



**UNIVERSIDADE FEDERAL BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

JOÃO PEDRO PITOMBO TEIXEIRA

**OS BLOGS E A GRANDE IMPRENSA NO BRASIL:
TENSÕES E SIMBIOSES**

**SALVADOR
2007**

JOÃO PEDRO PITOMBO TEIXEIRA

**OS BLOGS E A GRANDE IMPRENSA NO BRASIL:
TENSÕES E SIMBIOSES**

Monografia submetida ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, em cumprimento parcial aos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Palacios

**SALVADOR
2007**

Agradecimentos

A Eliana Pitombo, pela dedicação e paciência na leitura dos originais.

A José Carlos Teixeira, de quem herdei a paixão pelo jornalismo.

A Joanna Pitombo, maninha, pela grande ajuda na formatação do trabalho.

Ao meu orientador, Marcos Palacios, por ter apostado neste projeto e a ele ter se dedicado com esmero.

Aos professores e colegas que me acompanharam nestes quatro anos de Facom.

E aos amigos, pela força de sempre.

Resumo

Este trabalho busca investigar as relações entre os weblogs e a grande mídia no Brasil. Através de um levantamento dos blogs vinculados a dez importantes jornais do país, procuramos verificar as tensões e simbioses entre os blogs ancorados à imprensa hegemônica e a blogosfera como um todo. Buscamos traçar um panorama da blogosfera ligada à imprensa hegemônica para questionar até que ponto os weblogs vinculados aos grandes jornais brasileiros se constituem, de fato, em blogs enquanto prática. Para isso, tomamos como base os conceitos de blog e blogosfera, além da análise de variáveis como a identidade do autor, o conteúdo editorial, os enlaces de entrada, os enlaces de saída, a frequência na atualização e a presença de sistema de comentários. A partir dos resultados obtidos através do levantamento e cruzamento de dados, questionamos até que ponto não há somente uma apropriação do formato blog pela grande imprensa, no intuito de dominar a agenda pública na Internet.

Palavras-Chave: Blogs, Jornalismo, Grande Imprensa.

Lista de Ilustrações

Figura 1: Interface do site <i>Links from the Underground</i> , de 1994.....	15
Figura 2: Interface do blog Blue Bus, de 1996.....	34
Figura 3: Gráfico do Technorati sobre o crescimento da blogosfera.....	35
Figura 4: Interface do blog do jornalista Ricardo Noblat.....	39
Figura 5: Interface da página de blogs do portal <i>O Globo</i>	48
Figura 6: Gráfico exemplifica como funciona o PageRank.....	55
Figura 7: Gráfico do Technorati sobre atualização da blogosfera.....	61

Lista de Quadros

Quadro 1: Número de autores por weblog.....	51
Quadro 2: Segmentação dos temas dos weblogs.....	52
Quadro 3: Especificação dos weblogs por tema.....	52
Quadro 4: Autoridade dos weblogs segundo o PageRank.....	56
Quadro 5: Tipo de enlaces de saída dos weblogs.....	57
Quadro 6: Média de <i>posts</i> por dia nos weblogs.....	60

Lista de Abreviaturas

FSP – Folha de S. Paulo

ESP – O Estado de S. Paulo

GLO – O Globo

JB – Jornal do Brasil

ZH – Zero Hora

AT – A Tarde

Sumário

Introdução.....	8
1. Os weblogs.....	13
1.1 O termo “blog”.....	13
1.2 As origens.....	14
1.3 A popularização.....	16
1.4 Os conceitos.....	17
1.5 Os gêneros.....	18
1.6 A blogosfera.....	19
2. Blogs e jornalismo.....	22
2.1 Blogs e jornalismo: um breve histórico.....	23
2.2 Blogs podem fazer jornalismo?.....	26
2.3 Os gêneros jornalísticos.....	30
3. Os Blogs no Brasil.....	34
3.1 O jornalismo incorpora o blog.....	36
3.2 Blogs Jornalísticos como protagonistas.....	38
3.3 A grande imprensa chega à blogosfera.....	41
4. A Blogosfera e a Imprensa Hegemônica.....	43
4.1 Blogs e Grande Imprensa no Brasil.....	47
4.1.1 Identidade do Autor.....	49
4.1.2 Conteúdo editorial.....	51
4.1.3 Links de Entrada.....	53
4.1.4 Links de Saída.....	56
4.1.5 Sistema de Comentários.....	58
4.1.6 Frequência da Atualização.....	59
5. Conclusões.....	63
Referências.....	69
Anexo.....	72

Introdução

Este estudo de caráter monográfico tem por meta investigar o fenômeno dos blogs e a sua relação com as principais redes noticiosas do país. É evidente a relevância do tema dada a importância que os blogs vêm ganhando ao longo da última década. De acordo com relatório sobre o Estado da Blogosfera, produzido pelo portal Technorati¹, cerca de 120 mil blogs são criados no mundo diariamente, o que dá uma média de 1.4 novos blogs por segundo. No estudo, divulgado em abril de 2007, foram contabilizados mais de 70 milhões de blogs em todo o planeta, sendo que 2% destes são escritos em língua portuguesa.

A partir da constatação deste cenário, foi feito traçado um panorama dos blogs vinculados a nove jornais brasileiros: *Folha de S. Paulo* (SP), *O Estado de S. Paulo* (SP), *O Globo* (RJ), *Jornal do Brasil* (RJ), *Estado de Minas* (MG), *Correio Brasiliense* (DF), *Zero Hora* (RS), *A Tarde* (BA), *O Liberal* (PA).

A relevância deste tema é evidenciada pelo número cada vez maior de pessoas que acessam os blogs em busca de informações e notícias. De acordo com Orihuela (2007, online), num artigo sobre os 10 anos da blogosfera, “nunca un medio de comunicación había crecido a esta velocidad. La blogosfera, el espacio de los weblogs en la Red, desde que se mide a partir de 2003 viene desarrollándose a un ritmo tal que se duplica cada seis meses”.

Além disso, a imprensa tradicional tem utilizado os blogs como ferramenta na divulgação de conteúdo jornalístico. Neste particular, salta aos olhos a profusão de blogs na estrutura dos portais de jornais importantes. Um estudo realizado por Jay Rosen e pesquisadores da New York University² indica que 86% dos 100 maiores jornais dos Estados Unidos possuem blogs na sua composição.

No Brasil, pode-se tomar como exemplo o *site*³ *Estadao.com.br*, veiculado ao jornal *O Estado de São Paulo*, que contava com apenas um blog no início de 2006. Em abril de 2007, o portal já abrigava 17 blogs de jornalistas

¹ www.technorati.com

² <http://journalism.nyu.edu/pubzone/blueplate/issue1/top100.html>

³ É chamado de site, ou sítio, uma página ou um conjunto de páginas na Web.

e colunistas do *Grupo Estado*. O mesmo acontece com o *site* do periódico *O Globo*, que contava com 31 blogs em 2006. No período de coleta de dados deste trabalho, em abril de 2007, contabilizamos 52 blogs. No período de conclusão, em junho do mesmo ano, *O Globo Online* já contava com um universo de 63 blogs.

Problematização

A história recente coloca os blogs como um importante sistema de comunicação, quer sejam eles jornalísticos ou não. Reconhecendo a importância desses veículos de informação, pretendo fazer um recorte analisando os blogs hospedados nos *websites* de dez jornais do Brasil. Esta análise dará prioridade a fatores como identidade do autor do blog, conteúdo editorial, frequência da atualização, *links* de entrada, *links* de saída e sistema de comentários.

O estudo será produzido levando-se em conta o conceito de blog concebido por autores como Blood (2000), Recuero (2003), Gillmor (2004), Araújo (2005), Orihuela (2005) e Varela (2005). A partir da análise destes e de outros autores, decidimos por uma definição operacional para guiar a pesquisa.

Além disso, procuramos estabelecer o conceito de blogosfera, a partir das definições de autores como Recuero (2002), Varela (2005) e Palacios (2006, online). Desse último, transcrevemos abaixo a conceituação:

“os blogs, de uma maneira geral, têm como um elemento constitutivo fundamental a criação de *links* com seus congêneres, num movimento de construção de comunidades de informação, que se retro-alimentam, checam e comparam dados e interpretações, produzindo a multivocalidade que caracteriza a blogosfera”.

Ademais, analisamos a relação entre o jornalismo e a blogosfera, questionando até que ponto os blogs têm sido utilizados como um novo espaço para a prática jornalística. Além disso, foi avaliada a utilização de ferramentas de comunicação e publicação, como os blogs, na concepção de um espaço de conversação e de participação dos cidadãos na produção de conteúdo, através da criação de meios sociais.

Objetivos

O principal objetivo deste estudo foi verificar se os blogs vinculados aos nove jornais escolhidos se adequam aos conceitos básicos que vêm sendo criados para analisar os blogs e a blogosfera, identificando as suas proximidades e tensões.

Buscamos constatar até que ponto existe uma relação de coexistência entre a blogosfera e a imprensa tradicional, ou se esta relação é de mera apropriação de formato. Verificamos, a partir de um levantamento de dados, se a incorporação de blogs pela grande mídia não tem o simples intuito de aproveitar ferramentas como a instantaneidade e a atualização freqüente para dar continuidade a práticas como o colunismo ou mero clipping de notícias, conceitos que serão aprofundados nos capítulos seguintes.

Outra questão para a qual procuramos uma resposta se refere à afirmação de Palacios (2006, online) de que os a incorporação dos weblogs pela imprensa tradicional se impõe como uma como “uma tentativa de apropriação redutora da ferramenta, com a criação e manutenção de Blogs ‘caseiros’ ou ‘fechados’”. Esta prática é definida como “endogenia” e acontece quando os blogs mantêm *links* somente com outros *sites* ou blogs da mesma empresa de comunicação.

Metodologia

Os nove jornais foram escolhidos levando-se em conta a sua influência em nível nacional e regional (*Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e *Jornal do Brasil*), e a importância em nível regional: *A Tarde* (Nordeste), *Estado de Minas* (Sudeste), *Correio Brasiliense* (Centro-Oeste), *O Liberal* (Norte) e *Zero Hora* (Sul). O processo de análise levou em conta os seguintes fatores:

- Identidade do autor: O autor é uma única pessoa ou um grupo?
- Conteúdo editorial: De que tema trata o blog?

- Política de enlaces: Existem links de saída no blog? Caso sim, existem links externos ou somente endógenos?
- Enlaces de entrada: É possível achar o blog com facilidade através de sistemas como o Technorati, o Google PageRank e o buscador de weblogs do Google?
- Sistema de comentários: O blog permite comentários dos leitores? Caso sim, são moderados?
- Frequência da atualização

Essas variáveis foram utilizadas para guiar o processo de observação que ocorreu entre abril e maio de 2007. Levantados os dados, foram realizadas tabulações e cruzamentos no intuito de obter pistas sobre qual é o real retrato da blogosfera ligada à mídia tradicional no Brasil. Vale ressaltar que este trabalho não possui a intenção de criar verdades sobre o tema, e sim, trazer à tona uma discussão importante: a entrada da grande imprensa brasileira na blogosfera, as formas desta aproximação e seus efeitos.

Estrutura

Este trabalho está distribuído em cinco capítulos. No primeiro capítulo, procuramos coligar diversas definições do termo *weblog*. Buscamos a etimologia da palavra com também as suas acepções com base na bibliografia estudada. Além disso, buscamos fazer um histórico dos weblogs desde a sua origem, passando pela sua popularização, até os dias atuais. Ainda no primeiro capítulo, buscamos conceituar os weblogs, refletindo sobre o formato e as idiosincrasias desta nova plataforma de comunicação. Por fim, refletimos sobre o conceito de “blogosfera”.

No segundo capítulo, são mostradas as relações entre os blogs e o jornalismo e como esta convergência foi sendo construída. De início, apresentamos os conceitos do jornalismo que é produzido na web, no intuito de reforçar este referencial teórico. Em seguida, é apresentado um breve histórico dos weblogs jornalísticos e os momentos em que eles se mostraram relevantes

na história recente. A partir daí, fazemos uma discussão sobre até que ponto os blogs podem ser considerados uma nova forma de se fazer jornalismo.

No terceiro capítulo, fizemos um panorama sobre a blogosfera no Brasil, desde os primeiros blogs como o *Blue Bus*⁴. Fizemos um breve histórico dos blogs no país, além de avaliar a convergência entre os blogs e o jornalismo, com base em análises de autores como Araújo (2006), Escobar (2006) e Quadros, Rosa e Vieira (2005). Ademais, verificamos a incorporação de blogs pela imprensa hegemônica, em particular, os grandes jornais do Brasil, analisando o tom de profissionalização que estes blogs ganharam a partir da vinculação com a grande mídia.

No quarto capítulo, construímos uma discussão em torno da incorporação dos weblogs pela imprensa hegemônica. Para isso, discutimos sobre o papel da blogosfera como um local de produção de informação independente, crítica da mídia e de democratização da comunicação através da imposição de novas agendas na discussão pública. Ademais, fizemos uma análise dos blogs vinculados os *sites* de dez jornais brasileiros, verificando a forma que se dão as relações entre a grande imprensa e blogosfera no país.

Na conclusão, fizemos um apanhado dos temas discutidos nos capítulos anteriores e avaliamos de que forma a imprensa hegemonia e os blogs se aproximam ou se distanciam nos seus conceitos e na prática. Por fim, fizemos algumas considerações acerca do trabalho, reconhecendo o seu caráter preliminar, e sugerindo outras discussões que podem ser fomentadas a partir dos dados levantados e as conclusões obtidas por este estudo.

⁴ <http://www.bluebus.com.br>

1. Os weblogs

Neste capítulo, fazemos uma reflexão sobre o conceito, as origens, além de um pequeno histórico dos weblogs até os dias atuais. Através da literatura de apoio, buscamos quem foram os pioneiros na criação, organização e definição dos blogs tais quais eles são hoje. A nossa proposta foi buscar esses conceitos e sua etimologia em diferentes fontes e múltiplas vozes, já que o assunto é cercado por uma série de dúvidas e especulações. Qual foi o primeiro blog? De onde surgiu esta denominação? Quais são seus conceitos? Estes e outros questionamentos são feitos sem, no entanto, chegarmos a uma verdade única.

1.1 O termo “blog”

Os termos weblog e blog surgiram de neologismos. Weblog seria uma espécie de espaço para comentários ou registros (log) disponibilizados no espaço virtual (web). O termo, no entanto, tem uma grande carga polissêmica, tendo os mais diferentes significados.

Para Araújo (2006), a origem da palavra pode ser buscada na etimologia. *Web* é uma palavra de origem inglesa e significa “teia” ou “rede”. Já o radical da palavra, *log*, tem duas vertentes etimológicas. Uma delas deriva do termo escandinavo *lág*, que significa “árvore caída” – medida utilizada para mensurar distâncias e registrar o tempo. A outra vem do termo grego *logos*, que significa palavra ou discurso. Na junção das duas vertentes, ainda segundo Araújo, se conotaria um sentido de “discurso registrado”. Já o termo blog aparece como uma contração do vocábulo weblog, e é utilizado mais freqüentemente.

O termo weblog foi cunhado em dezembro de 1997 pelo norte-americano John Barger, no seu *site* Robot Wisdom⁵, de acordo com a revista *Wired*, edição de dezembro de 1999. A contração “blog”, no entanto, teria surgido somente nos idos de 1999, criada pelo blogueiro⁶ Peter Merholz

⁵ <http://www.robotwisdom.com/index.html>

⁶ São chamados de “blogueiros”, ou “blogueiras”, as pessoas que mantêm um weblog.

visando evitar uma cacofonia: we + blog (em inglês). Em 2003, a palavra blog foi inserida no tradicional dicionário Oxford da língua inglesa. (QUADROS, ROSA, VIEIRA, 2005).

Na língua espanhola, os weblogs são chamados de *bitácoras* ou *cuaderno de bitácoras*, que designa um registro, um diário de navegação, utilizado outrora pelos marinheiros para fazer anotações sobre manobras, velocidades e acidentes de navegação (ORIHEULA, 2005).

1.2 As origens

O fenômeno dos *blogs* é recente e a sua origem é controversa. Alguns teóricos, como Orihuela (2005), acreditam que o *What's new in '92'* é o primeiro blog de que se tem notícia. A página foi publicada por Tim-Berners Lee, criador da World Wide Web⁸, para divulgar as novidades do seu novo projeto. Em formato HTML⁹ e colocada em funcionamento no ano de 1992, a página possuía espaços para *links*¹⁰ e comentários.

Araújo (2006) chama a atenção para outros sites com o formato parecido ao concebido por Tim-Berners Lee. Um exemplo é a página hipertextual *What's New*, concebida em 1993 pelo *National Center for Supercomputer Applications*¹¹, da Universidade de Illinois, Estados Unidos. Outro exemplo é a página *Links from the Underground*¹², criada em 1994 por Justin Allyn Hall.

Estes *sites* são considerados pioneiros no formato hipertextual. No entanto, nem de longe lembravam o formato dos atuais blogs. Vale lembrar que, neste período, o domínio tecnológico era a principal barreira para a criação e popularização das páginas hipertextuais, que eram restritas somente aos estudiosos com domínio do formato HTML.

⁷ <http://www.w3.org/history/19921103-pypertext/WWW/news/9201.html>

⁸ World Wide Web (WWW) é um sistema de troca de informações na Internet por meio de uma interface gráfica fundamentada na codificação HTML.

⁹ HTML – HyperText Markup Language – é uma linguagem de programação com a qual se definem as páginas Web.

¹⁰ São chamados links as ferramentas hipertextuais que estabelecem ligações para arquivos de um mesmo site ou para um site externo.

¹¹ Centro Nacional para Aplicações de Supercomputadores.

¹² Disponível em <http://www.links.net/>



Fig. 1: Site *Links from the Underground*, de 1994.

Os blogs passaram a desfrutar de uma popularidade relativa a partir de 1997. De acordo com o colunista Pedro Doria (2006, online), do site *No Mínimo*, um dos primeiros blogs foi criado por Dave Winer, técnico em softwares do Vale do Silício. Desde meados dos anos 90, escrevia no site da revista *Wired*, além de uma coluna chamada *DaveNet*. Inicialmente, esta coluna era produzida e enviada por e-mail a um grupo de leitores que se inscreviam no seu newsletter¹³. A partir de 1997, Winer passou a organizar as informações em seu site em ordem cronológica reversa, incluindo uma série de links para outros sites. Já o nome “blog”, no entanto, ganhou visibilidade somente após o post¹⁴ *Anatomia de um Blog no Camworld*, no blog de Cameron Barret¹⁵ (BLOOD, 2000).

No início do ano de 1999, Jesse James Garrett, editor do blog *Infosift*¹⁶ fez uma compilação dos sites com o mesmo formato que o seu. A lista registrava 23 blogs e foi chamada de *The Page of Only Weblogs*. Estes blogs foram se interligando entre si através de *links* e os blogueiros passaram a trocar informações. Era a gênese da blogosfera.

¹³ Newsletter é uma espécie de banco de dados de e-mails. Nele, são cadastrados dados básicos, como: nome, e-mail, telefone, que são automaticamente armazenados.

¹⁴ As atualizações de um blog são denominadas de posts.

¹⁵ <http://www.camworld.com/journal/>

¹⁶ <http://jgg.net/retired/infosift/1998/07.html>

1.3 A popularização

Ainda em 1999, o número de blogs alavancou com a criação de serviços de edição e publicação como o *Pitas*¹⁷ e o *Blogger*¹⁸, mudando o panorama do meio e dando início a um processo de popularização. (ORIHUELA, 2005). Além destes, incluí-se no rol dos primeiros editores de conteúdo o *LiveJournal*¹⁹.

Criado em março de 1999 pelo estadunidense Brad Fitzpatrick, o *LiveJournal* surgiu como o primeiro editor de conteúdo dirigido exclusivamente para blogs. Seu maior interesse era comunicar-se com seus amigos. Estes foram os primeiros usuários do *LiveJournal* que, aos poucos, passou a ser utilizado com frequência por adolescentes do Estados Unidos. Bastaram cinco meses para que Brad Fitzpatrick se visse obrigado a criar uma empresa para gerir o *LiveJournal*.

O *Pitas* surgiu em julho de 1999 e se consolidou como o primeiro serviço em que qualquer pessoa podia criar seu próprio blog. Criado pelo canadense Andrew Samles, esse gestor de conteúdos deu uma grande contribuição à popularização dos blogs na medida em que serviu como modelo para a criação de outros sistemas do mesmo tipo.

Já o *Blogger*, originou-se de um sistema de uso interno, criado e gerido pela empresa *Pyra Labs*, nos Estados Unidos. Vendo o grande potencial de comunicação desta ferramenta, os proprietários da empresa Evan Willians, Meg Hourihan e Paul Baucsh inauguraram o *Blogger* em agosto de 1999. (ANTÚNEZ, 2005). Desde então, uma série de sistemas do tipo foram criados e difundidos em todo o mundo.

O principal elemento técnico responsável pela popularização dos blogs, e a base dos portais de gestão de blogs, é conhecido como CMS, ou *Content Management System*. Segundo Antúnez (2005), um CMS é uma ferramenta software que permite o usuário gerir os elementos que compõem um site na web. De maneira dinâmica, ela possibilita a criação de páginas hipertextuais, a redação e edição de textos, além da postagem de fotografias, vídeos e outros arquivos de mídia.

¹⁷ <http://www.pitas.com>

¹⁸ <http://www.blogger.com>

¹⁹ <http://livejournal.com>

Com a criação das ferramentas de gestão de conteúdo, num espaço de poucos meses, os blogs passaram de um privilégio de poucos para, enfim, atingir o grande público. Estes deixaram de ser apenas receptores da informação e passaram a, com uma grande facilidade técnica, dispor de uma tribuna com um enorme potencial de comunicação direta, sem mediações.

Através dos gestores e editores de conteúdo, o processo de criação e manutenção de um blog ficou surpreendentemente simples. Os blogs que outrora só poderiam ser mantidos por programadores ou pessoas que dominassem a linguagem HTML, superaram a barreira da complexidade técnica e dos custos elevados. Desde então, qualquer pessoa pode criar um blog gratuitamente apenas dominando ferramentas simples de edição e gerenciamento.

1.4 Os conceitos

O que faz de um blog um blog? O que o diferencia em formato de outros sites? Estes são questionamentos que devem ser feitos antes de uma análise mais profunda sobre o tema.

Numa conceituação superficial, um blog pode ser caracterizado como uma página hipertextual que exhibe textos em ordem cronológica reversa, ou seja: os textos mais recentes ficam no topo da página. As informações são disponibilizadas em formato de blocos e hierarquizadas de acordo com a sua atualidade.

Outra característica dos blogs é a possibilidade de interação do público leitor através da seção de comentários. Esta ferramenta abre espaço para que o receptor participe das discussões, emitindo opiniões e debatendo com outros leitores sobre qualquer tema. O hipertexto também é uma característica comum aos weblogs, que através de *links*, dialogam com outros blogs e sites externos.

Araújo (2006:32) identificou quatro acepções que são comumente associadas aos blogs. A mais difundida e aceita pelos teóricos é de “uma página na internet com textos ou arquivos dispostos em ordem cronológica – ou, mais especificamente ordem cronológica reversa, no qual o mais recente fica em cima e o mais antigo, no fim da página”.

As outras acepções seriam a de um diário on-line; um conjunto de *links* com comentários; e uma *home page* pessoal na Internet. Araújo (2006) ainda inclui uma quinta acepção, colocando o blog como um espaço de discussão através da ferramenta que permite que o leitor faça comentários.

Blood (2003) concebe como weblog uma página atualizada de maneira freqüente organizada em ordem cronológica reversa, com *links* para outros artigos e *sites* e espaço para comentários.

Na definição proposta por Recuero (2003), os weblogs funcionam como uma ferramenta voltada para criar conteúdo na web de forma dinâmica que tem por base dois aspectos: o microconteúdo (textos curtos e informação no formato de pílulas) e a atualização freqüente.

Orihuela (2005) também acredita que os blogs têm características próprias e que se diferenciam dos outros tipos de *sites* por aspectos como a autoria centralizada, a estrutura cronológica, e os *links* de entrada e saída.

A definição operacional utilizada neste trabalho leva em consideração as acepções propostas por estes autores: consideramos como blog uma página hipertextual com o conteúdo hierarquizado em ordem cronológica reversa. A atualização contínua e o espaço para participação dos leitores, através do sistema de comentários também são características próprias de um blog.

1.5 Os gêneros

Com a popularização a partir de 1999, através da adoção de sistemas de edição e publicação, os blogs passaram a ter usos os mais diversos. Fatores como os baixos custos de produção, a fácil acessibilidade, a rapidez na publicação e a possibilidade de atualização contínua potencializaram a criação de *weblogs* como uma forma de se difundir informações na web.

Um desses usos, muito propalado até os dias de hoje, é o formato de diário virtual, que André Lemos (2002:44) batizou de ciberdiários. Lemos diz que os “ciberdiários, webdiários ou *weblogs* são práticas contemporâneas de escrita *online*, onde usuários comuns escrevem sobre suas vidas privadas, sobre suas áreas de interesse pessoais ou sobre outros aspectos da cultura contemporânea”.

Recuero (2003) pondera afirmando que, apesar da maioria dos blogs se portarem como diários, também surgiram espaços voltados para notícias e comentários na web. E propõe uma classificação para os usos feitos dos blogs:

- a) Weblogs Diários – São os weblogs que se referenciam principalmente à vida pessoal do autor. O seu objetivo não é trazer informações ou discuti-las, mas, simplesmente, relatar fatos cotidianos, como um diário pessoal.
- b) Weblogs Publicações – São weblogs que se destinam principalmente a trazer informação de modo opinativo. Buscam principalmente o debate e o comentário. Alguns possuem um tema central, outros tratam de generalidades.
- c) Weblogs Literários – São os weblogs destinados ou a contar uma história ficcional ou simplesmente, ser um conjunto de crônicas ou poesias com ambições literárias.
- d) Weblogs Clippings – São os weblogs que simplesmente se destinam a ser um apanhado de links ou recortes de outras publicações, com o objetivo de filtrar a informação publicada em outros lugares.
- e) Weblogs Mistos – São aqueles que efetivamente misturam *posts* pessoais e *posts* informativos, com notícias, dicas e comentários de acordo com o gosto e opinião pessoal do autor.”

A classificação proposta por Recuero será um dos pontos de partida para a elaboração deste estudo, principalmente no que toca à classificação dos weblogs quanto aos seus “tipos”. Vale ressaltar que esta é uma abordagem eminentemente operacional, pois não entra na esfera de uma discussão de caráter sociolingüístico nem busca expandir o debate sobre “gêneros”.

1.6 A blogosfera

O teórico Marshall McLuhan afirmava em “Understanding Media: The Extensions of Man” (1964) que a ação dos meios de comunicação está reestruturando as noções de tempo, espaço, sociedade e, por conseguinte, a noção de comunidade. Neste contexto, pode-se dizer que a Comunicação Mediada por Computador (CMC) também segue esta lógica.

De acordo com Recuero (2003), a CMC está afetando a sociedade e influenciando a vida das pessoas através da criação de *comunidades virtuais*. Segundo Palacios (1998, online), há elementos que caracterizam a noção de comunidade como “o sentimento de pertencimento, a territorialidade, a permanência, a ligação entre o sentimento de comunidade, caráter corporativo

e emergência de um projeto comum, e a existência de formas próprias de comunicação”.

O termo “*comunidades virtuais*” possui uma série de acepções. De acordo com Jones (1997) existem dois conceitos para comunidade virtual. Um deles seria o que ele chama de *virtual settlement*, que seria o lugar no ciberespaço ocupado pelas comunidades, como chats, ICQ, IRC, e-mails, etc. O segundo conceito vê a comunidade virtual para além do ciberespaço.

André Lemos (1998, online), faz esta distinção: as comunidades virtuais podem ser “o lugar onde estamos quando entramos em um ambiente virtual”, ou “conjunto de redes de computadores, interligadas ou não, em todo o planeta”.

Os conceitos de comunidades virtuais também podem ser aplicados à blogosfera. Os blogs funcionariam como um *virtual settlement*, um lugar demarcado onde o blogueiro “está”. A interação com outros blogs, através de *links* externos e a interação com o público, formado por outros blogueiros ou não, caracterizaria uma comunidade virtual com vínculos comuns. Recuero (2003) batizou essas comunidades virtuais entre blogueiros de *webring*:

“Utilizamos o termo webring para definir círculos de blogueiros que lêem seus blogs mutuamente e interagem nestes blogs através de ferramentas de comentários. Os blogs são *linkados* uns nos outros e formam um anel de interação diária, através da leitura e do comentário dos *posts* entre os vários indivíduos, que chegam a comentar os comentários uns dos outros ou mesmo deixar recados para terceiros nos blogs”. (RECUERO, 2003: 07)

Os blogs funcionam como o local do blogueiro no ciberespaço. Um grupo de links que se entrelaça formando um webring, um grupo de pessoas que interage entre si, mesmo que não diretamente. Esta interação cria uma espécie de círculo de blogueiros, que discutem os mais diversos assuntos, debatem idéias e ideologias.

O termo “blogosfera” foi criado em 1999 pelo blogueiro Brad L. Graham e é utilizado para definir o universo de blogs (VARELA, 2005). Já a idéia da blogosfera como comunidade virtual começou a se formar a partir da compilação feita por Jesse James Garrett, ainda em 1999. O editor do blog

*Infosift*²⁰ fez um mapeamento e registrou 23 blogs, criando a *The Page of Only Weblogs*. A partir daí, estes blogueiros passaram a se interligar através de *links* e trocar informações entre si. É como se fossem vizinhos que se visitam constantemente, mesmo não se conhecendo pessoalmente.

Estas comunidades vão se formando principalmente através do sistema de comentários dos blogs. Neste espaço, além de fazer comentários, o leitor pode assinar seu nome ou pseudônimo e deixar um link para o seu próprio blog, utilizando as ferramentas da hipertextualidade. A partir daí, outras pessoas terão acesso a este blog, formando círculos de interação. O mesmo blog pode fazer parte de um sem-número de webrings, de acordo com os interesses do seu autor.

Os webrings, deste modo, funcionariam como *virtual settlement* na medida em que se colocam como um local de interação entre leitores, blogueiros e leitores-blogueiros. De acordo com Recuero (2002) “os *webrings* são, portanto, compostos não apenas do *blog*, mas do círculo de *bloggeiros* e seus comentários sobre o *blog* (...), um círculo de pessoas que interagem com alguma frequência através de seus *blogs* e comentários”.

²⁰ <http://jig.net/retired/infosift/1998/07.html>

2. Blogs e jornalismo

Desde o início da popularização da internet, em meados dos anos 1990, o jornalismo vem ocupando espaços na rede mundial de computadores. Fatores como os baixos custos de produção e possibilidade de atualização contínua fizeram com que, paulatinamente, a internet passasse a ser utilizada como um novo espaço para a prática jornalística. Com o surgimento dos weblogs, poucos anos depois, o jornalismo foi se fortalecendo através deste novo meio. Os chamados blogs jornalísticos se encaixariam nas “Publicações Eletrônicas”, de acordo como a classificação proposta por Recuero (2003). São blogs dedicados prioritariamente à informação através de notícias, notas e comentários sobre determinado assunto.

Segundo o blogueiro norte-americano Hugh Hewitt (2007: 9) “os blogs chamaram a atenção pela primeira vez quando invadiram com pompa e circunstância a seara da política e do jornalismo”. Esta convergência entre jornalismo e a blogosfera foi se fortalecendo nos primeiros anos do século XXI, com a realização de coberturas de fatos importantes. Dentre estas coberturas realizadas pelos weblogs, três delas se destacam: os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001, a da Guerra no Iraque, deflagrada em 2003, e as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2004 (HEWITT, 2007).

Aos poucos, os weblogs foram alçados a condição de protagonistas na cobertura jornalística, principalmente nas áreas da política, economia e notícias internacionais. Os blogs ganharam importância no cenário jornalístico, inclusive dando furos de reportagem em jornais, rádios e redes de televisão. Segundo os estudos de Quadros, Rosa e Vieira (2005), o primeiro furo de reportagem de um blog aconteceu em 1998, quando o escândalo entre o então presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, e a sua estagiária, Mônica Lewinsky, foi revelado no blog do jornalista norte-americano Matt Drudge. Na época, o blog foi desqualificado, sendo classificado como “panfleto digital”.

A partir desta popularização dos blogs como um espaço para a prática jornalística, alguns repórteres ligados a grandes corporações de comunicação passaram a criar os seus próprios blogs, gerando polêmica e certo desconforto nas redações. Um exemplo disso foi o caso do jornalista Kevin Sites. Em 2003,

ele foi forçado a fechar o seu blog, em que dava notícias e contava a sua experiência na Guerra do Iraque. A pressão veio da rede de televisão estadunidense CNN, do qual Kevin Sites era correspondente de guerra.

Ao mesmo tempo, a relação entre os blogs e o jornalismo passou a ser um tema estudado nas universidades por autores como Recuero (2003), Blood (2004), Gillmor (2005) e Orihuela (2005). Os weblogs começaram a ser tratados como um novo fenômeno midiático, gerando os mais distintos questionamentos. Neste capítulo, vamos analisar as relações entre a blogosfera e o jornalismo, levando em conta as definições, opiniões e apontamentos dos autores estudados.

2.1 Blogs e jornalismo: um breve histórico

O uso dos weblogs para a prática jornalística começou a se popularizar a partir da década de 2000, com a realização de coberturas relevantes de fatos importantes da política internacional. Nos Estados Unidos, onde a blogosfera se desenvolveu com mais rapidez, os weblogs foram se colocando como uma importante fonte de informações para os consumidores de notícias na web e para os leitores em geral.

Nesta época, os blogueiros já previam e potencializavam a influência que os blogs viriam a ter no futuro. Exemplo disso foi uma aposta feita entre o blogueiro Dave Winer e Martin Nisenholtz, então editor do *The New York Times* na web. Winer garantia que, em cinco anos, o jornalismo praticado por blogueiros iria ser mais informativo e ter mais influência do que um jornal como o *The New York Times*. (Brocanelli, 2002).

Passados os cinco anos, os blogs ganharam importância e projeção, se firmando como importantes fontes de informação. No entanto, é possível afirmar sem medo que, mesmo com ascensão dos weblogs, Nisenholtz parece ter levado a melhor nesta aposta. De fato, os jornais vêm perdendo espaço para outras fontes de informação como os weblogs, por exemplo. No entanto, os jornais ainda se mantêm como um dos mais influentes meios de comunicação, mostrando que as previsões de morte dos jornais que circulam desde o início da popularização da internet são bastante prematuras.

A primeira grande cobertura jornalística em que os blogs tiveram um papel relevante aconteceu a partir de 11 de setembro de 2001, quando houve os ataques terroristas às torres do World Trade Center, em Nova York, e ao Pentágono, em Washington. De maneira ainda incipiente, os blogs trouxeram informações valiosas num momento em que grande parte da imprensa ainda se encontrava atarantada diante do fato histórico. As coberturas dos blogs, inclusive, traziam relatos de pessoas que presenciaram os atentados e viveram momentos de pânico, marcando claramente uma característica dos weblogs enquanto espaços informativos: sua capacidade de rápida agregação de “testemunha” e relatos “em primeira mão”, uma característica que, de modo geral, vem sendo associada ao “jornalismo cidadão” (GILLMOR, 2004).

Em 2003, quando os Estados Unidos e Reino Unido declararam guerra ao Iraque, os blogs também tiveram grande importância na cobertura do *front*. Nesta época, surgiram no ciberespaço os *warblogs*, específicos para cobertura da guerra, sob os mais distintos pontos-de-vista. Entre estes, figuravam blogs de jornalistas e correspondentes internacionais presentes no Iraque, com o respaldo das suas empresas de comunicação.

Do outro lado, havia blogs como o *Salam Pax*²¹, editado por um suposto iraquiano residente em Bagdá. Inaugurado no final de 2002, o *Salam Pax* relatava o cotidiano do país em guerra e, rapidamente, se tornou um dos blogs mais populares e controversos da blogosfera de guerra. Muitos dos leitores duvidavam da legitimidade das informações e até da existência do blogueiro. Outro blog produzido no *front* e sem o respaldo de grandes jornais foi o *Back to Iraq 2.0*²², de Christopher Albritton. O jornalista esteve na região da guerra entre 27 de março e 22 de abril com o objetivo de fazer uma cobertura da guerra de um ponto-de-vista dito independente (Recuero, 2003).

Já em 2004, foi a vez dos blogs chegarem com força na cobertura das eleições presidenciais dos Estados Unidos. Quatro anos antes, na disputa entre George Bush e Al Gore, os blogs ainda não tinham tanta popularidade, se portando de maneira discreta na cobertura eleitoral. Na disputa entre George Bush e John Kerry, no entanto, os blogs conquistaram credibilidade e influência no noticiário eleitoral com cobertura de bastidores, além de apurações mais

²¹ <http://www.guardian.co.uk/irak/story/0,2763,966819,00.html>

²² <http://www.back-to-iraq.com>

aprofundadas, que resultaram em furos jornalísticos. A cobertura das convenções dos partidos democrata e republicano e a análise ao vivo dos debates televisivos se mostraram um grande chamariz de leitores, como mostra o blogueiro Hugh Hewitt:

“Entre 6h de 30 de setembro de 2004 e 6h de 1° de outubro de 2004, HughHewitt.com teve mais de 130 mil acessos. Isto porque, na noite do dia 30, houve o primeiro debate presidencial entre George W. Bush e John Kerry, e as pessoas queriam minha visão do cenário político antes e depois do debate, bem como uma análise continuada ao longo do confronto entre os candidatos”. (HEWITT, 2007: 13)

Além disso, a chegada da blogosfera na cobertura eleitoral marcou a ascensão de alguns blogs como meios informativos com influência e credibilidade, mas fora do *mainstream* da grande mídia. Um dos episódios mais marcantes da disputa Bush-Kerry acontece quando blogs como o *JustOneMinute*²³, *PowerLine*²⁴, *Instapundit*²⁵, entre outros, deram detalhes de quando John Kerry serviu ao exército americano, no Vietnã. Os blogueiros desmentiram o candidato democrata, que em seus discursos dizia que havia passado o natal de 1968 na guerra, dentro da fronteira do Camboja, e que havia sido alvejado por aliados sul-vietnamitas (HEWITT, 2007).

Episódios como este deram, além de audiência, um status de credibilidade a alguns blogs norte-americanos. Isso em um momento em que a imprensa tradicional sofria uma crise de confiabilidade, a despeito do descrédito gerado pelo caso Jayson Blair, repórter do *The New York Times* que plagiava informações em suas reportagens. Desde então, os blogs passaram a condição de protagonistas não só na cobertura eleitoral como na participação efetiva em algumas campanhas. Exemplo disso foi a ação de um grupo de weblogs batizado por Hugh Hewitt de *Northern Alliance of Blogs*, do Minnesota, que produziu eventos, atraiu patrocinadores e arrecadou fundos para candidatos.

²³ <http://justoneminute.typepad.com/>

²⁴ <http://www.powerlineblog.com/>

²⁵ <http://www.instapundit.com>

2.2 Blogs podem fazer jornalismo?

Uma das principais discussões fomentadas pela convergência entre os weblogs e a comunicação é se os blogs podem ser utilizados como espaço para a prática jornalística. Uma gama de autores trouxe esta discussão à tona, com as mais diversas e divergentes opiniões sobre o tema. Existem estudiosos que acreditam que os blogs não só podem ser utilizados como um espaço para jornalismo como potencializam esta prática através principalmente da interação com os leitores. Do outro lado, outros autores resistem à idéia, relegando aos blogs um caráter de amadorismo.

De acordo com Araújo (2006), grande parte desta discussão se dá principalmente por conta do caráter polissêmico tanto do termo “blog”, como já explicado no primeiro capítulo deste trabalho, quanto do termo “jornalismo”. Esta visão é compartilhada por Rebecca Blood (2004). Na sua argumentação, a pesquisadora caracteriza a polissemia do termo “jornalismo” com uma comparação um tanto esdrúxula, mas com um fundo de verdade. Segundo ela, “journalism, it seems, is like pornography. The specific definition varies from person to person, but in general, you know it when you see it²⁶”. De acordo com o teórico alemão Otto Groth (*apud* ARAÚJO, 2006), o jornalismo pode ser definido através de seis características: periodicidade, aparição pública, diversidade de conteúdo, interesse geral, atualidade, além de ser uma produção profissional. Este conceito coloca o jornalismo como um tipo de discurso cuja finalidade seria o “fazer-saber”.

Num conceito proposto por Beltrão (1960: 40), o “jornalismo é a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum”.

Por conta do teor polissêmico da palavra e por não haver um consenso entre os teóricos sobre o conceito de jornalismo, não vamos nos aprofundar nesta discussão, por entendermos que ela não faz parte do foco da pesquisa.

²⁶ “Jornalismo é como pornografia. A definição específica varia de pessoa para pessoa, mas, em geral, você reconhece quando vê”

Esta grande quantidade de acepções que pode ser dada às palavras “blog” e “jornalismo” acaba por gerar um sem-número de opiniões e argumentos. É necessário, então, questionar qual seria o foco deste debate.

O professor da *UCE Birmingham* e blogueiro Paul Bradshaw (2007) dá uma pista sobre o verdadeiro foco desta querela. Por ser Bradshaw, além de blogueiro, também professor e pesquisador em jornalismo online, ele costuma receber uma grande quantidade de e-mails de estudantes com dois questionamentos: a) se ele considerava a produção dos blogs uma forma de jornalismo; e b) como os blogs poderiam ter credibilidade, já que em sua grande maioria estes não são produzidos e editados por jornalistas profissionais, além de não serem guiados pelos princípios éticos da profissão.

Em seu blog²⁷, Bradshaw foi bastante direto em suas respostas, num *post* com o título “Stop asking me “Is blogging journalism?”²⁸”. Ele classifica o blog como uma plataforma, que pode ser utilizada para a prática jornalística ou não. E coloca este questionamento como uma maneira de “confundir forma com conteúdo”. Além disso, Bradshaw usa outros exemplos para ilustrar a discussão: “Is television a form of journalism? Are words on a page a form of journalism? Are sounds a form of journalism?”²⁹

Sobre a questão da credibilidade, o blogueiro defende que, em muitos casos, os blogs podem ter mais credibilidade do que outros meio de comunicação, desde que esta reputação seja construída através do tempo. Um blog que conta com certa tradição, experiência e que traz para o leitor notícias em primeira mão e análises sobre o tema, vai construindo a sua credibilidade ao longo de tempo. Além disso, Bradshaw cita exemplos de que, mesmo sendo produzidos por jornalistas, muitos meios de comunicação não são dotados de credibilidade, vide alguns dos tablóides.

Sobre a questão ética, Bradshaw afirma que nem todos os jornalistas são instruídos sobre os princípios que regem sua profissão. Além disso, ele lembra que a observância de princípios éticos e valores morais não é exclusividade de jornalistas profissionais. Nesse ponto, Bradshaw apresenta

²⁷ <http://onlinejournalismblog.wordpress.com/>

²⁸ “Parem de perguntar se *blogging* é jornalismo”

²⁹ “Televisão é uma forma de jornalismo? Palavras em uma página são uma forma de jornalismo? Sons são uma forma de jornalismo?”

uma visão bastante próxima da defendida pelo jornalista brasileiro Cláudio Abramo (1988), que sustenta a tese da “ética do marceneiro”. Segundo Abramo, a ética não deve ser restrita a uma profissão específica, ela representa um conjunto de princípios que devem reger as pessoas dos mais diferentes ofícios.

Outrossim, a discussão sobre a prática jornalística nos blogs se mantém viva. E não deixa de ser relevante. A convergência entre blogs e jornalismo continua gerando uma intensa discussão sobre o tema, tanto nos meios acadêmicos como no próprio ciberespaço. Há quem resista e quem apóie a idéia do blog como uma prática jornalística.

Numa visão otimista como a de Orihuela (2005: 27), o blog é uma forma de intervenção no jornalismo tradicional, “se convertendo em um sistema de controle e crítica dos meios tradicionais, funcionando como um local de ressonância da opinião política da Web”. E pontua as múltiplas funções da blogosfera, neste novo cenário da comunicação:

“Un filtro social de opiniones y noticias, un sistema de alerta temprana para los medios, un sistema de control y crítica de los medios, un factor de movilización social, un nuevo canal para las fuentes reconvertidas em medios, un nuevo formato aplicable em las versiones electrónicas de los medios tradicionales para coberturas de continuidad, catástrofes y accidentes, un gigantesco archivo que opera como memoria de la Web, el alimento privilegiado de los buscadores por su renovación constante y su alta densidad de enlaces de entrada u de salida, y, finalmente, la gran conversación de múltiples comunidades cuyo anclaje común es el conocimiento compartido”. (ORIHUELA, 2005: 27)

O jornalista norte-americano Dan Gillmor (2004), no seu livro *We The Media* apresenta a idéia de blogosfera como “uma nova era no jornalismo”. Com os weblogs, o leitor deixaria ser passivo para participar do processo de construção da informação. Segundo Gillmor, os blogs são uma maneira “extremamente democrática de se fazer jornalismo”, são um espaço onde todos têm direito a produzir, ter acesso e compartilhar informações. Defensor da idéia do jornalismo participativo, Gillmor acredita que as novas tecnologias trazem uma série de benefícios à prática jornalística:

“If my readers know more than I do (which I know they do), I can include them in the process of making my journalism better. While there are elements of open source here, I’m not describing an entirely transparent process. But new forms of journalistic tools, such as the

Wiki (...), are entirely transparent from the outset. More are coming.” (GILLMOR, 2004: online)³⁰

O blogueiro Hugh Hewitt (2007) corrobora com a idéia, apresentando o advento dos blogs como uma verdadeira revolução que cria uma nova era nos meios de comunicação. Hewitt centra fogo na crítica aos meios de comunicação tradicionais, afirmando com veemência que estes estão perdendo espaço para as novas mídias, em especial, a blogosfera. Numa comparação com a reforma protestante do século XVI, o blogueiro afirma que a velha guarda da mídia está em uma situação muito semelhante à da Igreja Católica Romana quando Lutero se ergueu para questionar a autoridade do papa.

Por outro lado, existem os críticos dos blogs como prática jornalística. Estes vão argumentar que a informalidade e o amadorismo fazem com que os blogs se tornem um emaranhado de expressões pessoais, sem relações com a prática do jornalismo.

Uma das principais defensoras desta visão é Rebecca Blood. De acordo com a autora, a afirmação de que “o blog é uma nova forma de jornalismo”, deve ser trocada pela idéia de que “às vezes, alguns blogs fazem jornalismo”. Ela admite que existam algumas similaridades entre o conteúdo e prática de alguns blogs e a produção jornalística de um jornal, por exemplo. No entanto, Rebecca Blood é bastante enfática quando argumenta que o conteúdo dos blogs é marcado pela escassez de fontes, a ausência de edição e um caráter de parcialidade:

“What weblogs do is impossible to traditional journalism to reproduce, and what journalism does is impractical to do with a weblog. (...) Weblog have no gatekeepers. (...) Webloggers do not employ facts checkers, and they answer for no one but only themselves. Neither do webloggers generally produce their own articles about the events in their community, at least not the kind of articles that newspapers and magazines produce.” (BLOOD, 2001:19)³¹

³⁰ “Se os meus leitores sabem mais do que eu (o que eu acho que sim), posso incluí-los no processo de fazer o meu jornalismo melhor. Enquanto existem aqui elementos de fontes abertas, não estou descrevendo um processo inteiramente transparente. Mas novas formas de ferramentas jornalísticas como o *Wiki* (...), são inteiramente transparentes desde a sua origem. Mais está vindo”.

³¹ “É impossível ao jornalismo tradicional reproduzir o que os weblogs fazem e é impraticável um weblog fazer o que o jornalismo faz. (...) Weblog não têm *gatekeepers*. (...) Blogueiros não checam os fatos, e eles respondem somente a si mesmos. Geralmente, os blogueiros também produzem seus próprios artigos sobre eventos das suas comunidades, pelo menos não um tipo de artigo que jornais e revistas produzem”.

O blogueiro e jornalista Ricardo Noblat faz um contraponto ao ponto-de-vista de Rebeca Blood. Em um artigo publicado no *site* Observatório da Imprensa³², Noblat argumenta que a personalização faz com que o blogueiro se torne mais rigoroso na apuração e checagem dos fatos. Ele diz que, ao contrário dos meios tradicionais, em que um erro pode ser creditado a várias pessoas como repórteres, editores e diagramadores, no blog, o erro é de uma pessoa só: o blogueiro.

2.3 Os gêneros jornalísticos

Outra importante discussão sobre a prática jornalística nos blogs refere-se ao tipo de jornalismo se faz nesta nova plataforma. A discussão sobre gêneros (jornalísticos, literários, conversacionais, etc.) constitui uma complexa área de estudos, com suas especificidade e com suas diferentes abordagens e definições do próprio objeto de estudo (gênero). Neste trabalho, não entraremos em detalhes sobre essa área temática, porém vale ressaltar que os blogs vêm sendo sistematicamente pesquisados através de uma perspectiva que objetiva justamente discutir seu status enquanto possível novo gênero, inclusive jornalístico. Este debate é realizado de maneira mais aprofundada por autores como Miller e Shepherd (2004), Seixas (2004) e Baltatzis (2006).

Paralelamente a esse debate, de caráter lingüístico, associado à área da Análise de Discurso, há uma outra forma de abordagem, mais operacional, que busca classificar “tipos” de blogs, que é apresentada, em linhas gerais, a seguir.

Autores como Dan Gillmor (2004, online) acreditam que existe uma nova forma de jornalismo sendo feita pelos blogueiros. Outros estudiosos, como Araújo (2006), questionam se o jornalismo praticado nos blogs não seria uma mera reprodução de práticas dos jornais impressos e online.

De acordo com Araújo (2006: 28), os blogs funcionam como uma página de hipertexto que vem sendo utilizada por profissionais do jornalismo de duas maneiras. Uma delas é o chamado “diário público” onde os profissionais fazem

³² <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>

do blog um espaço no qual são relatados de forma cronológica, os acontecimentos do dia-a-dia. Lá, são registradas “opiniões, impressões, confissões, meditações, esboços de textos e/ou comentam-se os mais variados assuntos, ou ainda onde se transcrevem textos alheios”. O outro tipo seria uma espécie de coluna, nos moldes das que são produzidas e publicadas em revistas e jornais, só que com um “estilo caracterizado frequentemente como mais informal do que o do restante da publicação”.

O blogueiro Hugh Hewitt propõe uma classificação próxima a de Araújo, distinguindo os blogs também em dois tipos: Os *simples agregadores*, que funcionariam como uma coleção de *links*, onde o blogueiro seria uma espécie de editor, filtrando a informação disposta na Web da maneira que lhe convém. Os *analistas*, que escreveriam sobre os assuntos em voga, apresentando os seus pontos-de-vista e opiniões sobre os mais diversos temas, tal qual um colunista. Esta será a classificação adotada neste trabalho.

A prática do “colunismo” nos blogs é comumente tratada pelos estudiosos da área. De fato, em muitos blogs o formato e o estilo de texto são bastante próximos ao das colunas assinadas em jornais e revistas. A própria personalização do espaço, com a utilização de adjetivos e pontos-de-vista pessoais, seria um dos fatores que mais aproximariam blogs e colunas. Um estudo realizado pela pesquisadora Isabel Travancas (2000) traz uma definição do que seria o colunismo, creditada a um dos principais colunistas sociais do jornalismo brasileiro – Ibrahim Sued.

Segundo Sued (*apud* TRAVANCAS, 2000), uma coluna é

“um mosaico, estruturado por unidades curtíssimas de informação e opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência. Na verdade, a coluna cumpre hoje uma função que foi peculiar ao jornalismo impresso antes do aparecimento do rádio e da televisão: o furo. Procura trazer fatos, idéias e julgamentos em primeira mão, antecipando-se à sua apropriação pelas outras seções dos jornais, quando não funciona como fonte de informação” (SUED *apud* TRAVANCAS, 2000, online).

Ibrahim Sued defende a relevância desse tipo de jornalismo: “Ninguém pode negar que o colunismo na imprensa brasileira é uma especialidade imprescindível nos tempos atuais (...). Contribuímos para transformar esse gênero do jornalismo, que até então era um simples 'bico' para aqueles que o

praticavam em uma profissão honesta, honrada e valiosa dentro da nossa imprensa." A pesquisadora Isabel Travancas cita a busca pelo furo jornalístico e a cobertura dos bastidores do fato como características inerentes a uma coluna. Características estas, presentes em grande parte dos blogs jornalísticos.

Por outro lado, o uso dos blogs como "filtro jornalístico" também é defendido por uma gama de autores. Na classificação proposta por Hugh Hewitt (2007), estes blogs se encaixariam na categoria "simples agregadores", um conjunto do qual o blogueiro seria uma espécie de editor, filtrando a informação disposta na Web da maneira que lhe convém. Seguindo a categorização de Recuero (2003), estes seriam considerados "weblogs clippings", ou seja, um apanhado de links ou recortes de outras publicações, com o objetivo de filtrar a informação publicada em outros lugares. Como se vê, apesar das distintas denominações, a "função filtro" de uma categoria de blogs é levada em conta pelos dois autores.

Desde o advento dos primeiros blogs que esta "função filtro" é evidenciada em alguns blogs. O *Robot Wisdom Weblog*, já exercia esta função escolhendo notícias de diversos periódicos. Neste caso, o objetivo do blogueiro era, baseado na credibilidade e na opinião do autor, oferecer uma espécie de seleção de informações.

Ainda em 2000, Rebeca Blood chamava a atenção para a existência de um *filter-style* nos weblogs. A autora parte da premissa de que, com uma quantidade inimaginável de informações dispostas na Web, os blogueiros atuam como um filtro humano e racional destes dados. Apesar de considerar estes filtros como uma vantagem para o leitor, a pesquisadora chama a atenção para o caráter personalista deste tipo de seleção e cita como exemplo a produção de seu próprio blog, o *Rebecca's Pocket*³³, em que estão expostos os seus interesses pessoais através dos temas dos *posts*.

Esta "filtragem", em muitos casos, atende à crescente tendência de fragmentação da audiência. Filtrar é uma forma de estabelecer "nichos" na ecologia da circulação e consumo de informação. Por exemplo, o imenso cabedal de notícias sobre lançamentos ou avanços tecnológicos é filtrado em

³³ <http://www.rebeccablood.net/>

termos de “nichos de interesse”: tecnologias móveis, tecnologias para usuários de McIntosh, tecnologias de áudio, tecnologias aplicadas à educação, saúde, segurança, etc.

Esta tendência de segmentação é observada em um sem-número de blogs, inclusive na blogosfera brasileira, que será analisada de maneira mais aprofundada no próximo capítulo.

3. Os Blogs no Brasil

No mesmo ano em que John Barger, no seu *site Robot Wisdom*, criou a denominação “Weblog”, surgiu no Brasil aquela que é considerada a primeira página hipertextual em ordem cronológica reversa com as características de um blog: o Blue Bus³⁴ (ARAÚJO, 2006). Foi em 30 de dezembro 1996 que foi disponibilizado o primeiro blog brasileiro, com bases no projeto editorial de um blog norte-americano homônimo, hoje desativado. O *Blue Bus* está em funcionamento até hoje e é caracterizado por um emaranhado de *links* que dão acesso a matérias em canais internos do site. Além disso, o blog não disponibiliza espaço para comentários dos leitores.



Fig. 2: Atual interface do blog Blue Bus.

Uma reportagem do jornal *Folha de S. Paulo*, datada de fevereiro de 2005 e assinada pelo colunista Nelson de Sá, traz registros dos outros blogs pioneiros no Brasil. Um exemplo é o *White Noise*, blog escrito em inglês pela gaúcha Viviane Menezes, datado de fevereiro de 1998 e atualmente desativado. Outro blog destacado como pioneiro foi o *Diário da Megalópole*, iniciado em março de 98 e também já fora do ar. Este blog pertencia a Nemo

³⁴ <http://www.bluebus.com.br>

Nox, blogueiro hoje destacado por ter vencido o prêmio de melhor weblog da *Deutsche Welle*, estatal de comunicação da Alemanha. A premiação aconteceu em 2004 e coroou o blog *Por um Punhado de Pixels*³⁵, em funcionamento até hoje.

A blogosfera cresceu de maneira exponencial após a chegada dos serviços de edição e publicação como o *Pitas* e *Blogger*. O estudo *State of Blogosphere*, realizado pelo site Technorati e datado de março de 2007, confirma este crescimento. Atualmente a blogosfera tem em torno de 72 milhões de weblogs. Os números podem ser conferidos no gráfico abaixo:

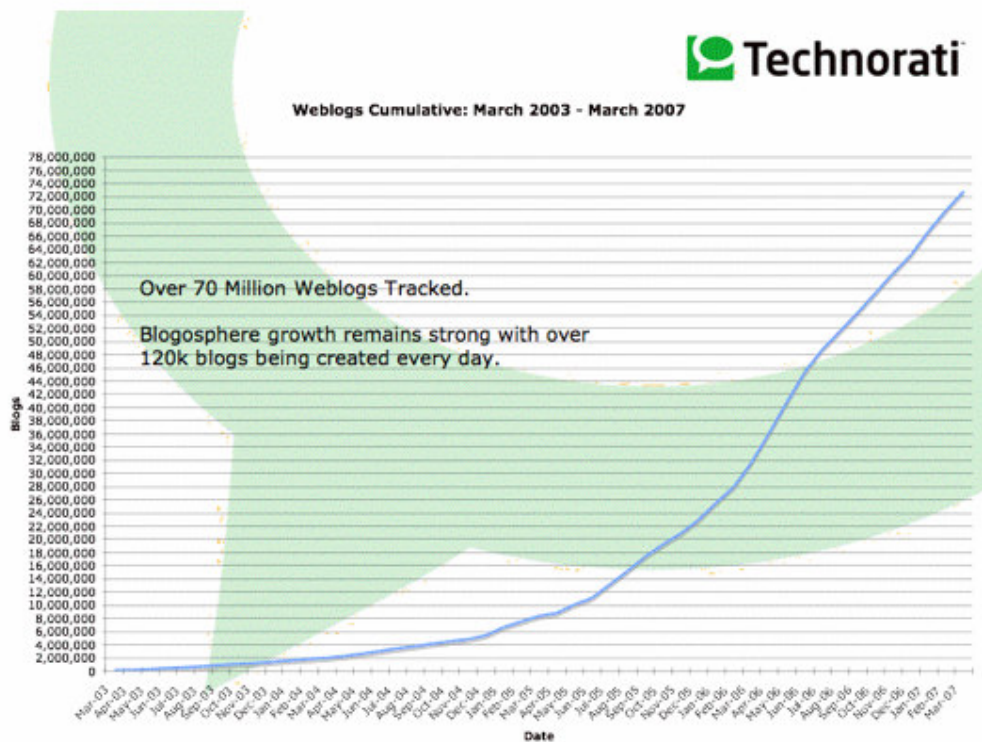


Fig. 3: Gráfico do Technorati mostra o crescimento da blogosfera.

Os serviços de edição e publicação de weblogs começaram a se popularizar no Brasil principalmente depois de 2001. Em maio daquele ano, entrou no ar o *Weblogger*³⁶, sistema de publicação de blogs pertencente ao servidor e portal *Terra*³⁷, que logo ganhou popularidade. Em 2002, foi a vez do

³⁵ <http://www.nemonox.com/ppp/>

³⁶ <http://www.weblogger.com.br>

³⁷ <http://www.terra.com.br>

Blogger produzir a sua versão brasileira³⁸, de propriedade da Globo.com³⁹. O serviço oferecido pelo portal das Organizações Globo atualmente é pago e exclusivo para os assinantes da Globo.com. A versão internacional, no entanto, dispõe de uma versão gratuita, mas com restrição aos recursos disponibilizados.

3.1 O jornalismo incorpora o blog

Desde o início da década de 2000, a blogosfera brasileira, paulatinamente, passou a ser utilizada para fins jornalísticos. Segundo Cunha (2006), a convergência entre os blogs e o jornalismo se deu a partir do momento em que esta nova plataforma passou a ser utilizada pelos profissionais das redações do país. De início, estes jornalistas criavam e alimentavam os seus blogs de maneira independente, sem nenhuma relação direta com as empresas de comunicação em que trabalhavam.

Aproveitando-se da credibilidade que fora construída ao longo das suas carreiras, os jornalistas passaram a criar os seus blogs particulares. Neste novo meio, no entanto, eles gozavam de uma liberdade editorial limitada somente pela legislação vigente, sendo seus próprios editores nos blogs, podendo, portanto, manter um estilo pessoal, tanto na forma quanto nos vieses de seleção e interpretação do conteúdo. Neste caso, não havia a necessidade de seguir nenhuma linha editorial específica, como nos meios de comunicação tradicionais.

Um dos primeiros registros de blogs relacionados ao jornalismo foi o *No Mínimo*⁴⁰, datado de 2001. O blog pertencia ao site homônimo, mas que na época era chamado somente de *No* (ARAÚJO, 2006). O blog *No Mínimo*, originalmente também surgiu com outro nome: até 2002, se chamava *O que há* e era produzido pelo jornalista Pedro Doria, com a colaboração de Thaís Aguiar. O *O que há*, no entanto, não possuía todas as características de um blog. Apesar de ser uma página hipertextual com textos em “formato pílula”, o

³⁸ <http://www.blogger.com.br>

³⁹ <http://www.globo.com>

⁴⁰ <http://www.nominimo.com.br>

site não hierarquizava as informações em ordem cronológica reversa. Com um novo projeto editorial, o site *No* passou ser chamado de *No Mínimo*, em junho de 2002. Um mês depois, estreava o blog *No Mínimo*, comandado por Pedro Doria. Desta vez, os textos passaram a ser organizados em ordem cronológica reversa e foi criado um espaço para comentários dos leitores.

O ano de 2002 também foi marcado pela estréia do blog *Observatório da Imprensa (Bloi)*, ligado diretamente ao site homônimo⁴¹, no ar desde 1996 com o objetivo de analisar e discutir a prática do jornalismo no Brasil. (ARAÚJO, 2006) Os textos seguiam a hierarquia de ordem cronológica reversa e existia espaço para comentários dos leitores. Além disso, os textos publicados no *Bloi* eram assinados por diversos autores. Atualmente o *Bloi* está desativado, mas o site *Observatório da Imprensa* conta com outros quatro blogs: *Em cima da mídia*⁴², *Verbo solto*⁴³, *Código aberto*⁴⁴, *AgroPauta*⁴⁵.

Araújo (2006) ainda aponta outros exemplos de blogs que se aproximavam do estilo das redações, no início da sua pesquisa, em 2003. Entre eles figuram o próprio *Blue Bus*, além do *InternETC*⁴⁶, *Gazeta sem Notícias*⁴⁷, *Blig do US*⁴⁸ e a seção *Código da fonte do UOL*. Este último, encerrado ainda em 2003. Desde então, um sem-número de jornalistas brasileiros passaram a editar os seus próprios blogs. Como exemplos podem ser citados os blogs de Juca Kfour⁴⁹, comentarista esportivo da *ESPN Brasil*, Marcelo Tas⁵⁰ e Paulo Markun⁵¹, jornalistas da *TV Cultura*.

Um dos primeiros jornalistas profissionais a editar seu próprio blog no Brasil foi Ricardo Noblat⁵². Criado em março de 2004, este blog inicialmente serviu como uma espécie de anexo da coluna política dominical que o jornalista escrevia para o periódico *O Dia*. A idéia, segundo o próprio blogueiro, era ter

⁴¹ <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>

⁴² http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=4

⁴³ http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=3

⁴⁴ http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=2

⁴⁵ http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=6

⁴⁶ <http://cora.blogspot.com>

⁴⁷ <http://gazeta.blogspot.com>

⁴⁸ <http://bligus.blig.ig.com.br>

⁴⁹ <http://blogdojuca.blog.uol.com.br>

⁵⁰ <http://marcelotas.blog.uol.com.br>

⁵¹ <http://blog.paulomarkun.com.br>

⁵² <http://www.noblat.com.br>

um local onde despejar as “notícias cavadas no início da semana [que] acabavam envelhecendo antes que a semana terminasse” (NOBLAT: 2005, online). O blog seguiu neste formato até o *site* do jornal *O Dia* ser desativado. A partir daí, Noblat resolveu manter o blog de forma independente, tecnicamente atrelado ao portal IG, até ser incorporado pelo *site* do *Estado de S. Paulo*, em outubro de 2005, e posteriormente migrar para *O Globo*, em janeiro de 2007.

“Quando a página de *O Dia* foi extinta, imaginei que deveria também extinguir o blog. Só não o fiz a pedido de algumas pessoas que viam futuro nele. Eu ainda não via. E sentia falta do meio impresso onde vivi os últimos 37 anos. Em setembro, ao instalar um medidor de audiência no blog, comecei a me dar conta de que o passatempo deixara de ser apenas passatempo. O blog foi acessado em outubro por 151.465 visitantes únicos. Em novembro, por 100.715. E em dezembro por 106.685”. (NOBLAT: 2005, online)

Durante este intervalo entre *O Dia* e *O Estado de S. Paulo*, Noblat passou a atuar em seu blog de maneira independente, sem ligação com qualquer empresa jornalística e, utilizando-se da credibilidade que construiu ao longo de sua carreira, foi conquistando novos leitores.

3.2 Blogs Jornalísticos como protagonistas

Quando Ricardo Noblat decidiu permanecer editando o seu blog, o cenário político brasileiro se encontrava dentro da normalidade, e o blog seguiu fazendo uma cobertura jornalística dos fatos ordinários. No entanto, com a chegada das eleições municipais em 2004 e a eclosão da crise política causada pelo escândalo do “mensalão”⁵³, em 2005, o blog do jornalista foi alavancado em número de visitantes.

⁵³ O escândalo do mensalão eclodiu em junho de 2005, quando o então deputado federal Roberto Jefferson denunciou um esquema de pagamento de uma “mesada” para um grupo de deputados federais por parte do governo federal. Como contrapartida ao pagamento, os deputados votariam em favor dos projetos de interesse do governo.

Fig. 4: Blog do jornalista Ricardo Noblat.

Especialmente no auge da crise política, o blog no Noblat foi alçado a condição de um dos meios de comunicação mais influentes na esfera jornalística (ESCOBAR, 2006). O blogueiro passou a ser um importante formador de opinião, fazendo comentários em rádios e tendo seus textos do blog replicados em vários jornais impressos brasileiros. Ao mesmo tempo, o blog também passou a ser referência no meio político. Exemplo disso foi a ocasião em que o senador Eduardo Suplicy reconheceu ter alterado o seu voto em favor da criação da CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) dos Correios após ter lido comentários de leitores do blog do Noblat.

Escobar (2006: 7) acredita que “Noblat com seu blog independente era um elemento novo que acabou sendo ‘aceito’ pelos demais integrantes deste sistema midiático”. Neste contexto, pode-se dizer que o Blog do Noblat se tornou uma ferramenta que impulsionou outros jornalistas, em especial os analistas políticos, a criarem seus próprios weblogs.

É importante ressaltar que além de ser aceito pelos veículos jornalísticos tradicionais, os blogs se transformaram em um poderoso meio de comunicação influenciando, inclusive, as rotinas produtivas da grande imprensa. É cada vez mais comum que um blog, aproveitando as características de atualização contínua e instantaneidade, traga as notícias em primeira mão, dando furos de reportagem em redes de televisão, rádios e jornais. De acordo com Quadros,

Rosa e Vieira (2005: 11), os blogs se portam como “um novo tipo de jornalismo, onde o mais importante não é como a matéria foi produzida, se foi um repórter que apurou os dados diretamente com a fonte, se é uma cópia do que os demais veículos publicaram... O que importa é a informação”.

Além disso, também é bastante corriqueiro os grandes portais jornalísticos utilizarem informações apuradas por blogs na construção do seu conteúdo. Isto se dá, principalmente, quando o blogueiro é uma personalidade que tenha reconhecimento perante a sociedade, um formador de opinião. Neste caso, o blogueiro pode ser um jornalista, artista, político, etc.

Ademais, a convergência dos blog como jornalismo permitiu o uso de uma gramática jornalística diferenciada na construção dos textos. Esta nova plataforma deu espaço a um estilo de texto próprio de coluna, muito comum nos jornais e revistas tradicionais. Contudo, neste caso, há o diferencial da atualização constante e de uma relação direta com o leitor através do sistema de comentários (ESCOBAR, 2006). Desta maneira, o blogueiro-jornalista acabou herdando os leitores da sua coluna em formato impresso ganhando outros: os leitores de blogs e de notícias na web.

Esta gramática jornalística diferenciada pode ser tomada como uma guinada a um jornalismo mais interpretativo e opinativo. A linguagem impessoal, os textos normalmente curtos aliado à atualização freqüente fizeram com que os blogs revitalizassem tanto a informação disposta na internet quanto o próprio jornalismo. Numa análise de blogs jornalísticos feita pela pesquisadora Suélen Junges (2005), ficou constatado que o jornalismo interpretativo e opinativo estavam presentes em 100% dos *posts*, sendo que o gênero opinativo salientou-se em 50% dos *posts* analisados. Neste caso, pode-se afirmar que os gêneros jornalísticos apresentados pelos blogs informativos se aproximam de um discurso subjetivo, afastando-se da linguagem predominantemente referencial do noticiário dos jornais e ciberjornais.

A simbiose entre a blogosfera e o jornalismo terminou por gerar um novo estilo de blog: o blog temporário para coberturas de fôlego. Os repórteres destacados para fazer coberturas de grandes eventos como a Copa do Mundo ou um evento de moda como *São Paulo Fashion Week*, além de fazer reportagens para os jornais impresso, passaram a contar detalhes destes

eventos através de blogs criados especialmente para tal cobertura. Nestes blogs predominavam um texto com estilo mais pessoal e informal, dando ênfase a informações de bastidores.

Este fenômeno do blog temporário pode ser observado com clareza em alguns weblogs vinculados ao jornal gaúcho Zero Hora. Outro fato que vale destacar é que não são somente jornalistas que participam da edição do conteúdo destes blogs. Na ocasião em que o Sport Clube Internacional disputou o Campeonato Mundial Interclubes de Futebol, o jogador do time, Fernandão, foi destacado pelo Zero Hora para contar detalhes da disputa através de um blog sitiado no portal do jornal.

3.3 A grande imprensa chega à blogosfera

A partir desta convergência entre blogs e jornalismo no país, a partir de 2004 e 2005, a existência e sucesso de muitos destes novos espaços de comunicação passou a chamar a atenção da grande imprensa do país, em particular, aos jornais de maior circulação. Aos poucos, alguns jornalistas que mantinham os seus blogs de maneira independente passaram a ser recrutados para se vincularem aos *sites* de grandes empresas jornalísticas.

Desde então, passou a ser cada vez mais comum os meios de comunicação tradicionais, em especial os impressos, contarem com blogs em seus *websites*. Atualmente, três das principais revistas semanais brasileiras possuem blogs. A revista *Veja*, da editora *Abril*, tem como blogueiro o jornalista Reinaldo Azevedo. A *CartaCapital* conta com um blog editado pelo seu diretor de redação Mino Carta. Já o portal revista *Época* traz no seu escopo cinco weblogs que tratam dos mais variados temas. Vale ressaltar que tanto o *site* da *Época* como o da *Veja* trazem colunas on-line, fazendo uma separação do que é blog e o que é coluna.

Nos jornais brasileiros, a presença de blogs também é crescente. O próprio blog do Noblat é um exemplo claro desta tendência. Em outubro de 2005 o blog foi incorporado pelo jornal *O Estado de S. Paulo* e, posteriormente, passou a fazer parte do *site* do periódico *O Globo*.

A rigor, esta seria apenas uma mudança no hospedeiro do site. Entretanto, na medida em que o blogueiro passou a fazer parte de um grupo de comunicação tradicional, surgiram questionamentos sobre até que ponto ele manteria a sua independência e autonomia ou se transformaria em uma mera extensão do jornal, inclusive respeitando e seguindo a linha editorial do periódico.

O certo é que a partir do momento em que o jornalista se associou a um grande jornal, o seu blog adquiriu certo tom de profissionalização na sua estrutura. Além de um salário fixo mensal, o blogueiro passou a contar com dois repórteres exclusivos para o blog além de uma estrutura física e logística proporcionada pela empresa de comunicação. Um blog estruturado desta maneira iria de encontro a uma visão defendida por Rebeca Blood (2004). De acordo com a pesquisadora, uma das principais características de um weblog é o não-profissionalismo. Portanto, o blogueiro não deve ter editores, e o blog não deve possuir hierarquia.

Esta é outra discussão suscitada a partir da chegada da grande imprensa à blogosfera. Até que ponto estes weblogs se constituem, de fato, em blogs enquanto prática? Questiona-se também se estes blogs ligados à imprensa tradicional não são somente uma forma de apropriação do formato blog, com o simples intuito de aproveitar ferramentas como a instantaneidade e a atualização freqüente para dar continuidade a práticas como o colunismo ou mero clipping de notícias. É esta a discussão que será fomentada nos próximos capítulos.

4. A Blogosfera e a Imprensa Hegemônica

O lançamento de weblogs pelos grupos tradicionais de comunicação, em particular, os jornais de grande circulação, reacendeu a discussão sobre a função da blogosfera como um local de produção de informação independente, crítica da mídia e de democratização da comunicação através da imposição de novas agendas na discussão pública.

Na sua acepção original, já definida no primeiro capítulo deste trabalho, a blogosfera funciona como um local de troca de experiências, conhecimentos e idéias onde, ao contrário dos meios de comunicação hegemônicos, o cidadão tem um papel ativo na produção da informação. De acordo com Juan Varela (2005) a blogosfera funciona como um “meio social”, um espaço que pode ser definido pela convergência de indivíduos em redes sociais, neste caso específico, a internet. Os meios sociais utilizam ferramentas de comunicação e publicação na web, criando um espaço de conversação e de participação dos cidadãos na produção de conteúdo. Neste caso, as audiências são substituídas por comunidades.

A “audiência” estaria diretamente ligada aos meios de comunicação tradicionais, em que o cidadão é um mero espectador passivo do conteúdo. Já nos weblogs, o cidadão deixaria de ser somente um consumidor, para se tornar também um criador de conteúdo, deixando de ser “audiência” para se transformar em “público” através das ferramentas que permitem a produção da informação e a interatividade (BLOOD, 2000).

Por colocar o cidadão como protagonista na produção de informação, a blogosfera abriu espaço para que novos atores passassem a interferir na criação da agenda pública, antes restrita somente aos meios tradicionais como rádio, televisão, impressos e os grandes portais jornalísticos. Apesar de os blogs possuírem “nanoaudiências” (VARELA, 2005) e públicos limitados, seu poder informativo e de influência é potencializado pelos mecanismos de disseminação que eles produzem.

O blogueiro norte-americano Hugh Hewitt (2007) explica como funcionam esses mecanismos de disseminação e de que forma seu poder de influência é construído. Segundo Hewitt, a partir do momento em que muitos

blogs passam a escrever sobre um mesmo tema, está caracterizada uma “infestação blogueira”. Esta “infestação” ocorre de maneira natural, sem uma coordenação prévia entre blogueiros. No entanto, é a partir dela que a blogosfera mostra o seu poder, trazendo à tona novas discussões, fomentadas por novos atores.

Além da produção de conteúdo na web, estes novos atores transformaram a blogosfera numa espécie de sistema de controle e crítica da informação veiculada pelos meios de comunicação, colocando-se como um espaço de mobilização social. De acordo com Rebecca Blood (2000), a liberdade conquistada pelos blogueiros trouxe à tona novos pontos-de-vista sobre determinados assuntos e reflexões sobre a mídia hegemônica, propondo novas agendas públicas.

Esta inserção da blogosfera como novo espaço de produção da informação, opinião política e crítica midiática acabou por gerar tensões entre os meios de comunicação tradicionais e os weblogs. Estes dois setores passaram a disputar o tempo e a atenção do leitor. Além da popularidade, os weblogs passaram a gozar de uma influência que antes era quase que exclusiva da grande mídia.

Uma visão otimista sobre a influência dos blogs é apresentada por Jim Hall (2005). De acordo com o autor, os weblogs contribuem para que o jornalismo esteja mais sujeito à análise do público, fazendo com que, conseqüentemente, a apuração e checagem das informações sejam reforçadas.

Já autores como Hugh Hewitt (2007) acreditam que a influência da blogosfera está diretamente ligada a uma crise de credibilidade que a grande imprensa vem sofrendo. Esta queda na credibilidade seria um dos principais fatores para o declínio na circulação dos jornais, a partir da década de 1990. Esta tendência é confirmada por Varela (2005), que chama a atenção para o fato de que o crescimento das grandes corporações de comunicação, segundo uma lógica empresarial, derrubou o mito do jornalismo como defensor dos cidadãos. Segundo o autor, existem pesquisas da Europa e nos Estados Unidos que indicam que mais da metade dos cidadãos não confiam na imprensa tradicional.

Salaverría (2005) tem uma posição mais moderada e acredita que os weblogs passaram a atuar de maneira complementar à grande imprensa, formando um novo ecossistema midiático, uma espécie de quinto poder. A idéia é corroborado por Orihuela (2005: 28) que afirma:

“la blogosfera ya es una parte del nuevo escenario mediático y complementa las funciones de los medios tradicionales aportando textura y punto de vista personal al tratamiento de los temas de actualidad, a la vez que genera agendas para-mediáticas de gran interés para las comunidades especializadas”.

Entre tensões e simbioses, foi-se criando uma espécie de intercâmbio entre os blogs e a grande imprensa. Varela (2005) acredita que esta disputa entre blogs e grande mídia está tendo efeitos benéficos para o leitor, pois está obrigando os meios de comunicação tradicionais a serem mais rigorosos na apuração e mais transparentes. Além disso, a globalização das ferramentas de publicação gerou uma ampliação do espaço público, criando uma nova tendência no jornalismo de abrir espaços para a participação da audiência na construção do conteúdo informativo. Esta tendência estaria diretamente ligada a um novo modelo de jornalismo, baseado numa espécie de conversação com o público. Este modelo participativo é o chamado jornalismo cidadão ou jornalismo 3.0 (VARELA, 2005).

A tendência à generalização de formas participativas potencializadas vem sendo comprovada através da criação, por parte dos portais vinculados a importantes periódicos, de espaços em que o leitor pode colaborar com o envio de reportagens ou fotografias. No *site* do jornal *El País*, da Espanha, existe o “*Yo, Periodista*”, uma página interna produzida exclusivamente com matérias, fotos e vídeos enviados pelos leitores. Como incentivo, o portal dá prêmios em dinheiro para o autor da melhor reportagem da semana.

No Brasil, já existem iniciativas neste sentido, como o “*Eu-repórter*” do *site* de *O Globo* e o “*Foto-Repórter*”, do *Estadao.com.br*. Criado em novembro de 2005, o “*Foto-Repórter*” é voltado exclusivamente para o envio de material fotográfico por parte dos leitores. Numa reportagem publicada no jornal *O Estado de S. Paulo* do dia 01 de setembro de 2006, intitulada “*Empresas chamam leitores para atuarem como repórteres*” afirma-se que nos dez

primeiros meses de funcionamento, o “Foto-Repórter” recebeu 15.500 fotografias de 6.520 fotógrafos, sendo 70 provenientes de outros 24 países.

Por outro lado, a chegada da grande imprensa à blogosfera, acabou por gerar uma profissionalização de alguns blogs. Alguns blogueiros que antes produziam informação de maneira independente, passaram a ser recrutados para fazer parte de blogs diretamente ligados a grupos de comunicação, passando a ter, além de um salário fixo, um aparato de repórteres e estrutura. Segundo Blood (2004), os jornalistas profissionais trabalham sob a eterna pressão do *deadline*, não tendo tempo para aprofundar as pesquisas e apurações. Já os blogueiros independentes estariam livres deste tipo de pressão, tendo mais liberdade de apuração, levantamento e cruzamento de dados.

A partir destas premissas, Blood (2004) defende que jornalistas e blogueiros, apesar de terem diferentes papéis, podem atuar em conjunto, em sinergia. No entanto, segundo a autora, o jornalismo tradicional não presta atenção suficiente ao universo da blogosfera. Normalmente, a maioria dos jornalistas que são adeptos da leitura de weblogs acabam se prendendo somente a blogs escritos por outros jornalistas.

Esta seria mais uma das conseqüências da chegada da mídia hegemônica à blogosfera: a criação de comunidades virtuais restritas a certos grupos. Segundo Salaverría (2005), a popularidade e a influência podem transformar o blog em um meio de comunicação similar aos meios tradicionais. O pesquisador acredita que a capacidade dos blogs de estabelecer conversações com outros weblogs e com os leitores vai se perdendo, na medida em que o este se transforma em um meio massivo. No entanto, o autor pondera, afirmando que a relação entre blogs e grande imprensa, blogueiros e jornalistas, é um processo que está em marcha. E é esta a discussão que faremos nas próximas páginas, levando em conta a conjuntura dos weblogs no Brasil.

4.1 Blogs e Grande Imprensa no Brasil

No que se refere à análise das relações entre a grande imprensa, ou mídia tradicional, e os weblogs, foram considerados os blogs dos portais de nove jornais do Brasil: *Folha de S. Paulo*⁵⁴, *O Globo*⁵⁵, *O Estado de S. Paulo*⁵⁶, *Jornal do Brasil*⁵⁷, *Zero Hora*⁵⁸, *Correio Braziliense*⁵⁹, *A Tarde*⁶⁰, *Estado de Minas*⁶¹ e *O Liberal*⁶². Estes periódicos foram escolhidos em virtude da sua importância como veículos de comunicação. Todos podem ser caracterizados pelas altas tiragens e penetração nacional e regional, segundo dados do IVC (Instituto de Verificação de Circulação).

Depois de feita uma análise preliminar, ficou visível que a imprensa tradicional chegou com força neste novo meio. Dos portais dos nove periódicos analisados, somente três não possuíam blogs em sua estrutura: *Correio Braziliense*, *Estado de Minas* e *O Liberal*. Nos outros seis portais foram contabilizados 115 blogs, sendo 52 hospedados no portal de *O Globo*, 17 em *O Estado de S. Paulo*, 17 no *Jornal do Brasil*, 12 no *Zero Hora*, 12 na *Folha de S. Paulo*, 02 em *A Tarde*.

Vale ressaltar que no portal do jornal *Zero Hora*, foram contabilizados outros 21 blogs. Contudo, estes weblogs são classificados pelo próprio *site* como “blogs encerrados”, portanto, não serão levados em conta neste trabalho. Além disso, no portal de *O Globo*, três blogs são classificados como “Sites de Colunistas”: os de Ricardo Noblat, Mirian Leitão e Ancelmo Gois. Todavia, por considerar que estes três sites possuem características de um blog e se assemelham aos outros 49 blogs registrados em *O Globo*, neste trabalho, classificar-se-á esses três *sites* como weblogs.

54 <http://www.folha.com.br>

55 <http://www.oglobo.com.br>

56 <http://www.estadao.com.br>

57 <http://www.jb.com.br>

58 <http://www.zerohora.com.br>

59 <http://www.correio braziliense.com.br>

60 <http://www.atarde.com.br>

61 <http://www.estaminas.com.br>

62 <http://www.oliberal.com.br>

Fig. 5: Blogs ancorados ao site do jornal O Globo.

Os 112 blogs levados em conta neste estudo foram analisados entre os dias 01 e 30 de abril de 2007. O período de um mês foi escolhido devido a limitações de prazos estabelecidos pelo TCC (Trabalho de Conclusão e Curso) e por entendermos que este é um tempo suficiente para obtermos, pelo menos, uma visão panorâmica e de primeira abordagem da situação. Durante a análise dos blogs, sete variáveis foram utilizadas para guiar o processo de observação:

- Identidade do autor
- Conteúdo editorial
- *Links* de entrada
- *Links* de saída
- Sistema de comentários
- Frequência da atualização

Estas variáveis foram escolhidas com base em *Pautas para el análisis de un weblog*⁶³, de José Luis Orihuela (2005). No artigo, o pesquisador propõe a análise dos blogs por meio das seguintes variáveis: identidade do autor; desenho da interface; conteúdo editorial; frequência de atualização; política de

⁶³ Em tradução livre: “Pautas para análise de um weblog”

enlaces; sites do *blogroll*⁶⁴, enlaces de entrada; comentários e debates; e análise da audiência.

Aproveitamos as variáveis apresentadas por Orihuela como ponto de partida para a nossa análise. Contudo, não incluímos a análise do “desenho da interface” e “análise da audiência”, por consideramos que estes dois fatores fogem da alçada proposta pelo trabalho.

Com base na análise destas seis variáveis, pretendemos buscar indicações sobre o perfil dos blogs vinculados aos grandes jornais do país e em que eles diferem e se aproximam dos conceitos de blog e blogosfera propostos pelos autores estudados.

A análise dos blogs foi feita tendo como guias as seguintes questões: a) Em que aspectos os blogs atrelados à grande imprensa se aproximam e se distanciam do jornalismo convencional e dos conceitos de blog e blogosfera? b) Até que ponto estes blogs não seriam uma continuidade do formato do colunismo ou clipping de notícias, tendo como diferencial a atualização contínua e a instantaneidade da informação? c) Até que ponto estes blogs dialogam entre si e com outros blogs que se colocam fora do círculo da grande mídia? d) Eles estariam inseridos na blogosfera?

Nas páginas que seguem, buscamos pistas para que estes e outros questionamentos fossem respondidos sem pretensões de se obter respostas únicas ou conclusivas, dado o caráter exploratório e preliminar deste trabalho.

4.1.1 Identidade do Autor

Na análise sobre a identidade do autor, buscamos investigar o fator “autoria centralizada” como característica de um blog. A personalização dos conteúdos no jornalismo online é um conceito que ainda está em formação, e ainda não foi descrito de maneira satisfatória (CUNHA, 2006).

Contudo, podemos citar duas diferentes acepções para o conceito de personalização. A primeira, apontada por Mielkniczuc (2001), trata da personalização no sentido de “customização” do conteúdo pelo leitor, com a

⁶⁴ *Blogroll* é uma seleção de enlaces para outros blogs ou sites com os quais o blogueiro se identifica, relaciona ou comunica. (ORIHUELA, 2005)

configuração do produto jornalístico segundo o interesse do usuário. A segunda, sugerida por Recuero (2003: 7), apresenta a personalização referente ao jornalista, com uma “particularidade de gerar empatia, ou seja, instigar a compreensão e a visão, por parte do leitor, de que do outro lado do veículo existam pessoas, trabalhando com a identificação entre o leitor e o blogueiro”.

Ainda segundo Recuero (2003: 7) as principais evidências da personalização, são: “o uso da primeira pessoa nos textos; o uso de fotografias para identificar a pessoa que escreve; a assinatura, em todos os *posts*, do autor; a existência de uma apresentação do autor”.

A autoria centralizada é uma das características mais recorrentes, não só em weblogs como em grande parte do jornalismo produzido na internet. Especificamente nos blogs, há uma potencialização desta variável, principalmente se levarmos em conta o conceito de blog como ciberdiário, trazendo informações do cotidiano e da vida pessoal do autor, tal qual um diário pessoal.

É possível afirmar que mesmo com a convergência dos blogs com o jornalismo, os blogueiros-jornalistas ainda mantiveram, mesmo que em menor proporção, algumas características dos ciberdiários. O estilo de texto mais informal, presença de informações da vida pessoal do autor, bem como opiniões e juízos de valor foram constatados em *posts* de muitos dos blogs analisados. Em muitos casos, a própria fotografia do blogueiro no topo da página ou imagens postadas no blog, corroboram esta idéia.

Cunha (2006) vê a personalização como “uma prerrogativa do emissor da informação”. Neste caso, a informação traria características de quem a produz e o blog seria uma espécie de espaço de personalização no qual o blogueiro mostraria aspectos da sua personalidade, além de suas opiniões e seus pontos-de-vista. Esta acepção aproxima o blogueiro do papel de colunista, comum nos veículos de comunicação tradicionais, trazendo em seu blog análises, idéias e julgamentos sob o ponto-de-vista unicamente do autor.

Após analisar a identidade dos autores dos 112 blogs estudados, constatamos que a autoria centralizada é uma das suas características mais fortes. A grande maioria (76%) dos blogs eram mantidos por apenas um autor.

Outros 10% são produzidos por dois autores, enquanto 14% são feitos por três blogueiros ou mais. Mais detalhes podem ser conferidos no quadro abaixo:

BLOGUEIRO	FSP	ESP	GLO	JB	ZH	AT	Total	%
Um	8	14	41	16	7	1	87	78%
Dois	1	0	5	1	2	0	9	8%
Três ou mais	3	3	6	0	3	1	16	14%

Quadro 1: Número de autores por blog.

Após o levantamento destes dados, podemos chegar à conclusão de que a personalização, na acepção de Recuero (2003), é uma característica da maioria dos blogs estudados, sendo a grande maioria deles produzidos por um único autor.

4.1.2 Conteúdo editorial

O conteúdo editorial dos blogs foi analisado a partir de uma classificação proposta exclusivamente para este trabalho. Os blogs foram divididos em nove categorias, de acordo com o tema tratado. Na criação destas categorias, utilizamos como base os assuntos que tradicionalmente são considerados editoriais em um jornal. Desta forma, trouxemos temas como política, economia, internacional, cidade, esporte, tecnologia e cultura.

No caso específico da categoria “cultura”, levamos em conta os temas diretamente relacionados ao “segundo caderno” de um jornal, indo de música, teatro e cinema até quadrinhos e gastronomia. Além disso, usamos a classificação “outros” para blogs que tratavam de temas bastante específicos, como animais, direito, turismo, infantil, saúde, automóveis, educação, jornalismo e humor.

Verificamos que a segmentação dos temas é uma característica bastante comum aos blogs estudados. Constatamos que 85,6% dos blogs tratam predominantemente de um único tema, enquanto 13,4% tratam de temas variados. No quadro abaixo, mostramos detalhadamente a distribuição:

TEMA	FSP	ESP	GLO	JB	ZH	AT	Total	%
Específico	11	14	46	14	11	1	97	86,6%
Diversificado	1	3	6	3	1	1	15	13,4%

Quadro 2: Segmentação dos temas dos weblogs.

Por conta disso, criamos a classificação “variedades” para incluir os blogs que não se prendem predominantemente a um único assunto. Como exemplo, podemos citar o blog do jornalista Daniel Piza, do jornal *Estado de S. Paulo*, que discute temas que vão de política a futebol, passando por literatura e cinema.

Constatamos que a maioria dos blogs está relacionada à cultura, com 28,6%. Outros temas que predominam nos blogs pesquisados, são tecnologia, com 12,5%, esportes, com 8,9%, além de política e internacional, com 6,2% cada. A proporção dos temas, de modo geral, pode ser conferida no quadro abaixo:

TEMA	FSP	ESP	GLO	JB	ZH	AT	Total	%
Cultura	5	4	14	5	3	1	32	28,6%
Outros	1	2	9	3	3	0	18	16,1%
Variedades	1	3	6	3	1	1	15	13,4%
Tecnologia	1	2	7	3	1	0	14	12,5%
Esportes	2	3	2	0	3	0	10	8,9%
Política	1	1	4	0	1	0	7	6,2%
Internacional	0	2	4	1	0	0	7	6,2%
Economia	1	0	3	1	0	0	5	4,5%
Cidade	0	0	3	1	0	0	4	3,6%

Quadro 3: Especificação dos weblogs por tema.

Diante desta grande gama de temas, podemos afirmar que estes blogs direcionam-se para nichos de audiência em clara segmentação, buscando públicos caracterizados por interesses bem definidos. Trata-se da questão do “foco” do blog, como é usualmente referida na literatura sobre blogosfera.

Além disso, a concepção de ferramentas de busca especializada em blogs como o Technorati⁶⁵ fez com que esta segmentação se tornasse cada vez mais freqüente e que, cada vez mais, o leitor tivesse a possibilidade de buscar informações especializadas.

4.1.3 Links de Entrada

Os *links* ou enlaces são ferramentas hipertextuais largamente utilizadas na web. São eles que possibilitam a interligação de conteúdos na internet. No jornalismo online, o hipertexto é uma ferramenta utilizada na estruturação da notícia. Palacios (2003) ressalta a importância destes links nos sites noticiosos, pois eles possibilitam a interconexão dos textos entre si, bem como uma ligação com textos complementares, arquivos de som, vídeo, fotos, animações. Além disso, é através dos links que o *sites* se inter-relacionam, criando novas referências de conteúdos correlacionados.

Nos weblogs, os links são ferramentas essenciais, que proporcionam a interação tanto com outros blogs como com outros espaços na web. Segundo Rebecca Blood (2003), o hipertexto é fundamental para a prática do *weblogging*, pois é ele que sumariza e contextualiza as informações. Na sua própria definição de blogs, Blood (2003) aponta que estes são um grupo de *links* com comentários e são instrumentos importantes na utilização do blog como filtro de informação. A autora ainda vai além, afirmando que um blogueiro que dá referências de outros textos ou informações na web, mas não disponibiliza seus links, é intelectualmente desonesto.

Outro fator que atesta a importância dos *links* para os weblogs é a sua funcionalidade na criação e ampliação da blogosfera. Como vimos no primeiro capítulo deste trabalho, é através dos *links* que os blogs que se entrelaçam formando um webring, isto é, um grupo de pessoas que interagem entre si, criando uma espécie de círculo de blogueiros, que debatem os mais diversos temas (GRANIERI, 2006).

Neste contexto, os enlaces de entrada possuem uma grande importância, na medida em que são eles que fazem com que o leitor identifique

⁶⁵ <http://www.technorati.com>

e descubra um blog entre as dezenas de milhões de outros presentes na web. Quanto mais *enlaces de entrada*⁶⁶ um blog possui, mais facilmente ele é encontrado pelos buscadores na internet, sobressaindo-se diante dos outros em pesquisas dos leitores na web. Atualmente, existem buscadores específicos para blogs como o Technorati, o PageRank, além do buscador de weblogs do Google.

Na análise dos *links* de entrada dos 112 weblogs do *corpus* da pesquisa, encontramos uma das principais dificuldades deste trabalho. Fizemos buscas dos enlaces de entrada através de diferentes ferramentas como o Technorati, o PageRank e o buscador de weblogs do Google. Ao confrontar os resultados obtidos, encontramos discrepâncias substanciais entre os diferentes buscadores.

Como exemplo, podemos citar o blog do Noblat, que segundo Technorati possui uma autoridade relativamente alta, com 391 enlaces de entrada. Já o blog de Miriam Leitão, também de *o Globo*, possui uma autoridade bem mais baixa, com 48 links de entrada. Analisando estes mesmos dois blogs no Page Rank, encontramos resultados inteiramente distintos. Neste buscador, o blog de Miriam Leitão tem uma autoridade de nível 06. Já o blog do Noblat tem uma autoridade menor, com nível 05. Estas discrepâncias acontecem pelo fato de os buscadores utilizarem diferentes algoritmos e mecanismos na busca dos enlaces de entrada.

Neste trabalho, utilizamos o sistema de busca e ranqueamento de *sites* PageRank, do Google, para pesquisar a presença de enlaces de entrada dos 115 blogs estudados. O PageRank é um sistema de busca que leva em conta a quantidade e a qualidade dos enlaces de entrada de um *site*. A partir daí, estes *sites* são classificados em níveis que vão de 01 e 10, de acordo com o seu nível de autoridade. Quanto mais *links* de entrada tem um *site*, mais autoridade ele possui.

De acordo com o próprio Google, o PageRank “interpreta um link da página A para a página B como um voto da página A para a página B. (...) Os

⁶⁶ Enlace de entrada é um link em outro blog ou site, que “aponta” para um blog determinado. O Technorati, por exemplo, utiliza os critérios de número total de links de entrada e número de blogs de onde provém tais links como critérios para hierarquizar os blogs com respeito à sua “autoridade”.

votos dados por páginas ‘importantes’ pesam mais e ajudam a tornar outras páginas ‘importantes’”. A diferença de um ponto no nível pode significar centenas ou milhares de *links* a mais. O gráfico abaixo, de revista Smashing Magazine⁶⁷, mostra como funciona o PageRank:

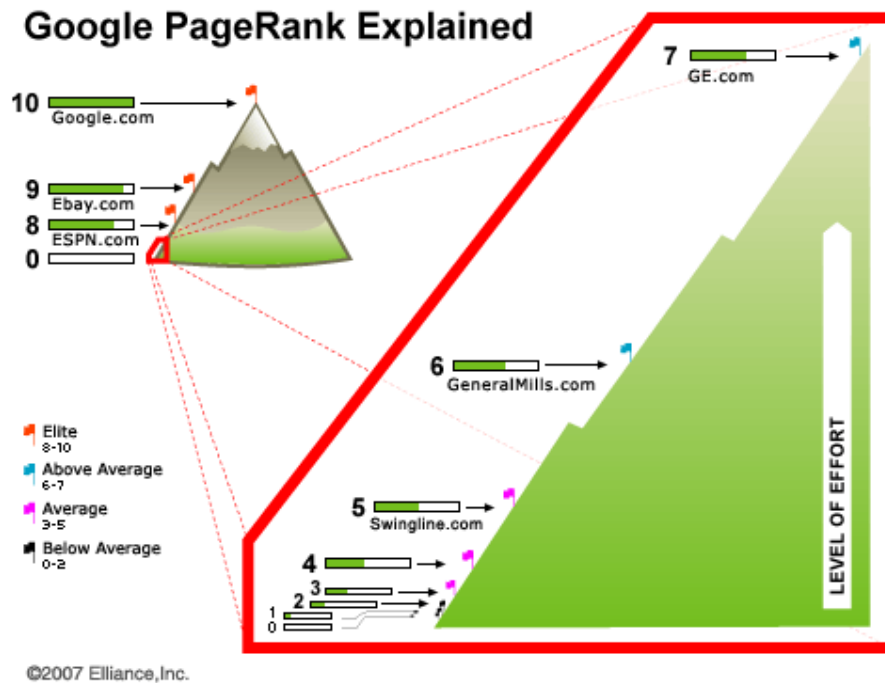


Fig. 6: Gráfico exemplifica como funciona o PageRank. Google está no topo.

Escolhemos o PageRank por considerarmos que este buscador teve mais eficácia na busca de weblogs, além de proporcionar um ranqueamento de acordo com o número de *links* de entrada. Após análise através do PageRank, constatamos que 56,3% desses weblogs têm nível de autoridade de 05. Outros 30,3% têm nível de 04. Nenhum dos weblogs estudados teve autoridade acima de 06. Mais detalhes podem ser conferidos no quadro abaixo:

AUTORIDADE	FSP	ESP	GLO	JB	ZH	AT	Total	%
06	0	0	3	0	0	0	3	2,7%
05	12	1	47	3	0	0	63	56,3%
04	0	13	0	7	12	2	34	30,3%

⁶⁷ <http://www.smashingmagazine.com/2007/06/05/google-pagerank-what-do-we-really-know-about-it/>

03	0	3	0	1	0	0	4	3,6%
02	0	0	0	1	0	0	1	0,9%
01	0	0	0	0	0	0	0	0%
00	0	0	2	5	0	0	7	6,2%

Quadro 4: Autoridade dos weblogs segundo o PageRank.

Como mostra o quadro acima, a grande maioria dos weblogs do nosso *corpus* possui nível de autoridade entre 04 e 05.

4.1.4 Links de Saída

Assim como os enlaces de entrada, *os links* de saída também são peças fundamentais na interação entre blogs. Os *links* utilizados no conteúdo dos *posts*, dão referências a outros espaços na web, criando espaços de conversação entre blogs. Ou seja, o *link* de saída de um blog torna-se o *link* de entrada de outro.

Além disso, muitos weblogs dispõem de uma ferramenta chamada *blogroll*. O *blogroll*, segundo Orihuela (2005), funciona como uma seleção de enlaces para outros blogs ou sites com os quais o blogueiro se identifica, se relaciona ou se comunica. Geralmente, estes *links* ficam dispostos em forma de coluna na parte direita ou esquerda da tela do blog.

Estes enlaces são de grande importância na inserção de um blog na blogosfera. Esta, como já vimos no primeiro capítulo deste trabalho, funciona como um círculo de blogueiros que se visitam mutuamente e interagem entre si. Orihuela (2005: 25) chama a atenção para a importância deste intercâmbio através dos links:

“Mediante los enlaces a sitios externos que realiza y los enlaces y comentarios que recibe, cada bloguero se inserta dentro de una comunidad o ‘vecindario’ conformado por esos vínculos comunes y por la familiaridad que adquiere con su grupo de referencia”.

Neste trabalho, analisamos os *links* de saída dos 112 blogs pré-definidos e chegamos à conclusão de que o círculo de interação de alguns destes weblogs é bastante restrito. Muitos deles indicam no seu *blogroll* somente blogs

parceiros, que fazem parte do mesmo grupo de comunicação. Esta prática foi classificada por Palacios (2006) como “endogenia”, num trabalho apresentado num evento em Turim, na Itália. Os blogs endógenos têm um círculo de interação limitado, que só vai até a fronteira da própria empresa jornalística, num corporativismo explícito.

Na nossa análise, constatamos que 66,1% destes blogs remetem somente aos weblogs do grupo de comunicação a que pertencem. Os 33,9% restantes apontam também para outros blogs que são externos à sua empresa jornalística. Os números detalhados estão no quadro abaixo:

ENLACE	FSP	ESP	GLO	JB	ZH	AT	Total	%
Endógeno	9	17	25	16	6	1	74	66,1%
Externo	3	0	27	1	6	1	38	33,9%

Quadro 5: Tipo de enlances de saída dos weblogs.

Neste quesito, sobressaem-se os blogs hospedados pelo portal do *Estado de S. Paulo*, em que todos são endógenos, e os ligados ao *Jornal do Brasil*, em que somente um weblog do seu *blogroll* possui enlances externos. Por conta de uma blogosfera essencialmente endógena, estes dois periódicos, influíram diretamente no resultado do levantamento. Levando em conta os blogs ancorados em *O Globo*, *Zero Hora*, *A Tarde*, e, em menor proporção, na *Folha de S. Paulo*, verifica-se uma tendência de abertura destes weblogs visto que neles há uma quantidade bastante razoável de enlances para *sites* ou blogs externos.

A endogenia dos weblogs vinculados a grandes jornais foi detectada com maior força num primeiro momento. Contudo, uma abertura deste blogs está sendo detectada não só na realidade brasileira, mas também como em países como Itália, Espanha e Inglaterra. Um exemplo claro desta tendência no Brasil é o blog do Noblat. Há menos de um ano, o weblog era majoritariamente endógeno. Hoje, ele não só possui uma grande gama de *links* externos no seu *blogroll*, como indica aos seus leitores um novo site ou blog diariamente.

4.1.5 Sistema de Comentários

O sistema de comentário é uma das ferramentas que proporcionam a interatividade entre os blogueiros e os leitores. É o espaço onde o público pode expressar suas opiniões, idéias e pensamentos, fomentando discussões em torno do assunto discutido pelo blogueiro ou de outros temas.

A interatividade é uma das características relacionadas à produção de conteúdo na web. No caso específico do jornalismo online, as ferramentas de interação entre o público e o autor faz com que o leitor se sinta convidado a participar do processo de produção de conteúdo. Segundo Palacios (2003), esta participação pode ocorrer de diferentes maneiras: “pela troca de *e-mails* entre leitores e jornalistas, através da disponibilização da opinião dos leitores, como é feito em sites que abrigam fóruns de discussões, através de *chats* com jornalistas, etc”.

Após o advento e a popularização dos blogs, houve uma potencialização da interatividade como característica da web. A ferramenta que possibilita ao leitor inserir comentários próprios nos weblogs se transformou em um canal entre o leitor e o produtor do conteúdo. O próprio conceito de blog está diretamente ligado ao seu potencial de interatividade (ARAÚJO, 2006). Em uma das acepções propostas pelo pesquisador, o blog funciona como um “espaço de discussão” através do espaço que permite que o leitor faça comentários.

O sistema de comentários está presente em 100% dos 112 blogs analisados. Nestes espaços, os leitores podem manifestar suas opiniões, dar sugestões e debater idéias. Alguns blogueiros, contudo, podem utilizar de recursos como a censura nos blogs, caso o comentário do leitor contenha ofensas pessoais, informações injuriosas e difamatórias.

Um exemplo desta conduta acontece no blog do jornalista Ricardo Noblat, que impõe algumas regras e limitações aos comentários dos leitores. Para participar das discussões no blog, é necessário que o leitor esteja cadastrado no em *O Globo Online*. O cadastro é gratuito.

Já os blogs do *site* do jornal *A Tarde* contam com moderação no sistema de comentários. Nestes blogs, o leitor envia o seu comentário e recebe a

seguinte mensagem: “Comentário enviado com sucesso. Sua mensagem será moderada. Se nela houver conteúdo ofensivo, ela será excluída”. A partir daí, os comentários são julgados pelos editores e repórteres do blog e podem ser publicados ou não.

4.1.6 Freqüência da Atualização

A instantaneidade é uma das características diretamente relacionadas com digitalização da informação. Esta agilidade na atualização da informação se transformou no principal diferencial na informação veiculada na internet principalmente no que toca ao jornalismo produzido na web. Segundo Palacios (2003: 4),

“a rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da Web”.

Salaverría (2005) chama a atenção para o fato de que muitos meios de comunicação com periodicidades diárias, semanais ou mensais fora da web, passaram a manter uma atualização contínua na internet no intuito de refletir mais fielmente a realidade. Segundo o autor, a possibilidade de atualização constante do conteúdo é uma das principais vantagens dos meios de comunicação na web.

Nos weblogs, a instantaneidade foi potencializada, pois o formato da página e a facilidade na veiculação da informação possibilitam uma atualização cada vez mais constante. A própria linguagem utilizada pelo blogueiro, um estilo mais coloquial, possibilita uma atualização do conteúdo em intervalos de tempo cada vez menores. Além disso, um comentário em um blog pode prescindir de recursos como grandes entrevistas, fotografias e gráficos. (QUADROS, ROSA e VIEIRA, 2005).

A própria atualização contínua está diretamente ligada ao conceito de weblog proposto por Recuero (2003). A autora define *blogs* como uma utilização de uma ferramenta simples, voltada para criar conteúdo na web, de

uma forma dinâmica, baseando-se em dois aspectos: o microconteúdo (textos curtos e informação no formato de pílulas) e a atualização freqüente.

No nosso trabalho, avaliamos a periodicidade da atualização dos 112 blogs analisados e chegamos à conclusão de que a grande maioria deles sub-aproveitam a ferramenta da atualização contínua. No período entre 01 e 30 de abril de 2007, 65,3% dos 112 blogs tiveram uma média de atualização igual ou menor que um *post* por dia. Outros 21,7% tiveram uma média entre 1,1 a 2,0 posts diários. Mais detalhes, no quadro abaixo:

MÉDIA	FSP	ESP	GLO	JB	ZH	AT	M ,Total	%
0,0 a 1,0	5	7	40	15	7	1	75	67%
1,1 a 2,0	3	8	10	1	3	0	25	22,3%
2,1 a 5,0	1	2	0	1	2	1	7	6,2%
5,1 a 10,0	3	0	0	0	0	0	3	2,7%
Mais de 10	0	0	2	0	0	0	2	1,8%

Quadro 6: Média de *posts* por dia nos weblogs.

Após a análise dos dados, podemos concluir que a grande maioria os blogs estudados não adotam a prática da atualização freqüente. Esta média, no entanto, segue a tendência geral da blogosfera. O estudo *State of Blogosphere*, realizado pelo *Technorati* em outubro de 2006, mostra que a média de *posts* da maioria dos blogs está abaixo de um por dia. O estudo aposta para uma tendência interessante: a quantidade de *posts* diários de um weblog é maior, quanto maior for a sua autoridade. A autoridade de um blog, segundo a classificação proposta pelo *site Technorati*, é medida de acordo com o número de enlaces de entrada que um blog possui. Quanto mais *links* de acesso a um blog, mais autoridade perante os outros tem este.

Segundo o estudo do Technorati, os weblogs de maior autoridade (os que possuem mais de 500 enlaces de entrada) têm uma média de 53 *posts* mensais, o que significa 1,7 post por dia. E quanto menos enlaces um portal possui, menor é a sua freqüência na atualização, como pode ser conferido, na variável em tom azul marinho, no gráfico abaixo:

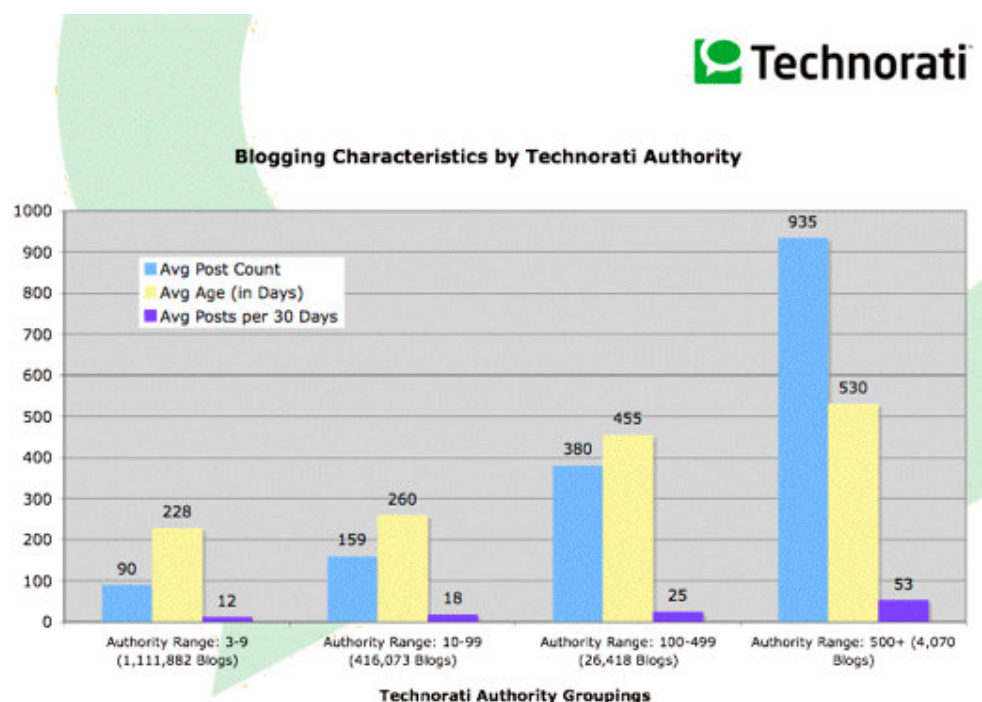


Fig. 7: Freqüência de atualização da blogosfera de acordo com o nível de autoridade do blog.

A convergência entre a autoridade de um blog, medida pela quantidade de enlaces de entrada, e a quantidade de postagens, mostra que estes dois fatores podem estar interligados. Afinal, um blog ganha autoridade porque se mantém constantemente atualizado ou se mantém atualizado porque tem autoridade?

Pode-se dizer que as duas possibilidades têm fundamento. Na medida em que um blog se mantém atualizado constantemente, ele forma em torno de si um público cativo e fiel, criando uma espécie de contrato de leitura com o seu público. Por outro lado, se um blog possui uma grande autoridade, sendo reconhecido dentro da blogosfera, aumentam as responsabilidades do blogueiro em manter o seu weblog atualizado. É isso que o seu público espera.

Neste quesito, citamos como exemplo os blogs hospedados em *O Globo Online*. Dos 52 blogs do grupo, apenas dois – blog do Ancelmo Gois e blog do Noblat – possuem uma média diária de mais de dez posts. Estes dois únicos blogs têm, em números absolutos, uma maior quantidade de *posts* do que os outros 50 weblogs de *O Globo* somados. Portanto, é sintomático que estes blogueiros tenham um lugar de destaque, sendo classificados como “*sites de colunistas*”, conforme já mostramos no capítulo 3.

No capítulo a seguir, detalhamos outras conclusões obtidas após a análise dos 112 blogs vinculados aos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *O Estado de S. Paulo*, *Jornal do Brasil*, *Zero Hora* e *A Tarde*.

5. Conclusões

Nestas páginas finais, apresentamos as conclusões obtidas neste trabalho. Após a realização da pesquisa, notamos que fica evidente uma convergência entre os blogs e a imprensa tradicional no Brasil nos últimos anos. Vale ressaltar que esta tendência foi verificada não somente no âmbito da blogosfera brasileira, campo de investigação mais específico deste estudo. Constatamos que esta também é uma tendência na blogosfera mundial. A título de exemplo, citamos o estudo realizado por Jay Rosen e pesquisadores da New York University que indica que 86% dos 100 maiores jornais dos Estados Unidos possuem blogs na sua composição. O mesmo se observa em países da Europa, como França, Espanha, Itália e Inglaterra, onde se verifica uma constante incorporação dos blogs aos *sites* das empresas jornalísticas.

Após uma análise dos conceitos de weblog, verificamos que não há um consenso dos estudiosos sobre o tema. Inicialmente, buscamos reunir as definições do termo *weblog* propostas por diferentes autores. Após a análise destes conceitos, construímos uma definição operacional. Neste trabalho, consideramos como blog uma página hipertextual com o conteúdo hierarquizado em ordem cronológica reversa, atualizada de maneira contínua e com o espaço para participação dos leitores, através do sistema de comentários.

Ademais, neste estudo, consideramos a blogosfera como um espaço de discussão pública e como uma *comunidade virtual*. Observamos a gênese da blogosfera através da criação da *The Page of Only Weblogs*, uma compilação feita pelo blogueiro Jesse James Garrett em 1999 e a sua popularização através do advento de sistemas de criação e edição de weblogs como o *Livejournal*, o *Pitas* e o *Blogger*. Através dos conceitos propostos por Jones (1997), Lemos (1998), Recuero (2003) e Varela (2005), avaliamos a importância da blogosfera, definindo-a como um relevante sistema de conversação, produção da informação e interação entre leitores, blogueiros e leitores-blogueiros. Neste espaço, ao contrário dos meios de comunicação hegemônicos, o cidadão tem um papel ativo na produção da informação.

Na seqüência, procuramos mostrar as relações entre blogs e jornalismo, com as suas aproximações e tensões. Apresentamos um breve histórico dos weblogs jornalísticos, ressaltando a sua importância na cobertura de fatos recentes como os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, a guerra do Iraque deflagrada em 2003 e as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2004. Retomamos uma discussão que é constantemente feita por blogueiros, jornalistas e acadêmicos sobre até que ponto os blogs podem ser considerados uma nova forma de se fazer jornalismo. Nesta discussão, levamos em conta um sensato comentário do blogueiro e professor Paul Bradshaw, que define o blog como uma plataforma, que pode ser utilizada para a prática jornalística ou não.

A partir daí, iniciamos uma análise mais voltada para blogosfera brasileira. Fizemos um breve histórico dos weblogs no país e verificamos a convergência entre blogs e o jornalismo. Verificamos qual a tendência que se fortaleceu a partir do momento em que esta nova plataforma passou a ser utilizada pelos profissionais das redações do país.

O próximo passo do trabalho foi a construção de uma discussão em torno da incorporação dos weblogs pela imprensa hegemônica. Para isso, discutimos sobre o papel da blogosfera como um local de produção de informação independente, crítica da mídia e de democratização da comunicação através da imposição de novas agendas na discussão pública. Ademais, fizemos uma análise dos blogs vinculados os *sites* de nove jornais brasileiros, verificando a forma que se dão as relações entre a grande imprensa e blogosfera no país.

A partir desta análise, trouxemos à tona uma discussão sobre a função dos weblogs como instrumentos de crítica da mídia e de contra-informação. Neste debate, verificamos que, a partir do momento em que se forma um cenário de incorporação dos blogs pela imprensa hegemônica, há um crescente risco de perda de suas funções de complementação e crítica. Por ter de seguir uma linha editorial definida (a da empresa de comunicação a qual pertence), esses weblogs perdem, mesmo que de forma relativa, a sua liberdade editorial. Neste contexto, o blog tende a se tornar mais um suporte midiático onde a informação segue a agenda proposta pela imprensa

hegemônica. Na opinião do blogueiro Billmon⁶⁸ (*apud* Hewitt, 2007), a incorporação dos blogs pela imprensa tradicional acaba gerando uma domesticação do meio:

“Embora ela coletivamente conquiste status de celebridade para seus pontos de vista anti-*establishment*, os blogs já estão sendo domesticados por seu sucesso. O que começou como uma erupção espontânea de criatividade popular está prestes a ser absorvido pelo complexo industrial da mídia que eles alegam desprezar. Nesse processo, um charmoso círculo de blogueiros – aqueles suficientemente desembaraçados e ideologicamente seguros para se encaixar na sabiocracia da mídia convencional – está conquistando mais público e mais influência. Mas a paixão e a energia que fizeram dos blogs uma alternativa tão poderosa à mídia de propriedade das corporações correm o risco de se perderem ou de serem confinadas aos limites mais distantes da internet.” (BILLMON *apud* HEWITT, 2007: 91)

Por outro lado, notamos que, entre tensões e simbioses, de fato foi criada uma espécie de intercâmbio entre os blogs e a grande imprensa. Podemos afirmar que, de certa forma, esta interação está trazendo benefícios ao leitor. Como a globalização das ferramentas de publicação gerou uma ampliação do espaço público, há uma nova tendência no jornalismo de abrir espaços para a participação da audiência na construção do conteúdo informativo. Esta tendência dá espaço ao chamado *jornalismo cidadão* (GILLMOR, 2004), *jornalismo 3.0* (VARELA, 2005) e outras denominações utilizadas por outros autores, sempre com o sentido de uma tendência crescente de reformatar o jornalismo, cada vez mais como uma forma de “conversação”, distanciando-se do formato “original” de emissão e univocalidade.

Na análise dos 112 blogs vinculados aos nove jornais estudados, levantamos também a questão sobre até que ponto estes weblogs se constituem, de fato, em blogs enquanto prática. Para isso, analisamos características como a identidade do autor, o conteúdo editorial, os enlaces de entrada e saída, a frequência na atualização e a presença de um sistema de comentários.

No item identidade do autor, analisamos o fator “autoria centralizada”. Neste quesito, verificamos uma proximidade entre este conceito e os blogs

⁶⁸ www.billmon.com

estudados. Após a análise estatística, sabemos que 78% deles possuem apenas um autor. Este fator fortalece a impressão de um estilo próprio do blogueiro ao seu espaço, inclusive através de textos em primeira pessoa e a presença de uma ou mais fotografias do autor no *layout* do blog.

Na análise do conteúdo editorial, verificamos que a segmentação dos temas é uma característica bastante comum aos blogs estudados. Constatamos que 86,6% dos blogs tratam predominantemente de um único tema, enquanto 13,4% tratam de temas variados. Neste ponto, nota-se uma proximidade aos weblogs fora do *mainstream*, que normalmente são utilizados como filtros de informação, atendendo à crescente tendência de fragmentação da audiência.

No que toca aos enlaces de entrada, verificamos que, neste ponto, os blogs vinculados à imprensa hegemônica têm autoridade concentrada principalmente nos níveis 04 e 05, de acordo com o ranqueamento proposto pelo PageRank. Constatamos que 56,3% desses weblogs têm nível de autoridade de 05, enquanto outros 30,3% têm nível de 04. Nenhum dos weblogs estudados teve autoridade acima de 06. Neste quesito, preferimos não fazer conclusões definitivas, já que foram detectadas uma série de distorções nos resultados obtidos pelos diferentes buscadores como o PageRank, Technorati e o buscador de blogs do Google.

Escolhemos o PageRank por considerarmos que este buscador teve mais eficácia na busca de weblogs, além de proporcionar um ranqueamento de acordo com o número de *links* de entrada. Outrossim, podemos afirmar que foram encontrados *links* de entrada em 93,8% dos weblogs estudados. Outros 6,2% tiveram nível de autoridade zero, ou seja, não possuíam enlaces de entrada.

Na análise dos enlaces de saída, verificamos uma tendência de aproximação com a blogosfera como um todo, principalmente nos weblogs vinculados aos jornais *O Globo*, *A Tarde* e *Zero Hora*, que em muitos casos, possuem enlaces de saída para blogs ou *sites* externos ao ser grupo de comunicação.

Apesar desta tendência de abertura, notamos o círculo de interação de grande destes weblogs ainda é restrito, tendo no *blogroll* somente blogs que

fazem parte da mesma empresa jornalística, numa prática classificada por Palacios (2006) como “endogenia”. Neste quesito, sobressaem-se os blogs de *O Estado de S. Paulo* e do *Jornal do Brasil*, influenciando diretamente no resultado final do levantamento: 66,1% dos blogs endógenos e 33,9% apontando para outros blogs ou sites externos à empresa jornalística a qual o weblog pertence.

O fator “sistema de comentários” foi a única unanimidade encontrada dentre as características propostas: 100% dos 112 blogs analisados possuem espaço para participação dos leitores. Não obstante, chamamos a atenção para as restrições impostas na utilização deste sistema em alguns blogs. Os blogs vinculados ao jornal *A Tarde* são moderados, através de uma censura prévia. Já os comentários no blog do Noblat, ligado ao portal de *O Globo*, são condicionados à realização de um cadastro prévio, no qual o leitor se identifica através de um nome ou pseudônimo e e-mail.

No último ponto analisado, a “freqüência da atualização”, constatamos uma aproximação dos weblogs incluídos em nosso *corpus* e a tendência geral da blogosfera como um todo. Segundo uma tendência apontada pelo estudo do Technorati, a grande maioria dos weblogs estudados possui uma atualização abaixo de um *post* diário. No período de estudo verificamos que 67% dos 112 blogs tiveram uma média de atualização igual ou menor que um *post* por dia. Outros 22,3% tiveram uma média entre 1,1 a 2,0 *posts* diários. Os outros 10,7%, ou 12 weblogs, tiveram mais de 2,1 *posts* diários. Tendo em vista estes números, podemos concluir que, apesar de seguirem a tendência da blogosfera, a possibilidade de atualização contínua que a plataforma dos weblogs dá é sub-utilizada. A grande maioria tem somente um ou dois *posts* diários ou menos que isso, com hiatos que podem durar dias ou semanas sem um único *post*.

Após a análise destes seis indicadores, podemos concluir que, por enquanto, existem mais tensões que proximidades na convergência entre weblogs e a grande mídia. Podemos dizer que os blogs ligados à imprensa tradicional que foram estudados, de certa forma, fizeram uma apropriação um tanto quanto redutora do formato blog. Ferramentas como a instantaneidade, atualização freqüente e hipertextualidade são sub-aproveitadas. Quanto aos enlaces de saída, verificamos que weblogs analisados ainda se mantêm

distantes da blogosfera, pois muitos não mantêm vínculos com outros weblogs, sendo essencialmente endógenos. Neste quesito, contudo, verificamos uma tendência de abertura destes blogs e uma relação cada vez maior com a blogosfera como um todo.

Neste contexto, estes weblogs podem ser considerados um espaço para informação segmentada, que em sua grande maioria dá continuidade a práticas como o columnismo ou clipping de notícias, utilizando-se da função filtro dos blogs e veiculando informações de acordo com seus “nichos” de interesse.

Entre as proximidades constatadas por este trabalho, figura a “personalização”, na acepção proposta por Recuero (2003), enquanto forma fortemente “autoral” de produção de informações. A presença do sistema de comentários em 100% dos blogs também indica uma aproximação com o conceito de weblog definido pelos estudiosos da área. Esta interação beneficiou a produção de um jornalismo mais participativo, em que o leitor ganha um canal permanentemente aberto para dialogar com o jornalista.

Por reconhecermos o caráter essencialmente preliminar deste trabalho, sugerimos o aprofundamento desta discussão, gerando novos desdobramentos do tema. Acreditamos que este trabalho pode ser utilizado como ponto de partida para outros questionamentos. Para uma visão panorâmica mais completa da blogosfera vinculada à grande imprensa, sugerimos que sejam aprofundadas as comparações entre os weblogs ancorados em jornais e a blogosfera como um todo. A partir de tal análise, poderemos verificar com mais clareza se as conclusões obtidas neste trabalho se restringem aos blogs incorporados. Outrossim, poderemos analisar a blogosfera ligada à imprensa brasileira tendo como contraponto a conjuntura da relação entre blogs e imprensa tradicional em outros países. Esta análise permitiria constatar se o panorama construído neste trabalho é restrito somente ao Brasil ou se pode ser generalizado pra outras realidades.

Estas são algumas das possíveis linhas de pesquisas futuras, que esperamos ter chance de desenvolver oportunamente.

Referências

ABRAMO, Cláudio. **A Regra do Jogo**. São Paulo. Companhia das Letras, 1988.

ANTÚNEZ, José Luis. **El Impacto de la aparición de los gestores de contenidos (CMS)** em Blogs: La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos. Madrid, 2005.

ARAÚJO, Artur Vasconcellos. **Weblog e Jornalismo: os casos de No Mínimo Weblog e Observatório da Imprensa (Bloi)**. São Paulo, 2006.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro, 1960.

BLOOD, Rebecca. **Weblogs: A History and Perspective**. Disponível em: <http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html em 10 de julho de 2007>, 2000.

BLOOD, Rebecca. **Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media**. Disponível em: <http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html em 10 de julho de 2007>, 2003.

BLOOD, Rebecca. **A Few Thoughts on Journalism and What Can Weblogs Do About It**. Disponível em <http://www.rebeccablood.net/essays/what_is_journalism.html em 10 de julho de 2007>, 2004.

BRADSHAW, Paul. **Stop asking me “Is Blogging Journalism?”** publicado no Online Journalism Blog e disponível em: <<http://onlinejournalismblog.wordpress.com/2007/04/30/stop-asking-me-is-blogging-journalism/> em 10 de julho de 2007 >, 2007.

BROCANELLI, Rodney. **Uma aposta de cinco anos**. Artigo publicado no Observatório da Imprensa e disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/eno030720021.htm> em 10 de julho de 2007>, 2002.

CUNHA, Magda. **Os blogs e a prática do Jornalismo no Brasil: Uma reflexão sobre os meios, as linguagens e a cultura**. Disponível em <http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/7_magda_cunha_prisma.pdf em 10 de julho de 2007>, 2006.

DORIA, Pedro. **O evangelizador da internet**. Disponível em <http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6872 em 10 de julho de 2007>, 2006.

ESCOBAR, Juliana. **Blog do Noblat e escândalo midiático: jornalismo sob novas bases**. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNlrev_Escobar.pdf em 10 de julho de 2007>, 2006.

GILLMOR, Dan. **We the Media - Grassroots Journalism by the People, for the People.** 2004.

GRANIERI, Giuseppe. **Geração Blogue.** Editorial Presença. Lisboa, 2006

HEWITT, Hugh. **Blog: Entenda a Revolução que vai mudar seu mundo.** Rio de Janeiro, 2007.

JONES, Steven G. (org) **Virtual Culture: Identity & Communication in Cybersociety.** California, Thousand Oaks: Sage Publications, 1997.

JUNGES, Suélen Hernandes Moraes. **Weblogs e intersecções dos gêneros jornalísticos: um estudo de caso dos blogs enquanto ferramenta jornalística.** Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17221/1/R0083-1.pdf> em 10 de julho de 2007>, 2005.

LEMOS, André L. M. **A Arte da Vida: Diários Pessoais e Webcams na Internet.** Trabalho apresentado no GT Comunicação e Sociedade Tecnológica do X COMPOS na Universidade Federal do Rio de Janeiro, de 04 a 07 de junho de 2002 e publicado no e-Book do Gt.

McLUHAN, Marshall. **Understanding Media, The Extensions of Man.** 1964.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e Implicações do jornalismo na Web.** Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf em 10 de julho de 2007 >, 2001.

NOBLAT, Ricardo. **O que um blog pode ensinar.** Artigo publicado no Observatório da Imprensa, <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=314ENO002> em 10 de julho de 2007>, 2005.

ORIHUELA, José Luis. **Weblogs y Blogosfera: el medio y la comunidad** em Blogs: La conversación em Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos. Madrid, 2005.

ORIHUELA, José Luis. **Los 'weblogs' cumplen diez años de agitación.** Disponível em <http://www.elpais.com/articulo/ocio/weblogs/cumplen/anos/agitacion/elpepateccib/20070118elpepateccib_1/Tes em 10 de julho de 2007>, 2007.

PALACIOS, Marcos. **Cotidiano e Sociabilidade no Cyberespaço: Apontamentos para Discussão.** Disponível em: <<http://facom/ufba/br/pesq/cyber/palacios/cotidiano.html> em 10 de julho de 2007>, 1998.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória em Modelos do Jornalismo Digital,** Salvador: Editora Calandra, 2003.

PALACIOS, Marcos. **Blogs y Prensa de masa en Brasil: ¿ Convivencias o connivencias?,** comunicação apresentada no seminário @ domani : blog,

hyper, search, move: formas y tendencias de la palabra digital. Torino, abril 2006.

PALACIOS, Marcos. **Blogosfera e jornalismo on-line no Brasil ou Porque Noblat, Josias e cia. não fazem Blogs** Disponível em <http://docs.google.com/View?docid=adf4grpvm38_28gc7rm9 em 10 de julho de 2007>, 2006.

QUADROS, Claudia Irene de, ROSA, Ana Paula da e VIEIRA, Josiany. **Blogs e as transformações no Jornalismo** – Revista E-compós, Salvador, 2005, v. 3, n. 1, p.1 - 21, 2005.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais.**, Disponível em <www.pontomidia.com.br/raquel/qebrings.pdf em 10 de julho de 2007>, 2002.

RECUERO, Raquel da Cunha – **Warblogs: Os blogs, a guerra no Iraque e o jornalismo online** - XXVI Congresso Anual em Ciências da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

SALAVERRÍA, Ramón. **Cibermedios: El impacto de internet em los médios de comunicación em Espana.** Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005.

TRAVANCAS, Isabel. **A coluna de Ibrahim Sued – um gênero jornalístico.** Disponível em <<http://bocc.ubi.pt/pag/travancas-isabel-coluna-ibrahim-sued.html> em 10 de julho de 2007> . 2000.

VARELA, Juan. **Periodismo participativo: el Periodiasmo 3.0** em Blogs: La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos. Madrid, 2005.

Anexo

Blogs que compuseram o universo da pesquisa

Folha de S. Paulo

Josias de Souza - <http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/>

Blog do Duilio - <http://blogdoduilio.folha.blog.uol.com.br/>

Cacilda - <http://cacilda.folha.blog.uol.com.br/>

Circuito Integrado - <http://circuitointegrado.folha.blog.uol.com.br/>

Fábio Seixas - <http://fabioseixas.folha.blog.uol.com.br/>

Ilustrada no Cinema - <http://ilustradanocinema.folha.blog.uol.com.br/>

Marcelo Coelho - <http://marcelocoelho.folha.blog.uol.com.br/>

Comes & Bebes - <http://marcelokatsuki.folha.blog.uol.com.br/>

Maria Inês Dolci - <http://mariainesdolci.folha.blog.uol.com.br/>

Novo em Folha - <http://novoemfolha.folha.blog.uol.com.br/>

Rodolfo Lucena - <http://rodolfolucena.folha.blog.uol.com.br/>

Blog da Soninha - <http://blogdasoninha.folha.blog.uol.com.br/>

O Estado de S. Paulo

Daniel Piza - <http://blog.estadao.com.br/blog/piza/>

Patrícia Campos Melo - <http://blog.estadao.com.br/blog/patricia/>

Bate-Pronto - <http://blog.estadao.com.br/blog/batepronto/>

Livio Oricchio - <http://blog.estadao.com.br/blog/livio/>

Fernando Solano - <http://blog.estadao.com.br/blog/solano/>

Luiz Carlos Merten - <http://blog.estadao.com.br/blog/merten/>

Luiz Zanin - <http://blog.estadao.com.br/blog/zanin/>

Jornal do Carro - <http://blog.estadao.com.br/blog/jc/>

Advogado de Defesa - <http://blog.estadao.com.br/blog/advdefesa/>

Felipe Machado - <http://blog.estadao.com.br/blog/palavra/>

Blog da Revista - <http://blog.estadao.com.br/blog/revista/>

Guterman - <http://blog.estadao.com.br/blog/guterman/>
Saul Galvão - <http://blog.estadao.com.br/blog/saul/>
Cristina Padiglione - <http://blog.estadao.com.br/blog/padiglione/>
Renato Cruz - <http://blog.estadao.com.br/blog/cruz/>
Repórter Alex - <http://blog.estadao.com.br/blog/reporteralex/>
José Mendonça - <http://blog.estadao.com.br/blog/josemarcio/>

Jornal do Brasil

Cristina de Luca - <http://jblog1.jb.com.br/deluca.php>
Esmir Filho - <http://www.jblog.com.br/esmirfilho.php>
Gustavo de Almeida - <http://www.jblog.com.br/gustavoalmeida.php>
Jblog Cidades - <http://www.jblog.com.br/jblogcidade.php>
Joana Dale - <http://www.jblog.com.br/joanadale.php>
José Maria Granado - <http://www.jblog.com.br/skins/zemaria/flash/topoblog.swf>
Juliana Rocha - <http://www.jblog.com.br/julianarocha.php>
Juliana Vilas - <http://www.jblog.com.br/julianavilas.php>
Leandro Mazzini - <http://www.jblog.com.br/lmazzini.php>
Liana Brazil - <http://superpink.uberdevices.com/interface/>
Liberati - <http://www.jblog.com.br/liberati.php>
Marcelo Ambrósio - <http://www.jblog.com.br/marceloambrosio.php>
Mario Marques - <http://www.jblog.com.br/bdebanda.php>
Paulo Caruso - <http://www.jblog.com.br/paulocaruso.php>
Projeto Chernobyl - www.jblog.com.br/chernobyl.php
Rafael Gomes - <http://www.jblog.com.br/rafaelgomes.php>
Roberta Malta - <http://www.jblog.com.br/robertamalta.php>

O Globo

Ancelmo Góis - <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/>
Miriam Leitão - <http://oglobo.globo.com/economia/miriam/>
Blog do Noblat - <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/>
A Organização - <http://oglobo.globo.com/blogs/organizacao/>

Antônio Carlos Miguel - <http://oglobo.globo.com/blogs/antonio/>
Arnaldo Blog - <http://oglobo.globo.com/blogs/arnaldo/>
Blog do Bonequinho - <http://oglobo.globo.com/blogs/cinema/>
DocBlog - <http://oglobo.globo.com/blogs/docblog/>
Gibizada - <http://oglobo.globo.com/blogs/Gibizada/>
Jam Sessions - <http://oglobo.globo.com/blogs/jamari/>
Luciana Fróes - <http://oglobo.globo.com/blogs/lucianafroes/>
Papo Série - <http://oglobo.globo.com/blogs/series/>
Paralelos - <http://oglobo.globo.com/blogs/paralelos/>
Patrícia Kogut - <http://oglobo.globo.com/blogs/patricia/>
Gente Fashion - <http://oglobo.globo.com/blogs/gentefashion/>
Rio Fanzine - <http://oglobo.globo.com/blogs/riofanzine/>
Além do Petróleo - <http://oglobo.globo.com/blogs/petroleo/>
Visão de Mercado - <http://oglobo.globo.com/blogs/adriano/>
Eloi Fernández y Fernández - <http://oglobo.globo.com/blogs/fernandez/>
Bloguinho - <http://oglobo.globo.com/blogs/bloguinho/>
Vestiblogando - <http://oglobo.globo.com/blogs/vestiblogando/>
À Francesa - <http://oglobo.globo.com/blogs/afrancesa/>
No Oriente - <http://oglobo.globo.com/blogs/gilberto/>
Nos Bastidores de Washington - <http://oglobo.globo.com/blogs/passos/>
Na Terra dos Cangurus - <http://oglobo.globo.com/blogs/australia/>
Page not Found - <http://oglobo.globo.com/blogs/moreira/>
Ilimar Franco - <http://oglobo.globo.com/blogs/ilimar/>
Tereza Cruvinel - <http://oglobo.globo.com/blogs/tereza/>
Do olho da rua - <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/nelson/>
No front do Rio - <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/frontdorio/>
Repórter de Crime - <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/reporterdecrime/>
Belezas, caos e histórias - <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/belezaecaos/>
Chope do Adyano - <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/chopedoaydano/>
Mãe de Primeira - <http://oglobo.globo.com/blogs/maedeprimeira/>
Pulso - <http://oglobo.globo.com/blogs/pulso/>
Saúde Mãe-pai-bebê - <http://oglobo.globo.com/blogs/saudebebe/>
Beta - <http://oglobo.globo.com/blogs/tecnologia/>

Feira Moderna - <http://oglobo.globo.com/blogs/largman/>
Catalisando - <http://oglobo.globo.com/blogs/cat/>
Gravatá - <http://oglobo.globo.com/blogs/gravata/>
Segurança Digital - <http://oglobo.globo.com/blogs/andremachado/>
Login - <http://oglobo.globo.com/blogs/login/>
Telefonia Etc. - <http://oglobo.globo.com/blogs/telefonias/>
Com ar de romance - <http://oglobo.globo.com/blogs/romance/>
Blog de Bordo - <http://oglobo.globo.com/blogs/bordo/>
Caraca! - <http://oglobo.globo.com/blogs/caraca/>
Prosa e Verso - <http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/>
O poder da mesa - <http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/poderdamesa/>
Achados e Perdidos - <http://oglobo.globo.com/blogs/maggi/>
Futebol, coisa e tal - <http://extra.globo.com/blogs/futebol/>
Roda de Samba - <http://extra.globo.com/blogs/rodadesamba/>
Vida de Cão e Gato - <http://extra.globo.com/blogs/caogato/>

Zero Hora

90 minutos -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=22&tipo=1&coldir=1>

Roda de Chimarrão -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=66&tipo=1&coldir=1>

Bicharada -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=43&tipo=1&coldir=1>

Blog do Nando -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=105&tipo=1&coldir=1>

Digital Life -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=102&tipo=1&coldir=1>

Cidade Futebol -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=68&tipo=1&coldir=1>

Blog do Vida -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=39&tipo=1&coldir=1>

Samblog -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=23&tipo=1&coldir=1>

Blogger Lerina -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=17&tipo=1&coldir=1>

Mundo Livro -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=31&tipo=1&coldir=1>

Diários de Brasília -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=24&tipo=1&coldir=1>

Antártida Blog -

<http://www.clicrbs.com.br/jornais/zerohora/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer.getBlog&pg=1&template=2881.dwt&tp=§ion=Blogs&&blog=106&tipo=1&coldir=1>

A Tarde

Blog do Dez - <http://blogdodez.atarde.com.br/>

CineinBlog - <http://www3.atarde.com.br/blog/cineinblog/>