lhes o lugar, pode promover seu revigoramento. Pessoas que não têm acesso à internet ou que simplesmente não abandonaram o hábito de se informar pelos jornais tomaram conhecimento do BLOG DO NOBLAT através de veículos impressos, como ISTOÉ e O ESTADO DE S. PAULO. Por outro lado, aqueles 12 jornais impressos que publicavam a coluna BLOG DO NOBLAT – alguns circulando fora de grandes centros – ganhavam prestígio diante de seus leitores ao contar com um colunista de peso no cenário político nacional e ainda incorporavam a aura de novidade que a internet representa. O título da coluna funcionava, para esses veículos, como instrumento de marketing, associando-os a uma tendência atual. Da mesma forma, o público do rádio poderia sentir-se instigado a conhecer o que o jornalista publica na internet e, no sentido contrário, internautas poderiam ficar interessados em ouvir (ou voltar a ouvir) rádio. A aparição e o fato de ser mencionado em programas de TV permitem-nos supor que telespectadores que nunca tivessem ouvido falar em blogs podem ter ficado curiosos e interessados em conhecer o BLOG DO NOBLAT.

A nosso ver, paralelamente à essa relação simbiótica<sup>94</sup> presente na remediação que acabamos de apontar, pode ocorrer, em alguns casos, um outro fenômeno, em que a mídia tradicional pode se ver prejudicada. Acontece quando uma nova mídia toma para si um atributo extremamente prezado por uma de suas antecessoras, usando-o para se realimentar. O blog consegue, por exemplo, dar uma passo a mais no quesito agilidade e com isto torna-se mais propício para a divulgação de furos jornalísticos.

---

<sup>94</sup> Segundo definição do Dicionário Houaiss da língua portuguesa, versão on-line, simbiose, em ecologia é “interação entre duas espécies que vivem juntas [...] associação entre seres vivos na qual ambos são beneficiados; consortismo [...] Derivação: sentido figurado. associação íntima entre duas pessoas [...]”. Disponível em <<http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbete=simbiose>> Acesso em 30 de abr. 2007

A publicação de notícias num blog é extremamente rápida, o que se deve não só às configurações técnicas do blog/programa: um jornalista/blogueiro está livre da burocracia e da hierarquia que mesmo os veículos de *webjornalismo* ainda mantêm. A decisão sobre o quê e quando publicar cabe a uma única pessoa. Geralmente, a mesma que apura e divulga a informação. Dispondo de um notebook conectado à internet, o blogueiro pode postar, em tese, de qualquer lugar em que esteja. “O cara não conta uma história pra um jornalista pra sair no dia seguinte no impresso. Se ele quer que aquilo saia mais rápido ele conta pra quem tá fazendo blog”, atesta Noblat. (E.A)

E além de apresentar vantagens frente aos outros meios na disputa pelo furo, em alguns casos, os blogs podem evitar que os leitores acessem outros veículos, sobretudo os que não estiverem on-line. Citar e reproduzir trechos de conteúdo de outros veículos, mencionando e incluindo link para a fonte da informação é totalmente legítimo. Na blogosfera, é desejável e como já lembramos, “intelectualmente honesto” nas palavras de Blood. Mas no mercado concorrencial do jornalismo, traz outras implicações. Após ler no BLOG DO NOBLAT, poucas horas depois do fechamento do jornal, a entrevista exclusiva do ex-tesoureiro do PT, Sílvio Pereira <sup>95</sup>, alguns internautas poderiam se sentir incentivados a comprar o jornal impresso que só estaria nas bancas no dia seguinte, enquanto outros, interessados só por aquela matéria, poderiam deixar de comprá-lo. Assim, ao mesmo tempo que antecipa o furo do jornal, o blog faz propaganda para este. Ao anunciar a entrevista exclusiva do veículo e reproduzindo-a, Noblat dá ainda mais espaço para O GLOBO. Atestando a credibilidade e chamando a atenção dos leitores do blog para a importância da entrevista obtida, ajuda a reforçar o prestígio do diário carioca.

---

<sup>95</sup> “O PLANO ERA FATURAR R\$ 1 BI, CONTA SÍLVIO”, O GLOBO, 07/05/2006.

**06/05/2006 | 21:40**

**Tudo o que Sílvia Pereira disse ao O Globo**

Acabei de postar na seção aí ao lado chamada Entrevistas a íntegra da entrevista concedida ao jornal O Globo pelo ex-secretário-geral do PT Sílvia Pereira.

**Leia aqui**

No início da tarde, Noblat anunciou que a entrevista seria publicada. Com isto, poderia incentivar seus leitores a comprarem o jornal. No entanto, ao publicá-la integralmente, fez exatamente o contrário. Um indício de que os veículos tradicionais percebem esta ameaça representada pelos blogs é o post de Noblat reproduzido abaixo:

**08/04/2006 | 10:09**

**Fora do ar**

A VEJA deste fim de semana ainda não está disponível no seu site. Certamente é para sabotar o empenho do blog em informar bem.

Deixe está...

Quando um dia ela precisar do blog, darei o troco.

Assim é que no universo jornalístico brasileiro, veículos tradicionais trataram logo de incorporar blogs e jornalistas blogueiros aos seus quadros, abrindo-lhes espaços de destaque em seus portais. É significativo o fato de Ricardo Noblat ter recebido propostas de três dos maiores grupos jornalísticos da mídia tradicional brasileira para hospedar seu blog em seus portais. Afinal, à agilidade de publicação permitida pelo blog/programa alia-se o prestígio do jornalista que produz o blog/texto.

Jornalistas prestigiados que se tornam blogueiros podem tomar dos veículos tradicionais algo que lhes é muito caro: o furo, a informação em primeira mão e com exclusividade.

Vemos aqui a presença de um traço da personalização uma vez que fontes são um patrimônio pessoal de cada profissional e não deste ou daquele veículo. Noblat fala a respeito da sua relação com as fontes quando passou a fazer blog:

Olha, no começo, elas não sabiam o que era blog, como eu também não sabia. Quando eu dizia que tava fazendo um blog, elas não entendiam direito. Eu não tive dificuldade porque como eu já estou nessa profissão há muito tempo e, aqui em Brasília já vai fazer 25 anos, as fontes me conhecem e eu as conheço. Então elas conversavam comigo, me davam informações pro blog porque me conheciam, não pelo blog que eu fazia ou deixava de fazer. (E.A)

Tal aspecto personalista da profissão torna-se um diferencial importante quando o jornalista se torna blogueiro. Noblat, como relata, não teve problemas em continuar fazendo jornalismo quando resolveu usar uma ferramenta nova e totalmente desconhecida de suas fontes. Durante um ano, mesmo sem estar associado a nenhum veículo da mídia, continuou tendo a mesma facilidade de acesso a elas.

A remediação de que acabamos de falar está fortemente imbricada e nos remete a outro aspecto presente no BLOG DO NOBLAT: a convergência ou multimídiaidade.

#### *4.2.1 Tudo ao mesmo tempo agora ...*

A disponibilização de informações em formatos diversos – textual, auditivo e imagético (este, ainda que com imagens estáticas) – mostra a efetivação de uma das grandes potencialidades da internet: o uso integrado de diferentes recursos midiáticos para a apresentação de conteúdos, ou seja, a convergência ou multimídia.

Palácios (2003) considera a convergência/multimídia como uma das seis características típicas do jornalismo on-line.<sup>96</sup> No entanto, ainda é comum sites, jornalísticos ou não, que exploram pouco ou mal tais características.

O fato de já existir correlatos dos blogs próprios para publicação de imagens (fotologs ou flogs) e vídeos (videologs ou vlogs), poderia sugerir que blogs restringem-se à postagem de informações textuais. Mesmo sem dispor de dados estatísticos, percebe-se que o mais comum é que blogs disponibilizem conteúdos escritos.<sup>97</sup> No entanto, quem determina o limite é o indivíduo que se apropria da tecnologia, do “blog/lugar”, diversificando a forma de apresentação da informação que publica em seu “blog/texto”.

Ricardo Noblat lança mão da multimídia ao disponibilizar em seu blog conteúdos em diferentes formatos: textual (a grande maioria), imagético (charges, fotos e fotomontagens), auditivos (músicas, comentários sérios e com tom de humor, materiais de arquivo – durante a Copa 2006, houve a disponibilização de narrações radiofônicas de partidas disputadas em mundiais anteriores) e audiovisuais (durante a cobertura das eleições

<sup>96</sup> Todos conceitos, como estamos vendo ao longo deste trabalho, passíveis de análise no BLOG DO NOBLAT, o que confirma não só sua vocação jornalística como também o fato de poder ser considerado como um novo formato de *webjornalismo*.

<sup>97</sup> Neste sentido, os blogs guardam relação com a criação literária e ainda reforçam a vocação da internet para reabilitar a cultura escrita que parecia ameaçada com a sucessiva queda nas vendas dos jornais e constante ampliação dos índices de audiência da TV. Conforme Johnson, “em sua maior parte, o tecido social do ciberespaço ainda é costurado pelo tênue fio do texto” (2001, p. 55)

presidenciais em 2006, o blog disponibilizou vídeos de campanhas presidenciais anteriores – 2002, 1998, 1994 e 1989)<sup>98</sup>.

Também se percebe a preocupação com a adequação desses recursos a cada tipo de conteúdo, ou seja, a busca pela complementação das informações por meio da convergência/convivência entre as linguagens utilizadas. Assim é que informações textuais são associadas às auditivas, por exemplo, nas rubricas “FALA PRESIDENTE”, “BLOG NO AR”<sup>99</sup> e “MÚSICA DO DIA”. No caso da música, junto ao link para ouvir-se a canção tem-se sempre algumas informações, ainda que curtas, sobre o autor ou intérprete com o caminho para a respectiva fonte. “FALA PRESIDENTE” explora justamente o áudio, pois é uma rubrica que só se sustenta pela possibilidade de disponibilizar o som de uma voz que imita a do presidente. E a reprodução de um trecho do que é falado em forma de texto escrito funciona como atrativo (assim como ocorria com “BLOG NO AR”). Percebe-se então a exploração de outros recursos além do texto, e isto é feito, sobretudo, para incrementar a função jornalística/informativa do veículo, conforme afirmação do próprio Noblat, para quem fazer jornalismo é, simplesmente, “contar histórias”<sup>100</sup>:

Se eu tenho um vídeo que me ajudará a melhor contar uma história, eu uso o texto e uso o vídeo. Se eu não tenho o vídeo, eu não posso usá-lo, só uso o texto. Mas eu sei que no blog eu posso usar qualquer um desses recursos, então eu procuro me valer desses recursos pra contar melhor uma história.

---

<sup>98</sup> Em março de 2007, quando finalizávamos este trabalho, Noblat lançou uma nova rubrica em seu blog, “HORA DO RECREIO”, sob a qual posta vídeos retirados do YOUTUBE, um dos sites mais populares atualmente, onde qualquer pessoa pode publicar vídeos de tamanhos, formatos e com conteúdos diversos.

<sup>99</sup> Extinta, como explicamos anteriormente, mas que teria ganho uma espécie de substituta, “PODCAST”, onde o modelo do resumo textual do conteúdo foi mantido.

<sup>100</sup> Além de ter dito isto na entrevista que fizemos no dia 23 de janeiro de 2006, o jornalista também o faz em seu livro O QUE É SER JORNALISTA, quando afirma, na página 83 “Escrevo porque gosto de contar histórias”. No entanto, como vamos demonstrar em outros momentos deste trabalho, no próprio discurso de Noblat, encontramos contradições quanto a isso.

Vemos o uso da multimídia pelo jornalista também como demonstração de personalização: Noblat resolveu criar a rubrica “A MÚSICA DO DIA” assim como a estação “JAZZ E TAL” para compartilhar seu gosto musical. O “POEMA DA NOITE” também é uma expressão do gosto particular do jornalista/blogueiro. E se durante a campanha de 2006 Noblat disponibilizou para seus leitores peças de TV de campanhas presidenciais anteriores, incrementando a cobertura política que é seu nicho de atuação, durante a Copa 2006 lançou mão de áudios para recuperar antigas locuções esportivas, incrementando a cobertura sobre futebol, assunto do qual gosta pessoalmente, independente de sua atuação profissional.

#### *4.2.2 ... mas disposto de um jeito diferente*

O objetivo que guia nossas observações é identificar que contribuições o jornalismo de blog pode estar trazendo para esta prática profissional. Dentre os aspectos que se situam na primeira linha temática adotada neste trabalho – a da relação entre os meios noticiosos – o que nos parece trazer uma contribuição genuína é o formato de apresentação das informações que o blog traz, que se diferencia do velho modelo de hierarquização dos conteúdos adotado pelos veículos impressos, eletrônicos (rádio e TV) e on-line (portais e sites informativos): capa com manchetes; escalada com manchetes e *home* com chamadas, respectivamente. A organização dos conteúdos nesse modelo segue uma lógica em que a decisão quanto ao que é mais ou menos importante cabe, em última análise, a um jornalista.

Desde que a diagramação foi descoberta pelos veículos impressos, o jornalismo segue critérios de hierarquização segundo os quais a posição de cada notícia já é uma informação quanto a sua importância. As primeiras páginas dos jornais e revistas e todas as subsequentes possuem áreas mais nobres (a metade superior, as páginas ímpares e nestas, a informação que estiver mais à esquerda) ou menos nobres (os opostos, ou seja, a metade inferior e as páginas pares). Essa divisão tem como base a cultura letrada ocidental em que o processo de leitura se dá de cima para baixo, da esquerda para a direita. Quando abrimos um jornal ou revista a página que logo estará diante de nosso campo de visão é a de numeração ímpar. Ou seja, a organização da informação tem como base os automatismos que o homem moderno letrado ocidental incorporou ao processo de leitura no suporte escrito, notadamente o livro, do qual jornais e revistas são herdeiros diretos.

Mas a diagramação não nasceu com os jornais. Durante muito tempo, a disposição das notícias era feita de acordo com uma lógica que obedecia a critérios diferentes dos que se tem atualmente, com notícias que começavam na primeira página e continuavam nas páginas internas, por exemplo, sem que houvesse indicação para o leitor sobre essa continuidade. Com a introdução da diagramação, a leitura passou a ser ordenada seguindo, entre outros, critérios de importância estipulados pelos jornalistas em conjunto com diagramadores e paginadores.

Esta lógica hierárquica também está presente no jornalismo radiofônico e televisivo com a escalada (no jargão jornalístico, a leitura das manchetes daquela edição na abertura dos programas jornalísticos em forma de chamadas - frases síntese sobre cada matéria). Assim, rádio e telejornais são divididos em blocos e é comum que os primeiros sejam dedicados às



*hard news* ou notícias pesadas, como as de política e economia, e os últimos, às notícias mais leves, *soft news*, sobre cultura e esporte, por exemplo.

Conforme já identificado por estudiosos do jornalismo on-line, este nasceu sob a égide do jornalismo impresso, tendo-o como modelo, sobretudo no que diz respeito à forma de apresentação das informações.<sup>101</sup> O jornalismo on-line, notadamente de portal, seguiu este modelo: tem-se uma capa ou *home* – página inicial do portal, corresponde à primeira página dos jornais impressos. Nela, vemos chamadas para cada seção do site (manchetes), frases curtas, que chamem a atenção e despertem a curiosidade do internauta. Assim, mesmo a denominada terceira geração do jornalismo on-line ainda manteve grande proximidade com os padrões consolidados no jornalismo das mídias predecessoras, sobretudo no que diz respeito à forma como as informações são organizadas e disponibilizadas para o acesso dos leitores/internautas: permanecia a lógica de manchetes, da definição *a priori* e por parte do jornalista dos temas que merecem maior atenção do leitor, com sua inclusão nesta ou naquela parte da tela, obedecendo ainda à lógica de um corpo educado segundo a cultura letrada ocidental.

Com o blog, abandona-se esse modelo de hierarquização da informação. Devido à disposição em ordem cronológica inversa, a informação mais importante é a mais facilmente visível. Está situada no topo da página, dentro da área inicial de visão. É simplesmente a mais recente ou, melhor dizendo, a que foi publicada mais recentemente. O que vemos é a quebra de um modelo organizativo da informação pela primeira vez em décadas: não se tem mais capas, manchetes, chamadas. A definição das informações quanto ao que é mais ou menos

---

<sup>101</sup>Mais um indício das tendências da internet para a recuperação da cultura escrita, como mencionamos anteriormente em outra nota.

importante segue tão somente um critério: o tempo. Tanto que os posts registram, automaticamente, dia e horário de suas publicações. A primeira página ou capa de um blog é o último post publicado, tenha sido no próprio dia, há semanas ou meses atrás. A organização básica do arquivo é por data.

No caso de blogs jornalísticos há nuances: além do critério temporal automatizado, o jornalista/blogueiro também interfere na decisão sobre o que é importante. Entre os artificios, também utilizados por blogueiros em geral, está o de retardar a publicação de novidades. Mantendo um post como o mais recente durante algum tempo, o blogueiro mantém a atenção dos leitores sobre aquele assunto. Pode também repetir a sua publicação em dias e horários diferentes – Noblat faz isso sempre que está realizando promoções e sorteios em seu blog (como fez ao sortear, durante o Carnaval de 2007, um CD com uma seleção de frevos e, também, ao promover uma enquete entre os internautas para escolher, no final de 2006, qual seria a expressão do ano). Mas também já republicou posts porque queria atualizar alguma informação ou para retomar o assunto, como fez no dia 17 de dezembro de 2006, com post em que discutia o fato do presidente Lula ser ou não de esquerda.

O que nos parece é que o jornalismo de blog pode estar se apresentando como a primeira categoria de *webjornalismo* nascida genuinamente a partir da internet, uma vez que este novo fazer jornalístico apresenta características muito próprias. Uma delas seria, no que diz respeito à apresentação das informações, o rompimento com padrões criados pelo jornal impresso e de tal forma consolidados que passaram a ser repetidos nos formatos jornalísticos midiáticos subsequentes.

Esperamos ter deixado claro como os aspectos aqui abordados estão entrelaçados, tendo sido por este motivo reunidos sob o ponto de vista da relação entre os meios noticiosos, linha teórica-analítica que guiou nossas reflexões neste capítulo. Auto-referenciação, remediação, convergência/multimídia, assim como o formato de apresentação das notícias, aspectos presentes no BLOG DO NOBLAT, possuem interfaces comuns: a referência de Jô Soares a Noblat e a realização de duas entrevistas com o jornalista tem a ver tanto com a auto-referenciação quanto com a remediação. A publicação da rubrica “BLOG NO AR” remete tanto à remediação quanto à convergência/multimídia. A apresentação das informações de forma cronológica inversa é uma das novidades inseridas pelos blogs e, neste sentido, atende à lógica da remediação segundo a qual cada nova mídia precisa encontrar interfaces comuns com aquelas já estabelecidas, ao mesmo tempo em que insere elementos diferentes. O uso de recursos audiovisuais na cobertura que fez da Copa do Mundo e das Eleições em 2006 remetem tanto à multimídia, quanto à personalização e também à memória – estes últimos serão abordados nos capítulos seguintes. A personalização permeia muitos outros aspectos, como estamos vendo. A questão da memória já aparece aqui ao falarmos da temporalidade como critério para a hierarquização do conteúdo nos blogs. Como intermediários que são, jornalistas têm necessidade de organizar as informações que disponibilizam. É um meio de guiar seus leitores, orientá-los. O papel memorialístico há muito exercido pelo jornalismo também encontra lugar na narrativa fragmentada dos blogs, como veremos a seguir.

Como constatação, ao final deste capítulo, temos que o modelo organizativo proposto pelo blog, dispensando *homes*, manchetes e destaques, pressupõe a relação com um tipo

diferente de leitor, caracterizado pelo interesse na informação mais recente e pelo fato de se considerar capaz de dispensar a hierarquização dos textos proposta por terceiros, jornalistas ou não. Para esse leitor, jornalistas, portais e blogs são alguns dos elementos que lhe servem de guia ou filtro para que obtenha as informações que deseja. Afirmção que nos aponta para a segunda linha teórica-analítica que adotamos neste trabalho: a relação entre o jornalista/blogueiro e o leitor/internauta.

## 5 A RELAÇÃO ENTRE JORNALISTA E LEITOR

A história dos meios de comunicação é a história das tentativas humanas de tornar mais diretas as trocas comunicacionais mediadas por artefatos tecnológicos. Assim como as técnicas de representação (desde a pintura e a fotografia até as artes gráficas digitais e os sistemas de realidade virtual) sempre reivindicaram e reivindicam maior capacidade de reproduzir fielmente aquilo que entendemos como real<sup>102</sup>, as tecnologias de comunicação prometem mais transparência em comparação com suas antecessoras, ou seja, tentam cada vez mais causar a sensação de que há menos mediação e assim mais proximidade com a dita realidade. Dito de outra forma, maior imediaticidade. (Cf. BOLTER, GRUSIN, 2000)

---

<sup>102</sup> Como não cabe aqui uma discussão filosófica, esclarecemos que os termos real e realidade são entendidos e utilizados neste trabalho como aquilo que pode afetar, sobretudo os seres humanos, através de seus sentidos. São portanto fenômenos pertencentes ao mundo factual, em oposição a outros mundos, como o onírico e o ficcional, para citar dois exemplos.

## 5.1 A internet como meio – uma nova gramática

Adotamos como premissa o fato da Internet instaurar uma gramática específica, pois, conforme Pereira, “McLuhan fala explicitamente que o *meio*, sendo tomado como uma *extensão tecnológica*, cria um *meio ambiente* que, por sua vez, funciona como um *texto*, com uma gramática própria.” (PEREIRA, 2004a, p. 10.)<sup>103</sup>. Toda gramática tem a função de guiar os leitores para o uso de uma língua ou linguagem. Na gramática da internet pode-se dizer que o primeiro termo, um dos mais básicos, é ação. Para ter acesso a uma mensagem, qualquer que seja, via internet, é necessário teclar, clicar – isto, claro, depois da ação subentendida de ligar o computador. No entanto, ainda antes de teclar ou clicar é preciso uma decisão sobre o que se deseja obter. Ou seja, o uso da web requer um movimento que é, em última instância, o do pensamento: uma decisão. Pode-se dizer que qualquer outra mídia também requer uma decisão: a de assistir na TV ou ouvir no rádio um determinado programa; a de ler um livro específico ou ainda esta ou aquela seção do jornal ou revista. No entanto, acreditamos que o consumo de informações via internet requer um outro tipo de atitude, uma forma de leitura a que Espen J. Aarseth, referindo-se ao cibertexto, denomina literatura ergódica:

Durante o processo cibertextual, o usuário vai efetuando uma seqüência semiótica, e esse movimento seletivo é um trabalho físico de construção do qual os vários conceitos de *leitura* não dão conta. Chamo este fenômeno de ergódica, usando um termo emprestado da física que deriva das palavras gregas *ergon* e *hodos*, significando “trabalho” e “caminho”. Na literatura ergódica, um esforço não trivial é requerido para levar o leitor a atravessar o texto. Se a literatura ergódica faz sentido

---

<sup>103</sup> Tal acepção é uma interpretação apreendida por Vinícius Pereira após uma análise mais aprofundada da obra do estudioso canadense. Ver seu artigo AS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO COMO GRAMÁTICAS: MEIO, CONTEÚDO E MENSAGEM NA OBRA DE M. MCLUHAN. *Contracampo*, Niteroi - RJ, v. 10/11 p. 07-20, 2004a.

como um conceito, precisa haver também uma literatura não-ergódica, na qual o esforço para atravessar o texto é trivial, em que a responsabilidade colocada para o leitor exceto (por exemplo) pelo movimento dos olhos e o periódico ou arbitrário virar das páginas, não ultrapassa o ato de pensar. (AARSETH, 1997: on-line)<sup>104</sup>

Assim, o fato de o internauta ter que, obrigatoriamente, empreender um esforço não trivial para chegar até a informação que deseja é, acreditamos, uma das diferenças essenciais entre a relação proposta pela internet aos agentes humanos e aquela estabelecida com as demais mídias, nas quais o conteúdo está totalmente dado e é mais facilmente acessível. As programações das rádios e das emissoras de TV assim como a narrativa do livro e as matérias dos jornais e revistas estão definidas, não requerendo dos ouvintes, telespectadores ou leitores mais do que um esforço trivial: ligar o aparelho ou folhear o jornal ou a revista<sup>105</sup>. Tal característica permite que, mesmo sem ter decidido o que exatamente desejamos, possamos obter algo ao acessar tais mídias.

No caso da internet, isto é impossível. Ainda que não saibamos o quê desejamos – se nos informar ou nos entreter; se ler sobre política, esporte ou cultura; ouvir música ou divertir-nos com algum jogo – não basta colocar-nos diante do computador ligado. É preciso saber onde encontrar o que desejamos, ainda que nosso desejo seja apenas navegar sem um destino certo. É indispensável conhecer os endereços eletrônicos dos sites e digitá-los ou clicar na lista de favoritos. Se quer uma informação sobre a previsão do tempo, na rede, o

---

<sup>104</sup> T.A: “*During the cybertextual process, the user will have effectuated a semiotic sequence, and this selective movement is a work of physical construction that the various concepts of "reading" do not account for. This phenomenon I call ergodic, using a term appropriated from physics that derives from the Greek words ergon and hodos, meaning "work" and "path." In ergodic literature, nontrivial effort is required to allow the reader to traverse the text. If ergodic literature is to make sense as a concept, there must also be nonergodic literature, where the effort to traverse the text is trivial, with no extraneous responsibilities placed on the reader except (for example) eye movement and the periodic or arbitrary turning of pages*”.

<sup>105</sup> No entanto, livros não-convencionais, como O JOGO DA AMARELINHA de Julio Cótazar, publicado em 1963, também requerem esta leitura que Aarseth chama de ergódica. Assim como ocorre a interatividade e o hipertexto, mais uma vez estamos diante de um conceito pré-existente, que apenas foi incorporado com maior propriedade pela web devido, principalmente, às configuração próprias da internet como nova mídia.

leitor precisa saber o endereço do site que lhe fornece informações meteorológicas ou um outro qualquer, no qual confie por lhe servir como filtro ou organizador das informações, como buscadores (Cf. ALDÉ, CHAGAS, 2005) ou grandes portais horizontais. Isso nos leva a, mais uma vez, concordar com uma reflexão de Wolton:

Possibilitar o acesso à informação é um progresso, mas não é o suficiente para criar uma certa igualdade, pois o que procurar para fazer o quê? Estas questões remetem diretamente às competências supostas ao usuário e, portanto, às desigualdades culturais e cognitivas [...] (WOLTON, 2003: 137)

O leitor capaz de realmente usufruir da variedade de informações que a rede oferece seria aquele já educado na cultura web, letrado não apenas segundo a lógica do alfabeto mas que também domine a linguagem hipertextual e multimidiática. Internauta assíduo, seria menos dependente da organização hierarquizada proposta por um jornalista por saber e preferir determinar suas prioridades buscando ler e, por vezes, opinar sobre os assuntos que ele mesmo julga relevantes.

O jornalismo de blog seria próprio para atender a esse leitor que ainda é, muito provavelmente, um tipo ideal: alguém capaz de desempenhar o papel de *webeditor* que, por si só, seleciona por onde navegar e como encontrar, no mar de informações e dados disponíveis na www, aquilo que atende a suas necessidades. Apto a ouvir, ler, ver, clicar, teclar – tudo ao mesmo tempo – seria alguém capaz de agir mais do que rápida, simultaneamente. Um leitor já imerso na cultura da interface de que nos fala Steve Johnson que tem, como uma de suas principais marcas a metáfora com o *desktop* (papéis sobre papéis), criada por Alan Kay ao propor o sistema de janelas, hoje tão familiar aos usuários dos computadores. Para Johnson,



“a janela não criou uma nova consciência – simplesmente nos permitiu aplicar a consciência que já tínhamos ao espaço – informação na tela” (2001, p. 65) e ainda “tornou possível pensar o jornalismo como um processo de filtragem, uma vista que dá para outras vistas” (*Ibid.*, 79).

A capacidade de lidar com o *desktop* agora na tela do computador pode ser ilustrada pelo que Bolter e Grusin chamam de *windowed style*:

Nas atuais interfaces, janelas se multiplicam na tela: é normal para usuários sofisticados ter dez ou mais janelas ativas, sobrepostas, abertas ao mesmo tempo. As múltiplas representações dentro das janelas (texto, gráficos, vídeo) criam um espaço heterogêneo, que competem pela atenção do observador. Ícones, menus e barras de ferramentas acrescentam outras linhas de significado visual e verbal. (BOLTER; GRUSIN, 2000: 32)<sup>106</sup>

A própria internet tem um caráter pedagógico, na medida em que ensina o internauta a ler dessa nova forma. Quanto mais utiliza seus serviços (e-mail, FTP, etc.), e quanto mais navega pela web, mais o leitor se torna apto e letrado nessa cultura da interface.

Mas, na busca pela informação que atenda à sua demanda naquele momento, mais do que o esforço físico de digitar um endereço, o internauta precisa também se certificar se aquele é um site confiável. Ainda que já se tenham estabelecido portais e veículos de comunicação on-line que contam com credibilidade – ou porque a herdaram de sua atuação anterior à internet (caso do UOL, vinculado aos grupos FOLHA e ABRIL) ou porque a

---

<sup>106</sup> T.A. “In the current interfaces, windows multiply in the screen: it is not unusual for sophisticated users to have ten or more overlapping or nested windows open at one time. The multiple representations inside the windows (text, graphics, video) create a heterogeneous space, as they compete for the viewer’s attention. Icons, menus, and toolbars add further layers of visual and verbal meaning”

conquistaram justamente por sua atuação especificamente na web (como o TERRA),<sup>107</sup> nem tudo se encontra nestes sites consolidados e confiáveis. A grande quantidade de dados e a variedade de fontes disponíveis na web podem ser também um dificultador: para obter o que se deseja é preciso informação e espírito crítico.

Retomamos aqui, mais uma vez, o ponto destacado por Wolton sobre as competências do internauta e a necessidade da permanência dos intermediários humanos e não só tecnológicos no acesso ao conhecimento e na busca por informações na rede.

Certamente, sendo o acesso livre, facilita para quem sabe utilizar os sistemas, o problema não é então o acesso à informação, mas sim a capacidade em saber o que procurar. *O contexto da competência é essencial.*

[...]

*Se não se tem a competência para assimilar o aprendizado, os sistemas de informação e de conhecimentos erguerão outros tantos muros intransponíveis. Principalmente o que se acessa diretamente sem intermédio de um professor ou de um pesquisador que sempre facilitam acessar o que não se conhece. Aqui não há mais um introdutor, um intermediário, como sempre houve em toda a história.*

[...]

Aliás, começa-se a perceber a força de emancipação e de progresso que existe no estatuto dos intermediários. A emancipação não reside mais em suprimir os intermediários, mas ao contrário em reconhecer o seu papel. (WOLTON, 2003, p. 135-36)

Embora o autor não os cite, acreditamos que os jornalistas são também intermediários humanos fundamentais nesse universo em que a oferta de informação se torna cada vez maior.

---

<sup>107</sup> O UOL (UNIVERSO ON LINE) foi um dos primeiros portais horizontais no Brasil, sendo referência quando a internet comercial chegou ao país, em 1995/96. Foi criado e ainda hoje pertence a dois fortes grupos de mídia jornalística impressa nacionais: a ABRIL, editora da VEJA e de várias outras revistas, e o GRUPO FOLHA, da FOLHA DE S. PAULO, entre outros jornais. Já o TERRA, também pioneiro entre os portais, surgiu na web, em 1995, a partir de uma iniciativa do grupo que controlava a RBS, afiliada da TV GLOBO em Porto Alegre. Desde o início, constituiu-se como uma rede de operadoras locais que tinham como carro-chefe o provimento de acesso à internet. A criação de conteúdos veio quase simultaneamente e a rede, inicialmente NUTECNET e depois ZAZ, tornou-se referência no ambiente web, foi adquirida pelo grupo italiano Telecom, adotando a marca TERRA. Mantém-se entre os portais brasileiros líderes de audiência, junto com UOL e GLOBO.COM.

Organizações de comunicação consolidadas, assim como jornalistas que conquistaram prestígio e credibilidade nos veículos noticiosos tradicionais, ao migrarem para a rede, podem funcionar exatamente como introdutores e intermediários para os internautas inexperientes e ainda não alfabetizados na linguagem da web. Como organizadores avalizados de conhecimento que são, os profissionais da comunicação funcionam como filtros ou guias para os internautas em geral, mesmo os mais experientes. São intermediários no processo de transmissão das mensagens, selecionando-as, formatando-as, enquadrando-as. Os comentaristas e colunistas avançam ainda mais nesta intermediação, uma vez que não lhes cabe apenas mostrar ou relatar os acontecimento mas sim, analisá-los, interpretá-los.

Virtualmente, está tudo online; na prática, devido às limitações de tempo e interesse, cada usuário acessará somente algumas destas informações e sites. Os jornalistas, então, cumprem esta função de organizadores autorizados da informação online. Como muitos outros filtros, têm sua credibilidade originada fora da web, na medida em que os usuários procuram sites de instituições “confiáveis”, como os de universidades e da própria imprensa, por já conhecê-las e avaliá-las a partir de parâmetros estabelecidos externamente. (ALDÉ, CHAGAS, 2004)

E conforme vimos no capítulo 2, Ricardo Noblat agregou ao seu blog o *status* e a credibilidade que acumulou ao longo de décadas atuando como jornalista e colunista político de veículos impressos, o que o credencia como um intermediário confiável no mar de informações em que a web se constitui.

## 5.2 Participação: uma busca constante

A busca por possibilidades da retomada do diálogo de uma forma que se aproxime da relação face a face, algo comum nos dias atuais, principalmente quando se fala em meios de comunicação, está historicamente presente nas relações mediadas.

O estágio de individuação a que o computador chegou é um processo que, tendo como objeto comum a tela, teve início com o cinema, mídia cuja recepção é ainda coletiva. A tela é reduzida e entra nas salas de nossas casas com a TV, tornando o alcance da recepção menos coletivo, restrito aos familiares ou grupos pequenos de amigos e vizinhos. Seguindo a tendência de tornar mais individualizado o acesso aos bens simbólicos, a TV ganha os quartos da casa, possibilitando a recepção totalmente privada. Já estávamos na era do controle remoto que facilita para o telespectador a interferência que a TV já lhe permitia (mínima, sob o ponto de vista atual): alterar o canal ou desligar o aparelho quando a programação não lhe agrada. A inserção do vídeo cassete e, mais recentemente, do DVD, aumenta este poder de decisão do telespectador, que não precisa mais se sujeitar aos horários fixos das sessões de cinema ou da programação televisiva. Ele mesmo controla o fluxo daquilo que assiste, interrompendo a exibição, assistindo repetidas vezes o mesmo trecho ou mesmo passando por cima de outros.

Conforme postulam Bolter e Grusin (2000), toda nova mídia reaproveita a linguagem de suas antecessoras e até mesmo de suas contemporâneas, pois como já havia percebido McLuhan, o conteúdo de um meio é sempre um outro meio, anterior. Mas ao mesmo tempo

em que se apropria de elementos disseminados pela cultura das mídias estabelecidas, uma nova mídia também precisa trazer um diferencial, uma promessa de novas experiências e, normalmente, de uma mediação menor, que a aproximaria mais da dita realidade.

No caso da internet, acreditamos, o fator diferencial de maior destaque no processo de mediação é a simultaneidade. É preciso notar que a emissão ao vivo, fosse televisiva ou radiofônica, já permitia instantaneidade e simultaneidade na emissão e na recepção de conteúdos informativos. Mas o aspecto que ganhou simultaneidade com a internet foi o da resposta do interagente ao qual a mensagem se destina.

A tendência presente hoje na mídia de incentivar a participação do público em alguma medida na produção de mensagens pode ser entendida como fruto de uma sociedade que privilegia e satisfaz cada vez mais o indivíduo, valorizando e tornando célebres (ainda que por pouco tempo) cidadãos comuns. No caso da TV, pode-se considerar que a criação de programas em que o público votava pelo telefone – tais como INTERCINE e VOCÊ DECIDE foram já um indicativo desta tendência. E uma de suas faces atuais é o crescente interesse pela vida e até mesmo a opinião de anônimos, pessoas comuns.

Quando se fala em internet, essa tendência manifesta-se nas iniciativas da Web 2.0 – entre os quais, como já vimos, situam-se os blogs – que têm como característica marcante a abertura para uma participação mais efetiva dos leitores na produção e avaliação dos conteúdos disponibilizados on-line. Quando utilizados como veículos noticiosos, os blogs trazem para a cobertura jornalística uma resposta a esta demanda por maior inclusão do público no processo de produção e troca de mensagens – outros exemplos dessa tendência

seriam as diversas iniciativas de jornalismo participativo, como vimos no capítulo anterior 2. No caso do jornalista que utiliza o blog para o exercício da profissão, isto se dá por meio da possibilidade de diálogo constante e explícito com os internautas através dos comentários.

Como Ricardo Noblat age diante da possibilidade de maior aproximação com seu público? Há, de fato, um diálogo entre o jornalista/blogueiro e o leitor/internauta? Enfim, como se dá a relação entre estes interagentes? O que a diferencia? Buscamos respostas para estas questões analisando a relação entre Noblat e seus leitores. Para isto, além da observação dos posts da rubrica “CALÇADA DA FAMA”, a entrevista em profundidade com o jornalista nos forneceu material significativo.

### **5.3 Noblat: um autêntico blogueiro?**

Uma consideração que se pode fazer a respeito da relação de Ricardo Noblat com os leitores através de seu blog é que a adoção desta ferramenta para sua prática profissional teria permitido uma troca mais constante com o leitor.

Através de uma comunicação direta embora assíncrona percebe-se o estabelecimento de uma relação com os internautas onde há lugar para críticas (às vezes duras – *exemplo 1*) a

Ricardo Noblat e respostas suas, muitas vezes, publicadas sob a rubrica “CALÇADA DA FAMA”, quando o jornalista indica o leitor ao qual se dirige – conforme transcrevemos abaixo:

*Exemplo 1 – Comentário em que leitor critica Noblat, o chamando de idiota, reagindo ao post “INEPTO OU BOBALHÃO” (transcrito na seqüência):*

**ENVIADO POR: mutilado**

Bobo é quem pensa que faz o outro de bobo...

Esses idiotas da mídia pensam se arrogam o direito de chamar o Presidente da República de inepto e bobo...

Santo Deus! Onde está a ética do jornalismo?????????

**01/04/2006 | 13:36**

**Inepto ou bobalhão (se não for cúmplice)**

Ao deixar ontem o Ministério da Integração Nacional para ser candidato a deputado federal pelo PSB do Ceará, Ciro Gomes forneceu o mote a ser usado pelo PT na próxima campanha: tal sempre foi "o compromisso ético intransigente" de Lula que ele não pensou duas vezes para demitir "o homem mais poderoso" do governo, Antônio Palocci. Antes demitira José Dirceu.

Balela!

Dirceu quis sair do governo várias vezes e Lula não deixou. Só deixou quando concluiu que precisava entregar uma cabeça para salvar a sua na esteira do escândalo do mensalão. Deu-se o mesmo no caso do escândalo da quebra do sigilo bancário do caseiro Francenildo Costa - e foi Palocci quem dançou mais bonitinho do que a deputada dançarina.

Está na VEJA deste fim de semana que ministros e senadores do PT souberam que algo de grave comprometeria o caseiro antes mesmo de a revista ÉPOCA divulgar em seu blog na noite da sexta-feira 17 que haviam sido depositados na conta de Francenildo R\$ 25 mil de janeiro para cá. E que o próprio Lula soube antes que o dado seria publicado pela imprensa.

Não fosse a reação da mídia e da opinião pública, tudo teria ficado por isso mesmo. O governo ainda tentou salvar Palocci de todo jeito. Armou-se uma operação para convencer algum funcionário da Caixa Econômica a assumir a responsabilidade pelo crime de quebra do sigilo em troca da bagatela de R\$ 1 milhão. Não deu certo. Não havia mais tempo.

Ao demitir Palocci à falta de outra saída, Lula ainda o chamou de "irmão" e foi carinhoso com ele.

Um presidente que elege a ética como a marca do seu governo não se comportaria assim. Ao constatar na noite da sexta-feira 17 que um crime fora cometido, chamaria seus principais auxiliares e exigiria o imediato esclarecimento dele. E como um raio afastaria depois os suspeitos. A Caixa pediu 15 dias para esclarecer o crime. Bastavam poucas horas.

Outra vez dirão os aliados de Lula que ele foi traído. A cúmplice, preferem que ele seja visto como um inepto - e teria sido antes inepto no episódio do mensalão. Pois bem: fiquemos com a teoria oficial de que temos um inepto na presidência da República. Ou o mais tolo e ingênuo dos governantes. Um inepto ou bobalhão que pretende governar o país por mais quatro anos.

Mesmo assim, mais uma vez enganado por seus homens de maior confiança, o inepto ou bobalhão poderia ter reagido com mais rapidez. Não reagiu porque imaginou que daria para acomodar as coisas e ficar bem com o "irmão" a quem tanto deve. Deve o bom senso que evitou aventuras na economia. Lá atrás, deve a captação de dinheiro para sua campanha vitoriosa.

*Exemplo 2 – Explicações do jornalista para leitor que questiona a aplicação das regras do blog:*

**16/05/2006 | 18:04**

**Calçada da Fama - Para Liliane**

Você pergunta, no espaço de comentário à nota sob o título "Alckmin foi avisado da ameaça do PCC", se "as regras do blog foram todas para o espaço", dado à reprodução de diálogo onde duas autoridades da polícia de S. Paulo usaram palavrões.

Não, as regras continuam valendo. Para mim e vocês.

Mas não posso noticiar um fato de interesse público reescrevendo o que seus protagonistas falaram. Ou omitindo. Ou apenas sugerindo.

Em março de 2004, quando Lula se referiu à Constituição de maneira grosseira, este blog reproduziu exatamente o que ele disse.

*Exemplo 3 - Post em que Noblat reproduz um comentário do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, sem mencionar a fonte. Na seqüência, outros dois posts sob a rubrica "CALÇADA DA FAMA" em que o jornalista responde dois leitores que questionam a nota:*

**31/05/2006 | 16:36**

**Pára com isso, Serra!**

Do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso em conversa recente com um amigo do peito:

- O Serra tem de parar de falar mal de mim. Eu botei o Alckmin para perder essa eleição e o Serra foi preservado para ser candidato em 2010.

**31/05/2006 | 18:35**

**Calçada da Fama - Para Shogum**

Você escreveu ao comentar a nota abaixo:

"Mesmo que tenha a cara do FHC (toc,toc,toc) o post do Noblat está muito... "solto". Que fonte é essa? A informação é grave e está colocada como se fosse uma notinha de coluna social de tablóide?"

Questiono a veracidade da informação embora ela tenha, como vc disse, a "cara do FHC". Mas isso não é suficiente para a credibilidade dos nossos comentários.

Não está no estilo do Noblat. Será que não foi algum "auxiliar" dele que postou?"

Resposta: Você acha que a pessoa que ouviu tal comentário do ex-presidente Fernando Henrique concordaria em ver seu nome publicado aqui? É claro que não. Ela ficaria mal com ele.

Você acha que eu publicaria um comentário desses se não confiasse na pessoa que o ouviu e que me repassou? Não tenho mais idade para acreditar em qualquer coisa.

Se a cada informação que publica o jornalista fosse obrigado a revelar a fonte dela vocês só leriam amenidades.

Você não é obrigado a acreditar no que publico. Mas eu sou obrigado a só publicar informações confiáveis se não quiser perder leitores.

Credibilidade é algo que se leva muito tempo para construir - e que se perde num piscar de olhos.



Tenho muito medo de errar. E quando erro, admito o erro como já fiz tantas vezes.

31/05/2006 | 19:05

**Calçada da Fama - Para Juristinha**

Você escreveu em comentário à nota abaixo:

"Peraí Noblat: "A fonte ficaria mal com ele (FHC)? Nós leitores não vamos saber que "entregou" o FHC, mas o FHC vai saber, sim. Ou será que ele falou algo tão comprometedor durante uma palestra para um auditório lotado ???"

Resposta: Se ele tivesse falado para um auditório lotado eu revelaria onde e como ele falou. E a reação que provocou com seu comentário.

Ele não desconfiará necessariamente de quem me reproduziu seu comentário por que ele já disse coisas parecidas mais de uma vez e para pessoas e grupos diferentes.

Consulte o arquivo deste blog - janeiro último.

Encontrará ali uma notícia onde eu dizia que FHC estava convencido de que Lula dificilmente perderá a próxima eleição. E que ele advertiria Serra a respeito.

Desde então publiquei mais de uma vez que FHC de fato aconselhou Serra a não ser candidato para evitar uma possível derrota.

[...]

A atitude que Noblat assume, permitindo a publicação de comentários dos leitores e, o que é mais significativo, dando atenção a esses comentários, lendo, respondendo e tornando públicas algumas de suas respostas, permite dizer que através do blog o jornalista estabelece uma relação diferente com seus leitores. No entanto, tal posicionamento não se deve apenas ao fato de Noblat ter se tornado blogueiro.

Não basta ler. Tem de participar. Não basta ouvir o leitor. Tem de deixá-lo interferir.

- **No velho jornal:** o espaço reservado para manifestações dos leitores era a seção de cartas. Os jornalistas viam os leitores como um bando de chatos e faziam jornais pra seu próprio deleite e dos leitores que pensavam mais ou menos como eles.
- **No novo jornal:** abrem-se mais espaços para manifestações dos leitores. Cada editoria deve ter seu conselho de leitores, que se reunirá periodicamente para criticar o jornal e sugerir meios e modos de fazê-lo melhor.

Acentua-se a prestação de serviços aos leitores por meio da criação de novas seções e da orientação dada às matérias. Foco no leitor não basta. É preciso estar de acordo com esse foco. (NOBLAT, 2006a, p. 153)

O trecho acima foi extraído do capítulo em que Noblat descreve a mudança que chefiou à frente do CORREIO BRAZILIENSE. Sobre esta experiência, na entrevista que nos concedeu, afirma:

Acho que um outro momento importante, se eu tivesse que pesar todos – só não diria que era o mais importante porque, de alguma maneira, ele só foi possível por eu ter vivido esses momentos anteriores – foi a direção da redação do Correio Braziliense porque ali eu pude, num jornal, dirigindo um jornal – até então eu não tinha dirigido um jornal, tinha chefiado sucursais – **eu pude, digamos assim, tentar fazer tudo que eu achava que tinha aprendido. E tentar fazer do jornal, aplicar ao jornal coisas que eu pensava a respeito de jornal e que trabalhando, chefiando sucursais eu não podia fazer porque não dependia de mim.**

Ou seja, o fato de dar importância à opinião do leitor não é algo, no caso de Noblat, que se deve ao uso da tecnologia, ao fato da ferramenta permitir um contato maior com o público. É um posicionamento que o jornalista já adotara anteriormente. Mas, conforme a parte do trecho de seu livro que destacamos acima no qual se refere ao “velho jornal”, não é comum que jornalistas pensem e ajam desta forma. E mesmo que já se importasse com os leitores antes, ao ser questionado se tornar-se blogueiro fez dele um jornalista diferente, responde:

Eu levo muito mais em conta a opinião dos leitores. Antes você não tinha esse corpo-a-corpo. Porque no jornal, chegam lá as cartas, você nem vê, vê publicada no dia seguinte. São poucas as cartas publicadas porque o espaço é limitado. E num blog, não, você tem espaço pra muita gente comentar. Então de repente ali um monte de comentários numa determinada direção, isso te influencia, isso te leva a pensar. Não necessariamente a ceder àquela opinião majoritária, mas a levar em conta, a pensar, refletir: “Vem cá. Não pode estar todo mundo doido aqui e só eu certo”. Acho que muda.

Este aspecto merece destaque uma vez que nem todo jornalista/blogueiro leva em conta a opinião dos leitores, ainda que permita a publicação de comentários.<sup>108</sup> E há blogueiros que simplesmente não habilitam a publicação de comentários<sup>109</sup> (ainda que por vezes o façam para evitar a ação de *spammers*<sup>110</sup>) – e também aqueles que adotam a seleção prévia dos comentários que serão publicados<sup>111</sup>.

Como já apontamos anteriormente, ao falarmos de remediação, os comentários seriam equivalentes às cartas de leitores dos veículos impressos. E, assim como em jornais e revistas apenas algumas cartas são selecionadas e publicadas, tem-se, no BLOG DO NOBLAT, algo parecido: um moderador incumbido de selecionar os comentários de leitores que permanecem publicados.<sup>112</sup> Alguns destes comentários – poucos – chegam a ser respondidos pelo jornalista e, eventualmente, alçados da janela a eles destinados para a área nobre do blog, sendo publicados como post.

---

<sup>108</sup> Entre os jornalistas blogueiros, um exemplo de opinião contrária a de Noblat é o do também colunista político e blogueiro, Josias de Souza, que mantém o blog “NOS BASTIDORES DO PODER”, na FOLHA ONLINE. Ver mais detalhes no capítulo seguinte.

<sup>109</sup> Antônio Pedro Tabet, mais conhecido como KIBELOKO, que é o nome do blog humorístico que criou (<http://kibeloco.blogspot.com>) e se tornou um dos mais conhecidos no Brasil, não permite a publicação de comentários.

<sup>110</sup> Internautas que publicam mensagens publicitárias em blogs e sites ou as enviam por e-mail. Qualquer conteúdo empurrado para o internauta sem que ele deseje recebe-los, o *spam* é considerado um dos lixos da internet.

<sup>111</sup> Os comentários publicados no BLOG DO COLUNISTA JORGE BASTOS MORENO, por exemplo, passam por seleção prévia. Um tipo de comentário de leitor que o jornalista não publica são os que contenham críticas a outros jornalistas, conforme afirmação do próprio Moreno durante o evento BLOGS: UMA REVOLUÇÃO NO JORNALISMO, realizado no Rio de Janeiro em 11 de maio de 2006. O seminário foi promovido pelo GLOBO ONLINE que comemorava 10 anos. Contou com a presença dos jornalistas/blogueiros Ricardo Noblat (na época, ainda no ESTADÃO), Cora Rónai e Jorge Bastos Moreno (O GLOBO), Pedro Dória (NO MÍNIMO), Juca Kfourri (FOLHA ONLINE) e do publicitário Antônio Pedro Tabet, do blog KIBE LOKO.

<sup>112</sup> Embora hoje haja apenas um moderador para os comentários publicados no BLOG DO NOBLAT, conforme o jornalista nos afirmou em entrevista, durante os meses em que realizamos nossa observação (abril, maio e junho de 2006) contava com dois moderadores.

## 5.4 “O espaço para que o leitor comente é a grande característica dos blogs”

Neste capítulo, nosso desejo é analisar como Ricardo Noblat se comporta diante de uma troca mais constante e direta com seus leitores. Um dos nossos objetivos é descobrir como as potencialidades tecnológicas podem ser efetivamente exploradas pelos jornalistas e o que isto pode alterar na relação destes profissionais com seus leitores. Nessa perspectiva, são três os pontos suscitados acima relativos ao nosso estudo de caso sobre os quais vamos discorrer a seguir de modo mais detalhado:

- a) o estabelecimento de **regras** para a publicação de comentários dos leitores no blog;
- b) a atitude de Noblat diante dos comentários dos **leitores** e
- c) a **moderação** no blog.

### 5.4.1 As regras: “Ah, se o blog pudesse passar sem cortes de comentários...”

Para permanecer no ar, o comentário não pode ferir regras claramente explicitadas uma vez que podem ser lidas na seção permanente “REGRAS DO BLOG”. Na figura abaixo temos as

regras da seção quando o blog ainda estava no ESTADÃO, onde foi criada entre junho e agosto de 2006:

**BLOG DO NOBLAT** FECHAR JANELA

## REGRAS DO BLOG

Serão eliminados os comentários que:

- 1 - Configurem qualquer tipo de crime de acordo com as leis do país;
- 2 - Contenham insultos, agressões, ofensas e baixarias;
- 3 - Estejam repetidos na mesma ou em notas diferentes;
- 5 - Reproduzam na íntegra notícias divulgadas em outros meios de comunicação;
- 6 - Ultrapassem 1000 caracteres com espaço;
- 7 - Reúnam informações (e-mail, endereço, telefone e outras) de natureza nitidamente pessoais do próprio ou de terceiros;
- 8 - que contenham links de qualquer espécie;

Blog não é chat. Respeitadas as regras, é livre o debate dos assuntos aqui postados. Pede-se, apenas, que o espaço dos comentários não sirva para bate-papo sobre assuntos de caráter pessoal ou estranhos ao blog.

Ao postarem suas mensagens, os comentaristas autorizam o titular do blog a reproduzi-los em qualquer outro meio de comunicação, dando os créditos devidos ao autor.

A seção sofreu acréscimos depois do dia 1º de janeiro, quando o blog migrou para O GLOBO (veja logo abaixo a atual versão das “REGRAS DO BLOG”). No portal anterior, as regras restringiam-se aos itens listados em “Serão eliminados do **BLOG DO NOBLAT** os comentários que”, sendo que não havia o item de nº 8 (referente a *merchandising*). Já havia a restrição quanto ao número de caracteres permitido a cada comentário (1000 com espaços) e também já estavam lá os dois primeiros itens listados em “Avisos”.

### REGRAS DO BLOG

1 - Para comentar no BLOG DO NOBLAT é preciso estar cadastrado no Globo Online.

2 - Ao cadastrar-se, você poderá informar, além do seu nome completo, um apelido que poderá usar para escrever comentários no BLOG DO NOBLAT e nos demais blogs do Globo Online.

3 - Sempre que comentar no BLOG DO NOBLAT - assim como nos demais blogs do Globo Online - você poderá optar por assinar seu comentário com seu nome completo ou com o apelido que escolheu.

4 - A publicação do seu email junto com o seu comentário também é opcional.

Serão eliminados do BLOG DO NOBLAT os comentários que:

- 1 - Configurem qualquer tipo de crime de acordo com as leis do país;
- 2 - Conttenham insultos, agressões, ofensas e baixarias;
- 3 - Estejam repetidos na mesma ou em notas diferentes;
- 5 - Reproduzam na íntegra notícias divulgadas em outros meios de comunicação;
- 6 - Reúnam informações (e-mail, endereço, telefone e outras) de natureza nitidamente pessoais do próprio ou de terceiros;
- 7 - Conttenham links de qualquer espécie;
- 8 - Conttenham qualquer tipo de material publicitário ou de merchandising, pessoal ou em benefício de terceiros

A publicação de comentários será permanentemente bloqueada aos usuários que:

- 1 - Insistirem no envio de comentários com insultos, agressões, ofensas e baixarias;
- 2 - Prestarem informações falsas ou inconsistentes em seus cadastros no Globo Online;
- 3 - Cadastrarem-se no Globo Online informando nomes falsos ou apelidos no campo "nome completo";
- 4 - Criarem múltiplos cadastros no Globo Online

Avisos:

- 1 - Blog não é chat. Respeitadas as regras, é livre o debate dos assuntos aqui postados. Pede-se, apenas, que o espaço dos comentários não sirva para bate-papo sobre assuntos de caráter pessoal ou estranhos ao blog;
- 2 - Ao postarem suas mensagens, os comentaristas autorizam o titular do blog a reproduzi-los em qualquer outro meio de comunicação, dando os créditos devidos ao autor;
- 3 - A tentativa de clonar nomes e apelidos de outros usuários para emitir opiniões em nome de terceiros configura crime de falsidade ideológica

Note-se que os itens 5 e 7 de “Serão eliminados do BLOG DO NOBLAT os comentários que”, já presentes também no ESTADÃO, mantêm a prerrogativa editorial do blog, deixando claro que determinados procedimentos são permitidos apenas ao blogueiro/jornalista.

Encontramos reclamações dos leitores quanto à falta de clareza sobre os critérios para que comentários fossem mantidos ou retirados do ar. Segundo declaração do próprio Noblat<sup>113</sup>, antes da publicação dessas regras, as exclusões deviam-se a dois motivos bem simples: comentários que ultrapassassem o limite de 1000 caracteres e / ou que configurassem crimes de calúnia, injúria ou difamação, já que o jornalista responderia por tais delitos. É o que diz também o post publicado por Noblat três vezes entre os dias 14 e 28 de maio de 2005 (grifos nossos) :

**23/05/2005 | 00:27**

**Aos comentaristas deste blog**

Renovo apelo que já fiz aqui mais de uma vez: não transformem o espaço dos comentários em espaço de bate-papo. Porque não é essa a finalidade dele.

Aos mais assíduos, peço também que não monopolizem o espaço. Isso afugenta outros possíveis comentaristas.

Aos mais prolixos, lembro que **o tamanho máximo do comentário deve ser de 1.060 caracteres com espaço - algo como 16 linhas.**

Por último, sejam duros em suas críticas se quiserem. Mas **não enveredem pelo caminho da grosseria e da ofensa.** Mesmo sob anonimato, não escrevam o que não seriam capazes de assinar com o próprio nome. **Porque como responsável pelo blog eu fico sujeito a eventuais processos.**

Há dias que gasto mais tempo cortando certos tipos de comentários do que correndo atrás de notícias. Perdemos todos com isso. Obrigado.

Noblat descreve o trajeto que o levou da situação de total abertura para a publicação de comentários, no início de seu blog, quando não era necessário nem mesmo fazer um cadastro, à situação atual, em que os comentários só podem ser publicados por internautas cadastrados, e caso firam as regras explicitadas no próprio blog, são eliminados posteriormente pelo moderador, que pode ainda bloquear comentaristas <sup>114</sup>:

---

<sup>113</sup> Durante o evento “BLOGS UMA REVOLUÇÃO NO JORNALISMO” já mencionado em nota anterior.

<sup>114</sup> Neste caso, o moderador bloqueia o e-mail com o qual o internauta se cadastrou. Isto não o impede de fazer um novo cadastro, utilizando outro e-mail.

Até agosto de 2005, não tinha nenhuma moderação. Como não tinha nenhum cadastramento para você comentar no blog. Mas aí, em agosto de 2005, o blog foi atacado por esses caras que de vez em quando atacam as coisas. Alguém usou um programzinho tipo robô que você fica postando a mesma mensagem, repetindo não sei quantas vezes por minuto. E ainda era uma época em que eu deletava no dedo. Foi um domingo, eu me lembro, eu fiquei horas aqui, o cara pondo e eu apagando, manualmente, uma a uma. E vi que não dava conta do recado. No dia seguinte, eu mandei tirar o botão de comentário do ar. E ficou quase um mês sem comentário enquanto a empresa que desenvolveu o blog criava um tipo de cadastramento. Agora, pra comentar, você tem que se cadastrar. Isso já desestimulava um pouco os malucos que entram só pra zonestar. Na internet você não consegue impedir ninguém de fazer nada. Mas dificultava mais. Então se criou um sistema de bloqueio: se o cara botava lá uma mensagem cheia de palavrão e tudo, e ele sabia, tava ali nas regras do blog, que não podia usar, aí eu tinha como bloquear ele. Claro que ele podia criar um outro e-mail e entrar novamente, mas já dificultava um pouco mais. Ainda assim, não era suficiente. Depois de já adotado isso, ainda assim tinha gente que, mesmo sendo bloqueado, criava outro e-mail, ou quantos e-mails, tem pessoas que têm vários e-mails, e postava. Aí foi quando eu adotei a figura do moderador: é um cara que fica lendo os comentários depois que os comentários foram publicados. Esse cara pode eliminar um comentário ou pode ir pra atitude extrema que é de bloquear um comentarista. Também não impede que o comentarista invente um outro e-mail, se cadastre de novo, mas desestimula. (E.A)

Ou seja, Noblat resolveu adotar regras e moderação por uma questão prática e mesmo legal. Afinal, em última instância, ele é o responsável pelo conteúdo publicado no blog, podendo responder criminalmente em caso de processo judicial.<sup>115</sup> Por mais de uma vez, publicou posts justificando sua atitude, esclarecendo que não se trata de censura mas de uma imposição devido aos excessos eventualmente cometidos (grifos nossos):

**28/05/2005 | 19:09**

**Para Carapuça**

Gostaria de responder a todas as perguntas que me fazem aqui. Ou sugestões que deixam. Mas é impossível. Porque são muitas. Porque tenho que correr atrás de notícias. E porque ainda **tenho de reservar uma parte do tempo para eliminar comentários agressivos aqui postados e que podem configurar crime**. Como você e a maioria dos que comentam preferem esconder a verdadeira identidade, **posso ser obrigado a responder diante da Justiça pelo que vocês escrevem**. Não seria justo, concorda?

<sup>115</sup> A respeito da seleção de comentários em seu blog Josias de Souza afirma em entrevista: “Eu tinha parado de ler. Mas tive de voltar a filtrar depois que Justiça impôs a condenação pecuniária a outro blog por conta de um comentário considerado injurioso.” (Disponível on-line em

[http://portalimprensa.uol.com.br/new\\_ultimasnoticias\\_data\\_view.asp?code=4180](http://portalimprensa.uol.com.br/new_ultimasnoticias_data_view.asp?code=4180))



02/04/2006 | 15:17

**Aviso aos comentaristas**

**Esse é um dos raros blogs de notícias políticas hospedados em um grande portal que não adotou ainda o exame prévio dos comentários antes de eles irem ao ar - ou de não irem por desrespeito às regras do blog.**

**Mas adianto aos interessados que estou muito perto de me render à fórmula do exame prévio.**

Este é um ano eleitoral. **E faltando ainda 6 meses para as eleições é grande a quantidade de comentários que ferem as regras do blog e que por isso acabam eliminados.**

Seus autores se dizem vítimas inocentes da censura. Um deles me ameaça com processo (no caso, isso não me preocupa).

O exame prévio dos comentários evitará a postagem de agressões e baixarias que por vezes escapam à atenção dos moderadores.

E evitará que muitos transgressores se apresentem como vítimas.

**Nesta data, estou bloqueando os comentaristas cujos e-mails constituem agressões, baixarias ou que se valem de expressões de mau gosto.**

Se eu não respeitar meu trabalho, e o trabalho dos colaboradores do blog, ele não merecerá o respeito de ninguém.

22/05/2006 | 14:00

**Por dentro do blog**

**Ah, se o blog pudesse passar sem cortes de comentários e sem o bloqueio de comentaristas. Estaríamos no melhor dos mundos. Teríamos atingido um grau invejável de civilização...**

Neste momento, há 12.265 pessoas registradas no blog com direito a comentar. Desconfio do número. Muitas pessoas se registram mais de uma vez para comentar com nomes diferentes.

Outras registram vários nomes, mas não confirmam o registro de todos eles. Se um nome é bloqueado, confirmam o registro do nome seguinte. E assim sucessivamente.

**Se baixa o nível dos comentários e eles não são eliminados, vocês reclamam. Se comentários de baixo nível são cortados, seus autores reclamam e ganham a solidariedade de outros.**

**É dura a vida de blogueiro.** Emprego dois moderadores só para cuidarem dos comentários. E eles não dão conta de todos.

Na última quinta-feira, por exemplo, foram postados aqui exatos 2.440 comentários. Ou melhor: restaram 2.440 comentários por que muitos foram cortados.

**No dia em que só forem postados comentários de bom nível, ninguém mais furará filas no país, desrespeitará regras de trânsito e cobiçará a mulher do próximo. Ou o homem.**

Isto nos remete novamente à Wolton e a uma de suas críticas com as quais não concordamos. Diz o autor:

Quando se pensa nas inúmeras dificuldades que encontraram, desde dois séculos, os jornalistas para tentar regulamentar e proteger a liberdade de informação... percebe-

se a ingenuidade e o perigo em acreditar que estes milhões de informações disponíveis na Web sejam naturalmente boas, honestas e confiáveis.

[...]

De onde vem este mito de um sistema de informação infinito e gratuito, livre de todas as problemáticas de poder, inverdades e erros (2003, p. 138).

A atitude de Noblat, que embora seja favorável inclusive à manutenção de comentários que contenham críticas a ele (como vimos no exemplo 1 acima) se mostra pragmática e neste sentido, nada ingênua ou crente no mito a que Wolton se refere. Assim, ainda que devamos concordar com o autor quando este diz que uma reflexão para o futuro é “*reconhecer que há um limite para toda e qualquer comunicação*” e que “*não há informação, comunicação sem perda, erros, falhas, desvios*” (*Ibid.*, p. 139), não somos tão céticos quanto ele no que diz respeito ao que as novas tecnologias de comunicação podem de fato fazer pelo estabelecimento de um diálogo efetivo. Neste ponto, estamos de acordo com Johnson:

Longe de ser um meio para introvertidos e incapazes de sair de casa, o computador digital revela-se a primeira grande tecnologia do século XX que aproxima estreitamente pessoas que não se conhecem, em vez de afastá-las. A maioria das grandes inovações dos últimos cem anos tornou progressivamente mais fácil evitar contato – com pessoas que não nossos colegas, ou familiares, ou amigos (2001, p. 51)

O contato entre pessoas que, de outra forma, não se conheceriam, além da rapidez acrescida às trocas de mensagens, quer seja através dos serviços de e-mail ou das formas mais recentes de interação via rede, que já citamos anteriormente (listas de discussão, fóruns on-line, escritas coletivas por meio do sistema *wiki*, iniciativas de jornalismo participativo e os

próprios blogs), estão entre os ganhos efetivos da introdução da internet como meio para nossas relações interpessoais.

Desde que estipuladas e respeitadas as regras, os interagentes humanos que estejam técnica e cognitivamente equipados para isto, são perfeitamente capazes de estabelecer uma troca na qual o uso da tecnologia assume um papel relevante. Como veremos a seguir, o primordial para que a relação se estabeleça e sofra alterações é a atuação do agente humano mas é preciso reconhecer que a ferramenta possibilita e condiciona a forma como as trocas entre os interagentes se dão.

#### *5.4.2 Ele, o leitor que participa: “seguramente é diferente”*

O sistema de comentários dos blogs pode ser considerado, como já apontado, uma evolução do fórum on-line (este mesmo já uma ferramenta com alto grau de interatividade). Paralelamente, pode ser visto também como uma evolução da seção de cartas dos leitores ao permitir a publicação imediata de comentários dos internautas, logo em seguida ao texto, tornando-os parte do conteúdo originalmente produzido pelo jornalista.

“A vontade de participar, de dar opinião, de dizer o que pensa, de se opor, de discutir, de bater-boca” (E.A). Para Noblat, isto é o que leva algumas pessoas a postar comentários em

blogs. O jornalista sabe que a maioria de seus leitores não envia comentários, apenas lê os textos. Apenas uma minoria de seu público é ativa, e sobre esta minoria, afirma: “A maioria silenciosa eu não sei. Mas o leitor que se manifesta seguramente é diferente porque é um leitor que quer participar, quer uma coisa ativa, que quer interferir nas coisas, quer dar sua opinião”(E.A).

E questionado sobre quem seriam as pessoas que lêem seu blog, o jornalista responde:

Acho que deve ter muito internauta. Não sei dizer qual é esse peso. Se é mais internauta, mais leitor de jornal. Acredito que não. Como os jornais só fazem perder tiragem, venda, eu acredito que não. Eu acho que a maioria deve ser de pessoas que se informa pela internet, não de pessoas que se informam pelo jornal e vão ler na internet. Mas isso é o que eu acho, é o que eu intuo com base nesses três anos. Vai fazer três anos em março que eu faço esse blog.

A única coisa que eu intuo é que tem muito leitor jovem. Coisa que eu não teria na imprensa convencional. O leitor de jornal é leitor mais velho. E leitor de internet é mais jovem e eu vejo isso um pouco pelos comentários, por e-mails que recebo. Tem muito jovem que lê o blog. (E.A)

Ou seja, mesmo sem ter dados ou pesquisas, o blogueiro/jornalista forma uma idéia, ainda que sejam apenas impressões, sobre quem é o seu público. E faz isto a partir do *feedback* que recebe tanto pelos comentários como pelos e-mails. E Noblat tem uma atitude receptiva diante dessas pessoas que lhe escrevem cartas às quais, agora, com o blog, ele pode ter (e, pelo que afirma, faz questão de ter) acesso direto. Abaixo a transcrições de outras duas partes da nossa entrevista (*observações acrescentadas por nós*):

E a leitura que você faz dos comentários é direta ou passa pelo moderador? Ele seleciona os comentários ...

Nã, não, não, não, não. [*se apressa em responder antes mesmo de terminarmos a pergunta*]

*[Continuação da pergunta]* ...que eles acreditam que você deveria ler?

**Não, não. Eu leio todos os comentários que estão ali, postados no blog. E quem comenta no meu blog escreve o comentário e o comentário vai pro ar na hora, do jeito que a pessoa pôs.** Eu tenho um moderador que lê depois que o comentário já está no ar, lê todos os comentário pra eventualmente eliminar aqueles que firam alguma das regras do blog. As regras estão lá em cima, você tem todas elas ali. Não pode ter mensagem que configure crime, que seja propaganda de produtos comerciais, porque não faz sentido isso, entendeu? A discussão entre os leitores de qualquer assunto pertinente ao blog, ela é livre. Mas se o cara começa a usar o blog pra marcar encontro, de vez em quando tem isso, aí, não. Aí não cabe ali.

Tem uma outra seção do blog, que foi criada, chamada “Desabafo” que é uma espécie de blog do leitor, aí é só do leitor, aí eu não interfiro. Ele entre ali e escreve o que ele quer.

\*\*\*\*\*

Como que é a sua relação com os seus leitores do blog?

Olha, primeiro **eu leio sempre os comentários que são feitos.**

Todos?

**Eu te diria que eu lia todos quando eles eram em pequeno número.** Agora são muitos. Às vezes você tem nota com 150, 200 comentários, 300 comentários. E grande parte desses comentários é bate-boca entre os próprios leitores. **Mas eu tenho muito cuidado de estar sempre lendo os comentários. Eu leio muito. Não te diria que eu leio todos. Mas eu leio bastante os comentários que os leitores fazem.**

E levo em consideração aqueles que me chamam a atenção. E o que é levar em consideração? É muitas vezes mudar de opinião em relação ao que pensava por conta da intervenção feita por um leitor que me pareceu muito mais interessante do que a minha. E isso não é demagogia. É fato. Portanto já mudei muitas vezes de opinião, já repensei coisas que eu tinha escrito, ou já comecei a enxergar de forma diferente determinados fatos a partir de comentários que eu li no blog. (E.A)

De fato, durante os três meses em que observamos todos os posts, vimos exemplos que demonstram o que Noblat afirma. Em relação à mudar de opinião devido a comentários de seus leitores, encontramos o post reproduzido abaixo, em que o jornalista volta atrás em algo que escreveu, reconhecendo que se equivocou ao chamar o presidente Lula de bobalhão. Na seqüência, está a nota original.

**01/04/2006 | 21:26**

**Todos perdem**

Vamos lá: muita gente aqui ficou indignada com a nota que publiquei abaixo chamando Lula de inepto ou bobalhão.

**Tudo bem: errei, peço desculpas. Ele não é bobalhão.**

Ninguém que constrói um partido como ele construiu, que disputa a presidência da República quatro vezes, que finalmente é eleito e pode até vir a ser reeleito; ninguém com tal perfil e trajetória é um bobalhão.

Mas inepto ele é, sim. E é melhor julgá-lo inepto do que apontá-lo como cúmplice de algumas das mais escandalosas histórias do seu governo.

Ineptos todos somos de vez em quando. Cúmplices de crimes, imagino que não. Creio que não. Desejo que não.

A diferença é que não somos figuras públicas, não fomos eleitos para nada, não ocupamos cargos relevantes e nossas eventuais falhas, no máximo, prejudicam um círculo restrito de pessoas.

Um presidente da República capaz de justificar o uso do caixa 2 faz um mal tremendo à democracia, a todos nós e às futuras gerações.

Um presidente da República capaz de não reagir de imediato e com indignação diante do crime da quebra do sigilo bancário de um cidadão torna-se motivo de vergonha para aqueles que o elegeram e de desprezo para os que lhe recusaram o voto.

Todos perdem com isso - aliados e adversários.

E acima de tudo perde o país.

**01/04/2006 | 13:36**

**Inepto ou bobalhão (se não for cúmplice)**

Ao deixar ontem o Ministério da Integração Nacional para ser candidato a deputado federal pelo PSB do Ceará, Ciro Gomes forneceu o mote a ser usado pelo PT na próxima campanha: tal sempre foi "o compromisso ético intransigente" de Lula que ele não pensou duas vezes para demitir "o homem mais poderoso" do governo, Antônio Palocci. Antes demitira José Dirceu.

Balela!

Dirceu quis sair do governo várias vezes e Lula não deixou. Só deixou quando concluiu que precisava entregar uma cabeça para salvar a sua na esteira do escândalo do mensalão. Deu-se o mesmo no caso do escândalo da quebra do sigilo bancário do caseiro Francenildo Costa - e foi Palocci quem dançou mais bonitinho do que a deputada dançarina.

Está na VEJA deste fim de semana que ministros e senadores do PT souberam que algo de grave comprometeria o caseiro antes mesmo de a revista ÉPOCA divulgar em seu blog na noite da sexta-feira 17 que haviam sido depositados na conta de Francenildo R\$ 25 mil de janeiro para cá. E que o próprio Lula soube antes que o dado seria publicado pela imprensa.

Não fosse a reação da mídia e da opinião pública, tudo teria ficado por isso mesmo. O governo ainda tentou salvar Palocci de todo jeito. Armou-se uma operação para convencer algum funcionário da Caixa Econômica a assumir a responsabilidade pelo crime de quebra do sigilo em troca da bagatela de R\$ 1 milhão. Não deu certo. Não havia mais tempo.

Ao demitir Palocci à falta de outra saída, Lula ainda o chamou de "irmão" e foi carinhoso com ele.

Um presidente que elege a ética como a marca do seu governo não se comportaria assim. Ao constatar na noite da sexta-feira 17 que um crime fora cometido, chamaria seus principais auxiliares e exigiria o imediato esclarecimento dele. E como um raio afastaria depois os suspeitos. A Caixa pediu 15 dias para esclarecer o crime. Bastavam poucas horas.

Outra vez dirão os aliados de Lula que ele foi traído. A cúmplice, preferem que ele seja visto como um inepto - e teria sido antes inepto no episódio do mensalão. Pois bem: fiquemos com a teoria oficial de que temos um inepto na presidência da República. Ou o mais tolo e ingênuo dos governantes. Um inepto ou bobalhão que pretende governar o país por mais quatro anos.

Mesmo assim, mais uma vez enganado por seus homens de maior confiança, o inepto ou bobalhão poderia ter reagido com mais rapidez. Não reagiu porque imaginou que daria para acomodar as coisas e ficar bem com o "irmão" a quem tanto deve. Deve o bom senso que evitou aventuras na economia. Lá atrás, deve a captação de dinheiro para sua campanha vitoriosa.

Neste exemplo, o que vemos é o jornalista flexibilizando sua opinião. Note-se que o texto tem dez parágrafos nos quais apenas os três primeiros se destinam à expressar seu equívoco e se desculpar pela avaliação equivocada. No restante do texto o que faz é reforçar os argumentos para demonstrar que a maior parte do que dissera na nota anterior estava correto. O post ilustra afirmação feita por Noblat segundo a qual se deparar com vários comentários contrários a uma opinião sua, pode levá-lo a refletir, ainda que não o leve a mudar de idéia.

Quando questionamos se Noblat se lembrava de alguma situação em que os comentários dos leitores haviam feito com que revisse ou repensasse sobre uma opinião ou um posicionamento seus, o jornalista disse não se lembrar. Mas acrescentou, logo em seguida, que o processo de influência entre leitores e blogueiro é permanente:

Não, específica, não. Mas o processo de influência, de troca de influências, é permanente, entendeu? Eu já publiquei nota dizendo "Olha, vem cá, eu fiz um comentário nessa direção mas depois eu li vários outros comentários numa outra direção e eu acho que eles têm razão, acho que eu tava pensando errado". Isso eu já fiz em várias situações. Mas independente disso, eu tô dizendo, a troca de influência

é permanente. Se você tem uma postura de aceitar aqueles comentários do leitor como uma coisa que você deve levar em conta e não apenas como uma característica do meio. “Ah! Não! É um blog: os caras podem comentar! E eu não tô nem aí”. Aí, não. Aí, não vai te influenciar em nada. Agora, se você leva em conta pelo menos as opiniões que você acha que fazem sentido, essa troca é permanente, se torna natural. Não é uma coisa excepcional, se torna natural. (E.A)

Conforme o próprio jornalista aponta, no entanto, para que o profissional sofra influência dos leitores é preciso que esteja receptivo, susceptível a ouvir opiniões e considerá-las e não apenas adotar a atitude demagógica de permitir a publicação dos comentários em seu blog. Mais importante do que estipular regras, cercear ou selecionar de alguma forma quem publica e o quê pode permanecer publicado, cremos, é a relação que o blogueiro estabelece com aqueles com quem, em tese, se propõe a dialogar. Assim, entendemos que haveria gradações diferentes para os possíveis níveis de conversação explícita entre o jornalista/blogueiro e seu público:

Grau 0 – o jornalista/blogueiro não permite a publicação de comentários. Neste caso, pode ser que haja conversação com os internautas através da troca de e-mail, que no entanto seria não explícita, portanto, não pública (termo aqui tomado no mesmo sentido que Thompson e que já utilizamos anteriormente, ou seja, como “o que é visível ou observável, o que é desempenhado diante de espectadores, o que é aberto para que todos ou muitos possam ver, ouvir, ou ouvir falar a respeito” (2002 p. 64).

Grau 1 - internautas comentam mas o jornalista/blogueiro não responde.

Grau 2 - internautas comentam, o jornalista/blogueiro responde mas não demonstra sofrer influência no que diz respeito a reconsiderar seus próprios posicionamentos e opiniões.



Grau 3 - internautas comentam, o jornalista/blogueiro responde e demonstra sofrer influência no que diz respeito a reconsiderar seus próprios posicionamentos e opiniões.

Grau 4 - internautas comentam, o jornalista/blogueiro responde, demonstra sofrer influência no que diz respeito a reconsiderar seus próprios posicionamentos e opiniões e ainda abre espaço para que leitores, ainda que eventualmente, ocupem espaço de destaque dentro de seu blog.

O BLOG DO NOBLAT apresenta o Grau 4 quando consideramos sua abertura para a conversação do jornalista/blogueiro com os internautas/leitores.

Mas se é verdade que o jornalista sente-se influenciado pela constante manifestação dos leitores e que está realmente dando atenção a ela, pode-se também perceber que mantém uma diferenciação hierárquica em relação a eles. Talvez o principal indício disso é que suas opiniões são publicadas em área secundária do blog. É preciso clicar e abrir uma nova janela para se ter acesso à opiniões dos leitores. Algo diferente do que ocorre em alguns sites, como o portal COMUNIQUE-SE, por exemplo, voltado justamente para profissionais da comunicação, que permite a publicação dos comentários logo em seguida ao texto, na mesma página, tornando menos rígida a separação deles do conteúdo original. Neste caso, o acesso às opiniões dos internautas é facilitado pois é preciso apenas seguir com o movimento natural de rolagem, normalmente já efetuado para que se chegue ao final do texto. Tem-se desta forma uma sensação de continuidade entre texto e comentários, o que não ocorre quando temos que clicar em um link para abrir uma janela.

Outras demonstrações de que naquele espaço o jornalista detém a autoridade estão em algumas declarações de Noblat:

Eu também **destaco** comentários de leitores e **ponho no espaço principal quando eu acho que são comentários interessantes, que enriquecem** a discussão, o esclarecimento de determinado fato. Então **eu não deixo apenas os comentários ali**. De vez em quando **eu pego um comentário daqueles que me pareça mais interessante e destaco no espaço principal do blog, tiro do espaço de comentário** e boto lá. Depois eu respondo a comentários. Até criei uma seçãozinha chamada Calçada da Fama. Geralmente calçada da fama traço para, aí eu boto o nome do leitor, onde eu respondo ao leitor.

**E muitas vezes eu destaco comentários que são diametralmente opostos ao que eu escrevi pra estabelecer até um contraponto**. Então digamos que eu escreva dando um pau no Lula agora e vem alguém e faça uma defesa muito bem feita do Lula. Eu ponho aquilo ali no espaço principal do blog para o leitor ter duas opiniões diferentes: a minha e a do cara que tá completamente diferente da que eu ofereci.

O que faz você destacar um comentário a ponto de coloca-lo na área principal.

Isso aí são várias coisas. **Eu destaco os comentários que me parecem mais inteligentes, ou que tenha a acrescentar à discussão**. Ou o cara tá dando uma informação, uma notícia que não tinha ali no blog, que é uma notícia interessante, eu ponho. Ou é um contraponto ao que eu tô dizendo. Ou eu destaco o comentário dele para poder responder a ele. Aí tem várias maneiras. (E.A)

Percebe-se que o próprio jornalista se refere à área do post como área principal. E diz que destaca um comentário ao tirá-lo do espaço para comentários e colocá-lo nesta área. Usando o verbo na primeira pessoa do singular (“destaco”, “deixo”, “pego”, etc.) não deixa dúvidas quanto a quem cabem as decisões: ele é quem define que comentários são “interessantes”, “inteligentes”, que “enriquecem a discussão”.<sup>116</sup>

<sup>116</sup> Há sites que já contam com mecanismos que permitem com que os próprios leitores decidam que comentários ou textos devem ser destacados como o próprio COMUIQUE-SE, O SLASHDOT e OVERMUNDO.

Há que se considerar relevante o fato de Noblat destacar também comentários com opiniões contrárias às suas. Exemplo que ilustra uma situação em que o próprio jornalista coloca em evidência opiniões contrárias às suas é a da publicação do post INEPTO OU BOBALHÃO seguido pouco depois de uma resposta coletiva (post TODOS PERDEM) frente ao número de comentários que o criticaram por chamar o presidente Lula de bobalhão.

Quanto à seção – ou rubrica como nos referimos – destinada a destacar comentários dos leitores ou respondê-los, o próprio nome “CALÇADA DA FAMA”<sup>117</sup> indica que a intenção do jornalista/blogueiro é atribuir àquele leitor que figura ali reconhecimento, como que a dizer para os demais leitores que ele é merecedor de atenção. O título denota também a posição de prestígio e visibilidade do espaço principal do blog uma vez que os leitores que ali figuram tornam-se famosos.

No momento em que o próprio Noblat destaca e responde aos comentários de seus leitores na área principal do blog, criando inclusive uma rubrica especial para identificar os posts destinados a isso, chama a atenção de seu público para aqueles leitores. Conforme Schittine “ninguém gosta de ser anônimo. As pessoas preferem ser conhecidas pelo menos nos lugares que vão sempre. [...] A atenção dada pela (o) colunista é suficiente para que cada um se veja como um caso particular.” (2004, p.178) Sentindo-se prestigiado, o leitor sente-se incentivado a participar. Ao perceber que é ouvido, tende a continuar falando. E os demais leitores podem sentir-se instigados a dar atenção ao que dizem aqueles que são, como eles, também anônimos, mas cujos comentários foram citados ou respondidos pelos

---

<sup>117</sup> Calçada da Fama é o nome dado ao trecho de uma avenida em Los Angeles onde celebridades, geralmente do cinema, deixam supostamente eternizadas no cimento as marcas feitas com suas mãos. Assim, figurar em tal calçada seria uma honra, um reconhecimento de que aquela pessoa merece ser lembrada pela posteridade.

jornalista/blogueiro. Afinal, como organizador avalizado, o jornalista sabe distinguir o que merece ou não ser lido<sup>118</sup>.

Resumindo: tendo em vista a relação entre jornalistas e o público, uma diferença bem considerável é que, com os blogs, a grande maioria das manifestações de leitores não fica mais restrita às caixas de e-mail ou às gavetas das redações. Para opinar sobre um comentário qualquer feito por Ricardo Noblat ou qualquer informação postada em seu blog, alguns poucos cliques no mouse são tudo o que separa um internauta da redação e publicação, praticamente imediata, de um comentário. O esforço físico que antes incluía largar o jornal, pegar papel e caneta, redigir uma carta, colocar no envelope e enviar pelo correio se resume a alguns poucos minutos a mais na frente do micro. Isto se constitui como um facilitador para que o internauta opte por inserir-se num debate público (mais uma vez Cf. THOMPSON, 2002 p. 64). As opiniões e pontos de vista dos leitores podem ser lidos juntamente com o texto original do blogueiro – ainda que em posição hierarquicamente inferior – abrindo possibilidades de diálogo efetivo tanto entre jornalista e leitores quanto destes entre si.

Antes de passarmos para o próximo tópico deste capítulo, há ainda que se fazer duas ressalvas quanto a essa facilidade de participação com que os leitores de blogs contam: primeiro, grande parte desses comentários são vazios de conteúdo, alguns se limitando a xingamentos, frases desconexas ou panfletárias, desprovidas de argumentação.

---

<sup>118</sup> As impressões, opiniões e atitudes dos leitores de blogs frente às possibilidades e efetivações de diálogo com os demais leitores ou com o jornalista suscitam questões extremamente complexas, para as quais se fazem necessárias discussões e reflexões bem específicas. Não é nosso propósito nos dedicarmos a elas neste trabalho. Nos limitamos, portanto, a estas suposições que, para ser confirmadas exigem a realização de pesquisas de recepção junto aos internautas leitores de blogs.

A segunda ressalva é o fato de a facilidade para manifestação de opinião não vir se mostrando suficiente para fazer com que a maior parte do público tenha, de fato, uma atitude participativa, conforme demonstram alguns estudos. Embora os blogs representem uma maneira barata, fácil e ágil de dialogar, trocar informações, expressar opiniões e se fazer presente na web, apenas uma minoria efetivamente o faz.

Estudos indicam que 95% dos leitores de blogs se limitam a apenas ler os posts. Perto de 5% comentam apenas uma vez e apenas 0,1% participam tão ativamente que parecem não fazer outra coisa na vida a não ser acompanhar as publicações de um determinado blog. (Cf. NIELSEN, 2006)

Estes números são a constatação de um fato sobre o qual não é nosso objetivo aqui discorrer. Nosso enfoque é sobre em que a presença e a manifestação daquela minoria de leitores ativos pode alterar a forma como o jornalista se relaciona com seu público. E temos ainda um outro ponto a explorar a este respeito.

#### *5.4.3 O moderador: “Essa é a melhor história”*

E quem é esse moderador? Sempre foi a mesma pessoa?

Essa é a melhor história: eu não o conheço. Eu não conheço ele.

Aliás, faço questão de não conhecer. Ele vive querendo me conhecer mas eu digo “não, se eu te conhecer perde a graça”. Eu só sei o seguinte: é um antigo

colaborador do blog, que logo no começo do blog já escrevia. Sei que o nome dele é Zé Luiz.

Ele no espaço de comentário e eu notava que ele escrevia textos muito engraçados, bem-humorados, bem escritos. Uma vez eu pedi a autorização dele, peguei um comentário dele, botei no espaço principal e fiz isso de vez em quando. E ele se tornou um colaborador assíduo, dando sugestões, idéias, me enchendo o saco através de e-mails. A própria criação do sistema de cadastramento com os mecanismos mais rígidos de controle, tudo foi sugestão dele, porque eu não entendo nada dessa tecnologia e continuo sem entender até hoje.

Até o dia que eu tive a idéia de criar a figura do moderador. Quando eu tive a idéia de criar a figura do moderador, eu disse “Poderia ser o Zé Luiz, porque é um fanático pelo blog, não sai do blog. Eu só sei que ele é um advogado aposentado, que mora no Rio de Janeiro, no Leblon, e que adora corrida de cavalo. Claro que eu tenho o telefone dele e falo com ele sempre. Mas não o conheço pessoalmente. Aí o convidei “Olha, você quer ser o moderador do blog? Você vive aí, na porra do blog o tempo inteiro. Quer ser o moderador?” Claro que eu remunero ele, embora ele nem tenha pedido isso.

Eu acho que deve ser uma pessoa que tem muito tempo disponível, porque ele dá uma média de 12 a 14 horas por dia pra esse blog. É impressionante! E ele faz isso com muito prazer. Ele é fanático pelo blog, entendeu? Então ele faz. É isso. Agora eu nunca o vi fisicamente. Não porque não tenha tido oportunidade, tive todas as oportunidades do mundo. Mas apenas não quero conhecer pra poder contar essa história desse jeito, se não, não tem graça. (E.A.)

Por esse relato de Noblat, podemos deduzir que o Zé Luiz que se tornou moderador de seu blog estaria naquele 0,1% dos leitores da pesquisa mencionada logo acima, que parecem não fazer outra coisa na vida a não ser publicar comentários. Há um texto postado quando o blog ainda contava com dois moderadores <sup>119</sup> em que Noblat conta aos leitores esta que chama de “a melhor história”:

**25/05/2006 | 14:15**

**Por dentro do blog**

Se a vida de blogueiro é dura, pior é a de moderador de blog.

Tenho dois. Um discretíssimo. Elimina os comentários ou os comentaristas que desrespeitam as regras do blog e não polemiza com eles. O outro gosta de mandar recados e de polemizar.

Talvez por que seja, dos dois, o que passa mais horas lendo comentários. Ele começa no meio da tarde e vai até o meio da madrugada seguinte. Dá expediente de 12 horas em média.

---

<sup>119</sup> No momento em que fizemos a entrevista com Noblat, janeiro de 2007, havia um único moderador no blog. Como os dados de que lançamos mão neste item foram retirados desta entrevista, passamos a nos referir a este único moderador, apesar do fato de haver dois moderadores durante os três meses que compõem o *corpus* da nossa pesquisa.

Trabalho escravo. Por opção dele.

É assíduo colaborador do blog desde sua inauguração em março de 2004. De vez em quando ameaça largar o serviço. É quando está furioso com o nível dos comentários. Ou quando está cansado de responder a comentaristas eliminados que se queixam dele e que se julgam injustiçados. O moderador então responde às queixas explicando as razões do corte. Faz isso mais de uma dezena de vezes por dia.

Eu não gostaria de estar na pele dele. Haja paciência. E haja dedicação.

Aproveito para revelar o que pode lhes parecer espantoso: não conheço pessoalmente o Moderador 1. Trocamos e-mails e falamos por telefone centenas de vezes nos últimos dois anos – mas nunca nos encontramos.

Sei que ele mora no Rio, escreve com muita graça e estilo e ama corridas de cavalo. É um cidadão culto.

**Para que eu entregue a uma pessoa que nunca vi a responsabilidade de eliminar comentários e comentaristas é por que aprendi a confiar nela. É por que confio muito nela.**

Mas esse é um dos encantos da internet. Você descobre gente ótima, com talento de sobra e acaba se tornando amigo sem nunca ter sido apresentado.

A relação com um de seus leitores e confiança que desenvolveu nele fez com que Noblat o tornasse o moderador de seu blog, responsável por selecionar quem pode postar comentários e quais deles vão ou não ser excluídos. Isto faria deste moderador um co-autor? Talvez, se considerarmos que os comentários dos leitores integram o texto do blog – texto aqui entendido de forma ampla como todo o conteúdo que o constitui, ou seja, o blog/texto do BLOG DO NOBLAT em sua totalidade. O que ocorre é que o leitor tem a opção de ler tal texto na íntegra ou apenas alguns de seus fragmentos – o trecho redigido pelo jornalista/blogueiro; os comentários postados por um ou mais leitores específicos; comentários relacionados a apenas um post; um ou outro escolhido aleatoriamente; apenas os comentários dos leitores, etc. havendo, enfim, uma gama considerável de opções. E no que diz respeito aos comentários, que se constituem como uma parte deste texto, a decisão cabe ao moderador. Isto faz dele, portanto um co-autor, ainda que muito poucas palavras suas estejam escritas e publicadas no blog/lugar.

Se Noblat não faz, ele próprio, a moderação dos comentários porque lhe sobraria pouco tempo para correr atrás das notícias (como o próprio já justificou em posts que reproduzimos acima), também é fato que isto o isenta de ser o que muitos consideram como censor, uma espécie de carrasco de leitores. Delega a alguém – o moderador – a tarefa dura de selecionar quem pode publicar comentários e quais deles podem ser mantidos no blog.

É o que gera a situação de encontrarmos posts resposta de Noblat para comentários que foram retirados do ar: no dia 31 de maio de 2006, por exemplo, há três posts “CALÇADA DA FAMA” com respostas para comentaristas (para Coronel, para Juristinha e para Shogum). Ao procurar pelos comentários que geraram tais respostas, não os encontrarmos, já não estão mais disponíveis.

Isto se deve ao fato de os comentários serem selecionados e, eventualmente excluídos *a posteriori*: desde que postado por internauta previamente cadastrado e cujo cadastro já tenha sido aceito, em princípio, todo e qualquer comentário é publicado. No entanto, pode ser eliminado pelo moderador, que age com alto grau de independência. Cabe a ele aceitar ou recusar cadastros, excluir comentários e banir comentaristas. Apesar de ter autonomia para executar tais tarefas, Noblat afirma que interfere em seu trabalho:

Eu interfiro porque, de vez em quando, ele resolve bater boca com leitor. E eu digo pra ele “Zé Luiz, você tá aí pra bloquear ou eliminar e, eventualmente, responder porque o leitor escreve. Eu criei uma “Fale com o Blog” e dei lá pro Zé Luiz administrar.

Se as pessoas querem escrever pra mim tem o e-mail lá, tem meu e-mail no blog, muita gente escreve. Ms criei agora uma seção “Fale com o Blog” que é mais pra questão técnica ou explicação. Principalmente com essa mudança que houve pro Globo, muita gente precisa de esclarecimento, como fazer, como não fazer. Mas isso é administrado pelo Zé Luiz.

Só que eu digo pra ele “olha, no espaço do comentário, você bloqueia ou você elimina. Ponto. Você não tem que entrar ali como moderador e dar esporro em



ninguém ou bater-boca com ninguém.” Mas de vez em quando ele não resiste e entra e faz. Aí eu dou outro esporro nele por e-mail. Aí ele se aquieta um tempo, entendeu?

Mas só que ele já virou um personagem do blog.

[...]

E o moderador<sup>2</sup> você falou que não é mais necessário?

Não. Porque eu tinha os dois moderadores: um que pegava de nove da manhã às duas da tarde e o Zé Luiz que entrava ali de quatro da tarde e ia até duas horas da manhã, três horas da manhã. Mas aí esse moderador<sup>1</sup> (*sic*) arranhou uma outra ocupação e o Zé Luiz disse “não, deixa comigo que eu pego de nove, dez horas da manhã e vou até de madrugada”. Então ele vai de dez da manhã até duas, três horas da manhã. Eu digo que vai porque toda vez, duas, três horas da manhã ele me passa um e-mail dizendo “tô saindo, não sei o quê, o blog já tá calmo, não tem mais ninguém batendo boca”.

Algumas atitudes de Noblat indicam o grau de autonomia e até mesmo prestígio que confere ao moderador: o jornalista criou um e-mail, separado, diferente do seu próprio cujas mensagens são respondidas pelo moderador e permitiu que voltasse a se identificar em respostas aos leitores publicadas no blog, embora preferisse que não o fizesse.

Noblat afirma não interferir nas decisões sobre eliminações de comentários e exclusão de comentaristas, deixando-as totalmente a cargo do moderador, o que constatamos ao encontramos respostas do jornalista para comentários não mais presentes no blog. O moderador, ao excluir comentários aos quais Noblat havia respondido – e portanto, conferido destaque – demonstra discordar da opinião do jornalista quanto ao que deveria ou não ser mantido no blog. Há que se supor que se Noblat os respondeu é por considerar que não infringiam as regras.

Assim, podemos considerar que ao manter como moderador alguém que discorda de sua avaliação, Noblat demonstra uma atitude democrática, de quem convive com opiniões e avaliações contrárias, mostrando mais uma vez seu entendimento de que esta convivência deve fazer parte do jornalismo de blog. A forma como abriga a pluralidade e pratica a convivência de opiniões e posicionamentos discordantes em seu blog também é explicitada pelo time de colaboradores da seção “ARTIGOS”, conforme demonstramos no capítulo 2.

Na relação com leitores, outro aspecto que ganha lugar é a questão da memória. Já aceito como documentação histórica, o relato jornalístico assume nova roupagem com o uso dos blogs. Vê-se uma conjugação entre o coletivo (a construção da memória) e o individual (a típica predominância da personalização no blog/texto).

### **5.5 Memória coletiva, construção personalizada**

Para McLuhan (1974) se as novas tecnologias podem ser vistas como extensões do homem, paralelamente, provocam a atrofia de órgãos ou funções do corpo humano que passam a ser sub-utilizados: meios de transporte, desde animais até aviões, são extensões que nos permitem utilizar menos as pernas e os pés para nos locomover. Artefatos como microfones, lentes e binóculos e, em escala maior, os meios de comunicação, são extensões dos nossos sentidos. Rádio, telefone e televisão ampliam nossas capacidades de ouvir e ver. A

seguinte afirmação de Schittine sobre o computador é condizente com o pensamento do estudioso canadense:

A mesma mídia que realiza a manutenção da memória acaba sendo responsável também pela sua perda. [...] É através da mídia que a memória se corporifica e se consolida como uma forma de dar continuidade à história. Mas é ela também que ajuda o indivíduo a lembrar de tantas coisas em seu dia-a-dia que faz com que ele tenha uma memória preguiçosa e dependente.

O computador, com sua capacidade aparentemente infinita de armazenamento de memória, só serviu para aumentar essa dependência. (2004, p. 124)

O computador seria portanto uma extensão da memória humana. Mas é preciso lembrar que culturas orais não letradas também desenvolvem mecanismos de internacionalização da memória. Tatuagens, pinturas e o uso de enfeites ou outros apetrechos são artifícios que usam o corpo como suporte para a transmissão de costumes e tradições. Visíveis e marcadas fisicamente, as narrativas constitutivas dessas culturas e seus significados são mais facilmente assimiladas e memorizadas. (Cf. HAVELOCK )

Com a invenção da escrita, a memória passa a se concretizar sobre outros suportes e, ao longo da história, sua artificialização vai ganhando outras feições. A sucessiva invenção e acoplagem de novas tecnologias, como gravadores, máquinas fotográficas, filmadoras, o rádio e a tv, entre outros, permite o registro e a transmissão agora também de sons e imagens para distâncias cada vez maiores.

Mais uma vez, o processo vai adquirir novas características quando surge o computador já que este “permite ao indivíduo, pela primeira vez, a sensação de controlar sua memória. É como se a sua capacidade de armazenamento tivesse aumentado, já que agora o meio de

comunicação consegue acompanhar a atual rapidez do fluxo de informações ” (SCHITTINE, 2004, p. 125).

A capacidade de memorização é agilizada e ampliada com o uso de computadores por meio dos quais, conectados em rede, indivíduos, empresas e instituições passam a construir memórias coletivas e podem ainda compartilhá-las. Com a introdução dos blogs, tal compartilhamento ganha algumas nuances relacionadas sobretudo à sua principal característica: a personalização. Paula Sibilia, ao tratar dos blogs como diários virtuais, escritos ou imagéticos já que menciona também os fotologs e os videologs, reflete sobre a subjetividade:

Não são triviais estas alterações nas formas com que pensamos as recordações, os mecanismos da memória e a própria vida como um relato. Cada vez mais, a vida passa a ser uma história inspirada nos modelos audiovisuais que permeiam e recriam constantemente o mundo, enquanto o *eu* se espelha nos personagens que desbordam das telas.(2005, p.39)

Palácios, ao tratar da memória no *webjornalismo* em geral e não especificamente de blogs, lembra que

os arquivos jornalísticos constituem, desde há muito, fonte da maior relevância para a recuperação da Memória Histórica de nossas sociedades. No entanto, também quanto a este ponto, a digitalização da informação e a constituição das Redes de produção jornalística introduzem mudanças qualitativas que criam um panorama novo a nível da constituição e resgate da Memória Social [...] (2003, p. 27)

Para o autor a memória é mais uma características do *webjornalismo* que apresenta continuidade em relação a suportes anteriores. No entanto, veículos noticiosos estão não só produzindo novos conteúdos on-line como também digitalizando e disponibilizando na web materiais informativos que produziram em diferentes formatos midiáticos desde muito tempo antes da criação da rede. É o que o leva a concluir que “o Jornalismo tem na web a sua primeira forma de Memória Múltipla, Instantânea e Cumulativa” (*ibid.*, p 25).

É inevitável concluir-se que a conjugação da Memória com Instantaneidade, Hipertextualidade e Interatividade, bem como a inexistência de limitações de armazenamento de informação, potencializam de tal forma a Memória, que é legítimo afirmar-se que temos nessa combinação de características e circunstâncias uma Ruptura com relação aos suportes mediáticos anteriores. (*Ibid.* 28)

A maneira como os conteúdos noticiosos são gerados – em grande volume devido à “capacidade expandida de publicação” (BORGES, 2007) sem limite de espaço para banco de dados, com rapidez nunca antes vista, podendo ser interligados hipertextualmente e ainda com a possibilidade de contar com a participação de qualquer pessoa com acesso à internet – é o diferencial que a web vem acrescentar ao jornalismo.

Assim, nos blogs jornalísticos, o que podemos ver é uma associação daquela vocação memorialística do jornalismo mencionada por Palácios, renovada no ambiente web e ganhando nuances próprias com o surgimento desta nova categoria de *webjornalismo*.

No BLOG DO NOBLAT, a exploração do potencial da internet como depositária e auxiliar para a memória humana está presente, em princípio, no arquivamento dos posts,

procedimento de praxe em todo site, forma corriqueira e previsível de manutenção da memória. No entanto, o que vamos destacar é a existência de uma preocupação organizativa que podemos associar a um outro papel também exercido pelo jornalismo: o de preservação da memória social e histórica. Seguem-se três exemplos em que o jornalista usa artifícios remissivos com o intuito de chamar a atenção de seus leitores para fatos que considera relevantes:

**07/05/2006 | 10:35**

**De olho na História**

Para os que têm paciência e interesse pelo assunto: aqui segue uma coleção de peças importantes sobre a crise do mensalão.

Primeiro, a entrevista do ex-secretário-geral do PT, Sílvio Pereira, publicada, hoje, em O Globo.[Leia.](#)

Depois, a entrevista do caseiro Francenildo Costa ao jornal O Estado de S. Paulo que ajudou a derrubar o ministro Antônio Palocci. [Leia.](#)

E mais:[a primeira entrevista](#) de Roberto Jefferson à Folha de S. Paulo que deflagrou a crise do mensalão, e a [segunda](#).

Por último, link para o bombástico [depoimento](#) do publicitário Duda Mendonça na CPI dos Correios.

Boa leitura.

**07/05/2006 | 17:24**

**Recordar é viver - Lula lá**

Limpendo os arquivos do computador, encontrei o artigo que segue abaixo. Não guardei a data de sua publicação aqui ou em algum jornal. Mas certamente ele foi escrito antes de Roberto Jefferson denunciar o mensalão em julho do ano passado. E permanece atual a meu ver. Teve como título: "*Sem tsunami, é Lula lá*".

Vamos a ele.

[...]

**07/05/2006 | 18:08**

**Recordar é viver - O que FHC descobriu**

Nota aqui publicada [no primeiro dia de fevereiro último às 17h19](#) sob o título "FHC teme nova vitória de Lula":

[...]

Nos dois últimos anos, em 20 de março, Noblat recuperou notas originalmente postadas em 2004, ano de estréia do blog. Em 2007 ano, republicou, ao longo do dia, posts sob a rubrica “HÁ TRÊS ANOS...”, marcando em negrito trechos dos textos, como vemos abaixo:

**20/03/2007 | 12:08**

**Há três anos...**

Nota aqui publicada em 24.3.2004:

"Está com destaque em sites de notícias: o PMDB emitiu nota oficial pedindo mudanças na política econômica e ameaçando deixar a base de sustentação do governo.

O que não está nos sites:

a) a nota serve para reforçar a posição do ministro José Dirceu. Ele vem pedindo mudanças na política econômica há muito tempo. E foi ele quem levou o PMDB para apoiar o governo. É ele também que quer dar mais um ministério para o PMDB. Na hora em que José Dirceu parece fraco, o PMDB retribui e sai em seu socorro. (O deputado José Múcio, líder do PTB na Câmara, discursou pedindo mudanças na política econômica. Por tabela, deu força ao ministro José Dirceu.)

b) o **PMDB não sai e não quer sair do governo** - mesmo que a política econômica não mude. **Quer entrar mais. Ganhar mais cargos. Sempre foi assim.** O resto é espuma.

Os destaques feitos por Noblat são significativos para quem está acompanhando a história política recente do país. No exemplo acima, o trecho em negrito remete à reforma ministerial em curso em março de 2007, na qual o PMDB foi peça fundamental, uma vez que foi um importante aliado na campanha que reelegeu o presidente Lula para seu segundo mandato.

O que Noblat faz é o mesmo que vemos em veículos impressos como a seção “HÁ 50 ANOS” do jornal O GLOBO. Identificamos assim, ao tratar da memória, mais um traço de remediação do jornalismo de blog em relação aos seus predecessores. Há que se considerar, como lembra Palácios que “a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias. Acresce-se o fato de que na web a

Memória se torna Coletiva, através do processo de hiperligação entre os diversos nós que a compõem” (2003, p. 20)

Para Schittine, temos nos blogs “uma narrativa coletiva, porque supõe, mesmo que indiretamente, a influência dos leitores. Então a memória que se cria a partir desse escrito é a memória do autor, mas é também um pouco da memória do leitor.” (2004, p. 138).

A memória coletiva construída no BLOG DO NOBLAT, acessível, como em quase todos os blogs, a partir da busca ou do sistema de arquivo por datas, inclui os comentários dos leitores. No entanto, o aspecto de personalização tem uma presença forte também neste processo. Comentários de leitores podem ser definitivamente excluídos do blog mesmo após ter passado pelo crivo inicial do moderador: quando um internauta já cadastrado como comentador é bloqueado, todos os comentários que postou são excluídos do blog<sup>120</sup>.

Mesmo em se tratando de um blog jornalístico, a personalização prevalece também quando se trata da construção e registro da memória coletiva que ali se processa. As vozes dos interagentes secundários são eventualmente eliminadas deste registro, a do interagente primário, não.

Da mesma forma, ainda que tratem de temas políticos, a definição do que é lembrado cabe também ao emissor primário. Poderia ser diferente, como ocorre em sites em que a hierarquização de conteúdos conta com a participação de leitores por meio de votos.<sup>121</sup>

---

<sup>120</sup> Nos deparamos com esta situação ao tentar localizar comentários de leitores que deram origem a alguns posts de Noblat sob a rubrica “CALÇADA DA FAMA”.

<sup>121</sup> Como o já citados OVERMUNDO, SLASHDOT e COMUNIQUE-SE são sites que adotam mecanismos diferentes para destacar conteúdos publicados segundo a opinião dos internautas ou seus próprios comentários.



E como a expressão de gostos e opiniões pessoais é permitida, mesmo em se tratando de um veículo jornalístico, encontramos lembranças da vida pessoal ou profissional do jornalista. No exemplo abaixo vemos que o blog permite a Noblat contar sua própria versão de um episódio envolvendo o ex-presidente José Sarney (diferente da versão deste) e ainda se colocar subjetivamente diante dos leitores, ao expor seus sentimentos:

**30/10/2006 | 15:18**

**Mãe é mãe**

Dona Canô, mãe de Caetano Veloso, cumprimentou Lula por telefone e informou-o sobre sua votação em Santo Amaro da Purificação, na Bahia, onde ela mora. Ali, Lula teve 91% dos votos contra 9% de Alckmin.

Caetano não disse em quem votou no segundo turno. No primeiro, deu a entender que votaria em Cristovam Buarque (PDT), mas Gilberto Gil acha que ele votou em Alckmin.

Mãe é mãe e estamos conversados.

Lembrei da minha que já morreu. Nos anos 80, como colunista do Jornal do Brasil, bati duro no governo Sarney.

Meu tio, dom José de Medeiros Delgado, fora arcebispo do Maranhão por mais de 20 anos. Casara Sarney com dona Marly, batizara os três filhos deles e casara Roseana.

Estava morrendo em uma clínica do Recife e minha mãe velava por ele quando tocou o telefone do apartamento. Era Sarney, então presidente, querendo notícias.

Quando minha mãe se identificou como Eunice Noblat, Sarney perguntou:

– O que a senhora é de Noblat?

– Sou mãe dele.

E, rapidamente, minha mãe acrescentou:

– Mas gosto muito do senhor e ouço sempre seu programa semanal no rádio.

Sarney espalhou a história em Brasília [...].

– A senhora ouve o programa do presidente no rádio? – perguntei a minha mãe quando a encontrei no Recife.

– Raramente – ela respondeu.

– E por que a senhora disse ao presidente que ouvia?

– É para que ele se lembre do que eu disse se pensar um dia em lhe fazer algum mal – respondeu. [...]

Saudades de dona Eunice...

Há momentos em que o recurso memorialístico se alia à convergência, aspecto que também exploramos neste trabalho, como fez durante a cobertura da Copa e das Eleições, ambos em 2006. Durante o campeonato mundial de futebol foram publicadas transmissões de

partidas feitas pelo rádio anos atrás. Nas eleições, podia-se assistir a trechos de peças televisivas das campanhas presidenciais no Brasil de anos anteriores.

Ao final deste capítulo, esperamos ter demonstrado que as possibilidades de diálogo que o blog, como nova tecnologia de comunicação apresenta, podem ser de fato concretizadas desde que os interagentes humanos estejam dispostos a explorar as potencialidades que o blog/programa lhes apresenta. A tecnologia oferece novas condições para que as trocas entre jornalistas e leitores se dêem: sendo dono de blog/lugar (um veículo personalizado e que lhe permite maior liberdade e independência frente a patrões e outros profissionais hierarquicamente superiores) o blogueiro, diferente do jornalista que atua apenas nos veículos convencionais, pode receber mais cartas dos leitores (entendendo-as agora como os comentários publicados em seu blog) e pode ainda ter acesso direto a elas. A decisão de explorar ou não essa possibilidade que a tecnologia lhe oferece e como fazê-lo (dando mais ou menos atenção ao que seus leitores falam ou mesmo atenção nenhuma) cabe a ele.

E é ainda na relação com o leitor, agente presente na construção de uma suposta memória coletiva, que a força da individuação está fortemente presente. O blog, mesmo apropriado jornalisticamente, tem como marca distintiva a personalização. Para o jornalista, isto pode significar maior liberdade. A apropriação de tal mecanismo por um profissional prestigiado por fontes, disputado por grandes empresas jornalísticas e reconhecido por leitores pode alterar sua auto-concepção sobre seu ofício?

Isto nos leva por fim à questão referente à terceira linha teórico-conceitual que seguimos neste trabalho: o 'ser jornalista' e o 'fazer jornalístico'. Uma pergunta que muitos profissionais

e estudiosos da comunicação vêm se fazendo é: qual o papel do jornalista num contexto em que, potencialmente, qualquer um pode tornar-se um produtor de conteúdo, participando de experiências de escrita coletiva por meio do sistema *wiki*, integrando sites de jornalismo participativo ou mesmo apenas mantendo ou comentando em blogs? E, no caso específico do nosso trabalho, a questão que nos colocamos é: que implicações o jornalismo de blog pode trazer para o jornalista, sobretudo no diz respeito à concepção que este profissional tem do 'ser jornalista' e do 'fazer jornalismo'? Estas são as principais questões que abordaremos no capítulo seguinte.

## 6 O SER JORNALISTA OU O FAZER JORNALISMO

Um aspecto que está fortemente presente quando consideramos a relação dos blogs com o jornalismo é o da auto-concepção profissional. O jornalismo chega a ser considerado uma profissão de fé, sendo mesmo comparada por alguns a uma espécie de sacerdócio. O blog jornalístico e notadamente de política ganhou visibilidade recentemente no Brasil devido a escândalos de corrupção, o que nos permite relembrar o papel que há muito é atribuído ao jornalismo frente à atividade política:

[...] com a profissionalização da atividade jornalística no século XIX e o desenvolvimento de uma tradição de jornalismo investigativo, a publicação de escândalos e de comentários sobre eles tornou-se uma atividade que corresponde exatamente à imagem que algumas pessoas que trabalham na mídia têm de si mesmas. A revelação de segredos ocultos do poder é vista por alguns jornalistas como uma forma de exercer sua missão de guardiões do interesse público. (THOMPSON, 2002, p. 60)

No caso brasileiro, esta auto-concepção profissional, que atribui à mídia em geral e, por extensão, ao jornalista a função de revelar os meandros do poder, expondo atos ilícitos e condutas moralmente reprováveis está muito presente (Cf. ALBUQUERQUE, 1989; WAISBORD, 1996; LATTMAN-WELTMAN, 2003; ALDÉ, 2004; ). O jornalismo chega a

ser considerado por alguns como uma missão, conforme é explicitado por profissionais da área, como Clóvis Rossi, que em seu livro O QUE É JORNALISMO, afirma:

O dever fundamental do jornalista não é para com seu empregador, mas para com a sociedade. É para ela e não para o patrão que o jornalista escreve. [...] Fazer bem e honestamente o seu trabalho é uma exigência, não para agradar os empregadores, mas para cumprir a sua missão. (ROSSI, 2000, p. 77)

Jorge Cláudio Ribeiro, na introdução do seu SEMPRE ALERTA (1994), diz:

Para o conjunto da sociedade o jornalista, assim como os escoteiros, deve estar sempre alerta e disposto a realizar uma missão voluntária, comprometida com o Bem e que faça uma boa ação todos os dias. Dentro da mística da profissão, cabe ao jornalista estar atento, onde quer que esteja, à possibilidade de irrupção de um fato noticiável. [...] Em sua identidade ética, ele convive com o desconforto perante os desvios da sociedade – aí incluído o jornal em que trabalha. (RIBEIRO, 1994, p. 14).

Um dos capítulos do livro do jornalista e professor é A “RELIGIÃO” DO JORNALISMO, em que constata, através de depoimentos de colegas de profissão, a idéia de missão comumente atribuída ao jornalismo, por muitos equiparado ao sacerdócio. O autor afirma ter percebido uma tênue consciência de que o jornalismo tem uma missão superior a cumprir em vários dos depoimentos que colheu.

Franklin Martins, reconhecido colunista político, afirma que entre todas as lealdades a que o jornalista responde (às fontes, aos colegas, à categoria, aos chefes, à empresa em que trabalha, à carreira, à sociedade, etc.), deve sempre, em caso de conflito, colocar em primeiro lugar sua lealdade à sociedade. “Pode parecer piegas, mas o jornalismo só existe como

missão: informar a sociedade para que ela, bem informada, possa tomar suas próprias decisões da melhor maneira possível.” (MARTINS, 2005, p. 34)

Para o próprio Ricardo Noblat “A missão de um jornalista é informar” (NOBLAT, 2003, p 37) cumprindo seu dever para com a sociedade:

Por mais que soe ingênuo, pueril e até mesmo fora de moda, afirmo que o dever número um do jornalista é com a verdade – mesmo que ela não seja algo claramente identificável.

O dever número dois é com o jornalismo independente.

O número três é com os cidadãos. Não se deve ter vergonha de tomar partido deles. (NOBLAT, 2003, p.22)

Tal aspecto é percebido ainda nos primórdios da imprensa brasileira, quando alguns autores de panfletos e libelos muitas vezes expressavam, nos editoriais de estréia, a missão pedagógica que acreditavam estar desempenhando, educando e preparando o povo para o regime liberal que se instalaria com a república.

O processo de independência acentuou esse caráter missionário: o intelectual considerado como artista cede lugar ao intelectual considerado como mentor da sociedade, voltado para a aplicação prática das idéias. A imprensa foi o meio privilegiado de sua ação. (LUSTOSA, 2000, p. 33)

A referência à imprensa como “Quarto Poder” data historicamente do século XIX e teria origem na estreita relação entre jornalismo e democracia. Para os fundadores da teoria democrática o papel do jornalismo não era apenas o de informar mas também o de ser o guardião (*watchdog*) do governo num sistema de divisão do poder em poderes (*checks and*

*balances*). (TRAQUINA, 2005a). Tais idéias fazem parte do pólo ideológico dessa prática social, que muitas vezes entra em conflito com seu pólo comercial, termos usados por Traquina para nomear de um lado os valores que povoam o campo jornalístico e, do outro, os elementos que o constituem como um negócio cuja mercadoria a ser vendida é a notícia.

Em termos financeiros, a relação do blog com este pólo comercial do jornalismo guarda relações mais próximas com a TV do que com a mídia impressa. O acesso a blogs é gratuito, não há relação de compra e venda entre o blogueiro e seus leitores. Pode-se então supor que não haveria, inicialmente, um objetivo financeiro por parte de Noblat na manutenção de seu blog – suposição esta reforçada pelo fato de que, quando iniciou tal publicação, o jornalista mantinha uma coluna semanal no jornal O DIA, sua fonte de remuneração. Mas, embora tenha declarado que ao perder o vínculo com o jornal não poderia mais se dedicar ao blog, o jornalista continuou a fazê-lo e de forma exclusiva.

É preciso ter em vista que a internet também trouxe, inclusive para o jornalismo, novas formas de sustentabilidade comerciais além da necessidade de adaptação das estratégias tradicionais. Seguindo o velho esquema de venda publicitária, o número de visitantes de uma página na web pode atrair anunciantes e parceiros comerciais. E foi sobre estas bases que Noblat conseguiu fazer do blog sua fonte de renda: um ano depois de mantê-lo no iG sem qualquer tipo de remuneração, fechou um contrato com o portal. Afinal, estava, em última análise, provendo-o de conteúdo, atraindo-lhe audiência. Como os demais meios de comunicação, o blogueiro jornalista 'vende' bens simbólicos. Na medida em que cresce o número de internautas que 'compram' seu produto, ou seja, que visitam seu blog/lugar, cresce também o potencial deste para lhe render ganhos financeiros diretos.

Um aspecto que está fortemente presente quando consideramos a relação do blog jornalístico com os pólos ideológico e comercial desta atividade é o da auto-concepção profissional. Pois se o blog jornalístico não tem uma conexão direta com o pólo comercial do jornalismo, mantém e pode até reforçar a ligação com o pólo ideológico, uma vez que num blog, como vimos, o jornalista pode se ver livre de uma série de imposições a que está normalmente submetido quando atua em outros meios, como submissão hierárquica; limitação temática de acordo com a área de cobertura em que se enquadra (política, cultura, esportes, etc.), limitações espaço-temporais; restrições quanto ao gênero (informativo, interpretativo, opinativo) e tratamento dado aos textos, estando muito mais comprometido com a busca pela objetividade, por exemplo, e muitas vezes tendo que seguir regras de estilo e redação (*lead*, pirâmide invertida, etc.). O jornalista se vê diante da possibilidade de expressar mais livremente sua subjetividade uma vez que o blog permite, como já vimos, a personalização do ponto de vista do blogueiro.

A partir dessas constatações é que o uso do blog como veículo jornalístico nos leva a abordar a questão: 'o que é ser jornalista?' E mais especificamente, o que o blog traz de diferente para o 'ser jornalista' e o 'fazer jornalismo'?

Acreditamos que os blogs podem ser um campo fértil para a retomada do jornalismo partidário e panfletário que teria perdido espaço com a profissionalização do ofício e a construção do conceito de objetividade (Cf. TUCHMAN, 1993). No entanto, no BLOG DO NOBLAT esse partidarismo é expresso pelos leitores e não pelo jornalista/blogueiro. Vemos aqui mais um traço que pode ser considerado como distintivo de um blog jornalístico: a adesão à imparcialidade, um valor caro ao jornalismo.



Ainda que seja comum entre os profissionais da área admitir tanto a impossibilidade de alcançar a verdade e de expressá-la em seus relatos, quanto de serem totalmente imparciais, estes objetivos continuam sendo valores prezados por esta comunidade. Integram uma lista de atributos próprios do que os jornalistas entendem como seu *ethos*, ou seja, um conjunto de características que permitem a distinção destes profissionais dos demais e que permitem o reconhecimento por parte da sociedade de qual seria sua função, seu papel.

Noblat afirma que fazer jornalismo é contar histórias. Perguntamos então se muda algo no jeito do jornalista contar histórias quando se torna blogueiro, ao que nos respondeu:

Acho que ele tem mais liberdade. Se ele quiser experimentar mais, se ele quiser dar mais vazão aos seus gostos na maneira de contar uma história, ele poderá, porque não terá aquele manual que em toda parte tem dizendo “escreva assim, desse jeito, dessa forma”. Ele pode, no blog, fazer do jeito que ele quiser. Não tem nenhum compromisso com *lead*, *sublead*, nem com nada. No blog, posso fazer, posso não fazer. Posso usar a linguagem que eu me acostumei a usar em jornal ou usar uma linguagem completamente diferente. Tanto do ponto de vista de texto quanto de combinação de linguagens de televisão, de rádio, de tudo. No blog eu não dou só o texto, dou o texto, dou o link pra alguma coisa, dou áudio, posso dar vídeo. Nada disso eu posso fazer num jornal. (E.A)

No entanto, apesar de contar com toda essa liberdade, o colunista segue defendendo alguns princípios da atividade jornalística. Dois deles, já citados anteriormente, são a idéia de que o jornalista deve buscar a verdade e de que precisa ser independente. Outro é a defesa se não da objetividade ao menos o da imparcialidade. Vejamos o post reproduzido abaixo como resposta a um leitor (*grifos nossos*):

29/04/2006 | 20:28

Calçada da Fama - Para KASADO Pela Oposição

Meu barco, há 40 anos, é o da notícia, goste dela ou não. **Jornalista que briga com notícia, perde.**

**Brigar com a notícia é ignorá-la por que ela o desagrada ou deturpá-la para servir a algum propósito. Conscientemente, não faço isso.**

Bato duro no governo desde que ele e o PT protagonizaram um dos maiores escândalos da história política recente do país.

Isso não me impede de publicar notícias ou análises que possam favorecê-lo ou agradá-lo.

**Procedo da mesma forma em relação à oposição.**

**Os comentaristas aqui no blog podem torcer abertamente para um lado e para o outro. Eu não posso.**

**Este não é um blog ligado a partido. Nem existe para servir a partidos.**

Tenho a pretensão de dizer que ele trai seu compromisso com algumas causas - a da democracia, por exemplo, a da decência e a da justiça social. E fico por aqui.

Tendo-se em mente o consenso de que notícia refere-se à realidade do mundo vivido, a defesa da busca da verdade pode ser apreendida na afirmação de Noblat de que o jornalista não deve brigar com a notícia. No trecho em que diz proceder da mesma forma no tratamento dado ao governo e à oposição, expressa o desejo de imparcialidade. Ao escrever que, diferentemente dos comentaristas, não pode torcer para um lado, acrescentando em seguida que seu blog não existe para servir a partidos, Noblat quer dizer que é um profissional independente.

Assim é que legitimidade do uso do blog para fazer jornalismo passa por um entendimento do que é ser jornalista/blogueiro, pois segundo Traquina

A existência de uma identidade profissional implica, por sua vez, a definição de como ser jornalista e como estar na profissão, isto é um *ethos* profissional

[...]

Seja “função” ou “papel”, ambos os conceitos apontam para a existência de uma clara definição do que os jornalistas deveriam ser, uma definição que é partilhada tanto pelo “corpo social” como pelos membros do “grupo profissional”; e a definição é importante para a legitimidade social do jornalismo. (2005a, p. 97-98)

## 6.1 Identidade assumida e compartilhada

Enquanto empresas de comunicação podem ser vistas como representantes do pólo comercial da atividade jornalística, o jornalista seria a personificação do pólo ideológico, podendo ser considerado como “um intermediário autorizado que processa para o leitor as informações cotidianas e as tornam inteligíveis para eles” (ALDÉ; CHAGAS, 2005).

No BLOG DO NOBLAT fica explicitado, em vários momentos, que o jornalista é reconhecido como este “organizador avalizado do conhecimento”. Ele próprio parece querer mostrar o *status* que alcançou ao usar construções em seus textos como as que vemos nos exemplos abaixo. Importante notar que as pessoas citadas possuem atuação destacada e ocupam importantes posições no cenário político nacional (grifos nossos):

**04/04/2006 | 17:27**

**Em boa companhia**

**Este blog foi citado no relatório paralelo apresentado hoje pelo PT** em contraponto ao do relator da CPI dos Correios, Osmar Serraglio (PMDB-PR).

No trecho sobre o caixa dois de Furnas, o PT fala de nota publicada aqui em fevereiro. Diz o relatório:

[...]

**06/05/2006 | 19:36**

**Silvio Pereira precisa de médico, diz Berzoini**

O presidente do PT, Ricardo Berzoini, **conversou há pouco com o repórter do blog Leandro Colon** sobre a entrevista de Silvio "Land Rover" Pereira ao jornal O Globo.

Leia abaixo o que ele disse na conversa:

[...]

**07/05/2006 | 20:22**

O dia de Silvio Pereira na CPI

**O senador Efraim Moraes (PFL-PB), presidente da CPI dos Bingos, telefonou há pouco para este blog e disse:** o depoimento de Silvio "Land Rover" Pereira na CPI está marcado para a próxima quarta-feira. Ele será intimado amanhã pela Polícia Federal.

[...]

Tais exemplos mostram também que o jornalista goza de uma certa intimidade com suas fontes, tendo facilidade pessoal de trânsito junto a pessoas influentes. A proximidade excessiva com poderosos eventualmente desabona o jornalista, fazendo com que seja visto, por vezes, como um porta-voz 'chapa-branca' dos interesses de poderosos.

A trajetória profissional de Noblat e o seu discurso a respeito dela, no entanto, sugerem uma preocupação com os leitores, indicada por exemplo em entrevistas, textos e trechos de seus livros, como os que se seguem, o primeiro retirado de A ARTE DE FAZER UM JORNAL DIÁRIO e o seguinte, do blog:

[...] devemos o emprego a quem nos lê e não a quem nos informa ou mesmo nos paga o salário. Não temam perder fontes desde que mantenham o respeito dos leitores.

Entre servir aos leitores e servir às fontes, não hesitem.

*Um cínico diria: “Entre servir aos leitores e servir às fontes, sirvam às fontes. Porque sem elas vocês não servirão aos leitores.” É uma falsa verdade. Fonte se substitui. Leitor, raramente. (NOBLAT, 2006, p. 62)*

**04/04/2006 | 23h24m**

**Correção**

Foram dois senadores do PT que informaram a este blog no final da tarde de hoje que o governo negociava para evitar uma entrevista coletiva a ser concedida no Hotel Meliá pelo jornalista Marcelo Netto, ex-assessor de imprensa do ex-ministro Antônio Palocci.

Como a informação foi dada mediante a condição de os senadores não terem seus nomes revelados, eu não os revele.

Mas a partir de hoje eles foram descartados como fonte de informações sigilosas do blog.

Peço desculpas pelo erro

Atitudes do jornalista também seriam indicativos dessa preocupação. Uma delas é citada por Franklin Martins, outro colunista político renomado, como exemplo a ser seguido. Ao mencionar a importância do jornalista se fazer entender pelo leitor, Martins aconselha: “Na dúvida, faça como Ricardo Noblat costumava fazer na sucursal do JB em Brasília: chame um contínuo e dê um texto para ele ler. Se ele entender, vá em frente; se ficou boiando, reescreva a matéria.” (2005, p. 82)

Exemplos emblemáticos do posicionamento de Noblat diante de leitores e fontes são os episódios que mencionamos no início deste trabalho, como os ocorridos durante o tempo em que ocupou a chefia de redação do jornal CORREIO BRAZILIENSE, entre os anos de 1994 e 2002. Sob seu comando, o jornal cometeu algumas ousadias como dar o mesmo peso para a opinião de um jornalista que ocupasse o cargo de editor e as opiniões de secretárias, boys e telefonistas na hora de escolher uma fotografia ou o título principal de uma edição. Outra foi reservar “sua edição de ano-novo para ser escrita – da primeira à última página – unicamente por leitores” (NOBLAT, 2006b, p. 181-182).

Comentários de leitores também expressam o prestígio do jornalista junto a seu público (*grifo nosso*):

**ENVIADO POR: DeBeauvoir**

Ok.

Eu gostaria que alguém como o Noblat, **que conhece bem Brasília e a política nacional**, respondesse então:

O Serra parece estar aproveitando a recuperação da cirurgia para evitar sair em campanha ao governo no Estado. Você acha que isto pode indicar que o PSDB ainda pensa em fazer alguma mudança?

E, caso o PSDB mudasse de candidato, Serra teria, ainda, alguma chance?

Obrigada pela atenção que puder me dispensar. <sup>122</sup>

E fica também evidente (como ilustrado nos exemplos acima e nos dois episódios já relatados aqui, um envolvendo o deputado cassado, Roberto Jefferson, o outro, o Senador Eduardo Suplicy, ambos ainda em 2005) que entre os leitores de seu blog mantiveram-se fontes de Noblat, entre as quais políticos que ocupam postos de destaque. E o jornalista deixa explícita essa presença de várias maneiras, reforçando seu próprio *status* no meio jornalístico e agregando a essa nova ferramenta jornalística o prestígio profissional que acumulou ao longo de sua carreira.

Em diversos posts encontram-se passagens que buscam demonstrar / reforçar esse *status* que o jornalista atingiu, como profissional prestigiado, que, em várias ocasiões é capaz de inverter o fluxo normal da apuração de notícias: no lugar de ser ele a ir atrás da fonte, esta o procura, quer seja para esclarecer questões, dar depoimentos, responder ou contestar algo publicado em seu blog (exemplos abaixo, com grifos nossos, além dos três citados anteriormente).

**04/05/2006 | 21:05**

**Sem jeito**

**O deputado Juthay Magalhães Jr., líder do PSDB na Câmara, me telefonou para dizer o seguinte:** a candidatura ao Senado de Antonio Imbassay, ex-prefeito de Salvador, foi acertada com a direção nacional do partido. Portanto, não tem volta. Nem o candidato Geraldo Alckmin poderá deixar de apoiá-la.

Não haverá entendimento entre o PFL e o PSDB na Bahia – garantiu.

**17/05/2006 | 18:50**

**Ministério Público de São Paulo quer a divulgação da lista dos mortos pela polícia**

Está errada a **informação recebida esta tarde pelo governador Cláudio Lembo** de que o Ministério Público de São Paulo proibiu a divulgação dos nomes das pessoas mortas ou feridas pela polícia na repressão aos ataques do Primeiro Comando da Capital (leia [aqui](#) a nota anterior).

<sup>122</sup> Comentário publicado junto ao post “O que por hora dá para ver” no dia 29/04/06, às 18h35.

Ligou-me há pouco o Procurador Geral de Justiça de São Paulo Rodrigo Pinho.

[...]

**19/05/2006 | 16:14**

**Ela não gosta, mas lê**



Foto: Roosewet Pinheiro/Agência Senado

A líder do PT no Senado, Ideli Salvatti (SC), no plenário.

**24/05/2006 | 08:57**

**Ela lê por que gosta**

Somente hoje li o **e-mail abaixo que recebi a propósito de foto da senadora Ideli Salvatti** lendo o blog (PT-SC) aqui publicada na semana passada:

"Caro Noblat, aqui é Cláudio Schuster da assessoria de imprensa da senadora Ideli Salvatti em SC. Ao entrar em uma reunião em seu escritório, correndo como sempre, ela passou na sala da assessoria e mostramos a foto do blog.

Ela olhou, riu e pediu para mandar o seguinte recado a você: "Noblat, há um erro no título sobre minha foto. O correto é: Ela lê porque gosta. Corrija, por favor. Um beijo, Ideli".

(Comentário meu: *Pronto, acabo de fazer as pazes com a senadora.*)

**27/05/2006 | 18:53**

**Simon diz que não desistiu**

**O senador Pedro Simon (PMDB-RS) disse a este blog** há pouco que o Jornal do Brasil não entendeu suas declarações ao publicar que ele havia desistido da pré-candidatura à sucessão de Lula pelo PMDB:

- Eles fizeram uma enorme confusão. Em nenhum momento disse que não sou mais candidato. Eu disse que era candidato a senador no Rio Grande do Sul. Só que o Itamar renunciou e o Garotinho lançou meu nome. E fui obrigado a aceitar porque senão morreria a candidatura própria. Eu tive que registrar com urgência a minha candidatura para garanti-la. E vamos levar isso até o fim. A candidatura está mantida. Mas se, no decurso deste prazo, aparecer um nome que una o PMDB governista com nossa ala, eu não tenho nenhum problema em oferecer meu nome ou de outro candidato - disse Simon.

O episódio envolvendo a senadora comprova o *status* como autoridade jornalística que Noblat atingiu. A senadora não só lê seu blog como demonstra a foto, como se importa com o que este publica a seu respeito e a possível repercussão, tendo tido a preocupação de solicitar a alteração de uma singela informação divulgada, apenas para dizer que gosta do blog.

O próprio Noblat relata que não teve dificuldades para obter informações junto às suas fontes mesmo quando estas sequer sabiam o que era um blog: “Eu nunca tive dificuldade de obter delas informações porque elas me conhecem e eu as conheço”, afirmou-nos durante entrevista, assim como escreveu no artigo publicado no site OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (*Op. Cit*) ainda em fevereiro de 2005: “As fontes tradicionais de notícias ainda não sabem direito o que é um blog – costumam confundir com site. Mas se lhe conhecem, ajudam.”

Ocasões como estas são demonstrações de que os atores políticos lêem o blog e mesmo quando Ricardo Noblat deixou de atuar em veículos da grande mídia, continuaram reconhecendo-o como um “organizador avalizado do conhecimento” (ALDÉ, CHAGAS, 2005).

Como também já vimos no capítulo 4, outros meios jornalísticos do *mainstream*, como a revista ISTOÉ e o jornal O ESTADO DE S.PAULO também demonstraram reconhecer o BLOG DO NOBLAT como um legítimo veículo jornalístico quando o citaram em matérias dedicadas a blogs. Em julho de 2006, a revista ÉPOCA também o citou em sua reportagem de capa<sup>123</sup>. Coloca entre “Os blogs mais quentes do Brasil” e escreve:

---

<sup>123</sup> BLOGS – COMO ELES ESTÃO MUDANDO A VIDA DE TODOS NÓS / Época – nº 428 / 31 de julho de 2006. p. 96-105



No Brasil, um dos pioneiros no jornalismo político em blogs foi o ex-diretor do Correio Braziliense Ricardo Noblat. Quando lançou seu blog ele não estava vinculado a nenhum meio de comunicação (*sic*). Por conta da audiência que conquistou acabou sendo contratado pelo jornal O Estado de S. Paulo. Na esteira de seu sucesso surgiram os blogs de Josias de Souza e Fernando Rodrigues, na Folha de S. Paulo, e Jorge Bastos Moreno, de O Globo. (p.105)

A passagem do BLOG DO NOBLAT para O GLOBO ONLINE em janeiro de 2007 mostra que ainda mantém reconhecimento e valor perante a grande mídia noticiosa.

Já em relação à auto-concepção profissional, ao ser questionado se a tecnologia altera o fazer jornalístico, Ricardo Noblat afirma que “é óbvio que toda nova tecnologia influencia e influenciará cada vez mais o modo de você fazer jornalismo” (E.A) . Mas o que entende por 'fazer jornalismo', 'ser jornalista' e – o que mais nos interessa – 'fazer jornalismo de blog' e 'ser jornalista/blogueiro'?

Encontramos alguns indícios para responder a estas questões nos livros que o jornalista já publicou, em artigos e entrevistas e no próprio blog. Algumas vezes, o assunto é tratado de forma direta e explícita, inclusive em respostas a leitores. Idéias sobre qual seria o papel do jornalista, o que cabe ou não a ele podem ser encontradas, eventualmente, em comentários de leitores (*grifos nossos*):

**ENVIADO POR:garanhão(souzamagno@estado.com.br)**

**Noblat, você é jornalista e não político. Sendo você formador de opinião, esta deveria ser imparcial e não partidária.** Se você tem vontade de tornar-se político, tudo bem, candidate-se a um cargo político e seja eleito pelo voto. Escudar-se na imprensa, que usa da prerrogativa constitucional de ser "imune" não pode sair por aí, dizendo qualquer coisa do Sr. Presidente da República sem provar. Olhe que existe na CF crimes sobre isso.<sup>124</sup>

<sup>124</sup> Comentário publicado junto ao post “Inepto ou bobalhão”, às 13:36 do dia 1º de abril de 2006.

Há ocasiões em que Noblat expressa suas idéias a esse respeito, dizendo por exemplo, o que um jornalista deve fazer, como seu blog faz e o que os leitores devem esperar de jornalistas ou do jornalismo de uma forma geral. Vemos isto nas rubricas “POR DENTRO DO BLOG” – em que o jornalista fala dos bastidores de se fazer um blog e “CALÇADA DA FAMA” – esta justamente dedicadas a responder aos leitores ou a destacar seus comentários. (exemplos a seguir, com grifos nossos).

**16/05/2006 | 18:38**

**Calçada da Fama - Para Maurício Fernandes**

[...]

Digo-lhe o seguinte: aprendi, ou imagino que aprendi ao longo de 39 anos de jornalismo, a não brigar com a notícia, quer ela me agrade ou não. Notícia é para ser publicada e ponto. Não me interessa, sequer, se ela agrada ou não à maioria dos que a lerem.

**A mídia não existe ou não deveria existir para ajudar ou atrapalhar candidatos. Cabe à ela servir à sociedade divulgando tudo que seja de "interesse público".** Não confunda "interesse público" com "interesse do público". São coisas distintas.

[...]

**Mas cuidarei para que a opção do blog por um candidato, o que só deverá ocorrer às vésperas das eleições, não o desvie do caminho de publicar tudo que possa interessar ao distinto público.**

**14/05/2006 | 20:00**

**O que esperar dos jornais**

[...]

**Deles se deve esperar - e exigir - análises e reportagens profundas nos dias seguintes a graves acontecimentos.**

**01/06/2006 – 14:00**

**Por dentro do blog**

O "Coronel", leitor assíduo deste blog, escreveu ontem assim ao comentar uma nota:

"Na minha modesta opinião, a diferença é que estamos num Blog e não num grande veículo de comunicação.

A graça dos blogs é esta espécie de "informação informal", que vale muito, pois um blogueiro é um jornalista normalmente solitário, sem a máquina dos grandes veículos de comunicação.

Quando consegue uma informação do fulano que ouviu do sicrano que ouviu do beltrano, isto vira uma notícia preciosa.

Se fosse pra ler as agências de notícias, eu ficaria no Uol, no Terra, na Reuters...

Venho a este Blog, além dos comentários, para ler o outro lado da notícia ou o que está por detrás da notícia."

**É fato que um jornalista blogueiro é uma espécie de lobo solitário** - embora eu conte com dois ótimos companheiros.

E também é fato que aqui se procura oferecer também o que está por detrás da notícia.

**Mas os critérios que orientam o trabalho de um jornalista blogueiro são os mesmos que orientam um jornalista empregado em qualquer meio tradicional de informação.**

**Há que se apurar com rigor a notícia. Há que se correr atrás de notícia exclusiva. E há que se tentar oferecê-la de uma maneira capaz de capturar a atenção dos leitores.**

**É bem mais arriscado ser jornalista blogueiro do que simplesmente jornalista. Porque em um jornal, por exemplo, o erro tem vários pais - o repórter, o editor, o chefe da redação...**

Por ter muitos pais, ele não pesa nas costas de ninguém sozinho.

**Aqui, não. O erro só tem um pai. E quando ocorre, o mundo desaba na cabeça do responsável.**

**Jornalista de jornal, rádio e televisão é protegido das críticas pelo pouco espaço que os veículos abrem para a opinião do distinto público. E pela distância segura que o jornalista mantém do distinto público.**

**Aqui, não. As críticas são imediatas, duras e por vezes injustas. E nada ou pouca coisa separa o blogueiro dos leitores.**

**Do médico, se diz que ele pensa que é Deus. Do jornalista, que tem certeza.**

**Ao fazer um blog, jornalista descobre que não é Deus. Se não descobrir, deixará de ser blogueiro em pouco tempo.**

**13/06/2006 – 14:00**

**Por dentro do blog**

[...]

**A mídia convencional finge que é neutra diante de qualquer fato. Blog, não. Por sua própria natureza, blog toma partido. Pode ser um espaço de informação, como este pretende ser, mas é também de opinião. Os leitores sabem distinguir uma coisa da outra. São mais inteligentes do que os jornalistas admitem.**

**Imagino também que os leitores apreciem mais a parcialidade dos blogs do que a isenção da mídia convencional. Porque uma é clara, assumida, escancarada. A outra inexistente. Pela simples razão de que inexistente informação isenta e tratamento isento conferido à informação.**

**Uma coisa é informação honesta. Se ofereço uma, devo me cercar de todos os cuidados para que ela reflita algo que aconteceu e da maneira que aconteceu. Notícia honesta é a versão que mais se aproxima do fato em estado bruto.**

**Mas ao publicar uma notícia e desprezar outra, tomo partido. Logo, deixo de ser neutro. Ocorre o mesmo quando dou mais importância a uma notícia e menos a outra.**

**Este blog faz questão de se posicionar em relação a assuntos que julga relevantes e que fazem parte do seu variado cardápio diário. E não teme ficar contra opiniões majoritárias. Foi o caso da proibição da venda de armas. O blog foi favorável à proibição.**

**Agora, veste a camisa da Seleção - o que não o impedirá de criticá-la, caso mereça. Tão logo passe a Copa, o blog se meterá em outras questões.**

**21.1.2007 - 22h37m**

**Calçada da Fama - Para HUGO A GOGO**

O leitor que se assina **Hugo a Gogo** escreveu no espaço de comentário da nota sobre Hillary Clinton: "O Noblat esqueceu de seu palpite furado mais memorável, o referendo."

O referendo foi sobre a proibição da venda de armas.

Venceu a venda livre de armas.

O blog não disse que venceria o outro lado - portanto, não palpitou. O blog apoiou a proibição da venda de armas - o que é diferente.

**Cobra-se precisão dos jornalistas - e eles devem ser precisos.** Cobro pelo menos mais atenção com o que escrevo.

Vê-se então uma preocupação, que se pode dizer, é constante, por parte do jornalista em esclarecer, demarcar, relembrar com frequência, qual o seu papel – o do jornalista – e o que os leitores – a sociedade – pode e deve esperar dele. Nesses textos Noblat reforça algumas crenças – como a de que é a mídia (os jornalistas, por extensão) quem saberia distinguir o “interesse público” do “interesse do público” e não o leitor, conforme sugere no primeiro post “CALÇADA DA FAMA” transcrito acima.

O que o jornalismo de blog teria a acrescentar à discussão sobre o que é ser jornalista e fazer jornalismo, acreditamos, seria a exposição mais explícita diante do público das questões com as quais estes profissionais se deparam historicamente. Mas isto não seria também algo próprio do jornalismo de blog. O máximo que se pode notar é que, como a própria ferramenta favorece o diálogo mais freqüente entre leitor e jornalista, o assunto esteja mais presente porque o canal de troca está constantemente aberto admitindo, muito mais do que nos outros veículos, que o leitor/internauta insira-se na discussão e expresse suas opiniões, instigando o jornalista a expor seus posicionamentos. Temos dessa forma uma elaboração discursiva pública, ausente nos demais meios jornalísticos, mesmo na web. Sobretudo em posts da rubrica “POR DENTRO DO BLOG” e “CALÇADA DA FAMA”, como os que reproduzimos acima, observamos um exercício de auto-reflexão incentivado pelo caráter dialógico do blog.

## Jornalismo, para Noblat

é o oferecimento de informações, de opinião, de comentário, de impressões. O que é fazer jornalismo? É contar história. Fazer jornalismo é contar história. Qualquer pessoa pode contar uma história. Umas poderão contar melhor, terão mais habilidade para contar melhor, outras não. Mas não está escrito que só o jornalista tem habilidade pra fazer isso. (E.A)

Encontramos a mesma afirmação em seu livro O QUE É SER JORNALISTA: “Escrevo porque gosto de contar histórias” (2006b, p. 83). No entanto, no próprio discurso de Noblat encontramos contradições quanto a isso. Neste mesmo livro, escreve (grifos nossos):

**Escolhi o jornalismo como meio de ajudar a melhorar o mundo** muito antes de ter consciência de que o escolhera. Ao ganhar consciência, comecei a me distanciar de partidos e grupos de todas as cores, e a espicaçá-los sempre que possível.

[...]

É assim mesmo. **O jornalista está obrigado a tentar ser justo e impiedoso** (devo ter sido mais impiedoso do que justo). **E a provar o tempo todo que é independente.** Pois não basta ser. Tem que parecer.

[...]

**creio sinceramente – por mais que isso traia uma visão romântica do jornalismo – que a imprensa existe, antes de tudo, para socorrer os aflitos. E afligir sem dó os seus algozes.** (*ibid.*, p. 64-65)

Na entrevista que nos concedeu Noblat acaba se contradizendo: há passagens em que afirma que o jornalista aprende, precisa de treinamento, pode se aprimorar e deve ter qualificação para manejar os vários meios que terá a seu dispor. Essas idéias são paradoxais frente às afirmações de que fazer jornalismo é contar história e que qualquer pessoa pode fazer isso hoje em dia a partir do momento em que se inventou blog.

Assim, ao mesmo tempo em que reconhece que a internet e, mais especificamente o blog, podem fazer de qualquer leitor um produtor de conteúdo, Noblat deixa escapar em seu discurso que faz, sim, distinção entre quem é jornalista e quem não é, e o que pode diferenciar um do outro. Veja-se o post abaixo publicado como resposta a um leitor (grifos nossos):

22/05/2006 | 19:57

**Calçada da Fama - Para OGOGAOGUH**

**Eu lhe devo a informação sobre o contrato do Datafolha com a TV Globo e você me deve a informação de que doravante o Jornal Nacional antecipará as pesquisas que o instituto fizer para o jornal Folha de S. Paulo.**

**Esse é um dos encantos e vantagens dos blogs: todo mundo pode virar produtor de conteúdo. Todo mundo pode fazer o que antes era reservado aos jornalistas.**

Por falar nisso, os jornalistas andam preocupadíssimos com a perda do monopólio da informação.

Melhor assim. Eles (nós) serão obrigados a produzir mais e melhor se quiserem ser levados em conta. E viverão sob o crivo implacável do distinto público - o que às vezes é muito incômodo, reconheço.

(Em tempo: você disse que a pesquisa foi protocolada no dia 22. É o que de fato consta no site do tribunal. Mas está errado. A data de registro é de 18 do mês em curso. Por isso ela poderá, sim, ser divulgada nesta quarta-feira. Como será.

**Leitores nem sempre checam as informações que apuram. Daí porque jornalistas não perderão os empregos tão cedo.)**

Talvez o que o blog possa trazer de novo para a discussão sobre esse *ethos* jornalístico seja o fato de funcionar como um “humildificador” para os profissionais da área. (Cf. CHAGAS, 2006) O termo foi cunhado pelo colunista do GLOBO, Joaquim Ferreira dos Santos em uma de suas crônicas (SANTOS, 2005). Em entrevista ao site OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA explica que “O humildificador é um exercício para qualquer atividade. É a maquininha que te sussurra, 'menos, meu camarada, menos pose, menos empáfia, menos seriedade, menos onda, menos autoridade, menos tudo que soe pretensão e pompa'.”<sup>125</sup>

<sup>125</sup> Disponível on-line <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=356AZL002>>. Acesso em 28 de jan. 2007

Para o jornalista, o blog pode servir então como este “humildificador” ajudando-o a adotar mais a postura de mediador da informação e não a de dono da verdade, da palavra final e definitiva sobre determinado acontecimento ou de sua melhor versão.

Ser mais humilde é uma das coisas que Noblat lista em artigo cujo título é justamente O QUE UM BLOG PODE ENSINAR:

Ensina a ser mais humilde.

O leitor do blog não quer nem saber: baixa o pau no que você escreve. E as críticas dele, procedentes ou não, ficam registradas. Eu, pelo menos, não as elimino. Se o fizer, estarei na contramão do espírito democrático da internet. E elas aparecerão novamente. Não tem jeito.

Opinião reforçada na entrevista que nos concedeu ao responder se o fato de lidar, diariamente, com a crítica do leitor o tornou um jornalista diferente:

Eu acho que sim. Eu levo muito mais em conta a opinião dos leitores. [...] Acho que muda. Se você quer fazer direito, e se você quer exercer honestamente tua profissão – o que passa por levar em conta a opinião das pessoas – e abandonar o antigo entendimento. O jornalismo que se fazia antes da internet era um jornalismo onde eu era a figura ativa nessa relação e você, leitor, passivo. Você recebia o que eu te oferecia. E ponto. Quer você gostasse ou não gostasse. E eu pouco tava me lixando pra sua opinião. Primeiro, porque eu nem tinha acesso a ela direito. Segundo porque eu tava mesmo me lixando. Na internet, não.

Ao afirmar que se eliminasse as críticas dos leitores de seu blog estaria indo “na contramão do espírito democrático da internet” Noblat aparenta ter um entendimento de que o jornalismo e os blogs devem propiciar o debate de idéias e à circulação de diferentes opiniões.

No entanto, nem todo jornalista que se torna blogueiro pensa como Noblat. Josias de Souza, titular do blog NOS BASTIDORES DO PODER<sup>126</sup> da FOLHA ONLINE, questionado sobre o que a relação com os leitores lhe ensina, responde:

Não ensina nada, não. Acho que no futuro pode-se evoluir para algo mais edificante. Sinto que há uma demanda por interatividade – o próprio fenômeno dos blogs mostra isso. Os leitores querem participar. A dúvida é como disciplinar essa vontade, tornando-a útil. [...] A gente faz um esforço extraordinário para levar bom jornalismo aos leitores, põe no blog informações em primeira mão sempre que possível, trabalha feito um louco até de madrugada, aí vem um idiota e deixa um comentário que não tem nada a ver com nada, xingando, usando palavrão. Eu tinha parado de ler. Mas tive de voltar a filtrar depois que Justiça impôs a condenação pecuniária a outro blog por conta de um comentário considerado injurioso.<sup>127</sup>

Estando aberto para o diálogo, o blogueiro/jornalista assume a postura não mais de um produtor de conteúdo que entrega a informação pronta e acabada mas, sim, de um interlocutor que toma parte num processo comunicativo em que sempre há, no mínimo, dois interagentes envolvidos e no qual deve haver troca de papéis entre quem fala e quem ouve.

No blog, a posição do jornalista, ao contrário, é humilde e subjetiva, pois *depende* do retorno dos leitores. Um blog que não provoque reações e comentários perde sua razão de ser. Assim, vemos os jornalistas iniciando comentários sobre fatos políticos com frases que convidam ao diálogo, como “eu não sei se vocês concordam, mas acho que...” (ALDÉ, CHAGAS, 2004)

Por mais de uma vez Noblat convidou seus leitores a se manifestar sobre determinado assunto. Durante a série de debates entre os presidenciais nas Eleições de 2006, após os primeiros embates em que publicava sua opinião sobre quem teria se saído melhor, Noblat convidou seus leitores a opinarem antes que ele escrevesse algo a respeito. No final do ano,

<sup>126</sup> <http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/>

<sup>127</sup> JOSIAS DE SOUZA: "O BLOG NÃO É ECONOMICAMENTE VIÁVEL". Entrevista a Larissa Morais Disponível em <[http://portalimprensa.uol.com.br/new\\_ultimasnoticias\\_data\\_view.asp?code=4180](http://portalimprensa.uol.com.br/new_ultimasnoticias_data_view.asp?code=4180)>

Acesso em 19 de dez. 2006.



realizou uma votação para escolher a expressão do ano. Além de votar, foram também os leitores quem enviaram as sugestões entre as quais eles deveriam escolher. Seguem abaixo outros exemplos:

07/05/2006 | 16:30

**Qual foi o melhor momento de Lula?**

"Sabe, tenho vivido muitos grandes momentos e é difícil decidir sobre o melhor. Diria que o melhor momento de todos foi quando peguei uma carpa de 3,4 quilos no meu lago" - disse o presidente George Bush ao jornal alemão Bild.

O que diria Lula se indagado sobre seu melhor momento desde que subiu a rampa do Palácio do Planalto?

Respondam aqui. Destacarei as respostas mais originais, criativas e bem humoradas. Nada de ofensas, please.

15/05/2006 | 20:17

**Lembo recusa ajuda. Ele está certo?**

O governador Cláudio Lembo voltou a recusar ajuda do governo federal para restabelecer a segurança pública no Estado.

Você acha que ele está certo?

Responda no espaço de comentários desta nota.

## **6.2 Personalização: a principal marca distintiva**

Este aspecto, também já presente na internet, muda de foco quando se fala em blogs. Até então, falava-se de personalização na recepção, no acesso do internauta aos conteúdos. Com os blogs, a personalização passa a existir do ponto de vista do produtor da informação, o blogueiro, que não se prende a regras, horários, temas. Como dono do “blog/lugar” ele define o quê abordar em seu “blog/texto”, quando e como. (PRIMO; SMANIOTTO, 2006)

Palácios adota indistintamente os termos “Customização do Conteúdo” e “Personalização” quando lista-os entre as seis características típicas do *webjornalismo*, assim definindo o conceito:

Também denominada individualização, a personalização ou customização consiste na opção oferecida ao Usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com os seus interesses individuais. Há sítios noticiosos que permitem a pré-seleção dos assuntos, bem como a sua hierarquização e escolha de formato de apresentação visual (diagramação). (2003, p. 19)

No entanto, concordamos com Pollyana Ferrari, para quem

Muitas das iniciativas vendidas como personalização não passam de customização de *browser*, recurso que permite ao usuário alterar a disposição da home page, efetuando mudanças como substituir o botão de entrada do bate-papo pela agenda de programação de cinema. Ou seja, algo que passa muito distante do verdadeiro conceito de personalização. (2004, p.35)

Enquanto a customização refere-se ao formato ou apresentação visual do conteúdo<sup>128</sup>, a personalização diz respeito à maneira como este conteúdo é entregue. Teria mais a ver com mecanismos que funcionassem *on demand*, ou seja, por demanda como previa, já em 1995, Nicholas Negroponte em seu VIDA DIGITAL. Seria a possibilidade de o internauta definir que conteúdos obter, quando, como e onde.

Customização é o que fazemos ao definir o papel de parede dos nossos PCs; a imagem que será exibida como proteção de tela do Windows; a localização do atalho para o *chat* ou a previsão do tempo na página inicial de um portal. Não consideramos que tais mecanismos,

<sup>128</sup> *Lay out* é o termo mais usado quando se trata da web, sendo o equivalente à diagramação nos veículos impressos, como explica PALÁCIOS na citação que usamos.

que se restringem a definir a disposição de conteúdos e o *lay out* de um site, sejam personalização. Entendemos que a individualização da aparência é uma customização. O portal G1<sup>129</sup>, por exemplo, permite que o internauta escolha o tamanho da fonte para o texto que está lendo, ainda que dentro de um pequeno número de opções.

Já personalização é a individualização do conteúdo. Ocorre quando o site oferece-nos a possibilidade de recebermos quando e como quisermos apenas as notícias sobre os temas que **nós** definimos. Portanto, consideramos que quanto mais possibilidades de escolhas um site oferecer aos internautas, maior será o grau de personalização que possui. Escolhas que digam respeito ao tema (esporte, economia, política); ao formato (RSS, e-mail, celular); à frequência (diária, semanal, etc.) e à linguagem midiática (textual, imagética, audiovisual, etc.)

Expusemos acima a personalização e a customização do ponto de vista do leitor. No entanto, o que desejamos destacar é o ponto de vista do produtor de conteúdo, o blogueiro, que passa a contar tanto com a personalização quanto com a customização. Esta última foi incorporada pelos servidores de blogs que disponibilizam diferentes *templates* entre os quais se pode escolher. Com a diversidade de servidores existentes e seus respectivos blogs/programas, pode-se optar ainda por agregar outros recursos ao blog – como o *permalink*, *refbacks* e RSS. Há também uma gama de dados aos quais apenas o agente primário ou gerenciadores do blog têm acesso (como estatísticas de acesso; a possibilidade de criação de *tags* para a classificação dos posts, etc.)

---

<sup>129</sup> <http://g1.globo.com/>. Portal especificamente de jornalismo das ORGANIZAÇÕES GLOBO, criado em setembro de 2006.

No entanto, o que mais nos interessa aqui é o fato de o blog oferecer a personalização para o produtor de conteúdo. O blogueiro dispõe de um alto grau de liberdade para criar e gerenciar o que, como e quando publica. É ele quem decide sobre o que falar, quando e com que meios (texto, imagem ou som, por exemplo).

A personalização no caso do BLOG DO NOBLAT tem ligação direta com sua atuação profissional. Ao migrar para a internet o jornalista usou a marca que já havia consolidado – seu próprio nome – como atrativo. O nome BLOG DO NOBLAT pode ser visto por leitores e fontes como uma garantia.

Os graus de personalização e liberdade oferecidos pelo blog como novo meio de colocar em prática o jornalismo parece ter exercido grande atração sobre o jornalista. Na entrevista que nos concedeu, Noblat chegou a afirmar que hoje dificilmente aceitaria uma proposta para voltar a atuar na imprensa convencional. Ao ser questionado, justificou:

O que eu digo eu é seguinte: se amanhã me aparecesse um convite “olha, deixa de fazer o blog e vamos fazer um jornal, ou rádio ou televisão” acho que dificilmente eu toparia uma coisa dessas. Primeiro porque estou fazendo com muito prazer o blog. Segundo porque eu gosto muito e é muito do meu perfil viver coisas novas. Para mim voltar ao jornal ou a uma revista não representa um desafio. Tanto que eu já tinha começado o blog quando a VEJA me chamou pra ser repórter especial aqui na sucursal de Brasília. E foi numa época em que eu não tinha nenhuma remuneração pelo blog, eu estava trabalhando ainda de graça. E eu não topei. Eu já trabalhei na VEJA. Não representava pra mim ou não representaria um desafio novo. Eu não ia fazer nada muito diferente do que eu já fiz. E o blog não. O blog era uma coisa nova. Podia dar certo, podia não dar certo. Eu queria experimentar.

Depois eu não vejo na mídia convencional nenhum projeto que, no meu ponto de vista, seja tão interessante, tão desafiador que me levasse a abdicar de fazer o blog para ir fazer esse projeto. Eu não vejo jornais experimentando nenhum caminho novo, não vejo a rádio, não vejo televisão. (E.A)

Noblat usufrui de grande liberdade no que diz respeito, por exemplo, à abordagem de temas, como ele próprio cita (grifo nosso):

Já cobri Rolling Stones, já cobri Carnaval, Copa do Mundo e tudo, mas são questões pontuais. O cara não entra no meu blog imaginando que vai encontrar tudo, economia, internacional. Até tem. Arafat tá morrendo, o blog fica acompanhando. Agora, recentemente, quando o Sadam Husein foi enforcado, o blog ficou na frente inclusive de todos os sites brasileiros em matéria de dar informações sobre isso porque **eu fiquei muito ligado nisso** e dando na frente as informações todas. Como foi a eleição do Papa João Paulo II (*sic*), como foi a madrugada da eleição do Bush. Então, de vez em quando eu saio vamos dizer, do meu universo preferencial de cobertura que é os bastidores da política em Brasília.

Esta é uma demonstração do grau de personalização que o blog permite e que se alia a uma característica presente na internet de modo geral: o espaço, em tese, ilimitado para publicação de conteúdos. Se escrevesse para um veículo impresso, ainda que mantendo uma coluna diária, Noblat não disporia do espaço que dispõe no blog para fazer a cobertura que fez dos assuntos mencionados acima, sem que deixasse de lado a política.

A Copa, por exemplo, contou com “uma grade de programação” específica dentro do blog<sup>130</sup>. Independente da Copa atrair a atenção do país inteiro, um jornalista que não fosse fã de futebol daria menos espaço ao assunto do que Noblat. A personalização também está presente nos momentos em que os gostos e preferências do jornalista ficam evidentes, como nas seções “MÚSICA DO DIA”, “POEMA DA NOITE” e na manutenção da rádio “JAZZ E TAL”, cuja programação, segundo depoimento do jornalista, ele mesmo altera a cada três meses.

---

<sup>130</sup> De fato, diariamente enquanto o Brasil esteve na Copa, o blog teve rubricas específicas sobre o assunto: “ELES VESTEM A CAMISA DO BLOG”; “DE OLHO NELES”, etc. Também contou com cinco colaboradores escrevendo especialmente sobre os jogos da seleção e manteve um repórter e um fotógrafo enviando notícias diretamente da Alemanha.

Caso o jornalista atuasse em outro tipo de veículo a questão não seria só do espaço mas também das amarras das organizações jornalísticas nas quais a especialização e hierarquia entre os profissionais é uma exigência operacional <sup>131</sup>.

A ferramenta blog é, originalmente, extremamente personalista: é um site de uma pessoa, falando sobre o que ela deseja, da maneira como preferir, na hora em que bem entender. No caso do jornalista que se apropria desse mecanismo de publicação on-line para continuar fazendo jornalismo, claro, essa liberdade não é tão ampla assim, pois se o blogueiro já se preocupa com o leitor, sobretudo com sua presença ou não, o jornalista/blogueiro se preocupa ainda mais. No caso de Noblat, o post abaixo ilustra esta preocupação:

**18/05/2006 | 14:00**

**Por dentro do blog**

No início de setembro de 2001, o publicitário Nizan Guanes, então presidente do portal IG, teve uma brilhante idéia: só publicar notícias positivas durante 24 horas. O distinto público, certamente, gostaria. Assim como o mercado publicitário.

Somente os jornalistas é que resistiriam à idéia por que preferem notícias negativas - e isso não deixa de ser verdade.

Nizam escolheu a data - o dia 11 daquele mês. E avisou a seus subordinados.

Pouco depois das 23h do dia 10, a redação do IG em São Paulo foi sacudida pela notícia de que acabara de ser assassinado Toninho do PT, prefeito de Campinas.

A notícia foi deixada de lado. Uma vez divulgada, o IG não poderia ignorar seus desdobramentos que avançariam pelo dia seguinte.

Pouco depois das 9h daquele que havia sido batizado por Nizan de "O Dia da Boa Notícia", um avião se chocou com uma das torres gêmeas de Nova Iorque.

A redação do IG enlouqueceu - mas a ordem de só divulgar notícias positivas foi mantida mesmo assim. Ela só desmoronou quando um segundo avião atingiu a outra torre.

Relembro o episódio por que **alguns de vocês reclamaram ao saber que este blog cobrirá a Copa** - modestamente, é bom que se diga, sem maiores pretensões.

**Houve quem escrevesse que o foco do blog é a política e que ele não poderia perdê-lo.**

**Sosseguem. Não perderá.** Futebol e política conviverão aqui durante a Copa. Como a política conviveu com a agonia de João Paulo II, a eleição de Bento XVI, os *Rolling Stones* e o carnaval.

---

<sup>131</sup> Conforme atestam estudos partidários da Teoria Organizacional do Jornalismo (TRAQUINA, 2005a; PENA, 2005)

No dia seguinte, outro post sob a mesma rubrica em que o jornalista fala justamente sobre a audiência do blog. Menciona um fato que indica o que o levou a avisar seus leitores que a política não perderia espaço para a Copa do mundo (grifos nossos):

**19/05/2006 | 14:00**

**Por dentro do blog**

Saudades do ex-deputado Roberto Jefferson. Em dois anos e dois meses de existência deste blog, ninguém o superou em matéria de audiência. O recorde foi estabelecido no dia em que Jefferson depôs no Conselho de Ética da Câmara dos Deputados em agosto do ano passado. Foram pouco mais de 100 mil visitantes únicos em um período de 24 horas.

Visitante único é igual a IP. IP é uma espécie de porta de entrada na internet. Por um IP pode entrar uma pessoa. Ou muitas. O medidor de audiência do blog só registra o mesmo IP uma vez a cada 24 horas. Há mais de 4.500 terminais na Câmara, por exemplo. Como operam em rede, acessam a internet por meia dúzia de IPS. Por aí dá para medir o sucesso que fez Jefferson.

Também sinto saudades de Chico Buarque. Abaixo de Jefferson, só ele quando foi flagrado por fotógrafos durante banho de mar no Leblon na companhia de uma belíssima morena. Outro dia, Chico falou mal dos blogs. Eu entendo. Este blog identificou a morena antes de todo mundo. E contou que ela era casada e que o marido andava atrás de Chico.

**A cobertura da agonia de João Paulo II e da eleição de Bento XVI foi um fracasso de audiência. Vi logo nos primeiros dias que seria um fracasso. Mas teimei em fazê-la por que o assunto me interessava. Errei ao radicalizar e deixar totalmente de lado as notícias políticas. Aprendi a lição. Posso misturar assuntos, mas não posso esquecer a política por um só dia.**

Agosto tem fama de mês agourento - mas para mim sempre foi um mês de sorte, talvez por que tenha nascido em um dos seus dias. No último agosto, este blog foi acessado por 1.900 mil visitantes únicos em números redondos. Estávamos em plena crise do mensalão. No mês passado, passou um pouco de 1.100 mil. Este mês deverá fechar acima de 1.200 mil.

(Jefferson, cadê você? Tem muita gente que veio aqui só pra lhe ver.)

Ou seja, se pretende manter a audiência de seus leitores, qualquer blogueiro (jornalista ou não) acaba por não ser assim tão livre e independente, como constata Schittine:

Os blogueiros acreditam que há algumas vantagens no escrito virtual. A principal é a liberdade de escrita [...] Essa liberdade, tão almejada pelos blogueiros, é a mesma que os jornalistas desejam. E alguns colunistas podem até tê-la. Mas ela será, de qualquer forma, cerceada, burilada de uma maneira ou de outra pela exigência não mais de um editor, mas de um leitor. Não se pode falar tudo o que se quer sempre. O público-alvo vai determinar o que “deve” ser escrito. Na internet, se o assunto não agrada, se as opiniões são mal colocadas, o leitor pára de acessar o blog e a sua sobrevida diminui. (2004, p. 175)

A liberdade possibilitada pelo blog tem um condicionante: o desejo de ser lido. E se todos querem ser lidos, os jornalistas não só querem como precisam, pois é a audiência que lhes garante prestígio, *status* e a importância como formadores de opinião. No caso de jornalistas/blogueiros vinculados a empresas (caso do próprio Noblat, antes no ESTADÃO e atualmente no GLOBO), em última análise, a audiência é também garantia de emprego.

Assim a importância que assume o leitor é uma outra constatação a que podemos chegar. Consideramos que este é um grande diferencial no jornalismo de blog e que está intimamente ligado ao grande nível de personalização que este mecanismo de publicação web permite ou, melhor dizendo, pressupõe. A presença ou não de leitores e, mais do que isso, o que pensam a respeito do blog, do blogueiro e dos textos ali publicados pode ser detectado e explicitado pelos comentários. É evidente que a audiência dos blogs supera em muito o número de comentários publicados. Mas é também incontestável que os comentários funcionam como termômetros e indicativos para o blogueiro sobre quem são os leitores, o que pensam e, principalmente, o que esperam dele.

### **6.3 Fragmentação**

Consideramos que a personalização está marcada também na reconfiguração de um aspecto já típico de jornalismo: a fragmentação. A natureza do jornalismo, pode-se dizer, é



fragmentária. Nenhum veículo é capaz de dar conta da totalidade de acontecimentos que ocorrem no espaço de um dia ou mesmo de uma hora, seja em nível mundial, nacional ou apenas municipal. “O jornalismo acaba por ser uma parte seletiva da realidade” (TRAQUINA, 2005a, p. 30) e, assim o que qualquer veículo informativo faz é um recorte, uma seleção entre os fatos potencialmente jornalísticos, ou seja, passíveis de se tornarem notícias, oferecendo um fragmento daquele acontecimento e não sua totalidade. Dito de outra forma, uma versão. Pois a verdade absoluta, embora desejável, é inatingível. Assim, o que cada veículo oferece é a sua versão dos fatos.

Produzir notícias é, portanto, operar cotidianamente recortes na realidade, selecionando e classificando os acontecimentos das mais diversas maneiras: em editoriais (política, economia, cultura, esporte, etc.); em gêneros diferentes de textos (noticioso, opinativo, interpretativo, etc.); em blocos no caso de telejornais e radiojornais dividindo-os entre os dedicados às notícias 'leves' (sobre cultura e esporte, por exemplo) e 'pesadas' (*hard news*, como as de política e economia). Títulos, manchetes, divisão em cadernos, blocos, seções são alguns dos meios de que o jornalismo dispõe para fazer os recortes da realidade, selecionando os fatos nos quais vão se basear as notícias, sua matéria-prima.

A fragmentação no jornalismo é, portanto, fruto da síntese necessária para tornar os acontecimentos narrados menos complexos. Já habituado a uma narrativa fragmentada que o auxilia na difícil tarefa de entender o que se passa cotidianamente em sua volta, o homem contemporâneo agora tem que lidar com a fragmentação típica de uma sociedade conectada em rede.

O jornalismo on-line passou a fazer parte do dia-a-dia daqueles que possuem ou têm acesso a um computador conectado à internet.<sup>132</sup> O ambiente web apresenta-se como um *locus* para reconfigurações e renovações pelas quais a atividade jornalística vem passando nessa transição do século XX para o XXI. No contexto noticioso hipertextual típico da web, a narrativa fragmentária encontrou novas formas: links criam redes de laços que tornam possível ao leitor inteirar-se sobre os diferentes aspectos de um mesmo fato, permitindo que o internauta organize os pedaços da realidade que lhe são oferecidos e monte seu próprio itinerário informativo. Neste ambiente, as *breaking news* constituem-se como um dos modelos presentes no jornalismo de portal, uma nova categoria ou formato para o *webjornalismo* (BARBOSA, 2003, p. 169).

A fragmentação típica dessas *breaking news* – notas curtas, publicadas ao longo do dia, noticiando acontecimentos que se desenvolvem concomitantemente, com novos dados indo ao ar à medida em que os acontecimentos vão se desenrolando – é herdada pelo jornalismo de blog. Acreditamos que a diferença na fragmentação da notícia presente nos blogs deve-se justamente ao fato de este ser um veículo personalista.

O blog, como modelo de páginas para publicação na www, nasce fragmentário. Foi concebido de modo a permitir a publicação rápida, ágil e descomplicada de informações, em sua maioria, textos escritos. Cada post é um recorte cujas definições quanto ao tema, tamanho e conteúdo são determinadas pelo blogueiro, não havendo qualquer regra ou obrigatoriedade

---

<sup>132</sup> No Brasil, o número de usuários ativos domiciliares era de 14,4 milhões em novembro de 2006, conforme dados do Ibope/NetRatings, joint-venture entre o Ibope e a Nielsen/NetRatings, líder mundial em pesquisas sobre o comportamento de usuários da internet. Citado em artigo de Flaminio Fantini, publicado no BLOG DO NOBLAT em 18 de janeiro de 2007, na seção “ARTIGOS”. Disponível em <[http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?cod\\_Post=46268](http://oglobo.globo.com/pais/noblat/post.asp?cod_Post=46268)>. Acesso em 26 de fev. 2007.

de interconexão ou continuidade entre eles. Neste sentido, uma palavra rege os blogs: liberdade. Cada blogueiro constrói seu próprio mosaico de textos.

A possibilidade de narrar o fato jornalístico em pedaços, à medida que ele vai se desenrolando e apresentando novidades, intercalando-o com narrativas sobre fatos distintos, alguns abordados várias vezes, outras apenas uma no espaço de um dia, confere ao conteúdo dos BLOG DO NOBLAT um aspecto de fragmentação que é próprio dos veículos on-line: o acompanhamento dos acontecimentos enquanto vão se desenrolando com a publicação intercalada de diferentes tipos de posts. Notas secas e diretas; comentários irônicos, opinativos e, algumas vezes de terceiros inclusive de leitores; links para outros sites, imagens, como charges e fotos são os elementos que compõem o mosaico montado diariamente por Ricardo Noblat.

Compostos por narrativas fragmentárias, os demais veículos também são mosaicos. No entanto, como já dito, a fragmentação nos blogs não segue padrões tão rígidos. O acompanhamento ininterrupto do que ocorre no ambiente político nacional leva à publicação de dezenas de posts a cada dia. Além da publicação de artigos, sobretudo de terceiros e entrevistas em seções especiais do blog, é muito comum o jornalista fazer o acompanhamento paralelo do desenrolar de fatos que acontecem simultaneamente ao longo do dia, publicando posts sobre um e outro de forma intercalada

No exemplo a seguir, em que mantivemos apenas os títulos e respectivos horários de publicação, vemos o acompanhamento, passo-a-passo de dois acontecimentos no Congresso:

a sessão de votação do processo de cassação do Deputado João Paulo Cunha (PT) e a sessão de votação do relatório final da CPI dos Correios:

**05/04/2006 | 17:06**

O futuro de João Paulo  
(João Paulo)

**05/04/2006 | 17:55**

**"Não sou essa figura"**  
(João Paulo)

**05/04/2006 | 18:15**

**Pau quebrou na CPI**

**05/04/2006 | 18:17**

**Relatório aprovado!**  
(CPI)

**05/04/2006 | 18:24**

**Acaba a CPI dos Correios**  
(CPI)

**05/04/2006 | 18:49**

**"Eu cumpri o regimento", diz Delcídio**  
(CPI)

**05/04/2006 | 19:17**

**Absolvição à vista**  
(João Paulo)

**05/04/2006 | 19:20**

**O que o PT queria mudar no relatório Serraglio**  
(CPI)

**05/04/2006 | 19:34**

**Como cada um votou**  
(CPI)

**05/04/2006 | 20:03**

**A foto do dia**

**05/04/2006 | 20:14**

**O futuro de João Paulo**

**05/04/2006 | 20:18**

**Placar parcial**  
(CPI)

**05/04/2006 | 20:27**  
**Tá chegando a pizza**  
(*João Paulo*)

**05/04/2006 | 20:33**  
**Relator joga a toalha**  
(*CPI*)

**05/04/2006 | 20:38**  
**João Paulo escapa**

**05/04/2006 | 20:48**  
**Placar da pizza**  
(*CPI*)

Esse modelo de cobertura pressupõe a existência de leitores constantemente on-line, “cidadãos ávidos” (ALDÉ, 2004) tão interessados em política a ponto de quererem acompanhar os acontecimentos lance a lance.

O que vemos portanto é uma atualização da fragmentação já presente no jornalismo on-line, que se casa perfeitamente com o eterno fetiche jornalístico pelo tempo presente, pela rapidez e instantaneidade. (Cf. FRANCISCATO, 2005) Mas a esta fragmentação soma-se a diversidade temática e de estilo com que o jornalista não conta quando atua em outras mídias – ao menos, não diariamente, com tamanha liberdade e sem limitações de espaço e/ou tempo. No blog, Noblat pode falar de assuntos totalmente distintos em cada um de seus posts, podendo ainda retomar qualquer um deles a qualquer momento. É uma liberdade com a qual jornalistas talvez nunca tenham contado antes.

Fragmentação, personalização e liberdade fazem do BLOG DO NOBLAT um veículo informativo que comporta desde notas telegráficas compostas por poucas frases até a

publicação de artigos e entrevistas; a reprodução integral ou de trechos de matérias originalmente publicadas em outros veículos como também de fontes documentais (tais como relatórios finais de CPIs) além de informações em formatos distintos (textuais, imagéticas e audiovisuais).

#### **6.4 Enfim, um novo 'fazer jornalístico'? Um novo 'ser jornalista'?**

Ainda que o simples fato de exercer a profissão já confira ao jornalista, potencialmente, um papel social de decodificador da realidade e muito especialmente quando se fala de realidades consideradas complexas pelo senso comum – como os cenários político, econômico e internacional, por exemplo – também existe, entre a própria categoria, uma hierarquia. “As redações fabricam seus próprios astros, modelos de *grande jornalista* cujos textos, opiniões e atitudes são continuamente copiados” (RIBEIRO, p. 150).

No que o autor chama de “geografia do poder”, o editor é quem “recebe os melhores salários e os melhores convites para outros empregos, é quem eventualmente tem seu nome reconhecido, faz viagens a serviço e conhece gente importante” (*ibid.*, 1994, p. 152).

As edições diárias de um jornal são um fluxo perene, no qual o que conta é o trabalho feito hoje: a acumulação de prestígio profissional é muito residual. Cada um vale tanto quanto o seu trabalho mais recente. É necessário, portanto, esforçar-se para aparecer com frequência, criar uma marca: o próprio nome (RIBEIRO, 1994, p. 158)

Segundo esta lógica, a assinatura da matéria é um dos meios de obter visibilidade. Assim é que na 'linha de montagem da indústria jornalística', colunistas ocupam lugar de destaque. Titulares de espaços sempre assinados, são profissionais que já transformaram seus nomes em marcas.

Portanto, é interessante que jornalistas que já atingiram o patamar de colunistas como o próprio Noblat, Moreno, Josias de Souza e, na área esportiva, Juca Kfourri, por exemplo, tenham optado por usar o blog para atuar profissionalmente. Justo eles que, na hierarquia da profissão, gozariam de maior liberdade frente aos demais colegas.

Neste ponto podemos apontar algumas constatações. A primeira é que a liberdade permitida pelos blogs pode ser vista como um atrativo para os jornalistas. Como afirma o próprio Noblat, o blogueiro é um profissional mais livre: “Eu não tenho satisfação a dar pra ninguém. Eu não tenho nenhum patrão, nenhum chefe me dizendo 'faça assim, não faça assado' (E.A.). Segundo, com o blog o jornalista tem a chance de personalizar sua mensagem, incluindo temas e abordagens que mais lhe agradem. Pode tratar de um assunto em três ou trinta linhas, usando som, imagem e texto ou apenas texto, se assim o preferir. Terceiro, pode estar livre do jugo do editor e do proprietário do veículo – ao menos em tese e em maior nível.

Mas por outro lado, o jornalista passa a estar mais prisioneiro do jugo do leitor. Juca Kfourri contou no seminário “BLOGS: UMA REVOLUÇÃO NO JORNALISMO”, que, naquele dia, após ficar sete horas sem publicar um novo post, deparou-se com comentários dos leitores como “Escuta aqui, você está de férias?”.

O post em que Noblat explica aos leitores que durante a Copa não vai abandonar a política como havia feito em momentos anteriores e suas declarações reproduzidas a seguir são mostras desse novo jugo a que alguns jornalistas/blogueiros estão submetidos:

Lá no, no ESTADÃO, nessas interferências indevidas que ele faz, ele se assina moderador1, porque tinha na época o moderador2. E aí havia leitores que ficavam indignados com ele, outros que estabeleciam alianças tácitas com ele. E quando foi pro Globo eu disse “não assina mais. Faz o teu trabalho mas não põe porra de mensagem assinado moderador1.” E começou uma gritaria imensa dos leitores antigos do blog que foram pro Globo. “Cadê o moderador? Acabou com o moderador?” Então **eu fui forçado a deixar** o Zé Luiz, de vez em quando, assinar alguma mensagem ali como moderador1.

[...]

Você pode oferecer informação em estado bruto, apenas relatar um fato mas, **no blog os leitores cobram muito a sua opinião.** [...] É um meio em que não só você pode dar a sua opinião como você é cobrado a dar. Como minha vida toda trabalhei em jornal e em revista onde você não podia dar a sua opinião, **eu tenho a tendência no blog de oferecer muito mais informações do que opinião.** De oferecer também a informação interpretada, analisada, mas enfim, de não fazer da opinião o meu principal produto. **No entanto, os leitores cobram isso, cobram o tempo todo.** “Olha, vem cá, você já botou um bocado de notícia aí sobre esse assunto, mas ainda não deu sua opinião. Tá no muro, não quer descer do muro, não sei o quê.” **E você acaba dando, claro, quando você tem opinião pra dar.** Eu também acho que só vale a pena dar opinião quando se tem alguma opinião pra dar. Mas você é muito exigido a dar opinião. [...] (E.A)

Dizemos alguns porque apenas ficam sob esse novo jugo aqueles que, como Noblat, transformam seus blogs em espaços verdadeiramente abertos para trocas e influências mútuas com seus leitores.

Em relação à cobrança pela expressão da opinião, aspecto mencionado espontaneamente por Noblat durante nossa conversa, acreditamos que os blogs são potencialmente, um campo fértil para a retomada do jornalismo partidário e panfletário que teria perdido espaço com a crescente profissionalização do ofício e a adoção do conceito de objetividade.



O jornalismo político, área de atuação de Noblat, mais do que uma das especialidades deste ofício, é a que está intimamente ligada ao nascimento do próprio jornalismo e da constituição dos principais valores a ele associados. Conforme já apontamos, a atual disseminação dos blogs guarda algumas semelhanças com a primeira fase do jornalismo brasileiro. Panfletos e libelos com explícitos posicionamentos político-partidários circulavam pelo império nos anos anteriores e posteriores à Independência, em 1822. Como agora, guardadas as devidas proporções e consideradas as especificidades de cada contexto, a expressão de opiniões e o embate ideológico era facilitado pela possibilidade de acesso a tecnologias para a produção e difusão de conteúdo – naquele momento, a prensa tipográfica, hoje, a internet e os blogs.

No entanto, no BLOG DO NOBLAT percebemos que o partidarismo é expresso mais pelos leitores do que pelo jornalista, que reconhece não fazer da opinião seu principal produto. Este é, acreditamos, um ponto que nos permite diferenciar blogs jornalísticos dos demais. A resistência à expressão da própria opinião revela a adesão a um valor ainda caro ao jornalismo: a imparcialidade. Esta é uma das marcas da profissionalização do ofício e do abandono e mesmo repúdio à forma partidária e panfletária com que o jornalismo era praticado em seus primórdios. Nos dias de hoje, mesmo admitindo a impossibilidade de alcançá-la, a busca da verdade permanece como parte da missão a que se dedica o jornalista e é um dos valores constitutivos do seu *ethos* profissional.

\*\*\*\*\*

Conforme vimos ao longo deste trabalho, o blog é uma ferramenta tecnológica que traz implicações para o universo dos meios noticiosos, para a rotina de trabalho dos profissionais e para as relações que estabelecem com seus leitores, seus pares e suas fontes. Ao permitir a flexibilização de limites tradicionalmente impostos pela atuação em outras mídias, coloca novas possibilidades que podem ou não ser exploradas.

Nas redações de jornais “repórteres e redatores procuram direcionar seus textos de acordo com o enfoque dos editores” (RIBEIRO, 1994, p. 151) num universo em que muitas vezes jornalistas acabam escrevendo para os próprios jornalistas, e não tendo em mente os leitores. Com o blog, isto pode ser alterado. Ao se abrir para o diálogo, ouvindo e considerando opiniões de leitores e respondendo seus questionamentos, o jornalista pode alterar sua auto-concepção profissional e ajudar a formar uma nova idéia do que é 'ser jornalista' e 'fazer jornalismo'.

Desafio, experimentação e liberdade parecem ser os grandes atrativos exercidos pelos blogs para profissionais conceituados que vêem nesse mecanismo de publicação de conteúdo on-line a possibilidade de exercer o jornalismo de maneira personalizada. Contato mais direto com leitores e maior exposição ao seu julgamento são riscos a que se expõem alguns deles quando optam por se tornarem jornalistas/blogueiros.

Por enquanto, grande parte das implicações do uso dos blogs como veículos noticiosos para o *ethos* jornalístico ainda está no campo das possibilidades. Sem condições de afirmar algo categoricamente quanto ao que pode estar alterando no entendimento do que é 'ser jornalista' e 'fazer jornalismo', acreditamos que o blog possa representar para os jornalistas,

neste momento, uma trincheira, metáfora que explicamos no capítulo seguinte, com o qual concluimos este trabalho.

## 7 CONCLUSÃO - QUASE UM ÚLTIMO POST

O título desta conclusão é paradoxal frente à lógica de publicação contínua e ininterrupta, uma das características marcantes dos blogs, sobretudo os jornalísticos. Passado um ano desde que realizamos o trabalho sistemático de acompanhamento do BLOG DO NOBLAT este segue sofrendo alterações e nos apresentando situações que suscitam novos questionamentos. Mas sendo uma dissertação de mestrado, a lógica que rege este trabalho é oposta a dos blogs e precisamos publicar “um último post”. Difícil encerrar um trabalho de análise sobre um objeto inquieto e em constante mutação. Assim as considerações apresentadas a seguir constituem-se como pontos de chegada para as questões que nos guiaram e, ao mesmo tempo, esperamos, como pontos de partida para trabalhos posteriores, sejam desenvolvidos por nós ou por outros pesquisadores.

As configurações e implicações de iniciativas que ampliam a participação de não profissionais da comunicação na produção de conteúdos para a web ainda não estão completamente definidas. Jornalismo participativo, escritas coletivas via sistema *wiki*, a crescente disseminação de blogs assim como outras tendências abarcadas dentro da denominada Web 2.0 são fenômenos cujos rumos não podem ser previstos. Integram um processo em andamento.

Por isso, ao invés de afirmar que o jornalismo de blog é uma categoria do *webjornalismo*, tivemos o cuidado de dizer apenas que **pode estar se configurando como tal**. Por outro lado, demonstramos que o BLOG DO NOBLAT, no momento, configura-se como um verdadeiro blog jornalístico inclusive por ser esta a intenção do jornalista Ricardo Noblat, mas não só por isto. O BLOG DO NOBLAT dedica-se na maior parte do tempo a divulgar, discutir, interpretar, comentar e opinar a respeito de acontecimentos reais, atuais e novos, referentes à política nacional, geograficamente situada em Brasília, a capital federal, e seus bastidores – nicho jornalístico em que o colunista atua. Mesmo antes de se vincular a grandes grupos de mídia, quando ainda mantinha seu blog de forma independente e sem obter remuneração pelo trabalho, Noblat manteve, em seu blog/texto, o tratamento jornalístico com o qual havia construído e consolidado seu nome como marca. E este foi, acreditamos, um fator crucial para que seu blog trilhasse uma bem sucedida trajetória que o levou de volta para a grande mídia noticiosa.

No início independente e desvinculado da mídia convencional, divulgado por uma tecnologia nova, pouco difundida e principalmente ainda não estabelecida como meio jornalístico, com o tempo e auxiliado pelo contexto político e cultural que foi se formando, o BLOG DO NOBLAT foi se configurando como um veículo noticioso. Alcançou repercussão entre as organizações da mídia tradicional e atraiu a atenção dos próprios políticos e do público em geral, a ponto de chegar ao portal de um grande grupo de comunicação. Migrou do iG para o portal do ESTADO DE S. PAULO depois de ser disputado por este e seu maior concorrente, o GRUPO UOL/ FOLHA DE S. PAULO. Em janeiro de 2007, antes de completar três anos no ar e pouco mais de um ano depois de ter se transferido para o ESTADÃO, o BLOG DO

NOBLAT passou para o portal de um outro grande grupo da mídia tradicional, o GLOBO ONLINE. Conforme concluimos em trabalho anterior<sup>133</sup>, o que possibilitou que atingisse tal importância antes mesmo de completar três anos de existência foi a conjunção de três fatores de ordens diferentes. Estão de tal forma imbricados, que vemos relações de causalidade entre eles:

1º) Fator técnico - a existência da própria tecnologia, o blog/programa, ferramenta prática e ágil que se mostra muito adequada para a divulgação rápida de informações, casando-se com o tradicional fetiche jornalístico pela velocidade e com o espírito favorável à livre expressão e debate de idéias, típico da política e sobretudo de regimes democráticos.

2º) Fator humano - a utilização pontual, individual de tal ferramenta por um agente humano específico, o jornalista Ricardo Noblat, que fez uma apropriação profissional, jornalística, de um mecanismo que não foi originariamente criado para tal. É essencial também o fato de Noblat ser um jornalista experiente, com *status* e prestígio acumulados em anos de atuação.

3º) Fator social - a configuração de uma crise política deflagrada e desvelada pela mídia através da eclosão e alimentação de um escândalo político midiático. Assim como a existência de características e práticas jornalísticas que levaram Ricardo Noblat a, no momento da eclosão do escândalo, ser detentor de uma imagem de prestígio socialmente construída e compartilhada.

---

<sup>133</sup> BLOG DO NOBLAT E ESCÂNDALO MIDIÁTICO – JORNALISMO SOBRE NOVAS BASES. (*Op.cit.*)

Foi a conjunção destes três fatores que deu maior visibilidade ao BLOG DO NOBLAT e fez com que, no Brasil, os blogs deixassem de ser vistos apenas como diários adolescentes online, podendo ser também importantes veículos jornalísticos.

No entanto, como vimos, são as escolhas que o agente humano faz ao se apropriar da tecnologia que definem desde a caracterização de um blog como jornalístico até em que nível ele será utilizado para promover diálogos ou escritas coletivas, podendo se tornar um espaço de trocas entre as pessoas. E é nisso que habita a principal potencialidade do blog como tecnologia capaz de alterar, em alguma medida, tanto a relação entre jornalistas/blogueiros e leitores/internautas quanto o que os próprios jornalistas entendem por 'ser jornalista' ou 'fazer jornalismo'.

Ficou claro, ao final do nosso estudo, que o uso jornalístico intencional do blog foi capaz de promover algumas alterações, ainda que sutis, no fazer jornalístico. O fato de apropriar-se da tecnologia para sua prática profissional, explorando suas potencialidades de modo a lhe permitir “melhor contar histórias”, que é o que Ricardo Noblat diz ser o objetivo do jornalismo, foi o que atribuiu características muito próprias ao BLOG DO NOBLAT. Este há muito se configura, em termos de formato, como um híbrido entre um blog e um site. Seus conteúdos são publicados de forma rápida, dispensando o conhecimento de linguagens de programação, com posts dispostos em ordem cronológica inversa e registro automatizado do dia, horário e autor – atributos típicos dos blogs. Por outro lado, não se limita ao padrão mais simplificado desse tipo de publicação: possui seções e rubricas, demonstrativos de uma preocupação maior com a organização da informação e com a preservação e recuperação da memória. Isto, ao menos em tese, contraria a lógica de fugacidade dos blogs, que se

prestariam mais à cobertura do aqui e agora, dando maior importância ao tempo presente. Mas, conforme ficou explicitado em mais de uma ocasião ao longo deste trabalho, Ricardo Noblat é mais jornalista do que blogueiro, e considera importante este papel memorialístico que também cabe ao jornalismo.

Uma das principais constatações do nosso estudo é que a personalização é o grande diferencial deste mecanismo de publicação de conteúdos web. É sobretudo a apropriação que se faz deste mecanismo que determina sua configuração e, portanto, o que pode de fato trazer de novo para a prática profissional dos jornalistas. É a personalização, que permite o estabelecimento de uma outra relação entre jornalista e leitores, mais explícita. Uma vez estabelecida, pode ganhar atributos capazes, ao menos potencialmente, de alterar tanto esta própria relação quanto o entendimento do profissional sobre o que é 'ser jornalista' e 'fazer jornalismo'.

Para encerrar este trabalho vamos retomar as questões que guiaram nossas reflexões nos três capítulos dedicados ao nosso estudo de caso, indicando as respostas encontradas:

Sobre a primeira questão (Como o BLOG DO NOBLAT se insere na relação entre os meios noticiosos brasileiros?) o que concluímos é que, até mesmo por um esforço intencional do próprio jornalista, seu blog inseriu-se como um elemento relevante no universo jornalístico voltado para a política nacional.

Geralmente, ao falarmos em mídia, estamos nos referindo a um complexo sistema composto por diferentes veículos de comunicação que mantêm níveis diversos de relação e de



influência uns sobre os outros. Constatamos que o BLOG DO NOBLAT pode ser considerado como um agente capaz de influenciar o cenário político e mesmo o midiático. Tornou-se um elemento deste complexo sistema de mídia, um veículo mantido por um único profissional utilizando uma ferramenta recente para divulgação jornalística mas que exerce, ainda que em momentos pontuais, um papel que poderia ser equiparado apenas ao de um sistema inteiro e bem mais complexo – como influenciar a decisão de um Senador sobre o voto para a criação ou não de uma CPI, como ocorreu com Eduardo Suplicy. Isto se deve ao fato de o BLOG DO NOBLAT inserir-se no universo dos grandes veículos da mídia tradicional e on-line e ser reconhecido pelos outros integrantes deste universo, conforme vimos no Capítulo 4 (Relação entre os meios).

Em outros casos vimos blogueiros de sucesso tornando-se colunistas em meios impressos tradicionais. Um exemplo é o do famoso Salam Pax, um blogueiro de Bagdá que, após relatar em seus posts o dia-a-dia da invasão de tropas americanas no Iraque, tornou-se um colunista do jornal *THE GUARDIAN*. Outro é o do (a) blogueiro (a) Jackie que foi convidado (a) pelo JORNAL DO BRASIL para se tornar colunista do veículo impresso, tendo no entanto que abandonar o blog.<sup>134</sup> Com Noblat ocorreu o inverso: justamente por ser um profissional conhecido e reconhecido pelas fontes, por outros jornalistas, por empresas de mídia e pelo próprio público, e também por ser detentor de uma carreira construída ao longo de décadas e marcada por episódios que contribuíram para o fortalecimento de sua credibilidade é que o colunista político obteve lugar de destaque ao migrar para o universo web. Manteve com o blog, o *status* e o prestígio que já havia conquistado como jornalista,

---

<sup>134</sup> Jackie é um pseudônimo e, além da verdadeira identidade, não se sabe nem mesmo o sexo do (a) blogueiro (a). (Cf. SCHETINE, 2004, p.179.)

transferindo-os para o novo modelo de publicação que pôde então, ao menos no Brasil, deixar de ser visto apenas como diários adolescentes virtuais.

Algo de verdadeiramente novo que esse novo mecanismo de publicação on-line traz, como vimos é o rompimento com um modelo de organização hierárquica de conteúdos que prevalecia por décadas e em diferentes mídias, desde os jornais impressos até o rádio e a TV, permanecendo mesmo no *webjornalismo* de portal. A organização do conteúdo nos blogs, inclusive nos jornalísticos, automatizado pelo mecanismo de publicação, tem como critério básico o tempo. Não há mais a noção de manchetes, chamadas, destaques que requerem uma seleção por parte dos jornalistas.

No entanto, a criação de seções e rubricas, no caso do BLOG DO NOBLAT mostra, por um lado, a necessidade de criar um sistema organizativo que não se limite à sucessão de posts e, por outro, que dê conta de cumprir uma função atribuída ao jornalismo como depositário de uma memória histórico-social coletiva. Assim, em blogs jornalísticos pode haver uma resistência a se limitar ao relato fugaz, restrito ao aqui e agora, muito típico da própria ferramenta.

\*\*\*\*\*

O desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação implica o surgimento de novas formas de ação e interação, diferentes daquelas já consolidadas pelos meios predecessores. Assim no que diz respeito à relação do jornalista/blogueiro Ricardo Noblat com seus leitores/internautas, nossa segunda questão, acreditamos que o BLOG DO NOBLAT

configura-se como um exemplo prático das alterações nas formas de ação e interação possibilitadas pela internet como novo meio de comunicação.

Ainda há, é claro e incontestável, uma divisão hierárquica, já que o jornalista detentor do blog é quem determina a pauta, autoriza quem vai ou não postar comentários, destaca ou não as intervenções dos leitores. Cabe a ele dizer o que é ou não importante, digno ou não de ser comentado ou colocado em debate. Mas o jornalista blogueiro abre espaço em sua coluna virtual para seus leitores expressarem suas opiniões, trocarem idéias entre si e mesmo com ele próprio. O jornalista agora assume um outro lugar de fala: o do mediador do debate e não apenas o de detentor da informação e da palavra final sobre o assunto. (Cf. Diaz Noci, 2006)

Também vimos que, para Noblat, dar voz ao leitor não é algo excepcional. Por meio de atitudes e posicionamentos que o próprio jornalista já expressara em diferentes ocasiões – livros, artigos, posts e entrevistas, inclusive na que nos concedeu – postula que o leitor deve ser ouvido e, mais do que isto, deve ter sua opinião levada em conta. Mas o que o blog vem lhe oferecer – e isto é algo inédito – são meios rápidos, em alguns casos instantâneos, e mais eficazes de manter um diálogo direto e explícito com os leitores. Apesar dos filtros (o cadastro exigido dos internautas que queiram postar comentários e a exclusão, posterior, daqueles que firam as regras do blog), ao permitir a publicação de comentários o jornalista expõe-se às críticas dos leitores em um nível que nenhuma outra mídia possibilitara até então.

Não podemos dizer se outros jornalistas/blogueiros o fazem já que, como estudo de caso, nosso trabalho se limita ao objeto analisado. Consideramos que em seu blog, Noblat, ainda que eventualmente, eleva seus leitores ao patamar em que se encontra. Isto ocorre

quando lhes concede espaço na área principal do blog, reproduzindo ou respondendo seus comentários em posts, e quando os torna colaboradores da seção “ARTIGOS”. E temos ainda o exemplo do leitor assíduo que se tornou moderador do blog. Há portanto alguma alteração quanto ao lugar de fala do jornalista que no blog assume um novo papel como mediador. Interlocutor disposto a ouvir e a responder seu público, lança mão das potencialidades técnicas que a ferramenta lhe oferece para colocar em prática um fazer jornalístico que inclua os demais interagentes do processo comunicativo no qual está envolvido.

\*\*\*\*\*

Conseqüentemente, a resposta para nossa terceira e última questão – se a apropriação do blog para sua prática profissional altera o 'fazer jornalístico' ou o 'ser jornalista' de Ricardo Noblat ou o que ele entende por 'fazer jornalismo' e 'ser jornalista' – nossa resposta é em parte. No caso de Noblat, alguns de seus escritos e mesmo atitudes parecem indicar que já possuiria uma postura mais humilde do que a comumente encontrada entre jornalistas profissionais frente aos leitores. Mas ele mesmo afirma em artigo que todo jornalista deveria em algum momento fazer um blog porque a experiência o ensinaria a ser mais humilde. Essa função de humildificador que o próprio Noblat parece enxergar no blog, como vimos, em alguns momentos aplicou-se a ele – como no exemplo do post “PERDEMOS TODOS”, em que diante das críticas dos leitores o jornalista reviu trechos escritos na nota “INEPTO OU BOBALHÃO”.

Como expusemos no capítulo 5 (Relação entre jornalista/blogueiro e leitor/internauta), Ricardo Noblat já postulava a participação do leitor, em alguma medida, no conteúdo que o jornalista produz mesmo antes de se tornar um jornalista/blogueiro. Assim, o fato de ouvir

seus leitores, responder a eles e dar lugar para que se expressem demonstra apenas que o jornalista está explorando as possibilidades que o veículo on-line lhe oferece. Tal postura equivale à criação de conselhos de leitores que se reuniam periodicamente para criticar e sugerir alterações, idealizado e colocado em prática por Noblat quando dirigiu o jornal CORREIO BRAZILIENSE.

Por outro lado, ainda que afirme literalmente que fazer jornalismo é contar histórias e que com a internet qualquer um pode ser jornalista ao fazer um blog e disponibilizar notícias, em mais de um momento Noblat deixa claro que é preciso treino, aprendizado, saber lidar com os diferentes recursos, além de responsabilidade e cuidado na apuração e checagem das informações para ser de fato um jornalista. Ou seja, continua acreditando que há um *ethos* que diferencia um jornalista de um não jornalista, ainda que não seja necessário ter um diploma para ser considerado um profissional.

E mesmo que ele próprio possa por vezes demonstrar atitudes mais humildes, em seu blog continua ocupando o principal lugar de fala, hierarquicamente superior ao dos leitores. Lugar que, assim como nos demais meios, ocupa com propriedade e reconhecimento de seus pares e do público. Um dos motivos de seu blog ter se tornado referência como veículo jornalístico foi justamente o fato de Noblat ter mantido uma postura distintiva, identificada com o *ethos* jornalístico, na qual destacamos, por exemplo, a defesa da imparcialidade e da isenção no relato dos fatos além da preocupação com a apuração das informações.

A discussão das questões específicas nos leva a algumas possíveis respostas para nossas questões gerais, já que não é nossa pretensão, com este trabalho, esgotá-las.

## 7.1 Blogs jornalísticos e os meios noticiosos

Assim como fizeram outros artefatos e tecnologias de comunicação em momentos anteriores, o que os blogs fazem ao inserirem-se no universo dos meios jornalísticos é redesenhar o mapa dos veículos informativos, redefinindo papéis e funções. A análise continua cabendo melhor nos veículos impressos do que nos on-line, já que é preciso tempo e mesmo um certo distanciamento para refletir a respeito das causas e conseqüências de um fato (Cf. Wolton, 2003). É só uma questão de melhor adaptar o conteúdo ao meio pelo qual este é transmitido, de forma a usufruir das potencialidade que oferece, buscando neutralizar ou contornar possíveis fraquezas. Por exemplo, uma vez que o acesso por banda larga não está amplamente disseminado no Brasil, a internet parece ainda não ser a melhor mídia para a divulgação de conteúdos em áudio e vídeo. E se com o império da televisão a cultura audiovisual parecia vir se sobrepondo à cultura escrita, a internet e os blogs, ainda que com tendências a uma narrativa mais fragmentada e extremamente propícia à produção de micro-conteúdos, acaba por incentivar a prática da leitura e da escrita. Podemos dizer que são novos tipos de leitura e escrita, mais fortemente marcados pela multimidialidade e a convergência e que exigem dos novos leitores (ao mesmo tempo em os ensinam como obter) maior capacidade de selecionar e combinar conteúdos.

Assim, o que os blogs podem trazer de novo para a relação entre os meios noticiosos são novos rearranjos quanto ao que pode ser melhor realizado em que mídia e em que medida.

Se os blogs se apresentam como mais um competidor para os veículos informativos, sobretudo quando se trata da divulgação de furos, um caminho encontrado pelos grandes grupos jornalístico foi incorporá-los aos seus portais. Hoje além de grandes jornais impressos do país como O GLOBO e FOLHA DE S. PAULO manterem jornalistas/blogueiros prestigiados em seus sites, vemos ainda experiências como as da revista ÉPOCA e do próprio O GLOBO. Ambos mantêm blogs coletivos em suas versões on-line. Na ÉPOCA ONLINE o BLOG DA SEMANA é dedicado, a cada semana, a um assunto diferente. Especialistas convidados pela revista respondem, na área destinada aos posts, a questões dos leitores publicadas na área dos comentários. No GLOBO ONLINE vemos alguns blogs coletivos, como o BLOG DO BONEQUINHO onde diferentes críticos de cinema do jornal postam seus textos. Ou seja, mesmo o caráter extremamente personalista que se constitui, a nosso ver, como uma das principais marcas do blog, está sendo redefinido pela apropriação que dele vêm fazendo não só agentes humanos individualmente, como os jornalistas, mas também as organizações de mídia.

Reforçamos a constatação a que chegamos no capítulo 4: há algo de realmente novo inserido pelos blogs ao considerarmos as relações entre os meios. Como veículos jornalísticos, eles abandonam um modelo consolidado de hierarquização de conteúdos. A disposição dos posts em ordem cronológica inversa determina que a informação mais importante é a mais recente ou, melhor dizendo, a que foi publicada mais recentemente. Situada no topo da página, é facilmente visualizada pelo internauta sem que ele precise perder tempo acionando a barra de rolagem. A página inicial de um blog é o último post publicado, tenha sido no próprio dia, há semanas ou meses atrás. Determinada pela configuração do

blog/programa, tal decisão é automatizada. E os posts registram, automaticamente, dia e horário de suas publicações, contextualizando rapidamente o leitor quanto ao momento de divulgação do fato.

O que vemos é a quebra de um modelo de organização da informação pela primeira vez em décadas. Não se tem mais os padrões criados pela imprensa escrita que foi repetido e adaptado nas formas subsequentes de jornalismo, inclusive on-line, com capas, manchetes e chamadas. Nos blogs, a definição quanto ao que é mais importante segue um único critério: o tempo.

## **7.2 Blogs jornalísticos e a relação entre jornalistas e leitores**

Vimos que, como outras iniciativas na web e fora dela, o blog representa uma resposta à ansia por inclusão de novos agentes no universo midiático. Num ambiente em que formas de participação se multiplicam promovendo cada vez mais interatividade entre quem produz e quem recebe as informações, no blog, ao abrigar o leitor abrindo espaço para suas manifestações, o jornalista lhe oferece uma espécie de 'válvula de escape'. Ao manter um blog aberto para a participação do leitor, faz concessões sem perder o lugar de “organizador avalizado do conhecimento” pois ainda é ele quem toma as decisões.



A relação com o leitor pode ser alterada, sim, como vimos, sobretudo quando o jornalista/blogueiro, como Noblat, mais do que abrir espaço para a manifestação dos leitores, de fato, dialoga com estes, lê e considera suas opiniões, efetivando uma relação de troca e de diálogo em que um fala e o outro escuta, mas na qual o jornalista realmente se dispõe a ouvir e não somente a falar. Há troca, mas o jornalista ainda mantém seu lugar de fala, hierarquicamente superior ao do leitor.

Entendemos então que o blog pode ser uma 'trincheira', uma zona de defesa onde o jornalista consegue assegurar sua relação com o leitor/internauta. Este leitor que, ao mesmo tempo em que necessita de filtros que lhe sirvam de guias para se orientar no mar de informações que é a web, também deseja e precisa ser ouvido e ter sua opinião considerada. E ainda, para alguns jornalistas, talvez a experiência de ter um blog possa funcionar mesmo como o “humildificador” de Santos.

### **7.3 Blogs jornalísticos e o 'ser jornalista' ou o 'fazer jornalismo'**

Blogs são fenômenos próprios de um mundo herdeiro da cultura moderna ocidental, que valoriza o indivíduo e dilui cada vez mais os limites entre o público e o privado. (Cf. SENNET, 1988). Com o jornalismo, realiza um casamento perfeito com seu histórico fetiche pela velocidade e possibilidades de superação das limitações impostas pelo espaço e o tempo.

Ainda que não altere o que o jornalista entende por 'ser jornalista' e 'fazer jornalismo', os blogs podem levar alguns profissionais a relativizar o papel que exercem como intermediários no processo de aquisição de informações.

Mais uma vez, o blog pode ser uma espécie de trincheira. Voltamos a usar o termo metaforicamente para expressar a idéia de proteção que o blog pode representar para os jornalistas. Não chega a ser uma situação de guerra mas diante de questionamentos sobre qual seria o futuro do jornalismo nos alinhamos aos que o defendem como prática social relevante. Acreditamos que o jornalismo segue tendo um papel a desempenhar mesmo num contexto social-tecnológico que facilita a produção e divulgação de conteúdos, em tese, por qualquer pessoa. Afinal, conforme Dominique Wolton provocativamente perguntou, em debate com o público durante palestra proferida na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, em 2005, se todos falam, quem está sendo ouvido? Hoje, uma resposta para essa indagação é: os jornalistas, eles continuam sendo ouvidos e tendo suas opiniões consideradas.

Usamos o termo 'trincheira' propositadamente por entender que o jornalista precisa, sim, se adaptar a uma nova realidade na qual encontra nos blogs, a nosso ver, um território em que pode erigir uma estratégia de defesa e manutenção da função que desempenha historicamente. Se na relação com os leitores a manutenção de um blog pode assegurar ao jornalista *status* e, ao mesmo tempo, atender à demanda por participação do público, no âmbito profissional, representa uma possibilidade de fuga tanto das limitações de chefes, quanto da opressão organizacional. O jornalista/blogueiro pode se ver livre das imposições estilísticas do jornalismo tradicional, ainda preso a fórmulas como o *lead* e a pirâmide invertida, e a mitos como o da objetividade. No blog, diferentemente do que ocorre em outros veículos, o

jornalista pode ser repórter, comentarista e colunista. Não fica restrito a tratar apenas de política, esporte ou cultura, conforme a editoria para a qual foi designado. O profissional se livra do jugo das empresas e da pressão dos chefes, podendo se aproximar mais da figura um tanto mítica no universo jornalístico do “lobo solitário” (Cf. Martins, 2005) que se sai muito bem trabalhando sozinho.

Com os blogs, o jornalista possui, portanto, o máximo de liberdade que já teve até hoje, podendo expressar sua opinião praticamente sem restrições. Não estando mais tolhido pelos mitos da imparcialidade e da objetividade, no entanto é a eles a que recorre, como forma de preservar o *status* e prestígio adquiridos perante leitores e fontes. O *ethos* jornalístico mantém-se em sua essência já que o jornalista/blogueiro continua sendo visto, por si e por outros, como um formador de opinião e mesmo um missionário, ou ainda como o *wacthdog* a quem se delega o chamado 'Quarto Poder'. Com este novo mecanismo de publicação, o 'fazer jornalístico' e o 'ser jornalista' pode até sofrer alterações mas estas se enquadram num processo gradativo, sucessivo e constante que vem se desenrolando desde que a atividade se consolidou.

Por outro lado, o blog também apresenta alguns riscos para o jornalista. Sua própria configuração ajuda a intensificar a histórica submissão destes profissionais à tirania do tempo, da rapidez, da velocidade, da instantaneidade. A facilidade e rapidez de publicação oferecidas pelo blog aliadas à ânsia do profissional por divulgar logo uma informação que pode ser um furo aumenta os riscos de cometer erros. Uma das principais conseqüências disto é que muitos consideram os blogs, por definição, e mesmo os jornalísticos, como veículos não confiáveis, que se prestariam mais à divulgação de boatos e informações não confirmadas.

Mais uma vez, recorreremos à personalização para argumentar que tal pensamento é equivocado. Cabe ao jornalista/blogueiro, e a ele somente, a decisão sobre como e quando publicar uma informação. E é ele o único pai dos erros cometidos. O fato de ser um blog, por si só, não pode ser suficiente para classificar um veículo jornalístico como mais ou menos confiável. A responsabilidade, a postura e as decisões tomadas pelo agente humano é que devem ser a base para a credibilidade depositada em qualquer veículo jornalístico, independente de seu formato midiático.

## REFERÊNCIAS

### MEIOS IMPRESSOS

#### Livros, capítulos de livros e artigos científicos

ALBUQUERQUE, Afonso de. **Aqui você vê a verdade na TV**: a propaganda política na televisão. Niterói: UFF. Publicação do MCII - Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação, 1999.

ADGHIRNI, Zélia Leal; RIBEIRO, Gilson de Souza Nunes. **Jornalismo e identidade profissional do jornalista**. Comunicação e Espaço Público, Brasília, UnB, v. 1, n. 1, 2001.

ALDÉ, Alessandra. **A construção da política**: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

\_\_\_\_\_. BORGES, Juliano. **Internet, imprensa e as eleições de 2002**: pautando notícias em tempo real. Política. Comunicação apresentada na Mesa Redonda “Mídia e Política”, VII BRAS, PUC-Rio, junho de 2004.

\_\_\_\_\_. CHAGAS, Viktor. **Blog de política e identidade jornalística** (transformações na autoridade cognitiva e na relação entre jornal e leitor). Artigo apresentado na V Bienal Iberoamericana de la Comunicación. México, set. de 2005. (Cortesia dos autores)

BALZAC, Honoré de. **Os jornalistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004

BARBOSA, Suzana. Jornalismo de portal: novo formato e categoria para o jornalismo digital. In MACHADO, E; PALÁCIOS, M. (Orgs.). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Calandra, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

\_\_\_\_\_. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Interpretativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BERGER, Christa. Do jornalismo: toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar, a gente publica. In MOUILLAUD, Maurice. PORTO, Sérgio Dayrell. (Orgs.). **O Jornal. Da forma ao sentido**. Brasília: Editora da UnB, 2002. pp 273-283.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**: uma defesa das regras do jogo. Trad. Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1989.

BOLTER, Jay David., GRUSIN, Richard. **Remediation**. Understanding New Media. Cambridge, Mass; London, England: The MIT Press: 2000

BRIGGS, Asa. BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2004.

CALDAS, Álvaro. (Org.). **Deu no Jornal** – o jornalismo impresso na era da Internet. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores & cidadãos**: conflitos culturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRIO DE JANEIRO, 1995.

CÁNOVAS, Joan Francesco. Los gêneros argumentativos. In: NOCI, Javier Díaz; ALIAGA, Ramón Salaverría (Org.). **Manual de redacción ciberperiodística**. Barcelona: Editora Ariel, 2003. pp. 525-553.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** – a era informação: economia, sociedade e cultura. Vol. I. São Paulo: Paz e Terra, 1999

CHAIA, Vera Lúcia Michalany. **Jornalismo e política**: escândalos e relação de poder na Câmara Municipal de São Paulo. Vera Chaia. São Paulo: Hacjer, 2004.

DAHL, Robert A (1972). **Poliarquia**: participação e oposição. São Paulo: Edusp, 1997.

DEUZE, Mark. **The internet and its journalisms**. Amsterdã (Holanda): (Cortesia do autor), 2002. 11 pp.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: BARROS, Antônio. DUARTE, Jorge. Org. Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. p. 62-83.

DUARTE, Márcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: BARROS, Antônio. DUARTE, Jorge. Org. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 215-235.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2004.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**. Como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora UFC. Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira: 2005.

GARCÍA, Guillermo López. *Gêneros interpretativos: el reportaje y la crónica*. In: NOCI, Javier Díaz; ALIAGA, Ramón Salaverría (Org.). **Manual de redacción ciberperiodística**. Barcelona: Editora Ariel, 2003. pp. 449-494.

GILLMOR, Dan. **We the Media**: Grassroots journalism. By the people. For the people. Sebastopol. O'Reilly Meida, Inc., 2004.

GUIDI, Leda. Democracia eletrônica em Bolonha: a rede Iberbole e a construção de uma comunidade participativa on-line”. In: EISENBERG e CEPIK. **Internet e política**: teoria e prática da democracia eletrônica. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2005.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

\_\_\_\_\_. **Consciências Moral e Agir Comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

\_\_\_\_\_. **Três modelos normativos de democracia**. Lua Nova, São Paulo, n° 36, 1995. p. 39-53.

\_\_\_\_\_. **Acción comunicativa y razón sin transcendencia**. Buenos Aires: Paidós, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HAVELOCK, Eric A. *The necessity of Platonism and Psyche or the separation of the knower from the known* in: **Prafaca a Plato**. Cambridge, Massachusetts; London: The Belknap Press, Havard University, 1963.

JOHNSON, Steven. **Cultura das Interface**. Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. **Mídia e transição democrática: a (des) institucionalização do *panopticon* no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2003, p. 129-180.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência -o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

\_\_\_\_\_. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.

LÓPEZ, Manuel López; BOLAÑOS, Pau. *Gêneros dialógicos: la entrevista y otros*. In: NOCI, Javier Díaz; ALIAGA, Ramón Salaverría (Org.). **Manual de redacción ciberperiodística**. Barcelona: Editora Ariel, 2003. p. 495-524.

LUSTOSA, Beatriz. **Insultos Impressos – a guerra dos jornalistas na Independência. 1821 – 1823**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos -o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1987.

\_\_\_\_\_. **A comunicação sem fim** (teoria pós-moderna da comunicação). Revista da FAMECOS, Porto Alegre, v.20, p. 13-20, 2003.

MAIA, Rousiley C. M. Redes cívicas e internet: do ambiente informativo denso às condições da deliberação pública. In: EISENBERG e CEPIK. **Internet e política: teoria e prática da democracia eletrônica**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2002.

MANIN, Bernard. As Metamorfoses do Governo Representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, ano 10, n° 29, outubro.

MANNARINO, Marcus Vinícius Rodrigues. **O Papel do Webjornal – Veículo de Comunicação e Sistema de Informação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

MAQUIAVEL, Nicoló. **O Príncipe**. São Paulo: Abril SA Cultural, 1973

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ. 1997

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Contexto, 2005.

MATTELART. Armand e Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MCLUHAN, H.M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo, Cultrix, 1974.

MEDINA, Cremilda. LEANDRO, Paulo Roberto. **A arte de tecer o presente**. São Paulo: Media. 1973

\_\_\_\_\_. **Notícia – um produto à venda** – jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Alfa-Omega, 1976.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na *web*. in MACHADO. E; PALÁCIOS. M. (Orgs.). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Calandra, 2003.

MIGUEL, Luis Felipe. **Um ponto cego nas teorias da democracia: os meio se comunicação**. BIB. Rio de Janeiro, nº 49, 2000.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. BARROS, Antônio. DUARTE, Jorge. Org. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 269-279.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. **O que é ser jornalista** – memórias profissionais de Ricardo Noblat. RIO DE JANEIRO: Record. 2006.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias e PALÁCIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2005.

PARENTE, André (org.) **Imagem-máquina**: a era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro, Ed. 34. 1993.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

\_\_\_\_\_. **Teoria da biografia sem fim**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004. .



PEREIRA, Vinícius . As tecnologias de Comunicação como gramáticas: meio, conteúdo e mensagem na obra de M. McLuhan. **Contracampo**, Niteroi -Rio de Janeiro, v. 10/11 p. 07-20, 2004a.

\_\_\_\_\_. Tendências das Tecnologias de Comunicação: da fala às mídias digitais. In: Sá, Simone; Enne, Ana. (Org.). **Prazeres Digitais: Computadores, Entretenimento e Sociabilidade**. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: 2004b, p. 131-146.

PRIMO, Alex F. T. RECUERO, Raquel da Cunha. **Hipertexto Cooperativo: Uma análise da escrita coletiva a partir dos blogs e da wikipedia**. Revista da FAMECOS, Porto Alegre, v. 22, p. 54-65, 2003.

\_\_\_\_\_. TRÄSEL. Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Trabalho apresentado no GT Internet e Sociedade da Comunicação do VIII Congresso Latino-Americano de Pesquisadores da Comunicação (ALAIIC), Porto Alegre, 2006.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Warblogs: os blogs, a guerra no iraque e o jornalismo online**. Trabalho apresentado no Núcleo de Tecnologias da Informação e da Comunicação do XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte, 2003.

\_\_\_\_\_. **Teoria Das Redes E Redes Sociais Na Internet: Considerações sobre o Orkut, os Weblogs e os Fotologs**. XXVII Intercom, Na PUC/RS - Porto Alegre. Setembro de 2004.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. **Sempre Alerta: condições e contradições do trabalho jornalístico**. São Paulo: Brasiliense/Olho D'água, 1994.

RESS, Laurence. **Vende-se política**. Rio de Janeiro, Revan, 1995.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

RÜDIGER, Francisco. **Elementos para uma Crítica da Cibercultura**. São Paulo: Hacker, 2002.

\_\_\_\_\_. **Introdução às teorias da Cibercultura: perspectivas do pensamento tecnológico contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SANDOVAL María Teresa. *Géneros Informativos: La Noticia*. In: NOCI, Javier Díaz; ALIAGA, Ramón Salaverría (Org.). **Manual de redacción ciberperiodística**. Barcelona: Editora Ariel, 2003. p. 425-447.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Razão Social, 1992.

SCHITTINE, Denise. **Blog: Comunicação e escrita íntima na Internet**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

SCHUDSON, Michael. A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: 1993.

\_\_\_\_\_. **Discovering the News: a social history of American news papers.** Estados Unidos: Basic Books, 1978. Introdução e Cap. 4 e 5.

SEIXAS, Lia. Gêneros jornalísticos digitais: critérios para definir os produtos do webjornalismo. In: MACHADO. E; PALÁCIOS. M. (Orgs.). **Modelos de Jornalismo Digital.** Salvador: Calandra, 2003.

SENNETT, R. **O declínio do homem público.** São Paulo: Cia das Letras, 1988.

SILVA JÚNIOR, José Afonso da. Déjà-vu onipresente: repetição, previsibilidade e homogeneidadenas agências de notícias on-line brasileiras.. In MACHADO. E; PALÁCIOS. M. (Orgs.). **Modelos de Jornalismo Digital.** Salvador: Calandra, 2003.

SILVA Luiz Martins da. Imprensa, discurso e interatividade. In MOUILLAUD, Maurice. PORTO, Sérgio Dayrell. (Orgs.). **O Jornal. Da forma ao sentido.** Brasília: Editora da UnB, 2002. p.253-271.

SODRÉ, Muniz. Reinventando a Cultura: a comunicação e seus produtos. Petrópolis: Vozes, 1996.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: BARROS, Antônio. DUARTE, Jorge. Org. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005. p. 51-61

TARGINO, Maria das Graças. Libertação pela redação técnico-científica. In: BARROS, Antônio. DUARTE, Jorge. Org. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005. p. 365-380.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. **O Escândalo Político: poder e visibilidade na era da mídia.** Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAQUINA, NELSON. **Teorias do Jornalismo.** Vol. I. Porque as notícias são como são. Florianópolis, Insular: 2005a

\_\_\_\_\_. **Teorias do Jornalismo.** Vol. II. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis, Insular: 2005b

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: BARROS, Antônio. DUARTE, Jorge. Org. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005. p. 98-109.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas”. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”.** Lisboa: 1993.

VILLAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine – o texto em revista.** São Paulo: Summus: 1996.

WAISBORD, Silvio. **Contando histórias de corrupção: narrativa de Telenovela e Moralidade Populista no Caso Collogate.** Comunicação e Política, vol. III, nº 2, 1996.

WERTHEIM, Margaret. **Uma história do espaço de Dante à Internet**. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2001. 238 p. Título original *The Pearly Gates of Cyberspace, a cultural history of space from Dante to the Internet*.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

YAMAOKA, Eloi Juniti. O uso da Internet. In: BARROS, Antônio. DUARTE, Jorge. Org. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 146-162.

### **Teses, dissertações e monografias**

ARAÚJO, Artur Vasconcellos. **Weblog e jornalismo: os casos de *No Mínimo Weblog e Observatório da Imprensa (Bloi)***. São Paulo. 2006. 900p. 2v. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo.

BARBOSA E SILVA, Jan Alyne. **Mãos na mídia: weblogs, apropriação social e liberação do pólo da emissão**. Dissertação apresentada ao Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Facom/UFBA, 2003. Orientador: André Lemos.

CHAGAS, Viktor. **A Blague do Blog** (interatividade, subjetividade e horizontalidade nos blogs jornalísticos de política). Monografia de conclusão do curso de Jornalismo. Faculdade de Comunicação Social. Rio de Janeiro: UERJ, 2006

MENDES, Larissa de Moraes Ribeiro. **Outras práticas, outras narrativas: jornalismo em transformação nos blogs jornalísticos**. Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Comunicação. 2006.

MELLO FRANCO, Bernardo. **Os blogs e a crise do mensalão** – Novos padrões na cobertura política. Orientador: Paulo Roberto Pires. Projeto Experimental (Jornalismo). Escola de Comunicação. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

THURLER, Larriza . **TV na rede: uma análise das práticas televisivas nos meios digitais**. Rio de Janeiro: UERJ, PPGC. 2006

### **Reportagens, artigos e entrevistas em jornais e revistas**

Blogs – Como eles estão mudando a vida de todos nós. *Época* – nº 428. 31 de julho de 2006. p. 96-105

MARTHE, Marcelo. Blog é coisa séria. *Veja* - nº 1907. 1º de junho, 2005. p. 86-91

MORAIS, Larissa. Entrevista com o jornalista Jorge Bastos Moreno. (Cortesia da autora)

MOURA, Paola de. Muito além da diversão. Blog se torna coisa séria e já serve para ganhar dinheiro ou divulgar produtos. *Extra*. Caderno Info Extra. 12 de maio de 2005. p 3.

## MEIOS ELETRÔNICOS E ON-LINE

### Artigos científicos em anais de eventos (CD-ROM)

ALDÉ, Alessandra. **Jornalistas e internet**: a rede como fonte de informação política. In: XXVII Intercom. IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa. Apresentado no NP de Jornalismo. Porto Alegre, 2004. [Anais...] Porto Alegre: Intercom, 2004. 1 CD-ROM.

ALDÉ, Alessandra. CHAGAS, Viktor, ESCOBAR, Juliana Lúcia. **A febre dos blogs de política**. In: XV Compós -Encontro anual da associação nacional dos programas de pós-graduação em comunicação, Bauru, 2006. [Anais...]. Bauru: Compós?Unesp, 2006. CD-ROM.

MAIA, Rousiley C. M. **Política deliberativa e tipologia de esfera pública**. In: XV Compós - Encontro anual da associação nacional dos programas de pós-graduação em comunicação, Bauru, 2006. [Anais...]. Bauru: Compós?Unesp, 2006. CD-ROM.

MARQUES, Francisco Jamil. **Debates políticos na Internet**: a perspectiva da conversação civil. In: XIV Compós -Encontro anual da associação nacional dos programas de pós-graduação em comunicação, 2005, Niterói. [Anais...]. Niterói: COMPÓS/UFF, 2005.

PEREIRA, Vinícius A. **A Teia Global**: McLuhan e Hipermídias. In: XI Compós – Encontro Anual da Associação Nacional do Programas de de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2003. [Anais...]. Recife: Compós, 2003. 1 CD-ROM.

### Livros, capítulos de livros e artigos científicos

AARSETH, Espen. Introduction: Ergodic Literature in: Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press: 1997. Disponível em <http://www.hf.uib.no/cybertext/Ergodic.html>. Acesso em 10 de jan. 2006

BREIER, Lucilene. Slashdot e os filtros no Open Source Journalism. 2004. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/breier-lucilene-slashdot.pdf>. Acesso em 25 de jul. 2005

BLOOD, Rebecca. Weblog and Journalism in the Age of Participatory Media. 2003. Disponível em [http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs\\_journalism.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html). Acesso em 13 de abr. 2007

CARVALHO, Rosa Meire. Diários Íntimos na Era Digital. Diários Públicos, Mundos Privados. 2002. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/txt\\_ros1.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/txt_ros1.htm)>. Acesso em 15 de jul. 2005

- DÍAZ NOCI, Javier. La escritura ciberperiodística. 1, 2 e 3. Curso “Escrever para jornal online: prática e pesquisa” ministrado em dezembro de 2005, no PPGC da UERJ – Rio de Janeiro. Disponíveis em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos1.pdf>, <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos2.pdf>, <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos3.pdf>. Acesso em 05 de dez. 2005.
- GOMES, Wilson. Sobre a transformação da política na era da comunicação de massa. 2004. Disponível em <http://www.unb.br/fac/comunicacao politica/wilson2004.pdf>. Acesso em 25 de out. 2005
- LEMOS, André. Agregações Eletrônicas ou Comunidades Virtuais? Análise das Listas Facom e Cibercultura. 404nOtF0und. ANO 2, VOL 1, N. 14. março/2002. Disponível em [http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404\\_14.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_14.htm) Acesso em 30 de jun. 2005
- \_\_\_\_\_. A arte da vida. Diários pessoais e *webcams* na internet. 2002. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/arte%20da%20vida.htm> Acesso em 23 de jul. 2005
- \_\_\_\_\_. As Estruturas Antropológicas do Ciberespaço. 1996. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/estrey1.html> Acesso em 23 de jul. 2006
- \_\_\_\_\_. Cibercultra Remix. 2005. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf> Acesso em 23 de jul. 2006
- \_\_\_\_\_. Ciber-Socialidade. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. 1999. Disponível em [http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/txt\\_and3.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/txt_and3.htm). Acesso em 30 de jun. 2005
- MANTA, André. Guia de jornalismo na internet. 1997. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/Guia/index.html> Acesso em 20 de nov. 2006
- NET RAGE *A study of Blogs and Usability*. Jul. 2005. Disponível em [http://www.catalystgroupdesign.com/cofactors/upload/Blog\\_usability\\_report.pdf](http://www.catalystgroupdesign.com/cofactors/upload/Blog_usability_report.pdf). Acesso em 20 de abr. 2007
- NIELSEN, Jakob. Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute. 2006. Disponível em [http://www.useit.com/alertbox/participation\\_inequality.html](http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html). Acesso em 06 de jan. 2007
- PAQUET, Sébastien. Personal knowledge publishing and its uses in research. 2002. Disponível em <http://radio.weblogs.com/0110772/stories/2002/10/03/personalKnowledgePublishingAndItsUsesInResearch.html> Acesso em 14 de set. 2005.
- PRIMO, Alex F. T. Interação Mútua e Interação Reativa. 1998. Disponível em <http://www.psico.ufrgs.br/~aprimo/pb/intera.ht> Acesso em 10 de maio. 2005.

RECUERO, Raquel da Cunha. Comunidades Virtuais: Uma Abordagem Teórica. 2002. Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel/teorica.htm> Acesso em 24 de jul. 2005.

\_\_\_\_\_. Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais. 404nOtF0und.ANO 3, VOL 1, N. 31. agosto/2003. Disponível em [http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404\\_31.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_31.htm). Acesso em 19 de jul. 2005

SANTOS, Wanderley Guilherme dos (1998). *Poliarquia em 3D*. In: Revista Dados. Vol. 41, nº 2. Rio de Janeiro: Iuperj, 1998. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0011-52581998000200001&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0011-52581998000200001&script=sci_arttext). Acesso em: 21 de abr. 2006.

### Artigos em jornais, revistas, sites e blogs

ALMEIDA, Alexandre Cruz. Os jornalistas e os blogs. Blog do Editor. Sobresites, 2004. Disponível em: <http://www.sobresites.com/blog/artigos/jornalistas.htm>. Acesso em 7 de set. 2005.

\_\_\_\_\_. A vitória dos “jornalistas de pijamas”. Observatório da Imprensa, 21 set. 2004. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=295ENO001>. Acesso em 14 de out. 2005

EDMONDS, Rick. Online Ethics: The Beginning Of the End of the Ad Hoc Era? 2006. Disponível em [http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=111806](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=111806). Acesso em 20 de abr. 2007

MORAIS, Larissa. Josias de Souza: "O *blog* não é economicamente viável". 2006. Revista Imprensa. 29 nov. 2006. Entrevista com o jornalista Josias de Souza. Disponível em [http://portalimprensa.uol.com.br/new\\_ultimasnoticias\\_data\\_view.asp?code=4180](http://portalimprensa.uol.com.br/new_ultimasnoticias_data_view.asp?code=4180) Acesso em 19 de dez. 2006

\_\_\_\_\_. Como fazer – e manter – um blog político. 2006. Observatório da Imprensa, 30 out. 2006 Entrevista com Ricardo Noblat. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=405ENO001>. Acesso em 19 de jan. 2007

NOBLAT, Ricardo. O que um blog pode ensinar. 2005. Observatório da Imprensa, 01 fev. 2005 Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=314ENO002> Acesso em 22 de jan. 2006

SANTOS, Joaquim Ferreira dos. "O humildificador é um exercício". Observatório da Imprensa, 21 nov. 2005 Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=356AZL002>. Acesso em 28 de jan. 2007

STEVE, Outing. The 11 Layers of Citizen Journalism. 2005. Poynter Online. 13 jun. 2005  
Disponível em: <[http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=83126](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126)>.  
Acesso em 20 de jul. 2005.

VILAS, Juliana. Tribuna Livre. IstoÉ – nº 1863. 29 de junho de 2005. Disponível em  
[http://www.terra.com.br/istoe/1863/ciencia/1863\\_tribuna\\_livre.htm](http://www.terra.com.br/istoe/1863/ciencia/1863_tribuna_livre.htm). Acesso em 4 de ago.  
2005

## **Blogs**

<http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/>  
<http://kibeloco.blogspot.com>  
<http://markun.weblogger.terra.com.br/>  
<http://obarnabe.blogspot.com/>  
<http://oglobo.globo.com/online/blogs/moreno/>  
<http://oglobo.globo.com/online/blogs/tereza/>  
<http://www.blogueisso.com/>  
<http://www.contraditorium.com/>  
<http://www.cora.blogspot.com>  
<http://www.interney.net/>  
<http://www.sobresites.com/blog/selecao/politica.htm>  
<http://www.vizinhodojefferson.blogspot.com.br/>  
<http://www.blogdonoblat.com.br>

## **Sites**

<http://en.wikinews.org>  
<http://g1.globo.com/>  
<http://houaiss.uol.com.br/>  
<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>  
<http://oglobo.globo.com/>  
<http://oglobo.globo.com/participe>  
<http://portalimprensa.uol.com.br/>  
<http://programadojo.globo.com/>  
<http://pt.wikipedia.org/>  
<http://www.epoca.com.br/>  
<http://www.estadao.com.br/>  
<http://www.folha.uol.com.br/>  
<http://www.terra.com.br/istoe/>  
[www.comunique-se.com.br](http://www.comunique-se.com.br)  
[www.estadao.com.br/imagens/fotoreporter](http://www.estadao.com.br/imagens/fotoreporter)  
[www.ohmynews.com](http://www.ohmynews.com)  
[www.overmundo.com.br](http://www.overmundo.com.br)  
[www.poynter.org](http://www.poynter.org)  
[www.slashdot.com](http://www.slashdot.com)  
[www.terra.com.br/vcreporter](http://www.terra.com.br/vcreporter)

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)



[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)