

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**A CONTRIBUIÇÃO DO JORNALISMO EM BLOGS PARA O
FORTALECIMENTO DA ESFERA PÚBLICA:**

Análise do Blog de Jamildo e Blog do Magno Martins

EVELINE GONÇALVES LEAL

RECIFE,

2013

EVELINE GONÇALVES LEAL

**A CONTRIBUIÇÃO DO JORNALISMO EM BLOGS PARA O
FORTALECIMENTO DA ESFERA PÚBLICA:**

Análise do Blog de Jamildo e Blog do Magno Martins

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Mídia e Cotidiano

Orientador: Prof. Dr. Heitor Costa Lima da Rocha

RECIFE,

2013

Catálogo na fonte
Andréa Marinho, CRB4-1667

L434c Leal, Eveline Gonçalves
A contribuição do jornalismo em blogs para o fortalecimento da esfera pública: análise do Blog de Jamildo e Blog do Magno Martins / Eveline Gonçalves Leal. – Recife: O Autor, 2013.
149p.: il.: fig. e gráf.; 30 cm.

Orientador: Heitor Costa Lima da Rocha.
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco,
CAC.Comunicação, 2013.

Inclui bibliografia e apêndices.

1. Democracia. 2. Serviços de utilidade pública. 3. Jornalismo. 4. Internet. 5. Blogs. I. Rocha, Heitor Costa Lima da (Orientador). II. Título.

302.23 CDD (22.ed.) UFPE (CAC2013-62)

FOLHA DE APROVAÇÃO

Autora do Trabalho: Eveline Gonçalves Leal

Título: “Jornalismo em blogs: contribuições para o fortalecimento da esfera pública – Análise do Blog de Jamildo e do Blog do Magno”.

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação do Professor Dr. Heitor Costa Lima da Rocha

Banca Examinadora:

Heitor Costa Lima da Rocha

Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior

Adriana Maria Andrade de Santana

Recife, 21 de fevereiro de 2013.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Heitor Rocha pela orientação e constante incentivo tão importantes para vencer o desafio.

Aos jornalistas Jamildo Melo e Magno Martins que gentilmente concederam entrevistas fundamentais para a realização desse trabalho.

Aos colegas de curso por dividirem comigo as angústias – as minhas e as deles – e tornarem mais leve a longa jornada.

Resumo

O presente trabalho busca analisar as contribuições dos blogs jornalísticos para o fortalecimento da esfera pública. O estudo tem como objetos o Blog de Jamildo e o Blog do Magno Martins, ambos sediados na cidade do Recife, Pernambuco. A investigação adotou como principais referências teóricas a noção de esfera pública concebida por Jürgen Habermas, o estudo das potencialidades trazidas pela internet à prática do jornalismo e as implicações da apropriação dos blogs para exercício profissional do jornalismo. A metodologia, que une análises de cunho qualitativo e quantitativo, incluiu leituras de postagens dos dois blogs e categorização conforme categorias preestabelecidas, como a interatividade, a produção de conteúdo próprio e a relação com as fontes, além de entrevistas com os blogueiros. Os resultados nos mostram que, por um lado, velhas práticas jornalísticas ainda imperam no meio virtual, impedindo mudanças mais efetivas no jornalismo praticado na web, mas, por outro que já existem avanços na visão e postura dos jornalistas atuando em blogs sobre a importância do seu trabalho para o incentivo ao debate dos assuntos de interesse público contribuindo para a revitalização da esfera pública e de sociedades mais democráticas.

Palavras-chave: *democracia; esfera pública; jornalismo; internet; blogs*

Abstract

This paper explores the contributions of journalistic blogs to strengthen the public sphere. The study is the object of Blog de Jamildo and Blog do Magno Martins, both based in the city of Recife, Pernambuco. The research adopted as the main theoretical references the notion of the public sphere designed by Jürgen Habermas, the study of the potentialities brought by the internet to the practice of journalism and the implications of the appropriation of blogs to the professional practice of journalism. The methodology, which combines qualitative and quantitative analysis, included readings from both blogs and categorization as predetermined categories such as interactivity, content production and own relationship with the sources, and interviews with bloggers. The results show that, on the one hand, old journalistic practices still prevail in the virtual environment, preventing effective changes in journalism practiced on the web, but on the other there are already advances in vision and posture of the journalists working in blogs about the importance of their work to encourage the discussion of matters of public interest by contributing to the revitalization of the public sphere and more democratic societies.

Keywords: *democracy; public sphere; journalism; internet; blogs*

Lista de figuras, quadros e tabelas

Tabela 1. Blog de Jamildo – Categorização dos <i>Posts</i>	77
Tabela 2. Blog do Magno Martins – Categorização dos <i>Posts</i>	81
Figura 1. Blog do Magno Martins – Regras	88
Figura 2. Blog do Magno Martins – Aviso na Página de Comentários	89
Figura 3. Blog do Magno Martins – Página de login para inserção de comentários	90
Figura 4. Blog do Magno Martins – Página de cadastro do usuário	90
Figura 5. Blog de Jamildo – Página de login para inserção de comentários	91
Figura 6. Blog de Jamildo – Página de cadastro de usuários	92
Figura 7. Blog de Jamildo – Termo de aceitação	93
Figura 8. Blog de Jamildo – Crítica postada por leitor	97
Figura 9. Blog de Jamildo – Resposta à crítica postada por leitor	98
Gráfico 1. Blog de Jamildo – Percentual médio de notícias locais	102
Gráfico 2. Blog do Magno Martins – Percentual médio de notícias locais	102
Gráfico 3. Blog do Magno Martins – Notícias locais comentadas	103
Gráfico 4. Blog de Jamildo – Notícias locais comentadas	103

Sumário

Introdução	8
1 Democracia e a noção de Esfera Pública.....	12
1.1 Esfera Pública	16
1.2 Mídia e Esfera Pública.....	17
1.3 Mídia e Poder	21
1.4 Internet e Esfera Pública.....	23
2 Produção da notícia: a visão das teorias	28
2.1 Jornalismo como construtor de realidades	34
3 Jornalismo em tempos de internet	41
3.1 Surgimento do Webjornalismo	41
3.2 O jornalismo frente às potencialidades da internet	41
3.3 Internet e opinião no jornalismo	45
4 Jornalismo em Blogs	47
4.1 Surgimento e popularização dos blogs	47
4.2 Profissionalização dos blogs: um negócio do jornalismo	51
4.3 Novo formato, velhos problemas?	53
4.4 Conquistando poder e atraindo o leitor: atuação do jornalista em blogs.....	56
4.5 Interatividade e participação social	60
4.6 Interação e ampliação do debate público	65
5 Análise dos Dados.....	71
5.1 Metodologia.....	71
5.2 A análise dos dados	77
Considerações finais	
Referências	
Apêndice	

Introdução

Se cada pessoa fizesse consigo mesma o exercício de questionar-se sobre o quanto do que ela pensa sobre um determinado tema é reflexo do que ela viu, ouviu ou leu nos meios de comunicação veria a importância que a mídia tem desempenhado na nossa sociedade.

O jornalista, em qualquer tipo de mídia, está acostumado a ser referência no modo como as pessoas veem o mundo. Ele sabe que seu trabalho exerce uma forte e, muitas vezes, decisiva influência sobre o modo como seu público vê os acontecimentos do mundo da vida.

Por outro lado, ele sabe também (ou pelo menos deveria saber) que a interpretação dos acontecimentos e a noção de realidade social que ele mostra ao mundo não é sempre sua, aliás, não é só sua, ela está impregnada de diversas influências que incidem sobre ele. As influências vão desde aquelas do campo subjetivo, que faz parte da história de vida de cada um e às quais ninguém está imune, àquelas que dizem respeito ao modo de produção de seu trabalho: o padrão, a linha editorial do jornal, as técnicas de redação e reportagem, as regras deontológicas da profissão, bem como os interesses dos anunciantes que muitas vezes sustentam o veículo no qual ele trabalha. Além de diversas outras forças influentes.

Devido à sua capacidade intrínseca de fazer circular uma variedade de acontecimentos que afetam a vida da sociedade, acompanhados de pontos de vista e opiniões sobre os mesmos, o trabalho jornalístico tem importância reconhecida para o estabelecimento e manutenção de um regime democrático.

Os veículos da mídia tradicional continuam a ter grande importância e poder de penetração na esfera social onde se processa a discussão dos assuntos públicos. Para dar um exemplo que poderia parecer extremo, mas não é, para grande parte do público não é exagero dizer que o que não sai na imprensa não é importante (se fosse importante, seria notícia!). O fato para quem trabalha com a confecção e difusão da notícia é que com, espaço e tempo limitados, é necessário fazer um recorte da realidade que se transforma na realidade oficial, que importa a todos.

No entanto, o surgimento da internet propiciou a criação de novos e variados espaços que possibilitam a livre escrita e difusão de ideias e informações. Com a liberação do pólo

emissor podemos subverter a lógica de difusão informativa na qual apenas uns poucos têm o direito de falar enquanto que a maioria se limita apenas a ouvir.

O cidadão comum com acesso à internet pode através de um blog e das redes sociais, por exemplo, narrar um fato acontecido na vizinhança, publicar sua crítica a uma peça de teatro ou show musical a que assistiu, dar sua opinião sobre a plataforma política de um candidato às eleições para prefeito, criticar o governo, entre outras várias possibilidades.

Com a internet, a sociedade ganhou incremento democrático com a possibilidade de uma maior participação dos cidadãos nas discussões que dominam o espaço público. Este se adensa, ganha em diversidade e pode evoluir mais no sentido de libertar-se do domínio da grande mídia monopolizada pelo grande capital, considerada até então sua porta-voz.

A riqueza de potencialidades de difusão informativa da internet atrai também empresas e profissionais de comunicação. Especializados em trabalhar com a informação, os jornalistas profissionais também estão se apropriando das possibilidades da internet para expandir sua atuação e o poder de influência de seu trabalho. Assim, muitos criam sites, mantêm perfis bastante ativos no Facebook, ou utilizam o Twitter como forma de dar opinião ou de *linkar* um “seguidor” para conhecer o trabalho que faz num blog.

Mas, será que o exercício do jornalismo através das ferramentas da internet está buscando dar uma contribuição mais efetiva ao processo democrático, modificando posturas, mudando abordagens e dando voz a novos atores sociais ou se trata apenas do escamoteamento dos velhos objetivos por trás de novos formatos?

Sendo a realidade um construto social para o qual concorre, sobretudo, a produção discursiva, aceitamos aqui a possibilidade de que, com as novas tecnologias de comunicação propiciadas através do desenvolvimento da internet, mais atores sociais venham a participar desse processo de construção.

Desde há muito, bem antes do surgimento da rede mundial de computadores, os profissionais do jornalismo são notórios atores na construção social e difusão de uma noção de realidade. Agora, no entanto, eles estão diante de duas novas situações, por um lado, uma maior possibilidade de livre divulgação de assuntos, e, do outro, a convivência com um

público que não é mais apenas leitor, mas também interlocutor e até concorrente na construção do real.

A popularização da internet como plataforma fundamental para o exercício da atividade vem promovendo algumas mudanças no modo como os profissionais exercem sua função. Parte dessas mudanças é de caráter técnico, pois o jornalista se vê com a necessidade de dominar novas ferramentas tecnológicas para um jornalismo cada vez mais multimídia, a pressão pelo novo que se antes era diária, agora é uma pressão hora a hora, ou melhor, minuto a minuto.

Quando alimenta e mantém um blog um jornalista se depara também de uma maneira mais forte com a presença do outro. Aquele outro, tantas vezes escondido sob o anonimato, que elogia, concorda, assina embaixo, mas também que critica, que discorda e que até xinga. Sobretudo, aquele outro que aponta possíveis equívocos na apuração e exhibe uma nova versão para o mesmo assunto ou sugere a importância de dar espaço a assuntos ignorados pelo blog.

O trabalho que se desenvolve aqui partiu de algumas indagações a respeito das maneiras como a internet está interferindo no trabalho jornalístico. Ainda estamos na fase do transpor o conteúdo do veículo tradicional (seja TV, impresso ou rádio) para o ambiente virtual, copiando e colando notícias publicadas nos sites de agências e trazendo para nossos portais, sites e blogs? A maior disponibilidade de espaço para publicação de notícias está propiciando abordagens de assuntos que antes eram esquecidos em nome dos grandes temas que dominavam a grande mídia e conseqüentemente a discussão pública? O que o jornalista profissional faz em relação à interatividade? Como se comporta diante dela? Para o jornalismo, a interatividade existe apenas como um modismo ao qual o veículo deve se curvar para não perder espaço ou ela de fato vem interferindo no discurso jornalístico, propiciando novos questionamentos, novas maneiras de encarar e divulgar os fatos?

A 1ª. parte do trabalho é dedicada a pensar a democracia em nossa sociedade, interligando-a à ideia de esfera pública – concebida por Habermas, discorrendo sobre como essa esfera pública acabou sendo dominada pela influência da grande mídia e que mudanças a internet provoca nesse cenário. Na 2ª. parte são apresentadas algumas das principais correntes teóricas que influenciaram a reflexão sobre o trabalho jornalístico do ponto de vista de seus objetivos e das influências que interferem no produto final, com destaque para a abordagem

construtivista que refuta a ideia da notícia como espelho do real e reconhece a realidade apresentada pelo jornalismo ao público como resultado de um construto social.

A internet e os impactos que ela causa à atividade jornalística são discutidos na 3ª. parte deste trabalho, que traz ainda um breve histórico do surgimento do webjornalismo e da criação de espaços virtuais com amplas possibilidades para aumento da liberdade de expressão.

Os blogs, como exemplos desses espaços virtuais, são abordados mais detidamente na 4ª. parte que busca problematizar a atuação do jornalista como blogueiro, debatendo as repercussões da profissionalização e da transformação dos *blogs* em um negócio, a busca por *status* por parte dos profissionais da área e a adoção de velhas práticas do jornalismo em novo suporte. A 4ª. parte desta dissertação dedica-se, sobretudo, ao funcionamento dos blogs como fomentadores do debate social sobre assuntos de interesse público, buscando compreender como esse debate funciona através da atuação do jornalista na publicização de fatos relevantes da no âmbito social e da interatividade do leitor com o conteúdo jornalístico dos blogs e com os outros leitores.

Concluindo o trabalho, apresentamos a concepção metodológica utilizada na investigação, que se baseou sobretudo na análise de conteúdo e em entrevistas com os blogueiros selecionados. Mostramos, finalmente, que os resultados revelam que em parte há ainda um longo caminho a ser percorrido para que os blogs possam contribuir de maneira mais efetiva para uma esfera pública viva e mais forte, mas, que, por outro lado, já há mudanças de consciência da atuação social por parte de jornalistas/blogueiros e também do público dos blogs, que tem adotados novas maneiras de interagir com a produção jornalística.

O que se pretende aqui não é fazer a crítica e apontar o dedo sobre equívocos que porventura julgemos estejam sendo cometidos pelas iniciativas abordadas na pesquisa realizada. O objetivo é muito mais refletir se o modo de fazer jornalístico está se adaptando, assumindo "novas" funções ou executando melhor os "velhos" ideais da atividade, para aproveitar todo o potencial aportado com as novas tecnologias da comunicação trazidas pela internet. Sobretudo, queremos convidar a refletir sobre como os jornalistas podem ser atores ainda mais importantes para apoiar a sociedade cada vez mais interligada virtualmente na construção social de uma realidade mais inclusiva e democrática.

1. Democracia e a Noção de Esfera Pública

A se considerar a tipologia de governos oriundos da tradição grega, a democracia pode ser entendida como um governo de muitos, ou seja, um governo do qual todos participam. Tanto a democracia direta, quanto a democracia indireta (representativa) descendem do mesmo princípio da soberania popular.

Não basta o direito de participar direta ou indiretamente da tomada de decisões coletivas, é preciso que as pessoas tenham o direito de escolher se elas mesmas querem decidir ou se preferem eleger os que deverão fazê-lo. Para o estabelecimento de uma democracia, há que se garantir que os chamados a decidir tenham direitos de liberdade, de opinião, de expressão das próprias opiniões, de reunião, de associação, etc. “Seja qual for o fundamento filosófico destes direitos, eles são o pressuposto necessário para o correto funcionamento dos próprios mecanismos predominantemente procedimentais que caracterizam um regime democrático” (BOBBIO, 1986, p. 20).

A democracia representativa que temos hoje seria em si mesma uma renúncia ao princípio da liberdade como autonomia. Se no princípio da civilização, cada indivíduo podia participar de discussões em arenas públicas sobre as principais necessidades da sociedade que integrava, agora, as principais deliberações que dizem respeito a uma coletividade inteira são tomadas por pessoas eleitas para esta finalidade, seja através do parlamento, do presidente da República etc.

Esses corpos intermediários da democracia representativa não fazem parte do ideal de democracia delineado nos primórdios onde todo o poder decisório estava nas mãos de indivíduos considerados soberanos. De qualquer modo, Maia, Gomes e Marques (2011), consideram que o governo representativo dos modernos pode ser considerado uma continuidade na evolução da democracia dos antigos na medida em que ambos pretendem assegurar seus aspectos essenciais, como o princípio da igualdade política, as liberdades individuais, a deliberação livre, a aplicação do princípio da maioria nas decisões políticas e noção de que o Estado pertence aos cidadãos e não a um soberano. “A representação surgiu diante da impossibilidade de participação de todos em todas as instâncias da decisão política; mas tentou produzir garantias que o propósito que era próprio da participação civil total e

constante (o autogoverno, a autonomia, a soberania popular) não fosse destruído pelos representantes e pela representação” (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, p. 26).

De qualquer modo, podemos considerar que a representação por mandato seja uma estrada intermediária entre a democracia representativa e a democracia direta. “Tanto a democracia direta quanto a indireta descendem do mesmo princípio da soberania popular, apesar de se distinguirem pelas modalidades e pelas formas com que essa soberania é exercida” (BOBBIO, 1994, p. 34). Podemos, então, dizer que o povo é sempre o titular do poder político, o que varia é o modo de exercer o direito de tomar as decisões coletivas que pode ser mais ou menos amplo.

Nem é preciso dizer que o mundo se complexificou intensamente desde as raízes do modelo de democracia da antiga civilização grega até aqui. Hoje é inevitável reconhecer-se a impossibilidade de praticar-se a democracia tal como foi idealizada pelos antigos.

A amplitude das instituições modernas faz com que seja extremamente difícil imaginar a coordenação das decisões políticas por meio das práticas do debate. Os ideais do modelo deliberativo de democracia parecem 'viáveis' apenas em pequenas escalas espaciais e temporais (GOMES; MAIA, 2008, p.166).

Na moderna formatação da sociedade democrática, o cidadão perdeu força enquanto indivíduo, enquanto sujeito isolado. Ao passo que os grupos, as grandes organizações, os partidos políticos e outras formas de associação ganharam maior relevância política. Como consequência, o protagonismo social é exercido predominantemente pelos grupos e não pelos indivíduos (BOBBIO, 1986).

A sociedade civil é constante chamada à participação nas principais decisões que afetam a vida coletiva.

De modo geral, sociedade civil, na perspectiva contemporânea, refere-se ao conjunto de associações, grupos formais e informais e redes na sociedade, que existem fora da família (e das relações íntimas) e do Estado (e instituições a ele ligadas, como o exército, partidos políticos, parlamentos e instituições administrativas burocráticas). Sob essa perspectiva, a sociedade civil abrange o domínio das associações voluntárias, os movimentos sociais e outras formas de comunicação pública, como *os media* (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, p. 50).

Os estudos sobre a sociedade civil indicam que ela deve permanecer vinculada aos núcleos privados da vida social, “não se identifica nem com o Estado, nem com a economia e nem com outros sistemas de funções sociais” (HABERMAS, 1997, p. 100).

Para Habermas, essa sociedade civil desempenha um papel decisivo no estabelecimento dos assuntos que devem ser considerados prioritários na discussão pública.

A sociedade civil compõe-se de movimentos, organizações e associações, os quais captam os ecos dos problemas sociais que ressoam nas esferas privadas, condensam-nos e os transmitem, a seguir, para a esfera pública política. O núcleo da sociedade civil forma uma espécie de associação que institucionaliza os discursos capazes de solucionar problemas, transformando-os em questões de interesse geral no quadro de esferas públicas (HABERMAS, 1997, p.99).

A influência da sociedade civil nas deliberações em uma democracia representativa não pode ser restrita ao momento da realização de eleições para escolha de seus representantes políticos, nem isso pode ser considerado como o meio suficiente para legitimar decisões. “Os cidadãos deveriam ter papéis mais efetivos nas escolhas públicas ou, ao menos, mais e melhores meios e oportunidades de enviarem demandas e necessidades aos representantes políticos” (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, p. 197).

Por outro lado, uma maior participação civil nos processos decisórios requer cidadãos mais bem informados, ou seja, é preciso que haja uma maior circulação de informações relevantes e compartilhamento de conhecimento político, que os cidadãos possam se engajar em debates ou iniciar discussões e que estejam aptos a aproveitar as oportunidades de comunicação na esfera civil.

Considerando-se que a publicização dos fatos é um requisito fundamental para a deliberação pública numa democracia, os media desempenham um papel central na disseminação de informações a grandes audiências. Apesar de ser marcado por muitas assimetrias, o espaço de visibilidade criado pelos meios de comunicação pode contribuir para a promoção de um debate público generalizado que cria as bases para a deliberação pública nas sociedades complexas. A ampla circulação de mensagens compreensíveis e estimuladoras da atenção dos participantes numa discussão, mais as regras de uma prática comunicacional efetiva têm grande importância para a estruturação de uma opinião pública.

É claro que precisamos reconhecer que a imprensa não pode ser considerada a grande responsável por formar uma opinião pública universal, pois a existência desta é em si mesma objeto de contestações. “Não é possível supor que um mundo, marcado pela divisão do trabalho e distribuição da autoridade, possa ser governado por opiniões universais em toda a população.” (LIPPMANN, 2008, p. 307)

Existem dúvidas e questionamentos quanto à supremacia atribuída à imprensa nos sistemas democráticos na formação da consciência crítica e visão de mundo dos cidadãos, bem como sua relação com o Estado. “A imprensa é solicitada a criar uma força mística denominada opinião pública que tomará medidas para que a atividade e a produção se desenvolvam em instituições públicas. A imprensa frequentemente fingiu que poderia fazer isso.” (LIPPMANN, 2008, p. 307)

Conforme Lippmann (2008) os sistemas democráticos impingem à imprensa uma responsabilidade na sociedade maior do que ela pode, de fato, suportar.

Ela [a imprensa] é muito mais frágil do que a teoria democrática já admitiu. É demasiadamente frágil para carregar todo o peso da soberania popular e fornecer espontaneamente a verdade que os democratas gostariam que fosse inata (LIPPMANN, 2008, p. 307).

De qualquer forma, não há como negar que os meios de comunicação de massa exercem uma força muito poderosa sobre os modos de pensar do público atingido por suas mensagens, ainda que isso não implique a formação de uma opinião pública universal.

Para Sá (2003), a experiência de cidadania que emerge com o aparecimento do Estado moderno está assentada numa experiência de comunicação. Num sentido eminente, a capacidade de comunicar é que define o cidadão. Habermas (2002) também confere um papel central à comunicação em seu modelo de democracia deliberativa. Nesse sentido, a qualidade na articulação da opinião pública pela imprensa interfere decisivamente no processo democrático.

A configuração de sociedades democráticas exige a ampla participação da sociedade civil nos assuntos de relevância social que levam às decisões mais importantes da sociedade na qual o cidadão está inserido. No entanto, a forma de realização desse "debate" se transformou de modo profundo, conforme a evolução das sociedades. Sobretudo, a noção de espaço público foi bastante alterada.

Pode-se dizer que as sociedades contemporâneas assistem (a despeito das mudanças insurgentes que abordaremos no decorrer deste trabalho) a uma espécie de marginalização do papel dos cidadãos, já que vemos, por exemplo, que as indústrias da notícia, do lobby e da consultoria política têm muito mais influência na sociedade política do que a esfera civil. Também verificamos a formação de redes e de grupos que se interpõem entre administrações

públicas e organizações privadas preenchendo funções sociais com interesses definidos, mas nem sempre muito claros ou aqueles interessados na luta por um objetivo específico (partidos políticos, associações, grupos de protetores do meio ambiente etc).

Essas associações formadoras de opinião, especializadas em temas e contribuições e, em geral, em exercer influência pública, fazem parte da infraestrutura civil de uma esfera pública dominada pelos meios de comunicação de massa, a qual, através de seus fluxos comunicacionais diferentes e interligados, forma o verdadeiro contexto periférico (HABERMAS, 1997, p. 87-88).

O espaço público contemporâneo está sob a força da mídia, por sua vez dominada pelo poder do capitalismo, do mercado baseado na livre concorrência.

Trata-se de um ambiente dominado pela ação privada e sua ideologia, agindo as indústrias culturais como reais impedimentos à interação da sociedade com ela própria e com os poderes constituídos, bloqueando debates, reivindicações, encaminhamentos, posicionamentos, encontros, resgates identitários e proposições estéticas (RAMOS; SANTOS, 2007, p.83).

1.1 Esfera Pública

A noção de esfera pública perpassa todo este trabalho, visto que é nela e sobre ela que incidem as contribuições do jornalismo, para seu fortalecimento ou enfraquecimento. O conceito de esfera pública “tem a ver com o espaço social gerado no agir comunicativo, não com as funções nem com os conteúdos da comunicação cotidiana” (HABERMAS, 1997, 92).

Criador do conceito de esfera pública, Habermas esclarece que ela não é um espaço físico, concreto e também não pode ser entendida como uma instituição, organização ou sistema, mas como uma espécie de rede por onde é possível circular uma adequada comunicação de conteúdos, tomadas de posições e opiniões. É nela que é possível se formarem as opiniões públicas.

Na esfera pública, as manifestações são escolhidas de acordo com os temas e tomadas de posição pró ou contra; as informações e argumentos são elaborados na forma de opiniões focalizadas. Tais opiniões enfeixadas são transformadas em opinião pública através do modo como surgem e através do amplo assentimento de que gozam. Uma opinião pública não é representativa no sentido estatístico. Ela não constitui um agregado de opiniões individuais pesquisadas uma a uma ou manifestas privadamente; por isso, ela não pode ser confundida com resultados da pesquisa de opinião (HABERMAS, 1997, p. 94).

A esfera pública se forma no contexto comunicacional das pessoas virtualmente atingidas. É assim que ela executa sua função de captar e tematizar os problemas da sociedade como um todo. Em resumo, o público que a configura é formado de indivíduos, de pessoas

privadas. “A esfera pública retira seus impulsos da assimilação privada de problemas sociais que repercutem nas biografias particulares” (HABERMAS, 1997, p. 98).

O desenvolvimento das sociedades e o progresso tecnológico provocaram mudanças profundas na concepção da esfera pública. As distâncias geográficas, os públicos cada vez mais numerosos, a enorme variedade de assuntos e de interesses entre membros de uma mesma sociedade contribuíram para transformar os meios de comunicação de massa nos maiores suportes para a realização do “debate” público.

Se por um lado, Habermas reconhece que os direitos à liberdade da imprensa, do rádio e da televisão ajudam idealmente na manutenção de uma infraestrutura para a realização da comunicação pública, permitindo-a permanecer aberta a opiniões concorrentes e representativas, por outro, ele admite que a esfera pública ideal corre perigo e que os indivíduos são fundamentais na manutenção desse espaço aberto de debate público.

(...) as garantias dos direitos fundamentais não conseguem proteger por si mesmas a esfera pública e a sociedade civil contra deformações. Por isso, as estruturas comunicacionais da esfera pública têm que ser mantidas intactas por uma sociedade de sujeitos privados, viva e atuante (HABERMAS, 1997, p. 102).

Os participantes de uma discussão buscam exercer sua influência sobre o outro através da convicção e da persuasão. Não se pode negar que instituições e pessoas consideradas especializadas em uma área podem exercer mais influência sobre outras, muitas vezes apenas pela posição social que ocupam. Na esfera pública, há uma luta pelo maior poder de influência.

Nessa luta não se aplica somente a influência política já adquirida (de funcionários comprovados, de partidos estabelecidos ou de grupos conhecidos, tais como Greenpeace, a Anistia Internacional, etc.), mas também o prestígio de grupos de pessoas e de especialistas que conquistaram sua influência através de esferas públicas especiais (por exemplo, autoridade de membros da igreja, a notoriedade de literatos e artistas, a reputação de cientistas, o renome de astros do esporte, do *showbusiness*, etc.) (HABERMAS, 1997, p. 95-96).

1.2 Mídia e Esfera Pública

O advento do desenvolvimento dos *mass media* geram uma mudança na estrutura e forma de funcionamento da esfera pública (HABERMAS, 1997). Com o grande desenvolvimento dos *mass media* parece haver um movimento contraditório da esfera pública

que perde sua força e ao invés de ver a imprensa intermediando a opinião pública, passa a ver uma opinião (não) pública ser cunhada primeiro através da mídia.

A mídia possibilita que a noção de esfera pública se desligue da presença física de um público concreto, deixando a estrutura espacial das interações simples e avançando para a abstração ao considerar a presença virtual de leitores, ouvintes e telespectadores situados nos mais diversos locais. Por outro lado, essa passagem, que implica uma mudança estrutural, configura também certa diferenciação e segregação entre organizadores, oradores e ouvintes, ou, simplificada, entre os que falam, os que escutam, os que organizam e coordenam o debate.

Não é fácil perceber o modo como os meios de massa afetam os fluxos da comunicação na esfera pública política. Mas, pode-se perceber que é necessário reagir e normatizar o novo poder dos complexos de mídia que disputam influência político-publicitária.

Habermas (1997) questiona a legitimidade de uma esfera pública submetida à influência dos *media* que, por sua vez, passaram a ser dominados por forças e interesses particulares, como o Estado e o mercado. Esse questionamento tem como base a noção de que a esfera pública deveria ser o espaço onde existem discursividade e argumentação; publicidade¹, que garante que os debates sejam disponibilizados ao público; privacidade, como a garantia de que participem do debate sujeitos privados.

Habermas (1997) destaca as funções ideais a serem desempenhadas pela mídia nos sistemas políticos constitucionais, conforme sugeridas por Gurevitch e Blumler (*apud* HABERMAS, 1997, p. 110-111):

1. vigiar sobre o ambiente sócio-político, trazendo ao público desenvolvimentos capazes de interferir, positiva ou negativamente, no bem-estar dos cidadãos;
2. definir as questões significativas da agenda política, identificando as questões-chave, bem como as forças que as conceberam e que podem trazer uma solução;
3. estabelecer as plataformas que permitem aos políticos, aos porta-vozes de outras causas e de outros grupos de interesses, defender suas posições de modo inteligível e esclarecedor;
4. permitir o diálogo entre diferentes pontos de vista e entre detentores do poder (atuais e futuros) e público de massa;
5. criar mecanismos que permitem acionar os responsáveis para prestar contas sobre o modo como exerceram o poder;
6. incentivar os cidadãos a aprender, a escolher e a se envolver no processo político, abandonando sua função de meros espectadores;
7. resistir, em nome de princípios bem definidos, aos esforços exteriores à mídia que visam subverter sua independência, sua integridade e sua capacidade de servir ao público;
8. respeitar os

¹ O termo é utilizado no sentido da publicização dos fatos.

membros do público espectador e leitor como virtuais envolvidos e capazes de entender seu ambiente político.

Para Habermas, o que ocorre, no entanto, é que a mídia que deveria favorecer a passagem da esfera pública como estrutura espacial para uma esfera mais abstrata e integradora passa a atuar de forma a restringir e dificultar esses aspectos, sendo refratária à argumentação e apresentando discursos que, ao invés de serem legitimados pela crítica de seus participantes, recebem influências das quais precisaria estar livre. Para Habermas (1984), a esfera pública moderna entrou em decadência e perdeu suas características fundamentais: a acessibilidade, a discutibilidade e a racionalidade.

Nesse contexto, a esfera pública midiaticizada perde sua espessura ético-moral e transforma a ideia de uma opinião pública numa opinião de massa representante de uma "nova sociabilidade formada pela agregação social dos indivíduos que tem por base relações sociais frágeis, superficiais e burocratizadas" (ESTEVES, 1997, p. 2). Os meios de comunicação de massa se beneficiaram desse acondicionamento funcional da opinião pública e devem a isso grande parte de seu sucesso e poder de domínio.

É como se a opinião pública ao mesmo tempo em que se expandisse, perdesse em participação e relacionamento dos indivíduos, pois passa a não ser mais possível dar espaço à experiência social que faz de cada participante uma individualidade própria.

Desse modo, a dinâmica da comunicação dá lugar a um estado de espírito de indiferença, propício para manobra de interesses particulares organizados. Forma-se uma opinião pública de ficção, "que não representa público nenhum, apenas legitima interesses particulares dissimulados como interesses ou vontade coletiva da sociedade" (ESTEVES, 1997, p. 5).

Mudanças extremas são observadas nas formas de comunicação: onde antes havia predomínio da discussão e da argumentação coletiva, ausência de divisão entre os que apenas emitem e os que apenas recebem e possibilidades de respostas efetivas e mais ou menos imediatas passa a haver uma pseudocomunicação marcada por processos formais rígidos que transformam cada indivíduo num mero recurso de mercado, existência de poucos emissores para uma maioria composta pelos que são apenas receptores.

Com o destaque que ganharam nas sociedades modernas, os meios de comunicação de massa são alvo de duas críticas fundamentais. Uma que aponta para o fracasso desses meios no cumprimento de promessas de extensão das possibilidades democráticas. Outra que

procura impingir aos meios de massa a responsabilidade pela baixa participação democrática pelo que deixa de fazer e, sobretudo, pelo que faz.

No entanto, os *mass media* nas sociedades democráticas adquiriram um caráter ambivalente no paradoxo do aparecimento da sociedade como uma massa crítica. Com a evolução dos *mass media*, a imprensa passou a ser útil aos interesses privados, estando sob a influência do Estado e do mercado. “A esfera pública assume funções da propaganda. Quanto mais ela pode ser utilizada como meio de influir política e economicamente, tanto mais apolítica ela se torna no todo e tanto mais aparenta estar privatizada” (HABERMAS, 1984, p. 208)

São verificáveis também desigualdades políticas e comunicativas no âmbito da mídia, sobretudo na dificuldade de acesso dos públicos considerados fracos, que não conseguem impor aos grandes meios de massa a discussão dos assuntos que lhe são de interesse direto.

Pela assimetria do poder dos públicos considerados fracos no acesso aos canais dos meios de comunicação de massa, eles têm algumas desvantagens: de desigualdade comunicativa, que dificulta a utilização efetiva das oportunidades de expressão (por exemplo, a posse de vocabulário para expressar suas necessidades e perspectivas, conforme a gramática dos veículos); de pobreza política, que diz respeito à falta de capacidades públicas desenvolvidas (por exemplo, a habilidade de articular argumentos politicamente relevantes, a fim de serem considerados pelos demais) (GOMES; MAIA, 2008, p. 183).

Não podemos esquecer que o surgimento e expansão dos meios de comunicação de massa, como o rádio e a televisão, também se processou carregado de expectativas do maior acesso de todas as camadas da população aos temas sociais mais relevantes e a conseqüente participação política, mais tarde.

A pressão da própria sociedade influenciou a criação de normatizações que orientam o trabalho da mídia no sentido da busca do bem-estar social, como o código profissional dos jornalistas e a própria autocompreensão ética da corporação. Em síntese, elas orientam o trabalho jornalístico no sentido de coincidir com o conceito de política deliberativa e contribuindo para neutralizar o total poder da mídia sobre as discussões e a interferência político-partidária do poder administrativo. Habermas resume os princípios contidos nos preceitos que devem orientar o trabalho da mídia:

os meios de massa devem situar-se como mandatários de um público esclarecido, capaz de aprender e de criticar; devem preservar sua independência frente a atores políticos e sociais, imitando nisso a justiça; devem aceitar imparcialmente as preocupações e sugestões do público, obrigando o processo político a se legitimar à luz desses temas. [...] Segundo esta ideia, os atores políticos e sociais podem

"utilizar" a esfera pública, porém, somente na medida em que forem capazes de fornecer contribuições convincentes para o tratamento dos problemas percebidos pelo público ou inseridos na agenda pública por consentimento dele (HABERMAS, 1997, p. 112)

Ao se tentar expandir o público crítico, alargando-o para toda a sociedade tem-se a massificação desse mesmo público. Meios de comunicação de massa como o rádio e a televisão pela sua unilateralidade e verticalidade eliminariam o diálogo, a discussão, a crítica e confrontação de ideias diferentes, gerando como resultado final o aniquilamento da comunicação propriamente dita.

Por um lado, eles [os meios de comunicação de massa] apresentam-se, em teoria, como os meios para a afirmação e para o cultivo das diferenças, para a discussão e argumentação em torno de tais diferenças [...] Mas, por outro lado, apropriados pelo projeto democrático, eles tornam-se, na prática, um instrumento de dissolução dessas mesmas diferenças, num meio de homogeneização do pensamento, da opinião, da vontade, e mesmo do sentimento (SÁ, 2003, p. 11).

1.3 Mídia e Poder

Se a comunicação é tão importante nas sociedades contemporâneas por permear os mais importantes processos decisórios que afetam a vida social, podemos inferir que quem exerce melhor e de forma mais abrangente a comunicação tem mais poder.

Para Dijk (2010) se no passado o poder era uma questão da divisão em classes sociais e controle dos meios de produção, hoje ele tem sido substituído pelo controle da mente das massas – o que requer um controle sobre o discurso público. “Controle do discurso público é controle da mente do público e, portanto, indiretamente, controle do que o público quer e faz. Não há necessidade de coerção se se pode persuadir, seduzir, doutrinar ou manipular as pessoas” (DIJK, 2010, p. 23).

O acesso ao discurso público é que define as elites, quem são os detentores de maior poder.

As elites simbólicas hoje, tais como políticos, jornalistas, escritores, professores, advogados, burocratas e todos os outros que têm acesso ao discurso público, ou os diretores empresariais que indiretamente controlam tal acesso, por exemplo, como donos de impérios de mídia, são os que devem ser definidos como poderosos segundo esse critério (CORREIA, 2009, p. 23)

O poder dessas elites assenta-se, sobretudo no fato, de que são elas que mais influenciam a construção de uma realidade - construção essa incorporada por muitas pessoas.

O acesso ao discurso público faz com que suas ideias possuam um grande poder de penetração social que acaba por contribuir com a manutenção de sua própria hegemonia ou das forças que representam. Isso se realiza porque são elas que têm mais poder de determinar a agenda de discussão pública, de selecionar que fontes podem ou não gerar notícia.

Os produtores da informação impõem-se na esfera pública através de seu profissionalismo, qualidade técnica e apresentação pessoal. Ao passo que os atores coletivos, que operam fora do sistema político ou fora das organizações sociais e associações, têm normalmente menos chances de influenciar conteúdos e tomadas de posição dos grandes meios (HABERMAS, 1997, p. 110).

A comunicação e o discurso conformam a estrutura ideológica - formada por cognições fundamentais, socialmente compartilhadas e relacionadas aos interesses de um grupo e seus membros – que sustentam o exercício e a manutenção do poder.

Uma condição importante para o exercício do controle social por meio do discurso é o controle do discurso e a sua própria produção. Sendo assim, as perguntas principais são: quem pode falar ou escrever o que, para quem, em quais situações? Quem tem acesso aos vários gêneros e formas do discurso ou aos meios de sua reprodução? Quanto menos poderosa for uma pessoa menor o seu acesso às várias formas de escrita e fala (DIJK, 2010, p. 43-44).

Quem controla o modo de produção da articulação são as chamadas “elites simbólicas”, onde podemos enquadrar jornalistas, escritores, artistas, diretores, acadêmicos e outros grupos que exercem seu poder justamente com base no que seria um “capital simbólico”. Na nossa sociedade da informação, essas elites são os principais sustentáculos do aparato ideológico para o exercício do poder (DIJK, 2010)

Eles podem determinar a agenda da discussão pública, influenciar a relevância dos tópicos, controlar a quantidade e o tipo de informação, especialmente quanto a quem deve ganhar destaque publicamente e de que forma. Eles são os fabricantes do conhecimento, dos padrões morais, das crenças, das atitudes, das normas, das ideologias e dos valores públicos. Portanto, seu poder simbólico é também uma forma de poder ideológico (DIJK, 2010, p. 45).

O poder é exercido na interação social. Ele se mostra na relação entre grupos, classes ou outras formações sociais, ou entre pessoas na qualidade de membros sociais. É tipicamente na interação que as relações de poder social se manifestam. Ou seja, podemos afirmar que o grupo A (ou seus membros) possui poder sobre o grupo B (ou seus membros) quando as ações reais ou potenciais de A exercem um controle social sobre B (DIJK, 2010).

Para que o grupo A tenha poder sobre o grupo B ele precisa ter controle sobre os desejos, planos e crenças do grupo B. Por isso é que o poder social procura agir através da

“mente” das pessoas, por exemplo, controlando as necessárias informações ou opiniões de que precisam para planejar ou executar suas ações.

Pela penetração que seu discurso tem na vida das pessoas, os profissionais do campo do jornalismo precisam estar cientes das possíveis consequências de seus discursos sobre as representações sociais dos seus receptores. Mesmo que esses profissionais se protejam na impossibilidade de controle sobre o modo subjetivo como cada pessoa lê, compreende ou interpreta seu discurso, a consciência das consequências de seu próprio discurso é uma das condições da responsabilidade (DIJK, 2010).

Através do discurso pode-se produzir consequências mentais negativas, como a criação de estereótipos e preconceitos, a doutrinação e a desinformação. Assim, é que temos que avaliar os contextos, normas e valores que definem a prática discursiva adequada. No entanto, para Dijk (2010), felizmente, ainda existe algum espaço para graus variáveis de liberdade e resistência daqueles que estão sob ameaça de serem subjugados pelos donos do poder.

1.4 Internet e Esfera Pública

No capitalismo global, ao mesmo tempo em que o espaço público midiático é restrito, começa a se delinear uma reconfiguração da esfera pública, associada à criação de outras mídias, que trazem novas demarcações (RAMOS; SANTOS, 2007). Se de um lado há um sistema de comunicação de massa dominado pela publicidade comercial e manipuladora, liderado pela TV aberta, de outro surge um espaço dialógico, restrito e crítico, materializado nas redes, como a internet.

Começa a entrar em curso um processo que tem potencial para revalorizar o espaço público e uma maior representação da opinião pública, alimentando uma série de novas práticas sociais e políticas de resistência. Novos espaços públicos se abrem à participação individual, ao exercício da cidadania, a partir de ferramentas tecnológicas propiciadas pela internet, como as redes sociais, os fóruns online, *wikis*, *podcasts*, blogs etc.

Os entusiastas das inovações trazidas pela tecnologia em termos de possibilidades comunicativas costumam reconhecer na Internet um caráter democrático. As ideias que

defendem estão ancoradas fundamentalmente no meio físico das plataformas digitais que têm algum poder de ampliar a esfera de discussão de temas socialmente relevantes com a participação, em tese, de todos os segmentos e classes das sociedades. Entretanto,

Em grande parte da literatura sobre a chamada *cyberdemocracia*, ou democracia digital, é comum enfatizarem-se exageradamente as dimensões tecnológicas e estabelecer-se, deterministicamente, uma associação entre o potencial das novas tecnologias e a revitalização de instituições e práticas democráticas (GOMES; MAIA, 2008, p. 277-278).

Deve-se reconhecer que os dispositivos das novas tecnologias de comunicação e informação, por sua interatividade e multifuncionalidade, são potenciais para fortalecer o processo democrático, proporcionando troca de informações, consultas, debates, de maneira direta e rápida, livre de obstáculos burocráticos.

Insiste-se num apelo a um novo paradigma que conduziria ao desenvolvimento de uma nova variedade de democracia, cujos traços seriam: a) interactividade – com todos os utilizadores comunicando uns com outros numa base de reciprocidade; b) globalidade – graças à ausência de fronteiras nacionais; c) liberdade de discurso e de associação; d) construção e disseminação de informação não submetida à censura oficial; e) consequente possibilidade de desafiar as perspectivas oficiais, as rotinas oficiais e instaladas (CORREIA, 2008, p. 83-84).

Contudo, a ideia do nascimento de uma *cyberdemocracia* já enfrenta também os desencantamentos de uma sociedade que percebe que as ferramentas tecnológicas não são capazes de criar por si só um ambiente profícuo e favorável a uma maior participação social nas decisões políticas.

a sociedade em rede constitui comunicação socializante para lá do sistema de *mass media* que caracterizava a sociedade industrial. Mas não representa o mundo de liberdade entoada pelos profetas da ideologia libertária da Internet. Ela é constituída simultaneamente por um sistema oligopolista de negócios multimédia (CASTELLS, 2006, p. 24).

Trazendo a discussão para o campo de atuação política dos cidadãos equivaleria a dizer que todos podem ter direito a voz e participar das decisões mais importantes da sociedade na qual estão inseridos. No entanto, cabe-nos perguntar: até que ponto pode a comunicação mediada por computador e pela Internet interferir e contribuir para uma sociedade mais democrática?

Não podemos perder de vista que o simples acesso à riqueza de possibilidades comunicativas da *web* não corresponde à igualdade no poder de influência em âmbitos

sociais. Teremos que considerar também nessa avaliação as formas como se constrói o poder nas sociedades e que classes são costumeiramente detentoras desse poder.

Para Dijk (2010, p. 44), as possibilidades de acesso às várias formas de escrita e fala são um indício de poder. “Quanto menos poderosa for uma pessoa menor o seu acesso às várias formas de escrita e fala”. Mas, nem mesmo o poder supostamente exercido por um jornalista em um *blog* pode ser atribuído a uma questão individual, personificada num profissional. Nessa acepção, o poder não emanaria de uma pessoa enquanto individualidade, mas seria oriundo da classe, da posição que ocupa e relevância social que tem. O que Dijk defende decerto serve para esclarecer que um jornalista profissional conhecido publicamente vai ter sempre mais poder de influência social, *a priori*, do que um cidadão comum autor de um *blog*, mas não se pode desprezar que um profissional pode, por sua atuação, desenvolver mais poder de influência que outro, como acontece mesmo com os que “ascendem” a colunistas ou blogueiros de sucesso.

A política insurgente e social é capaz de intervir mais decisivamente no espaço de comunicação. No entanto, a mídia corporativa e política convencional também têm investido nesta nova comunicação no espaço. Gomes e Maia (2008) defendem que apesar de as novas tecnologias da comunicação criarem modalidades inéditas de interação social, esse potencial não pode ser associado de forma determinante à revitalização de instituições e práticas democráticas.

Outra vantagem trazida pela Internet seria a possibilidade de acesso à informação fora do domínio dos meios de massa, com a eliminação do atravessador representado pela empresa de comunicação. Assim, a informação seria fornecida de um agente do campo político diretamente ao público. "A construção de esferas públicas autônomas capazes de ressonância no governo, na mídia e no mercado é essencial, portanto, para que os processos democráticos sejam dirigidos pelo poder comunicativo da sociedade civil" (RAMOS; SANTOS, 2007, p. 128).

No entanto, o que se vê é que grande parte da informação de atualidade inserida na rede hoje em dia é alimentada pelas indústrias de produção de conteúdo jornalístico que transferem para a internet sua oferta ao mercado de notícias. É prática comum a clonagem digital dos mais importantes meios de massa, no jornalismo impresso, televisivo e radiofônico. “Com isso, a internet não apenas deixou de diminuir o impacto dos meios de

massa, como, ao contrário, acrescentou-lhe um outro público consumidor e uma outra zona de influência” (GOMES; MAIA, 2008, p. 319). Em suma, podemos verificar que, a despeito da maior diversificação de conteúdos propiciada pela Internet, os meios de massa continuam com seu lugar de controle da esfera de visibilidade pública, mesmo que sem o monopólio absoluto de que usufruíam antes da internet.

Na rede, o poder público, em todas as esferas e representações, é ainda fonte de grande parte da informação disponível. Sua comunicação on-line com o público é ainda majoritariamente a divulgação destinada a induzir, unidirecionalmente, opiniões favoráveis ao desempenho do poder público, ou, no melhor dos casos, a prestação de informações básicas sobre o funcionamento de suas instituições. Um tipo de informação de baixa qualidade para uma formação adequada da opinião dos cidadãos. E o Estado se fecha ainda em reserva, silêncio e segredo, protegendo-se do olhar do público como já fazia.

O que assistimos, portanto, é a crise de uma concepção unidimensional da Internet, que via nela apenas um instrumento para o progresso e a democracia. Mas, percebemos que a Internet e seus aparatos e sistemas tanto podem servir à democracia quanto ao seu contrário. Devemos considerar que as ferramentas tecnológicas de comunicação nada representam *a priori*, mas apenas pelo uso que se faz delas.

Como destaca Rüdiger (2011), a perspectiva teórica do Interacionismo Simbólico já chamava a atenção, na segunda metade do século XX, para esta ambiguidade das tecnologias de comunicação. A própria comunicação pode ser utilizada de modo a promover a ampliação da capacidade de compreender o mundo ou para ampliar a ignorância – tudo depende da perspectiva e dos objetivos dos sujeitos envolvidos no processo comunicativo. Do mesmo modo, as tecnologias de comunicação, como os sistemas de mídia também não podem ser consideradas apenas como forma de ampliar o conhecimento. Elas são ferramentas importantes que “podem servir tanto à maximização do conhecimento, quanto ao exercício da violência simbólica” (RÜDIGER, 2011, p. 48). Não é possível encararmos os sistemas de mídia na perspectiva da neutralidade. “As tecnologias de comunicação contribuíram para enriquecer o potencial cognitivo da comunicação social mas, ao mesmo tempo, tornaram-se tecnologias capazes de servir à manutenção das relações de poder vigentes na sociedade.” (RÜDIGER, 2011, p. 48)

Antes da popularização da internet, Bobbio (1986) manifestava mesmo um certo ceticismo em relação aos benefícios que a rede traria. Para ele, a comunicação via computador com toda a riqueza de possibilidades que traz não é apenas benéfica para a sociedade. “Se manifestei alguma dúvida de que a computadorcracia possa vir a beneficiar a democracia governada, não tenho dúvida nenhuma sobre os serviços que pode prestar à democracia governante. O ideal do poderoso sempre foi o de ver cada gesto e escutar cada palavra dos que estão a ele submetidos (se possível sem ser visto nem ouvido)” (BOBBIO, 1986, p. 30).

As tecnologias da informação e da comunicação facilitam o armazenamento e a circulação de informações e tornam a vida mais veloz, mas não determinam o procedimento da interação comunicativa nem garantem a reflexão crítico-racional. Além de que o alto custo da tecnologia e o elevado índice de analfabetismo barram o acesso de muitos ao espaço cibernético.

Se a internet será capaz de promover o debate no processo de deliberação pública é algo que não pode ser decidido *a priori*, pois o debate depende da livre motivação e da ação dos próprios interessados. “A figura comunicacional do Debate congrega duas práticas sociais. Ao articular Publicidade² e Crítica, o Debate imprime uma dinâmica própria à vida dos públicos e acaba por se impor como um critério elementar do funcionamento da política” (ESTEVEES, 2003, p. 35).

Além disso, é preciso cumprir certas condições. O debate crítico-racional é mais que uma pura pluralidade de vozes, pois é focado e se caracteriza por discussões singulares. Ele requer que os participantes construam, de maneira coordenada e cooperativa, um entendimento partilhado sobre uma matéria comum.

Mesmo com as degenerações já percebidas e as que ainda irão ocorrer, não podemos negar que “a cibercultura instaura uma estrutura midiática ímpar [...] na qual, pela primeira vez, qualquer indivíduo pode produzir e publicar informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações, adicionar e colaborar em rede com outros, reconfigurando a indústria cultural ('massiva')” (LEMOS, 2007, p.2). A cibercultura não extingue a cultura de massa, mas, de certo modo, reconfigura o território da informação e comunicação.

² A palavra Publicidade é utilizada pelo autor com o sentido de publicização dos fatos.

Se por um lado, a rapidez que a tecnologia imprime cada vez mais à comunicação parece querer jogar-nos para a superficialidade em qualquer assunto, a persistência da informação (RECUERO, 2009) propiciada pela web é um dos importantes aspectos da comunicação mediada pelo computador. A possibilidade de registro (com sons, imagens ou texto) é especialmente interessante porque pode contribuir para o aprofundamento das ideias em debate nesses espaços conversacionais, visto que se pode reler, rever ou escutar quantas vezes forem necessárias as informações veiculadas, ganhando-se mais tempo para a reflexão dos tópicos.

A criação e a expansão da comunicação processada em ambiente virtual ainda não nos permitem conclusões definitivas sobre os impactos na construção de uma sociedade democraticamente mais forte. Uma reflexão mais profícua parece apontar o caminho que nos leva a considerar que tanto a internet quanto os meios tradicionais de massa devem ser explorados no sentido de atenderem ao interesse público.

2 Produção da notícia: a visão das teorias

Abordaremos aqui uma breve revisão dos principais fundamentos das teorias do jornalismo que poderão nos ajudar no estudo sobre o jornalismo em blogs.

No século XIX, o jornalismo passou por transformações com a industrialização do processo de produção e circulação das notícias, com a adoção de um novo paradigma jornalístico focado na informação em detrimento da opinião e com a profissionalização do jornalista. O campo do jornalismo se dividiu em dois polos: um focado na comercialização que enxerga a notícia como mercadoria e outro que enxerga o viés ideológico do jornalismo que pode ser elemento fundamental para a prática democrática (TRAQUINA, 2004).

Com este novo jornalismo (jornalismo de informação) surge a idéia da possibilidade de uma separação precisa entre a divulgação de fatos e opiniões. Essa presunção, ainda hoje prevalente na maioria das redações, vincula-se ao positivismo, que reinou na ciência e em todo esforço técnico-científico ambicionando imitar o novo invento da máquina fotográfica, capaz de reproduzir o mundo real como um espelho (ROCHA, 2008, p. 45)

Essa transformação gerou uma das características mais marcantes do fazer jornalístico: a busca da imparcialidade como uma meta. Para grande parte do público, a imparcialidade, com anulação do caráter subjetivo do jornalista, é sinônimo de bom jornalismo. Assim é que, no desenvolvimento do jornalismo, a opinião esteve confinada em espaço e momento próprios, como uma tentativa de diferenciar o conteúdo eminentemente objetivo.

Sabemos, no entanto, que essa dicotomia entre objetividade e subjetividade nasceu num momento histórico específico de “perda de fé nos fatos”, em que o mundo assistia a uma eficaz propaganda na Primeira Guerra Mundial e ao nascimento da profissão de relações públicas – profissionais encarregados de fazer circular assuntos que correspondiam aos interesses dos poderosos grupos a que serviam como contratados. A objetividade foi adotada não como uma negação da subjetividade, como se costuma pensar, mas como um conjunto de rotinas procedimentais que deveriam ser seguidas, com vistas justamente proteger o trabalho jornalístico das críticas, das possíveis sanções (TRAQUINA, 2004).

Embora o conceito de objetividade seja hoje visto erradamente como a negação da subjetividade e um reforço da fé nos fatos, Michael Schudson explica que o ideal da objetividade não foi a expressão final de uma convicção nos fatos mas a afirmação de um método concebido em função de um mundo no qual mesmo os fatos não eram merecedores da confiança devido ao surgimento de uma nova profissão, Relações Públicas, e a tremenda eficácia da propaganda verificada na Primeira Guerra Mundial (TRAQUINA, 2004, p. 148).

A parcialidade não é algo que se possa evitar. O jornalista, como ser humano e ser social está submetido a variadas influências que incidem decisivamente sobre seu trabalho. Essas influências foram objeto de estudo que resultaram em várias teorias do jornalismo.

De acordo com a hipótese do *gatekeeping* (ou do jornalista como um *gatekeeper* que seleciona o que vai virar notícia de acordo com seus próprios critérios individuais), as notícias são analisadas com base no profissional que a produz, sem pesar nessa análise outros fatores importantes como a organização na qual o jornalista trabalha. “É uma teoria que privilegia apenas uma abordagem [...] ao nível do indivíduo, ignorando por completo quaisquer fatores macro-sociológicos, ou mesmo, micro-sociológicos como a organização jornalística” (TRAQUINA, 2004, p. 151).

Outros estudos puseram em xeque as conclusões do *gatekeeping*, como os de McCombs e Shaw e a teoria organizacional desenvolvida por Warren Breed que apontaram o

peso das normas profissionais e não das razões subjetivas para a seleção dos fatos que seriam transformados em notícias (TRAQUINA, 2004).

Para a teoria organizacional é justamente a cultura da organização e não a cultura do profissional jornalista o principal fator que influencia na decisão do que será ou não notícia. Para ele, o profissional jornalista está sujeito a uma série de constrangimentos profissionais e normas editoriais que ele precisa seguir. Nessa análise, o jornalista não adere a ideais profissionais, ele se orienta pela linha editorial, busca identificar seu trabalho com os preceitos da organização em que trabalha, atendendo às expectativas da organização e não exatamente às do público.

As notícias são o resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística. O jornalista sabe que seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que os seus superiores hierárquicos e os seus assistentes têm certos poderes e meios de controle (TRAQUINA, 2004 , p. 157).

Os meios de comunicação visto como instrumentos a serviço de interesses políticos é o núcleo das teorias de ação política. Nessa abordagem os media contribuem para manter o ponto de vista do poder instituído e os jornalistas estão sempre submissos aos interesses dos proprietários – num determinismo que foi criticado por outras abordagens teóricas.

A partir dos anos 70, a investigação baseada no paradigma da notícia como uma construção envolve duas novas teorias – estruturalista e etnoconstrucionista – que apresentam uma contundente refutação da Teoria do Espelho, ao observar a impossibilidade de uma distinção rigorosa entre a realidade e o jornalismo, já que a mídia noticiosa participa da construção da própria realidade. (ROCHA, 2008, p. 48)

O construtivismo refuta a ideia de notícias como espelho da realidade precisamente porque reconhece a notícia como fator importante de construção dessa mesma realidade. Admite também que a linguagem utilizada pelo jornalismo para formatar e transmitir a notícia não pode transmitir a realidade em si porque essa linguagem não se forma na neutralidade, ela é reflexo de condicionamentos e aprendizados sociais. Outro aspecto importante das teorias de base construtivista é que nelas os fatores da organização do trabalho jornalístico influenciam as próprias representações dos acontecimentos como notícias.

Dentro dessa corrente que enxerga as notícias como construção social, os estudos etnográficos contribuíram para a percepção das várias dimensões que causam impactos na produção noticiosa, como a influência transorganizacional (para além apenas da organização/empresa jornalística de que o jornalista faz parte) na produção da notícia, em que

todas as conexões culturais que envolvem o jornalista têm um peso na conformação do produto final, o reconhecimento da importância das rotinas produtivas das redações e o questionamento das teorias de ação política que apontam a distorção intencional das notícias.

Ainda dentro do paradigma das notícias como construção social emergem nas décadas de 60 e 70 do século XX a teoria estruturalista e a teoria interacionista. “Para ambas as teorias, as notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da comunidade profissional, dentro e fora da sua organização” (TRAQUINA, 2004, p. 173).

As duas teorias reconhecem a influência na produção da notícia não só do ambiente organizacional onde trabalham os jornalistas, mas também na influência que está além da organização/empresa jornalística (transorganizacional) ao identificar que a comunidade profissional também concorre de maneira decisiva para o produto final do jornalismo. Por outro lado, as teorias estruturalista e interacional rejeitam a visão instrumentalista que classificava a notícia como elemento de uma teoria conspiratória a serviço de interesses políticos. “Ambas contestam a visão de que os jornalistas são observadores passivos e defendem a posição de que, ao contrário, são de fato participantes ativos na construção da realidade” (TRAQUINA, 2004, p. 174).

Outro ponto de análise importante das teorias estruturalista e interacionista é a influência da relação com as fontes para a forma final das notícias. “A conexão entre jornalistas e fontes faz das notícias uma ferramenta importante do governo e das autoridades estabelecidas” (TRAQUINA, 2004, p. 175).

Para os estruturalistas, as notícias são resultados de fatores diversos, entre os quais se destacam sobretudo a organização burocrática das organizações/empresas de comunicação; a definição dos valores-notícia (com ênfase no fora do comum e no negativo), resultantes da prática e da ideologia profissional dos jornalistas; e o momento da construção da notícia que envolve o emprego de “mapas culturais”, que são espécies de códigos comuns de uma sociedade (motivo pelo qual se pode dizer que a teoria estruturalista tem uma perspectiva culturalista) (TRAQUINA, 2004).

Esses códigos são os meios pelos quais o poder e a ideologia são levados a significar em discursos específicos. Eles remetem os signos aos “*mapas de sentido*” dentro dos quais qualquer cultura é classificada; e esses “*mapas da realidade social*” contêm

“inscritos” toda uma série de significados sociais, práticas e usos, poder e interesse. (HALL, 2003, p. 395)

Apesar de sua natureza macrossociológica que dá ênfase ao papel dos media na reprodução das forças sociais dominantes, a teoria estruturalista reconhece a autonomia relativa dos jornalistas em relação a um controle econômico direto como responsável final pela forma e conteúdo da notícia.

Ainda assim, o papel dos media pode contribuir para a hegemonia ideológica, não como uma redução simplista de que a imprensa trabalha para o grande capitalismo que detém os meios de comunicação, mas a sintonia entre as ideologias dominantes e aquelas praticadas pelos media pode vir como resultado da aproximação dos media com o que Hall chamou de “definidores primários” (*primary definers*) (TRAQUINA, 2004).

Queremos chamar a atenção para as mais rotineiras estruturas de produção de notícias, para observar como é que os media vêm, de fato, e em última instância, a reproduzir as definições dos poderosos, sem estarem, num sentido simplista, ao seu serviço. (HALL, 1978 apud TRAQUINA, 2004, p. 178)

Ao contrário do que se poderia pensar num senso comum, os próprios *media* em geral não fazem o papel dos definidores primários, isso porque segundo Hall, a pressão do tempo e as exigências profissionais de imparcialidade e objetividade acabam levando os jornalistas a buscarem fontes que ocupam posições sociais privilegiadas. Os porta-vozes que representam classes sociais dominantes acabam por assumir a função de definidores primários e vão determinar de maneira decisiva o conteúdo das notícias, enquanto os media se colocam numa posição de subordinação.

O importante da relação estrutural entre os media e os definidores primários institucionais é que permite aos definidores institucionais estabelecer a definição ou interpretação primária do tópico em questão. Então esta interpretação comanda a ação em todo o tratamento subsequente e impõe os termos de referência que nortearão todas as futuras coberturas ou debates (HALL, 1978 apud TRAQUINA, 2004, p. 178)

No entanto, a teoria estruturalista recebe críticas por não reconhecer a possibilidade de autonomia dos profissionais dos media para fugir a essa subordinação em relação aos definidores primários e explicitar suas próprias visões e questionamentos sobre a realidade, tomando para si a responsabilidade de decidir sobre a noticiabilidade de um fato.

A identificação de um processo interativo onde há negociação constante no processo de definição e produção da notícia vem com a abordagem proposta pela teoria do

agendamento, que reconhece um jogo de forças mais complexo na produção noticiosa. Para Molotch e Lester (1974/1993 apud TRAQUINA, 2004) três categorias de pessoas estão envolvidas na organização do trabalho jornalístico.

a) os promotores de notícia (*news promoters*), definidos como aqueles indivíduos e seus associados que identificam [...] uma ocorrência como especial; b) *os news assemblers*, definidos como todos os profissionais que transformam um perceptível conjunto finito de ocorrência promovidas em acontecimentos públicos através da publicação ou radiodifusão; e c) os consumidores de notícias (*news consumers*), definidos como aqueles que assistem a determinadas ocorrências disponibilizadas como recursos pelos meios de comunicação (TRAQUINA, 2004, p. 184-185)

Pelo poder que representam na construção de realidades sociais os media são alvo prioritário da ação estratégica de agentes sociais em vários âmbitos, mas não tem todos conseguem acesso igual aos media. Molotch e Lester identificam a existência de três tipos de acesso aos media: o habitual (disponível aos indivíduos ou grupos tão localizados na estrutura social que suas necessidades de acontecimento coincidem com a necessidade de produção noticiosa dos media), o disruptivo (utilizado por grupos que querem interferir na temática pública e se utilizam de expedientes específicos para produzir o diferente, o fora do comum) e o acesso direto reservado aos próprios jornalistas que utilizam regras específicas do campo para definir a noticiabilidade de um fato (TRAQUINA, 2004).

Molotch e Lester reconhecem a preponderância dos grupos poderosos na configuração final do produto noticioso. Isso acontece porque os próprios media, devido à rotinização do trabalho, acabam elegendo esses grupos como fontes principais, conferindo-lhes acesso habitual (TRAQUINA, 2004).

A dependência dos media em relação às fontes oficiais pode levar as notícias a serem produtos que favorecem a ideologia dominante, a manutenção do *status quo*. No entanto, a teoria interacionista reconhece também a possibilidade de espaço para exercício do jornalismo como um contra-poder que permite a manifestação de grupos menos favorecidos, vozes esquecidas na luta contra a hegemonia política.

Para Traquina, a internet vem potencializar ainda mais essa possibilidade de exercício do jornalismo não como um trabalho que funciona apenas para reproduzir a ideologia dominante, mas para fazer circular informação de fontes variadas, gerando uma ambiência favorável ao debate público constante e irrestrito. Todas as ferramentas e potenciais trazidos pela internet “são fatores que apontam para a debilitação do controle político do jornalismo e

para a existência de um campo que é cada vez mais uma arena de disputa entre todos os membros da sociedade” (TRAQUINA, 2004, p. 210).

2.1 Jornalismo como construtor de realidades

Aceitar a realidade do jeito que ela é: esta atitude que parece ser apenas a filosofia dos que dizem adotar uma postura pragmática e objetiva diante da vida começa a desvanecer quando o real passa a ser visto não como um dado imutável, mas como o resultado de uma construção social.

O que estamos chamando de real aqui é o mundo da vida cotidiana que o homem compartilha com os outros (Schutz, 2003) é o mundo que compartilhamos como um domínio público no qual trabalhamos, nos comunicamos e vivemos nossa vida.

Conforme nos mostram Berger e Luckman (2004), a realidade da vida cotidiana só é possível por causa das objetivações e é na linguagem e mais especificamente na significação lingüística que está a base para manutenção das objetivações comuns da vida cotidiana. A linguagem é que nos permite participar da vida cotidiana com nossos semelhantes. O uso dos signos nos permite compreender a mente dos outros indivíduos, mesmo que de forma parcial, mas o suficiente para possibilitar nossa convivência e troca de experiências, nossas relações sociais. “O mundo social em que o homem se encontra inserido é assim entendido como uma rede de relações sociais, um sistema de signos e de símbolos com a sua particular estrutura de significados” (CORREIA, 2002, p. 154).

No entanto, não podemos esquecer a importância do elemento subjetivo humano. Para Schutz, cada indivíduo se situa na vida de acordo com o que ele chamou de sua situação biográfica, que é constituída pelo acervo de conhecimento que ele tem a mão e de que pode dispor facilmente para interpretar a realidade. “Cada pessoa segue durante toda sua vida interpretando o que encontra no mundo segundo a perspectiva de seus particulares interesses, motivos, desejos, aspirações, compromissos religiosos e ideológicos” (SCHUTZ, 2003, p. 17, tradução nossa).

Assim é que, por um lado, temos a possibilidade de uma multiplicidade de visões de mundo a partir de cada visão subjetiva, e, de outro, a necessidade de compartilhamos um só

mundo em nossa vida em sociedade. Neste jogo de forças *a priori* antagônicas nasce a noção de uma realidade social e não será preciso dizer como esse jogo se desenrola. “Se toma como realidade eminente o mundo do executar, o mundo de sentido comum da vida diária” (SCHUTZ, 2003, p. 28).

Assim, é como se o mundo como todos o vêem fosse transposto ao mundo particular de cada um, de acordo com sua situação biográfica. Adentramos aqui na noção de um mundo como construção do indivíduo enquanto autor e ator de sua própria concepção. Cada pessoa vê a realidade do mundo a partir de sua própria perspectiva, de sua posição no tempo e no espaço.

Mas, como viver numa realidade em que o mundo e seus objetos podem não ser o que parecem? Adotando, ainda que de modo inconsciente, a atitude natural de suspensão da dúvida e crença na realidade, nas coisas que existem num mundo de sentido comum. Assim, a realidade eminente estaria baseada nessa verdade aparente da atitude natural (SCHUTZ, 2003).

A chave para compreendermos a realidade social está na intersubjetividade, pois mesmo vendo o mundo de sua própria perspectiva, o homem é um ser social, habitando um mundo “real” compartilhado com outros homens, dentro do qual ele se comunica com outros, trabalha e vive.

A comunicação tem papel fundamental na construção da realidade social, já que é através dela que o sujeito consegue objetivar sua subjetividade, ou seja, transmitir ao outro uma parte de suas crenças, sentimentos e opiniões e ao mesmo tempo partilhar com ele da construção de um sentido partilhado de realidade. “A objectivação do sentido e, logicamente, a possibilidade de coordenação de sentidos subjectivos originados no universo profundo da corrente de consciência, é algo que só pode ser conseguido através de actos comunicativos” (CORREIA, 2002, p.147).

Apesar de haver sempre uma parcela que não é plenamente comunicável, a importância da comunicação marca decisivamente a construção de realidade. “Se a realidade é como é não é porque tem de ser assim - porque dispõe de uma qualquer propriedade ontológica – mas sim graças a um consenso que se estabelece na vida quotidiana” (CORREIA, 2002, p. 65).

Esse papel fundamental da comunicação na construção social da realidade nos interessa, sobretudo, em termos de seu emprego como atividade profissional, institucionalizada e até econômica – através do jornalismo - com uma influência cada vez mais decisiva nas sociedades contemporâneas.

Quando queremos ficar informados sobre o que está acontecendo de mais importante no mundo, assistimos um noticiário na TV, lemos o jornal, ouvimos notícias nas rádios, navegamos por portais de empresas de comunicação na Internet. Essa atitude tão comum para os seres humanos na maior parte do planeta são uma mostra de quanto o jornalismo pode construir o que a gente chama de realidade social. “A corrente construcionista inaugurada por Alfred Schutz permite toda uma frutuosa abordagem das notícias como construção social da realidade” (CORREIA, 2002, p. 208).

Gamson (apud SÁDABA, 2004) reconhece que embora não sejam a única fonte de conhecimento público, os meios de comunicação se transformaram na mais importante, sobretudo nos casos em que não há possibilidade da experiência pessoal direta relativa a um acontecimento. “Quanto menos uma pessoa utiliza sua própria experiência como fonte de conhecimento e mais recorra a fontes culturais, mais vulnerável será frente aos efeitos dos enquadramentos usados pelos meios” (SÁDABA, 2004, p. 45).

Essa tradição não existe por acaso. Conforme nos lembra Alsina (2009), os próprios meios de comunicação ao se colocarem como portadores de notícias da atualidade apresentam sua missão como a de transmitir a realidade.

A virtualidade do discurso jornalístico informativo está nas suas pretensões referenciais e cognitivas. Esse tipo de discurso se autodefine como o transmissor de um saber muito específico: a atualidade. Esse acontecer social cotidiano, que ficou definido como a atualidade, deve ser desmistificado rapidamente. Se conceituarmos a atualidade não como o que acontece no mundo e poderia ser transformado em notícia, mas, unicamente, como os acontecimentos aos quais tem acesso a mídia, mesmo assim, a ‘atualidade’ transmitida em forma de notícias é apenas uma pequena parte desses acontecimentos (ALSINA, 2009, p. 9-10).

Meditsch (1992) também nos revela um pouco de como o campo jornalístico se arvora a ser espelho da realidade e das implicações que uma tal postura acarreta para a formação de consciência social dos cidadãos.

O último argumento dos práticos será o seu apego aos fatos. O bom jornalismo ensina que a realidade se encontra nos fatos, e não nas ideias que se têm sobre ela. Assim, é a eles, os práticos, que a objetividade pertence. O apego aos fatos, concordarão os teóricos, é o caminho da objetividade, mas ela só é alcançada pelo correto relacionamento entre eles. [...] O apego de ambos aos fatos, esta visão fatal, costuma esquecer que os fatos se referem à realidade, mas não são a realidade. São construções do pensamento de que os nomeia (MEDITSCH, 1992, p.74).

O próprio procedimento intrínseco à atividade jornalística de selecionar um acontecimento como notícia pressupõe um recorte da realidade e isso não ocorre de maneira casual. Não podemos esquecer que o sistema de relevâncias criado pela mídia acaba acarretando implicações profundas na construção social – dando destaque a alguns fatos da atualidade e relegando outros ao ostracismo, dando voz a algumas categorias e classes sociais e deixando mudas tantas outras.

O jornalismo como conhecimento é condicionado por sua produção industrial como mercadoria, por valores ideológicos de seus produtores, pelo autoritarismo de suas formas, pela arbitrariedade de suas escolhas, pelas falsas categorias que a sua tradição e sua técnica [...] construíram (MEDITSCH, 1992, p.42).

O mais comum é que os agentes sociais não se questionem sobre o que vêem, nem sobre a finalidade prática para a qual os objetos foram construídos. Mas, não podemos esquecer que a definição do que vem a ser um acontecimento digno de virar notícia não é uma realidade externa ao próprio sujeito (jornalista) que assim o identificou. Há diversos fatores que incidem sobre o processo de seleção dos acontecimentos como notícia, a relevância que lhes é atribuída (e nem sempre coincide com a de grandes parcelas da sociedade) e o destaque que ganham da mídia.

A contradição principal do jornalismo, tal como é praticado em situações como a brasileira, é ser, por um lado, produção social de conhecimento – portanto, atividade intrinsecamente criadora – e, por outro, mercadoria produzida industrialmente para gerar lucros aos monopólios que controlam esta produção – portanto, atividade submetida (MEDITSCH, 1992, p. 80).

Sádaba (2004) defende a necessidade de o cidadão compreender como a mídia se apropria da realidade e quais as limitações e possibilidades do trabalho jornalístico para que possa avaliar as informações que recebe continuamente. Schutz (apud CORREIA, 2002) nos fornece uma chave interessante para compreensão de um ato comunicativo genuíno ao

esclarecer que esse só ocorre quando existe a clara intenção de “dar a conhecer” o significado de uma enunciação ou ação.

Nesse caso, o jornalismo é uma atividade perfeitamente encaixada à visão de Schutz para o ato comunicativo e enquanto atividade profissional traz uma série de implicações ao nosso estudo, justamente por sua intencionalidade (revelada ou obscura) na transmissão de uma realidade social. “A efetividade do discurso jornalístico informativo está em saber fazer chegar a informação, embora sem deixar de lado que também pode fazer crer (persuadir), fazer ver (manipular) e fazer sentir (emocionar)” (ALSINA, 2009, p. 10). Em nossa avaliação, a comunicação tem sempre uma finalidade que pode ser resumida como a busca por produzir um determinado efeito no receptor.

Se está na comunicação o poder de criar referências e partilha de significados na construção da realidade social, a transformação da comunicação em um negócio – conforme estamos assistindo com o intenso desenvolvimento dos veículos de comunicação de massa nas últimas décadas – traz implicações concretas no entendimento comum de uma realidade social caracterizada por sua inevitabilidade e sua existência independente da ação humana.

Além disso, se, conforme nos ensina Schutz (CORREIA, 2002), a ação dos atores sociais é determinada com base nos saberes adquiridos, na sua situação biográfica, podemos refletir sobre os condicionantes da realidade social transmitida pelos profissionais do jornalismo, através dos veículos de comunicação. A situação biográfica, incluindo-se também a cultura profissional, é um potente filtro do real que se materializa nas notícias.

Definir um tema como relevante pressupõe critérios. Nesse sentido, urge perguntar: até que ponto os jornalistas usam o sistema de relevâncias do seu próprio mundo da vida enquanto comunidade interpretativa para decidirem o que deve merecer dignidade de notícia? (CORREIA, 2002, p. 201).

Um dos principais questionamentos na investigação de Correia (2002) é sobre o sistema de relevâncias utilizado pelo jornalismo. A principal dúvida consiste em saber se os critérios de definição dos valores-notícia são determinados pelo sistema de relevâncias dos jornalistas enquanto categoria profissional e comunidade interpretativa, pelo sistema de relevância do próprio jornalista individualmente ou ainda pelo sistema de relevâncias que se tornou histórica e socialmente dominante. Para Sádaba (2004), há a influência de fatores coexistentes. “Tanto o jornalista como um indivíduo com características concretas, quanto o

jornalista enquanto profissional que trabalha com rotinas e em uma determinada organização, faz com que os fatos adquiram enquadramentos diferentes” (SÁDABA, 2004, p. 14).

A análise de Correia caminha para constatação semelhante ao entender que o sistema de relevância dos jornalistas faz parte de uma província de significado finito que é a própria comunidade de profissionais, mas esse sistema se inter-relaciona com outros. “A produção do sistema de relevâncias do jornalista é resultado das interações entre si nas rotinas organizacionais e das interações com outros sistemas de relevância” (CORREIA, 2002, p. 209).

Junto ao público, a seleção dos acontecimentos noticiáveis gera um agendamento³ que alteraria os sistemas de relevância do público receptor. Dentro do contexto de condicionamentos socioculturais em que realiza seu trabalho, o jornalista corre o risco de desenvolver uma atitude eminentemente prática frente ao mundo e uma certa confiança ingênua na realidade e permanência do mundo do modo como é percebido.

No limite, corre-se o risco que um esquema rígido de normas de especificação produtiva [...] que busca a sua adequação ao “homem comum”, se torne o elemento que estrutura a positividade da linguagem mediática, pervertendo a possibilidade da inovação e da dissidência e contrariando as possibilidades de reforço do pluralismo. Nesta hipótese, a negação da diversidade faria parte da própria natureza da linguagem e práticas discursivas da instituição mediática e do jornalismo (CORREIA, 2002, p. 217).

Para Correia, os meios de comunicação precisam sair do lugar de conforto e adotar uma posição de estranhamento em relação à realidade social dada como mundo objetivo e imutável numa atitude de quebra e ruptura que teriam a ver com algumas técnicas passíveis de serem desenvolvidas pelo jornalismo se se revisse a clássica retórica do discurso da imprensa.

Estas técnicas passariam pelo aprofundamento do pluralismo e pela multiplicação das vozes susceptíveis de acederem à visibilidade pública através dos *media*, graças a formas de trabalho muito prático que implicam mais investigação e insistência escrupulosa não apenas em ouvir as partes que têm pertinência para o caso em apreço, mas, paradoxalmente, até as que parecem ausentes de pertinência, as que são olhadas como impertinentes, apenas porque falam num registro que invoca um outro sistema de relevâncias que por vezes não é socialmente aceite ou sequer evidente (CORREIA, 2004, p.10).

³ Conforme a hipótese da *agenda-setting*, desenvolvida por McCombs e Shaw (1972), os consumidores dos meios de comunicação de massa passam a agendar suas conversas de acordo com o que é veiculado pela mídia.

O rompimento da atitude natural de aceitar a realidade como um dado a priori e o reconhecimento de uma dimensão possível de reflexividade crítica e de participação ativa na construção de sentido também são apontadas por Schutz como formas de romper com o conformismo frente à realidade social aparente. “Tudo em Schutz aponta para uma análise arguta sobre a forma como o conformismo se constitui, e de como, afinal, cada província de significado outra coisa não é senão um domínio de crenças válidas enquanto os sujeitos as partilharem” (CORREIA, 2002, p. 187).

O profissional do jornalismo também precisaria efetuar algumas mudanças em suas rotinas produtivas, a partir de um outro posicionamento de assumir-se como agente de transformações sociais.

O jornalista, se e só se estiver consciente da sua condição de actor no mundo da vida, pode recolher novos pontos de vista, novos modos de chegar aos significados que os agentes observados atribuem às suas acções. Para isso importa deixar as fontes do costume e manter uma perspectiva crítica relativamente às rotinas institucionalizadas (CORREIA, 2002, p.221).

Se, como vimos, o jornalismo online “conhece certamente menos limites que as formas tradicionais de jornalismo” (FIDALGO, 2004, p. 13), cabe à sociedade e aos profissionais e estudiosos da comunicação empreender bases para que essa falta de limites possa se reverter no aprofundamento do conhecimento social, na pluralidade de vozes, na maior circulação informativa e na construção de uma realidade mais justa. “É possível e necessário aos jornalistas trazer às pessoas o carácter incerto da verdade no qual suas opiniões são fundamentadas” (LIPPMANN, 2008, p. 306).

Não se trata de esvaziarmos a importância do jornalismo como atividade profissional construtora de sentido, nem de querermos fazer de todo cidadão um jornalista, trata-se, sim, de uma transformação da atuação profissional e também do público. O foco na interatividade e no jornalismo colaborativo são reflexos dessa postura que pode contribuir para uma compreensão menos massificada e mais rica, heterogênea e diversa da(s) realidade(s) social(is).

Se, conforme nos mostra Rocha (2011, p. 32) “os jornalistas não se sentem obrigados, diante do consenso social estabelecido pelo discurso ideológico dominante, de apresentarem as versões dissensuais, contra-hegemônicas ou contrafactuais”, a interatividade que propicia a participação do leitor nas discussões dos assuntos nos blogs acaba por dar uma contribuição

muito importante para uma visão multifacetada dos acontecimentos, a partir do momento em que quem lê o blog tem acesso não só a notícia postada pelo blogueiro, mas também aos comentários feitos pelos outros leitores a respeito da notícia.

3 Jornalismo em tempos de Internet

3.1 Surgimento do webjornalismo

Em seu desenvolvimento, a internet já passou por algumas fases. A primeira, hoje conhecida web 1.0, pode ser descrita como a fase da publicação, em que as principais ferramentas são os portais, sites, homepages, e-mail, fóruns, chats e alguns sistemas de buscas etc. Na segunda fase – 2.0 – há, em síntese, uma potencialização da interação e do compartilhamento. “A segunda fase é a da cooperação, com redes de relacionamento, blogs, marketing viral, social bookmarking (folksonomia), webjornalismo participativo, escrita coletiva, velocidade e convergência” (PRADO, 2011, p.182).

O webjornalismo foi sendo implementado a partir da segunda metade dos anos 1990; porém apenas no final da década é que se estabeleceu de forma abrangente, detectando um verdadeiro boom - contratação de profissionais com altos salários, aumento de equipes etc. -, período que também marca a bolha ocorrida na virada de 1999 para 2000, quando a web foi, de forma precipitada, superestimada economicamente. Era chamada de Nova Economia, ou seja, economia gerada pela internet. O webjornalismo e seus portais eram considerados um novo negócio (PRADO, 2011).

Durante a década de 1990 foram formatadas as principais experiências no campo do jornalismo na web, muitas das quais ainda são referências para o público até hoje. Assim, temos o Jornal do Brasil, como o primeiro a ser disponibilizado na internet, em 1995, mesmo ano em que a Agência Estado marca espaço como a primeira empresa de informação brasileira a ter um site e quando também o jornal Folha de S. Paulo publica suas primeiras páginas na web. No ano seguinte, foi inaugurado o portal UOL, até hoje um dos principais portais de notícias da internet. O JC On Line foi criado em 1996, a princípio disponibilizando na web o conteúdo da versão impressa do Jornal do Commercio (numa parceria com o

Universo On Line-UOL). No final de 1999 surge o Último Segundo, que tinha como proposta ser um veículo exclusivo da internet e, já na virada para o ano 2000, é lançado o IG.

No final de outubro de 2009 foi anunciado o final do site Geocities.com, por meio do qual muita gente inaugurou seus primeiros sites. Seu fim marca também o final da web 1.0, também conhecida como a primeira geração da web, aquela que balançou a caminho da web 2.0 depois do estouro da bolha em fins de 1999/2000 (PRADO, 2011, p.32).

Quando se trata de internet, a evolução costuma caminhar em passos largos. Tanto que no final de 2005, a internet já era a mídia mais consumida do mundo. No Brasil, o número de computadores chegou a 40 milhões e o de internautas a 32 milhões no ano de 2007.

A euforia inicial que considerava tudo que era feito na internet como um grande negócio passou e, ainda na virada do ano 2000, a “crise da bolha digital” provocou demissões, substituição de profissionais caros, outrora considerados essenciais, por outros menos onerosos e enxugamento das redações.

Foi aquela época em que o webjornalismo ganhou péssima fama, a de que copiava e colava desenfreadamente conteúdo alheio, que não apurava e publicava material sem checar. Realmente, houve descuido por parte de vários sites, sim, mas não dá para generalizar e colocar no mesmo patamar os webjornalistas sérios (PRADO, 2011, p.34).

No início, não havia muitos veículos de comunicação projetados para a web. A versão online dos jornais era na verdade o conteúdo considerado mais importante da versão impressa transposto para o ambiente de rede. Faltava também o que hoje é considerada a principal característica do webjornalismo que é a possibilidade de atualização constante de informações, conforme o desenrolar dos acontecimentos.

3.2 O jornalismo frente às potencialidades da internet

O modo do fazer jornalístico vem sendo afetado a partir da utilização do computador e da Internet. Para Fidalgo (2004, p. 1), a Internet está modificando não só as práticas cotidianas do jornalismo, mas também sua própria natureza. “É uma transformação tão radical que as fronteiras do que é e do que não é jornalismo se tornam problemáticas e incertas.”

Com a internet, o jornalismo pôde construir um suporte mais firme para alcançar a universalidade, já que praticamente não há limitação de espaço e conseqüentemente de

conteúdo, que deve apenas atender ao interesse do público. “O jornalismo online apresenta possibilidades para uma maior aproximação à realidade ideal do jornalismo. [...] mais do que o jornalismo impresso, radiofônico ou televisivo, o jornalismo online tem condições para [...] ser melhor jornalismo” (FIDALGO, 2004, p. 2).

Mas, a principal influência da internet sobre o jornalismo veio com a liberação do pólo emissor, que engendrou um modelo de produção colaborativa, no qual o público pode ajudar na produção noticiosa. O público também passou por mudanças, deixando de ser apenas o leitor passivo que aceita a realidade apresentada pelos profissionais da comunicação, para também opinar, relatar fatos que presenciou e difundir isso através da rede.

De fato, com a liberação do polo emissor e as facilidades trazidas pela internet, o cidadão percebeu que poderia se inserir nesse mundo. Como consequência, temos o surgimento do jornalismo com participação de colaboradores, que ganhou várias denominações: jornalismo aberto, jornalismo colaborativo, jornalismo open source (PRADO, p.185).

Jornalismo Open Source implica, desde logo, permitir que várias pessoas (que não apenas os jornalistas) escrevam e, sem a castração da imparcialidade, deem a sua opinião, impedindo assim a proliferação de um pensamento único, como o pode ser aquele difundido pela maioria dos jornais, cuja objetividade e imparcialidade são muitas vezes máscaras de qualquer ponto de vista que serve interesses mais particulares que apenas o de informar com honestidade e isenção o público que os lê (PRADO, 2011, p. 185).

Para Briggs (2007), o jornalismo colaborativo ou cidadão ainda padece de algumas desconfianças dos representantes da tradição do jornalismo, por um lado, e do outro, que ainda não foi perfeitamente assimilado e praticado pelas novas gerações apesar dos significativos avanços tecnológicos que liberaram o pólo emissor e incrementaram sobremaneira as possibilidades de difusão de pensamento e opiniões.

Não são poucas as discussões sobre o jornalismo que se pratica na internet. Em relação aos jornalistas profissionais, há acusações de que a necessidade de rapidez substituiu a prática da apuração rígida e criteriosa, que a busca por mais e mais notícias para preencher os espaços, onde tudo se torna obsoleto em pouco tempo, enfraqueceu a orientação ética que deveria guiar o trabalho jornalístico, que as notícias perderam profundidade e tantos outros problemas. Quanto ao jornalismo colaborativo, as maiores queixas se dão em relação à

ausência de um filtro mais apurado para definição do que é notícia e a falta de critério na apuração das informações.

Mas, não é nossa pretensão responder aqui se o que se faz na Internet é ou não é jornalismo. Como observa Fidalgo (2004), em artigo inspirado nos elementos do jornalismo conforme Otto Groth [universalidade, atualidade, publicidade, periodicidade], o suporte não faz o jornalismo deixar de sê-lo apenas por ser online. Para nós, importa que, mesmo que o que o cidadão comum faça não seja jornalismo – e em geral não o é -, ele pode aumentar o poder de circulação do conhecimento através da Internet e contribuir para tornar públicas facetas diversas do que se pode chamar de realidade social.

Apesar das discussões em torno da legitimidade desse jornalismo feito com a colaboração dos cidadãos, essa prática é uma das vertentes dessa ampliação da participação de outros agentes no incremento da revelação de novas realidades sociais.

A interatividade, a possibilidade de participação na construção de um texto coletivo na web traria contribuições ao jornalismo pelo aumento do volume de informação produzida e disponível, facilitando a contextualização e a heterogeneidade de pontos de vista sobre os assuntos. Para Palácios, essa é uma grande contribuição da web ao jornalismo (PALÁCIOS, 2003).

Fato é que o que é divulgado por sites ou jornalistas profissionais consolidados costuma ser aceito pelo público como informação crível, simplesmente pela função social que esses profissionais desempenham. O público confia ao trabalho jornalístico o cumprimento do compromisso com a construção de enunciados verdadeiros, no sentido da busca por essa comprovação dos fatos, através do trabalho de apuração. Espera-se do trabalho jornalístico, em qualquer meio (impresso, radiofônico, televisivo ou *on line*) que os indivíduos que os produzem estejam comprometidos com a busca da verdade, como um valor fundamental.

a enunciação jornalística implica sempre uma pretensão de validade determinante que constitui uma das suas diferenças: a pretensão de verdade, a relação com o estado de coisas e as pessoas do mundo objectivo. Esta pretensão de validade seria uma das características que permitiria distinguir o jornalismo de outros discursos (CORREIA, 2009, p. 27).

3.3 Internet e opinião no jornalismo

A possibilidade de maior liberdade de expressão de opiniões é, sem dúvida, uma das contribuições mais positivas trazidas pela internet não só ao fortalecimento da participação social, mas também ao jornalismo. Para mensurarmos o valor desse potencial é importante olharmos para o percurso do desenvolvimento da atividade jornalística que acabou por jogar em lados distintos e até opostos a informação (objetividade) e a opinião (subjetividade), como se uma separação desse tipo fosse realmente possível.

Quando nos primeiros momentos de sua afirmação o jornalismo ainda era caracterizado pela expressão de opiniões, os jornais se transformaram em armas de confrontação entre diferentes correntes de pensamento, incomodando grupos estabelecidos no poder político, social e econômico.

Nada mais natural que os donos do poder, incomodados pela virulência com que se praticava o jornalismo, atacando, denunciando, combatendo o governo, procurassem reduzir o ímpeto da expressão opinativa. E os caminhos são eficazes. A instituição de taxas, impostos, controles fiscais atacava o flanco da sobrevivência econômica. A decretação de limites à liberdade de imprensa dava conta do cerceamento político, estabelecendo o mecanismo da censura *a posteriori*, ou seja, a punição dos excessos cometidos, nos termos da legislação vigente (MELO, 2003, p.23).

Essas restrições fizeram com que o jornalismo de informação ganhasse mais terreno frente ao jornalismo de opinião. Tal momento coincide também com a concepção do produto jornalístico como mercadoria, do jornalismo como atividade econômica visando o lucro das grandes empresas de comunicação.

O jornalismo informativo afigura-se como categoria hegemônica, no século XIX, quando a imprensa norte-americana acelera seu ritmo produtivo, assumindo feição industrial e convertendo a informação de atualidade em mercadoria. A edição de jornais e revistas que, nos seus primórdios, possui caráter de participação política, de influência na vida pública, transforma-se em negócio, em empreendimento rentável. (MELO, 2003, p.24).

Essa transformação nos objetivos do jornalismo considerado como negócio afeta a liberdade de expressão da opinião. “Evidentemente o jornalismo opinativo não desaparece. Na prática, ele tem o seu espaço reduzido, sua presença na superfície impressa circunscrita às páginas chamadas ‘editoriais’. No rádio e na televisão, sua posição também se apresenta residual” (MELO, 2003, p.24).

Se, conforme nos lembra Melo (2003), a própria seleção da informação é um instrumento de expressão de opinião, podemos antever que isso não é diferente em relação aos blogs.

A liberdade que os blogs enquanto ferramenta dão ao jornalista permite que eles exerçam um papel com nuances de comentarista e de colunista. Quando descreve o que é um comentarista, Melo (2003) nos fala de algumas características como a experiência, a bagagem cultural, o acesso a informações privilegiadas. Tais características encontradas nos comentaristas são as desejáveis também num blogueiro competente.

O comentarista é geralmente um jornalista com grande experiência e tirocínio, que acompanha os fatos não apenas na sua aparência, mas possui dados sempre disponíveis ao cidadão comum. Trata-se de um observador privilegiado, que tem condições para descobrir certas tramas que envolvem os acontecimentos e oferecê-las à compreensão do público. [...] o comentarista é um profissional que possui farta bagagem cultural, e portanto tem elementos para emitir opiniões e valores capazes de credibilidade. Atua assim como líder de opinião. Seus juízos e apreciações merecem respeito não só dos receptores, mas também dos personagens do mundo da notícia. (MELO, 2003, p.112).

O trabalho do comentarista, no entanto, não deve ter vinculações partidárias, nem interesses outros que possam comprometer o trabalho jornalístico que deve estar no centro da atenção.

[o comentarista] é um analista que aprecia os fatos, estabelece conexões, sugere desdobramentos, mas procura manter, até onde é possível, um distanciamento das ocorrências. Isso não quer dizer que seja neutro. Ao contrário, trata-se de um profissional participante, que possui opinião própria, mas atua como agente da notícia e não procura exercer sua função para extrair vantagens posteriores (MELO, 2003, p. 112-113).

O surgimento de espaços para o conteúdo opinativo representou uma possibilidade de maior visibilidade aos grandes intelectuais e aos repórteres mais destacados. “Abre-se oportunidade para que o jornalista competente possa emitir suas próprias opiniões, responsabilizando-se naturalmente por elas” (MELO, 2003, p.113).

Por outro lado, o trabalho desenvolvido nos blogs jornalísticos também se assemelha muito às colunas, através de características como a antecipação das notícias que serão mais tarde divulgadas pelos outros veículos da imprensa. “Na verdade, a coluna [...] procura trazer fatos, ideias e julgamentos em primeira mão” (MELO, 2003, p. 140).

A antiga discussão entre objetividade e subjetividade na produção de conteúdo jornalístico, que muitos estudiosos consideram uma inútil tentativa de delimitação, não foi superada com o webjornalismo. Pelo contrário, na web a linha que separa opinião e informação parece ter ficado ainda mais tênue. De modo ainda mais claro, o webjornalismo promove um entrelaçamento das fronteiras entre informação e opinião em vários momentos.

na medida em que o jornalista informa em seu veículo de trabalho profissional e opina em seu blog pessoal, muitas vezes com a aceitação da própria empresa. Ou, ainda, quando leitores expressam suas opiniões e o jornalista responde ou dá um mero retorno, mostrando assim sua opinião. Não se trata de afirmar que agora toda e qualquer informação vem com a opinião acoplada. Só é notável apontar que informação já se mistura com opinião, quando opinião é bem-vinda, possível, necessária (PRADO, 2011, p.58).

4 Jornalismo em blogs

4.1 Surgimento e popularização dos blogs

O desenvolvimento da cultura pós-massiva, que constitui a atual cibercultura, fez com que se tornassem hábitos corriqueiros a produção, circulação e acesso de cada vez mais informação. Muitas ferramentas virtuais foram criadas para incorporar o indivíduo na grande esfera de produção e disseminação de conteúdo que é a Internet. Podemos citar como principais exemplos, as redes sociais (como o Twitter e o Facebook), fóruns online, *wikis*, *podcasts* etc.

Blog é um fenômeno do século XXI. Apareceu pela primeira vez em 1994, quando o estudante norte-americano Justin Hall criou um dos primeiros sites como formato de blog que se tem notícia, e popularizou-se a partir de 1999, com o surgimento de ferramentas de publicação que não envolve gastos ou conhecimento técnico. Mas foi em 2001 que despontou como fenômeno (PRADO, 2011).

Quando nasceram, os blogs eram como diários virtuais, espaços nos quais as pessoas disponibilizavam na internet o que tinham vontade, suas impressões, pensamentos, poesia, fotos de que gostavam etc.

Nos primeiros blogs, então, com formato de ordem cronológica inversa, predominava o *revival* de contar o que aconteceu no dia (e tudo vinha com a data), colocar pensamentos, chorar mágoas, planejar o que fazer no dia seguinte, que ganhava força no meio da década de 1990. De lá para cá, essas características permanecem, mas com modificações que revelam, principalmente, o domínio do uso e da linguagem dessa ferramenta (PRADO, 2011, p. 168).

A inovação trazida pelos blogs não está apenas na questão tecnológica de permitir a postagem dos conteúdos os mais diversos conforme a necessidade ou interesse do dono do blog. Ou seja, a ferramenta e sua interface simples e intuitiva, com *layouts* pré-montados e criação automática do endereço, facilitou muito a vida de quem queria escrever na web. Em conjunto com outras ferramentas, o blog pode ser considerado um divisor de águas para a instituição da liberdade de expressão. "Os *blogs* são hoje um fenômeno mundial de emissão livre de informação sobre diversos formatos (pessoais, jornalísticos, empresariais, acadêmicos, comunitários)" (LEMOS, 2007, p.2).

A pesquisa intitulada *State of Blogosphere 2011*⁴, realizada pela Technorati⁵ entre setembro e outubro do mencionado ano, abrangendo um universo de 4 mil *blogs*, envolvendo seus autores (*bloggers*) e leitores revela um incremento da atividade nesses espaços, não só por parte dos blogueiros que estão postando mais, compartilhando suas *postagens* nas redes sociais, mas também por parte do público leitor que vem desenvolvendo mais o hábito de acessar *blogs* e dando mais credibilidade a essa ferramenta como fonte de informação.

É patente, por isso, o potencial que a ferramenta traz de fazer circular informação vinda de pessoas comuns, não profissionais do jornalismo. "Os blogs mudaram para sempre a maneira pela qual a informação é disseminada em nossa sociedade. Eles são rápidos. Interativos. Livres. Podem ser perigosos. [...] a cada dia que passa estão ficando ainda mais fortes e influentes" (BRIGGS, 2007, p. 57).

O potencial da ferramenta é indiscutível e já há casos suficientes de destaque de blogs de grande sucesso alimentados por cidadãos comuns que enxergaram na web a possibilidade de dar vazão a suas ideias e opiniões e as informações de que dispõem, geralmente em nichos especializados ou em comunidades localizadas.

4 Disponível em <http://technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction/>.

5 Technorati é uma empresa norte-americana de mídia online integrada, que disponibiliza uma plataforma de blogs. Desde 2004, faz estudos sobre a evolução da blogosfera no mundo.

"A comunicação interativa e coletiva é a principal atração do ciberespaço. Evidentemente pode-se utilizá-lo somente para relações ponto a ponto ou que reproduzam o modo mídia, isto é, emitindo informações a partir de um centro" (LÉVY, 1998, p. 44). É o que vemos no caso da apropriação de *blogs* por grandes conglomerados de mídia que passam a utilizar a ferramenta como mais uma destinada à massificação de posições, ideias e manutenção do *status quo*. Para Lemos (2007), a indústria massiva não vai ser capaz de absorver e “massificar” a cultura digital pós-massiva, mas, tão pouco, a cultura digital pós-massiva vai dar fim à cultura industrial massiva.

A riqueza de possibilidades e o poder de influência dos novos meios de comunicação através da internet têm atraído também o interesse dos grandes grupos de mídia (CASTELLS, 2006). Citamos como exemplo a apropriação de blogs criados por jornalistas profissionais de renome e com vasto público de admiradores por parte de alguns conglomerados de mídia– um negócio que visa maior atração de anunciantes.

O uso dessas novas ferramentas ajuda a incrementar o trabalho de empresas jornalísticas tradicionais fazendo circular mais facilmente sua produção informativa conseguindo, geralmente, aumentar ainda mais a visibilidade do trabalho. As novas ferramentas tecnológicas de comunicação podem mesmo incrementar a atuação profissional do jornalista, ampliando as possibilidades de um trabalho mais completo, do ponto de vista informativo e opinativo, ao tempo em que lança novos desafios e obriga o jornalista a pensar sua atuação social frente ao seu público e à sociedade em geral.

O desempenho do jornalista depende da construção de um acervo de conhecimento de excelência profissional que o habilite a perceber as contradições internas da estrutura de poder, entre esta e os interesses comerciais da empresa jornalística e ainda entre as aspirações instrumentais do veículo e a demanda por sentido e legitimidade da sociedade. (ROCHA, 2011, p.34)

Ainda assim, pode-se dizer que a popularização de ferramentas como *blogs* e redes sociais são indícios de que a grande mídia passou a ter que conviver com outras fontes de informação, umas mais confiáveis, algumas nem tanto, outras nem um pouco, mas ainda assim, uma contribuição valiosa para fazer circular informação mais variada e pontos de vista diversos. Poderíamos estar diante de uma forma de, pelo menos, diminuir o controle social do discurso, já que este tradicionalmente se dá através do controle de sua produção. Claro que

não podemos ignorar que há ainda sérias restrições de acesso à *web*, mas a democratização de seu uso, praticamente sem controles, do modo como hoje se pratica, pode ser uma forma importante de dar voz a camadas geralmente excluídas do processo de construção social da realidade.

De acordo com Prado (2011) os atentados terroristas ocorridos em Nova Iorque e Washington (EUA) podem ser considerados o momento-chave para a explosão dos blogs, o nascimento da blogosfera. A intensa busca por informações diante do caos que se instaurou fez com que a audiência dos blogs disparasse, chegando mesmo a competir com os sites jornalísticos tradicionais.

Para fazer face à concorrência, sem outra alternativa, veículos tradicionais como TVs, rádios, jornais e revistas sucumbiram à força da nova ferramenta e correram atrás de blogueiros de sucesso para criarem também blogs para complementar sua presença on-line. Jornais e revistas passaram a repercutir informações divulgadas em blogs, algo inimaginável nos primeiros anos, quando eram considerados inconsistentes e inconsequentes (FOSCHINI; TADDEI, 2006, apud PRADO, 2011p.171)

Sobretudo, nos momentos iniciais, os blogueiros foram muito criticados pela mídia tradicional, tomando-se como medida a credibilidade (no caso, a falta dela). Foram taxados de irresponsáveis.

(...) jornalistas amadores, frustrados, irresponsáveis por informar sem checar e portanto de escrever bobagens ou até mentiras etc. Por outro lado, [...] foram exaltados por darem uma boa chacoalhada na pasmaceira do jornalismo tradicional, por quebrarem barreiras de regras como opinar quando se quer (PRADO, 2011, p.171).

De certo modo, a popularização dos blogs pode ser considerada prova de que havia necessidade de uma maior pluralidade para oxigenar a circulação de informações e formação de opiniões, bem contrária à homogeneização na produção noticiosa dos veículos tradicionais, focados nos grupos sociais hegemônicos. “Os blogs e todos esses sistemas novos podem parecer frágeis, pouco confiáveis e pouco sérios. Mas eles são uma demonstração da criatividade e inovação que está acontecendo fora do âmbito do jornalismo tradicional” (PRADO, 2011, p. 167).

No entanto, a falta de credibilidade e de uma postura profissional e até ética foram, realmente, em muitos casos, motivo para que os blogs fossem desconsiderados como fonte de informação crível.

É fato que muitos blogs independentes, por não terem a exigência de um veículo de comunicação por trás, determinando sua postura editorial, deixam sua escrita sem amarras e praticam não só o jornalismo sem regras (inclusive as éticas) como o jornalismo literário, o jornalismo narrativo, a crônica e até mesmo o jornalismo gonzo (PRADO, p. 172).

No final de 2001, foi lançado no Brasil o primeiro serviço de blog em português, o Blig. Em 2008, o Blig fez parceria com o *Wordpress* para usar essa ferramenta de publicação dos blogs do IG (PRADO, 2011). "Além de contratar blogueiros, muitos portais oferecem a ferramenta para montagem fácil e rápida de blogs pelos internautas. É com a blogosfera que nasce a força da participação de quem quer informar; portanto, emerge o jornalismo cidadão, o jornalismo colaborativo" (PRADO, 2011, p. 169-170).

4.2 Profissionalização dos blogs: um negócio do jornalismo

No Brasil, alguns jornalistas profissionais, criaram *blogs* nos quais realizam um trabalho informativo de características nem sempre bem definidas. O desenvolvimento de ferramentas como os blogs jornalísticos passaram a exigir o equilíbrio entre dois aspectos: de um lado, a disponibilidade de um espaço onde, em tese, pode-se dizer o que quiser, na hora em que bem entender, e do outro, o compromisso com as regras do jornalismo e com o público que espera do profissional o cumprimento dessas regras.

Não é tarefa fácil explicar e estabelecer uma diferenciação clara entre *blogs* jornalísticos e não-jornalísticos, visto que não há um consenso sobre essa definição. Rodrigues (2009, p. 83) ensaia uma definição baseada no modo de produção praticado, que aceitaremos neste trabalho. "Podemos chamar de *blogs* jornalísticos aqueles que publicam notícias utilizando-se das rotinas produtivas próprias de uma redação: pauta, apuração, redação, divulgação."

Correia (2009) nos fornece outras chaves que podem ser aplicadas aos *blogs* para se analisar o conteúdo discursivo que se reclama como jornalismo. Elas podem ser resumidas como a existência de um enunciado que se assume como verdadeiro, a seriedade no sentido de

ter um autor responsável pela sua verificabilidade, a atualidade, a relevância e o caráter público, (no sentido de que circula em espaços acessíveis sem distinção, baseado na divulgação e simplicidade dos enunciados) e o fato de serem produzidos por profissões entendidas como legítimas para esse fim.

Jay Rosen (2004), por exemplo, enxerga diferenças inconciliáveis entre os *blogs* e o jornalismo. Assim, ele enumera cerca de uma dezena de motivos pelos quais não se pode considerar a atividade de blogar (*blogging*), escrever em *blogs*, como jornalismo. Entre as razões principais que aponta estão diferenças procedimentais entre as duas atividades que seriam universos muito distintos. Os *blogs* têm como unidade padrão os *posts*, a possibilidade de ‘linkagem’ entre páginas externas e a facilidade de manutenção. Já o jornalismo é uma instituição que teria como unidade padrão a ‘realidade’ e como pontos fortes e obrigatórios a apuração e checagem de dados, sendo produzido a partir de uma pré-suposta credibilidade e confiança do público.

Certamente, Rosen não estava admitindo a existência de estruturas semelhantes a verdadeiras redações por trás de *blogs* mantidos como atividade profissional e até lucrativa. Suas ideias foram refutadas por autores como Recuero (2004) que destacou a importância de se superar o questionamento inicial que indaga se os *blogs* são ou não são jornalismo.

Como Recuero (2004), admitimos nesta pesquisa que os *blogs* são apenas ferramentas que podem servir “para praticamente qualquer coisa: diários privados, literatura, coleção de *links*, fotografias, política, pornografia, etc. Inclusive o jornalismo” (RECUERO, 2004). No momento, aceitaremos a análise que se baseia mais no conteúdo e menos na forma de que *blogs* podem ser considerados jornalismo, desde que assumam para si as funções, o modo de produção e o discurso jornalístico.

A profissionalização vem imprimindo nesses espaços algumas mudanças significativas. A natureza autoral que marcou o nascimento dos *blogs* na *web* passou a conviver com um trabalho de cunho mais informativo e com pretensões de imparcialidade e objetividade, como é o caso daqueles que se pretendem meios jornalísticos, espaços de veiculação de notícias. Assim, assistimos ao crescimento de *blogs* produzidos por verdadeiras equipes de profissionais (repórteres, fotógrafos, editores de conteúdo), além da utilização de material produzido por assessorias de imprensa e agências de notícias, por exemplo.

Com a profissionalização, o conteúdo dos blogs passa a se assemelhar ao que já existe nos sites e portais de notícias, reduzindo a variedade e pasteurizando abordagens noticiosas. Alguns blogs são alimentados por jornalistas que têm vínculos com outros veículos de comunicação e seus pontos de vista são resultantes e concordantes com a linha editorial dos mesmos. Nesse ponto, fica claro que a ferramenta em si não é sinônimo de jornalismo autoral, nem alternativo.

Também a existência de anúncios publicitários em grandes blogs são indícios de influências externas que podem afetar o conteúdo veiculado, de forma mais direta ou indiretamente. Muitas vezes, inclusive, os mesmos anunciantes dos grandes portais de notícias são os que contribuem financeiramente para a manutenção de alguns blogs. O que poderíamos traduzir como uma tendência em massificar o que se pretendia heterogêneo que envolve riscos sérios.

A ilusão de liberdade e diversidade pode ser uma das melhores maneiras de produzir a hegemonia ideológica que servirá aos interesses dos poderes dominantes na sociedade, incluindo as empresas que fabricam essas próprias tecnologias e seus conteúdos midiáticos e que, por sua vez, produzem tal ilusão (DIJK, 2010, p. 21).

4.3 Novo formato, velhos problemas?

A despeito da já aceita e crescente desmistificação da ideia de imparcialidade jornalística cada vez mais presente em nossos dias, o relato jornalístico, para uma parte significativa da sociedade, é dotado, ainda, de uma “aura” que o relaciona a um “espelho da realidade”. Na verdade, no entanto, mesmo no jornalismo, não há uma realidade, mas uma multiplicidade de realidades.

Uma das principais preocupações no estudo do jornalismo praticado nos *blogs* é perceber qual o objetivo a que o trabalho noticioso exercido nesses espaços se dedica, ou seja, trata-se de perceber quando o poder de que o jornalista dispõe como o acesso privilegiado às fontes de informação e o alcance público de seu trabalho é empregado para informar ou desinformar e até mesmo manipular o leitor.

É claro que esta não é uma preocupação exclusivamente ligada à internet, mas deve ser aplicada a qualquer meio em que se exerça uma atividade jornalística. Esta reflexão remonta a

Habermas que enxergava uma supremacia da “publicidade jornalística” com finalidade manipulatória em detrimento do “jornalismo crítico” (GENRO FILHO, 1987). “A forma moderna do jornalismo, cujo estilo e natureza foram cunhados pela estrutura empresarial mais desenvolvida, aparece na reflexão de Habermas indissoluvelmente ligada ao espectro publicitário-comercial ou ideológico-manipulatório” (GENRO FILHO, 1987, p. 107).

Ocupando seu espaço no ambiente virtual gerado pela internet, o jornalista se vê diante de novos papéis e desafios. Cabe a ele procurar manter sua função de produção de sentidos numa sociedade dominada pela informação e pela emergência cada vez maior de uma participação social que ocupa espaços de opinião.

A propriedade autoral que caracteriza originariamente os *blogs* dá ao leitor a impressão do exercício de uma plena liberdade. É como se tais espaços de expressão de ideias sejam considerados totalmente livres de coerções.

O jornalista/blogueiro pode, por exemplo, realizar praticamente todas as etapas da produção, da apuração até a redação final e postagem em sua própria casa, utilizando-se apenas de um computador conectado à rede e, talvez, de um telefone.

A extrema simplicidade de alimentação de conteúdos num blog aproxima o jornalismo de sua eterna busca pelo "tempo real", atraindo a atenção dos jornalistas que passam a explorá-los como ferramenta de trabalho. Os jornalistas, auxiliados pelas tecnologias surgidas em cada contexto técnico-cultural, vêm imprimindo cada vez mais velocidade à produção das notícias, a fim de diminuir o intervalo entre a ocorrência de um fato e sua divulgação. Nos nossos dias, o blog se apresenta com uma ótima arma nessa eterna corrida contra o tempo (PRADO, 2011).

No entanto, há questões decorrentes das influências e interesses que orientam a produção discursiva nesses espaços que precisam ser consideradas. A própria ideia de uma total liberdade pode levar a conclusões idealistas precipitadas, semelhantes ao que acontece nas acepções mais simplistas do trabalho dos grandes meios de comunicação de massa.

Enquanto instrumento de comunicação, em tese, os *blogs* podem funcionar como espaços de refúgio do jornalismo de opinião.

A singularidade de cada sujeito no trabalho jornalístico depende intrinsecamente da liberdade que tem, como profissional, para expressar-se. [...] Dependendo do grau de liberdade que tenha, o trabalho de um jornalista será mais ou menos pasteurizado, ou seja, poderá fazer ver menos ou mais o seu *ethos* (BARROS FILHO, 2003, p.104).

Analisando a questão do *ethos* aplicada ao jornalismo, Fernando López Pan estudou a atuação dos colunistas. “Ao definir o *ethos*, o colunista não só define sua audiência, mas, de certa forma, a constrói. [...] a prerrogativa de construir a própria audiência assegura ao colunista grande autonomia, por poder trazê-la consigo” (BARROS FILHO, 2003, p.105). A atuação do colunista guarda grandes semelhanças com a figura do jornalista/blogueiro. Muitos profissionais que construíram seu público na redação de colunas em jornais impressos, por exemplo, migram para o espaço dos *blogs*.

Por outro lado, a apropriação dos *blogs* por grandes conglomerados de mídia gera como consequências um espaço menor para a livre expressão dos jornalistas/blogueiros e um escamoteamento dos interesses que estão por trás do discurso veiculado nesses espaços na rede. “As elites simbólicas desempenham um papel essencial ao dar sustentação ao aparato ideológico que permite o exercício e a manutenção do poder em nossas modernas sociedades da informação e da comunicação” (DJIK, 2010, p. 46).

Se, como Dijk (2010) afirma, ao abordar a produção de notícias nos jornais impressos, os jornalistas podem resistir até certo ponto à pressão do Estado e de organizações poderosas e formular notícias de acordo com sua própria perspectiva e interesse, essa possibilidade tem potencial para crescer ainda mais com as ferramentas da Internet. Nesse sentido, veríamos um crescimento da responsabilidade do profissional quanto às consequências do seu próprio discurso. No entanto, isso não é aplicável a todo trabalho jornalístico no âmbito da blogosfera.

As condições da produção noticiosa não podem ser dissociadas da qualidade e objetivos do produto final. Tradicionalmente, a construção das notícias era o resultado da interseção entre a redação e o ambiente de trabalho que a envolve como um todo. No caso de ferramentas *on line* como os *blogs*, a produção jornalística estaria, em tese, mais livres de coerções.

No entanto, mesmo aparentemente livre das estruturas de coerção mais poderosas, “o próprio jornalismo pode estar mais ou menos comprometido, em termos de cultura política, com as dinâmicas democratizantes da sociedade civil e da esfera pública” (CORREIA, 2011, p.104).

A profissionalização no modo de produção informativa nesses espaços virtuais em muitos casos acaba por contribuir para que os mesmos desempenhem funções semelhantes, mesmo em menor escala, das que já são realizadas habitualmente pelos meios de comunicação de massa.

Os grupos ou instituições dominantes podem influenciar as estruturas do texto e da fala, de modo que, como resultado, o conhecimento, as atitudes, as normas, os valores e as ideologias dos receptores sejam mais ou menos indiretamente afetados tendo em vista o interesse do grupo dominante (DIJK, 2010, p. 88-89).

Se a atualidade é um dos critérios de noticiabilidade mais importantes nos veículos de comunicação tradicionais, isso é elevado à enésima potência na Internet, atingindo a todos que habitam esse universo virtual, incluindo os blogueiros, sobretudo, os profissionais. A celeridade é exigida sob pena de perda de leitores. Para atender a esse desafio, é necessário que se invista num trabalho intenso e ágil – terreno fértil para o abandono ou frouxidão no emprego das regras deontológicas do trabalho jornalístico.

Quando o esquema industrial de fabricação veloz de notícias envolve o jornalista que atua como blogueiro, podemos observar de modo corriqueiro a existência de grandes semelhanças entre as matérias postadas em um blog e as que figuram nas páginas de Internet de um site noticioso qualquer.

Um blog precisa se manter ativo, vivo, sempre com novos *posts*. Primeiro porque quem entra para ler não se depara com material datado, segundo porque os blogs foram fundamentais no processo de "inversão" da produção de conteúdo web e, conseqüentemente, participam dessa nova velocidade e fluxo de informações (PRADO,168).

Vemos que o ideal de liberdade de expressão começa a ser pressionado por fatores políticos e econômicos gerados pela profissionalização que, na maior parte dos casos, busca a lucratividade.

4.4 Conquistando poder e atraindo o leitor: atuação do jornalista em blogs

Atualmente, assistimos a uma certa difusão da crença de que a discussão sobre o poder se esvaziou ou, pelo menos, não pode mais se dar nos moldes tradicionais. Isso porque as ferramentas trazidas pela tecnologia da informação e comunicação parecem ter dado a

todos os indivíduos as mesmas possibilidades na produção de sentido e construção da realidade.

A possibilidade crescente de qualquer um ter acesso a espaços autorais gratuitos através das ferramentas de Internet nos fazem ver, no entanto, que mais do que acesso a elas, o poder pressupõe a existência do outro sobre o qual o poder é exercido, ou seja, no caso dos *blogs* é necessária a conquista de um público leitor para que o poder social se estabeleça, de fato. “Enquanto o poder foi definido, tradicionalmente, em termos de classe e controle sobre os meios materiais da produção, hoje tal poder tem sido em grande parte substituído pelo controle das mentes das massas [...] que requer o controle sobre o discurso público em todas as suas dimensões semióticas” (DIJK, 2010, p. 24). A possibilidade que os falantes têm de influenciar até mesmo a ideologia dos receptores corresponde à capacidade de controlar indiretamente as ações futuras desses receptores.

De modo semelhante às práticas utilizadas pelos meios de comunicação de massa mais tradicionais (uso seletivo de fontes de informação, seleção de assuntos, rotinas padronizadas), os *blogs* de notícias também podem contribuir para o fortalecimento das classes que já estão no poder, deixando de desempenhar justamente o papel de espaços alternativos nos quais é possível enxergar realidades para além da que é veiculada pela mídia. “O campo de produção simbólica é um microcosmos da luta simbólica entre as classes: é ao servirem os seus interesses na luta interna do campo de produção (e só nesta medida) que os produtores servem os interesses dos grupos exteriores ao campo da produção” (BORDIEU, 1989, p. 12).

Nos *blogs*, o sucesso geralmente depende da conquista de um grande número de leitores, sobretudo leitores ativos, participantes. Os contadores de acesso utilizados em diversos *blogs* são uma ferramenta destinada a mostrar a popularidade de um blogueiro ou, trocando em miúdos, seu poder de influência social.

Charaudeau (2010) argumenta que não há relações sociais sem relações de influência que se processam a partir do reconhecimento das diferenças identitárias entre os sujeitos envolvidos na comunicação. Com esse reconhecimento, cada sujeito aplica estratégias para combater a ameaça que o “outro” diferente representa.

A formação do público leitor de um *blog* pode ser analisada à luz da existência de uma espécie de contrato de comunicação entre o leitor e o blogueiro. “Do ponto de vista

discursivo, todo ato de linguagem se realiza numa situação de comunicação normatizada, composta pela expectativa da troca e pela presença das restrições de encenação (contrato de comunicação e instruções discursivas)” (CHARAUDEAU, 2010, p. 59). Esta situação, com suas expectativas, define também a posição de *legitimidade* dos sujeitos falantes: o “em nome do que se fala” (CHARAUDEAU, 2010, p. 59, grifo do autor).

Na prática, um jornalista precisa ter credibilidade e, mais ainda, precisa captar e cativar o público leitor, num mundo virtual caracterizado pela concorrência de amplas possibilidades. O jornalista aposta, então, no seu poder de influência, utilizando-se de procedimentos que lhe permitem estabelecer um contato permanente com seu público, focado no tipo de relação que se instaura entre eles, seu poder de tocar o afeto do outro, não só pelo uso da técnica de escrita, mas pela forma de promover uma identificação com o leitor e até utilizando-se de uma determinada lógica para construir argumentos com aparência de verdades incontestáveis.

A conquista do leitor é decisiva e, nesse sentido o autor precisa investir na relação com o público leitor. “Um blog de sucesso depende de um complexo processo interacional, perpassado por relações de poder. É preciso legitimar seus conteúdos, construir reputação e relações de confiança” (RODRIGUES, 2009, p.148).

É como se diante da grande massa de informação disponível as pessoas decidissem conhecer o mundo pelos olhos de alguém que considera mais bem informado, um especialista com acesso privilegiado aos meios onde a notícia ocorre, um formador de opinião – ideia que guarda similitudes com a concepção de Lazarsfeld (apud POLISTCHUK; TRINTA, 2003) do *two-step flow of communication* (fluxo de comunicação em duas etapas), apesar desta ter sido elaborada num momento anterior ao surgimento da Internet . “O blogueiro assume uma posição de líder, de difusor de idéias, de formador de opinião, que o jornalista havia perdido como indivíduo no processo de industrialização da informação” (RODRIGUES, 2009, p. 84).

Nesse sentido, podemos dizer que alguns profissionais da comunicação procedem a um enquadramento estratégico da realidade, procurando exercer poder e influências sobre as audiências a fim de que estas aceitem interpretações que favoreçam os seus interesses e objetivos. “Isto inclui políticos, alguns bloggers, editorialistas e líderes de opinião” (CORREIA, 2011, p. 51).

Ao destacar o crescimento do uso da Internet por parte de jornalistas independentes, ativistas políticos e pessoas de diversas áreas, como canal de difusão de informação política, mas também de boatos e rumores, Castells (2001) salienta a necessidade da credibilidade nesse ambiente tão diverso. Mas, argumenta também que informações políticas relevantes não viriam a ser conhecidas sem essa atuação de tantas pessoas difundindo informações na rede mundial de computadores.

Essa credibilidade é um dos pilares para a construção do capital social, tão necessário para a influência de um blogueiro junto ao público. Os jornalistas podem mesmo levar uma certa vantagem nesse aspecto.

O jornalismo traz consigo uma certa função e um compromisso social. Por isso, recebe credibilidade da população (que é uma forma de capital social). Na era da hiperconexão, esse capital social é mais importante do que nunca. O cuidado para com as informações que são publicadas, o cuidado para com a averiguação dos fatos e o cuidado para com o aprofundamento dos mesmos é que faz o jornalismo relevante num mundo onde qualquer um pode dar uma notícia (RECUERO, 2011).

Os profissionais do jornalismo ganharam novos espaços para realização e divulgação de seu trabalho, independentemente de trabalharem ou não num grande veículo. Um blog com notícias atualizadas e grande número de acessos faz crescer o prestígio social do profissional da comunicação.

Em termos práticos, na Internet, o capital social pode ser construído e até mesmo medido. O capital social de um blogueiro pode ser construído pelo status que ele adquire entre os demais blogueiros de uma rede, mas também pelo número de leitores que ele conquista – em alguns blogs, essa audiência pode ser conhecida através do contador de acessos publicados no blog ou através do número de comentários.

As definições convencionais de capital social ressaltam que as normas de confiança e reciprocidade são fruto da própria interação social, pressupondo algum grau de estabilidade nas relações e o reconhecimento da proximidade entre as pessoas. A interpretação mais óbvia do conceito de capital social é que são as relações de proximidade no espaço físico (geográfico), sustentadas e perpetuadas por indivíduos que compartilham, de forma direta e diária, opiniões, valores e objetivos que possibilitam a construção de redes e a colaboração recíproca (MAIA; GOMES, MARQUES, 2011, 69).

Em diversos estudos sobre blogs, o compartilhamento de links costuma ser apontado como um dos principais indícios da credibilidade e do poder de um determinado blog. Um dos critérios utilizados na pesquisa de Marlow (2004) para aferir a autoridade de um blog é aparecer no maior número de blogrolls (lista de blogs seguidos pelo blog que a disponibiliza) e as citações que eles recebem de outros blogs. Cabe-nos observar que esses dois elementos dão indícios do quanto um determinado blog é importante dentro de uma rede de blogs e de que aumentam suas possibilidades de serem mais acessados e lidos.

No caso específico dos blogs de jornalismo, o acesso a fontes privilegiadas de informação dá aos blogueiros combustível para aumentar sua credibilidade e seu poder de influência junto aos demais blogueiros, aos seus leitores e ao público em geral, contribuindo indiretamente para o aumento do capital social.

Admitindo-se que a relevância de um acontecimento só é dada dentro de um contexto social e cultural, o blogueiro pode desempenhar o papel de um construtor de sentido para a realidade social nas quais os acontecimentos se desenrolam.

4.5 Interatividade e Participação Social

Tão decantada pelos avançados recursos tecnológicos de comunicação propiciados a partir da Internet, a interatividade é lembrada como uma das características do jornalismo para a web. Mas, essa ideia de interconexão entre as pessoas nem sempre pode ser entendida como comunicação, de fato. “Como pensar as relações entre indivíduos numa sociedade dominada por uma panóplia de técnicas cuja interatividade é tida por comunicação?” (WOLTON, 1997, p. 10). O questionamento provocativo de Wolton dá-se pela necessidade de estabelecermos uma distinção entre a interação do tipo reativa – mais comum – e a interação mútua, mais próxima da situação ideal de uma autêntica comunicação entre sujeitos.

Precisamos fazer uma diferenciação elementar entre as mídias de massa e as novas mídias de função pós-massiva, que muito interessa num estudo que une o jornalismo e sua tradição informativa e os *blogs* e seu potencial interativo. Para Lemos (2009, p.2), as mídias de massa são mídias de informação, enquanto as mídias pós-massivas são “mídias de comunicação, de diálogo, de conversação.”

A interatividade que a internet proporciona com a criação de redes horizontais de comunicação têm induzido o surgimento de uma nova forma de comunicação, auto-comunicação de massa, através da Internet e sem fio.

É na ideia da comunicabilidade dos cidadãos através da troca de argumentos e ideias que encontramos algumas semelhanças [do conceito de esfera pública de Habermas] com a blogosfera, um espaço onde todos podem falar e debater sobre tudo, embora noutros moldes (RODRIGUES, 2006, p. 164).

Quando falamos em conversação é preciso deixar claros seus elementos ou práticas constitutivas. Marcuschi (2006, p.15) reconhece a conversação quando há “interação entre pelo menos dois falantes; ocorrência de pelo menos uma troca de falantes; presença de uma sequência de ações coordenadas; execução em uma identidade temporal; envolvimento numa interação ‘centrada’”.

É possível distinguir dois tipos de diálogos, sendo apenas um deles (b) propriamente uma conversação em sentido estrito: (a) diálogos assimétricos: em que um dos participantes tem o direito de iniciar, orientar, dirigir e concluir a interação e exercer pressão sobre o(s) outro(s). É o caso das entrevistas, dos inquéritos e da interação em sala de aula. (b) diálogos simétricos: em que os vários participantes têm supostamente o mesmo direito à auto-escolha da palavra, do tema a tratar e de decidir sobre seu tempo. As conversações diárias e naturais são o protótipo dessa modalidade (MARCUSCHI, 2003, p. 16).

A conversação em ambientes virtuais precisa ser analisada de acordo com suas características específicas decorrentes da mediação do computador.

A relação no contexto informático que se pretende plenamente interativa é aquela que se assemelha à interação interpessoal. “O que não se pode admitir é que os sistemas reativos se tornem o exemplo fundamental de interação (como vem acontecendo nos slogans da indústria informática)” (PRIMO, 1998, p. 7). Ou seja, saímos do modelo estímulo-resposta, com fluxo linear, de mão única, conforme pensado por Shannon e Weaver, em 1962, na elaboração da teoria da informação, para um modelo que dá ênfase à interação, valorizando a dinamicidade do processo, com a participação ativa de todos os sujeitos envolvidos.

Para Lemos (2009, p. 4), “as funções pós-massivas, por serem mais conversacionais do que informacionais podem resgatar algo da ação política, do debate, do convencimento e da persuasão, outrora desestimulados pela cultura de massa.” No caso de nosso estudo, podemos considerar o desenvolvimento do hábito de comentar os *posts* de um *blog* como uma das contribuições que a popularização da lógica conversacional das mídias pós-massivas traz

potencialmente à revitalização do debate na sociedade contemporânea tão dominada pela tecnologia.

A ideia da interatividade propiciada pela internet seduz pelas possibilidades que oferece ao fazer ver-nos a nós mesmos como sujeitos capazes de mudar o roteiro, os rumos de uma história. De certo modo, essa é a lógica da inserção de comentários em um blog, mas até que ponto o narrador principal da história vai alterar uma versão com base nos comentários trazidos pela interatividade?

A conversação em *blogs* se processa com o uso da ferramenta de comentários. A maior parte dos *blogs* exibe abaixo de cada *post* um *link* que abre a janela para os comentários. “Esse *link* apresenta o número de comentários já publicados até o momento, o que facilita o acompanhamento da conversação. Na janela que se abre, os comentários são apresentados em ordem cronológica, acompanhados da hora de publicação e de seu autor” (PRIMO, 2005, p.5).

Normalmente a conversação se desenvolve a partir das reações ao *post* original. Contudo, fato comum é a conversa tomar outros rumos, sobretudo porque às vezes são publicados comentários fora do contexto.

Mais do que a simples leitura, postar comentários em um blog mostra uma reação do leitor em relação ao conteúdo, mostra que o leitor não ficou passivo em relação a determinada informação e deseja ter um momento de troca de ideias, de reforço do conteúdo ou refutação do que se publicou. Para Gomis (1991), a natureza da notícia já pressupõe a existência do público e sua reação. “O efeito da notícia que funciona realmente como tal é conseguir que as pessoas falem daquele fato que a notícia define e comunica e que, ao falar dele, pensem no que significa. O significado das coisas e das ações se concretiza na conversação” (GOMIS, 1991, p. 92).

Mas, no caso dos blogs jornalísticos, a pergunta que queremos fazer é: como o jornalismo e o jornalista vêm se preparando para os novos desafios de construir a realidade social não mais protegido na redação atrás do computador, mas se expondo, dialogando com a sociedade em nome da qual trabalha? Quer ele ultrapassar a esfera meramente informacional e tornar-se também um meio conversacional. O profissional do jornalismo está preparado para dialogar com seu público, para ser questionado quanto a seus métodos de apuração e redação

e, ainda mais, para ser questionado quanto a seus posicionamentos ideológicos e até e interesses recônditos na divulgação de uma notícia?

No momento em que ele (o internauta) pode comentar abaixo das matérias, criando um efeito nessa informação, a transparência cresce e aumenta seu raio de aproximação, pois o leitor que tem espaço para opinar fica satisfeito; mesmo que não opine, apenas por saber que pode ter a chance, conseqüentemente volta a procurar mais informação; e mais, acaba por divulgar no boca a boca ou no tuíte a tuíte. Quem começou a permitir comentários foram os blogueiros; hoje, quem proporciona são aqueles que querem um feedback, ou melhor, que se preocupam com o retorno de sua audiência (PRADO, 2011, p. 51).

Em termos técnicos, Herring (1999) aponta algumas diferenças estruturais na conversação mediada por computador em relação à conversação face a face. Ela destaca que muitas vezes as respostas são veiculadas longe dos assuntos a que se referem, que os tópicos tendem a se degradar rapidamente, que, em alguns momentos, falta um *feedback* mais rico, que a publicação de respostas a um *post*, no caso dos blogs, são publicadas na hora em que chegam, não aparecendo necessariamente abaixo do tópico a que se referem, entre outras particularidades.

Vários assuntos podem ser discutidos ao mesmo tempo, mesmo aqueles sem nenhuma relação com o *post* original. Uma conversação pode ainda ir além dos comentários de um certo blog, espalhando-se e ampliando-se através de *posts* em outros *blogs* e de seus respectivos comentários (PRIMO, 2005, p. 5).

É claro que essa ferramenta traz em si algumas características que podem se tornar problemáticas e precisam ser avaliadas à luz do ideal de um ambiente que se propõe participativo. A possibilidade de anonimato é uma das características que interferem significativamente numa análise sobre a comunicação que se processa em *blogs*. Não é difícil duvidar da contribuição social de uma conversação na qual não há sujeitos autênticos, capazes de emitir opiniões sinceras e defendê-las. O anonimato também é um fator potencialmente enfraquecedor do ambiente que se pretende estabelecer como válido devido à desconfiança entre os interlocutores. Por outro lado, a possibilidade de permanecer anônimo liberta o sujeito de amarras e receios que poderiam inibir a livre manifestação do pensamento.

É interessante notarmos que os *blogs* enquanto ferramentas profissionais apropriadas por jornalistas são por sua própria gênese abertos à comunicação, mas em muitos casos, têm um ritmo de produção que se aproxima da mídia de massa e nem sempre está ele mesmo pensado em uma proposta dialógica. Não se pode considerar um blog como um meio massivo, *a priori*. Mas, sua atuação pode ser apenas uma reverberação dos meios massivos. Notemos,

também, que eles ainda não são um terreno de discussões tão livres, vide a existência de moderação em relação aos comentários postados pelos leitores.

Apesar dos títulos dos *blogs* remeterem a uma ideia de personalização e autoria do conteúdo, já vimos que o grande volume de postagens reflete mais provavelmente o trabalho de verdadeiras equipes de jornalismo, como uma redação em tamanho reduzido. Talvez por isso, não se verifique a presença do blogueiro na interação que se processa através dos comentários dos leitores. Ou seja, o blogueiro (ou sua equipe) trabalha muito mais como um selecionador de assuntos, um provocador de debates dos quais ele próprio não costuma participar. Contrariando em certa medida o que Marcuschi (2003, p.15) demarca ao dizer que “iniciar uma interação significa, num primeiro momento, abrir-se para um evento cujas expectativas mútuas serão montadas”, o blogueiro, em geral, “não aparece” mais nas discussões que inicia, não dá qualquer indício de que tenha mudado de ideia em relação a algum assunto, não demonstra ser influenciado pelas opiniões dos leitores/comentadores.

Podemos aplicar à análise de blogs, um pouco da pesquisa realizada por Jansen e Kies (2005 apud MAIA; GOMES; MARQUES, 2011) sobre os fóruns online, visto que essas duas ferramentas trazem consigo uma semelhança essencial: a interatividade entre os participantes, com ou sem a presença de um moderador. Antes da análise das mensagens, Jansen e Kies propõem duas análises estruturais que dizem respeito uma à estrutura comunicativa do fórum (questões como facilidade de acesso, liberdade de postagem etc) e outra à cultura política e identificação ideológica de quem hospeda o fórum, ou do autor do blog, como poderíamos pensar em nosso caso.

Na análise da estrutura comunicativa, devem ser considerados:

- A questão do anonimato: visto que a possibilidade de poder postar o que quiser sem precisar se identificar, abre um horizonte de maior liberdade para o indivíduo que participa de uma discussão no ambiente virtual;
- A abertura e liberdade de discursos: categoria na qual seriam avaliados a exigência de cadastro prévio para participação, existência de alguma limitação de tempo ou à quantidade de comentários postados;

- Como é definida a agenda de discussão, ou seja, se os participantes também podem incluir temas para discussão pelos participantes do fórum;
- A existência ou não de um moderador: nesse caso, se analisa também um pouco da questão da liberdade e da necessidade de se manter um controle e uma organização no debate;
- O fórum como um espaço público forte ou fraco: categoria em que se analisa se o público participante do fórum considera que as discussões realizadas naquele espaço virtual poderão ter alguma influência política real.

Já no caso da análise da cultura política e ideológica do autor e dos participantes se busca avaliar os aspectos passíveis de influenciar a deliberação, como se houver existência de diferenças culturais entre as regiões dos envolvidos. (JANSEN, KIES, 2005 apud MAIA, GOMES; MARQUES, 2011)

4.6 Interação e ampliação do debate público

A ampla participação de todos os cidadãos no debate dos assuntos mais importantes da vida pública tem sido sempre considerada o ideal de uma democracia efetiva. No entanto, a forma de realização desse debate público se alterou profundamente, como vimos. O surgimento da internet e suas ferramentas foi considerado um novo alento para engajar mais cidadãos no debate.

A literatura sobre a internet e a contribuição à participação política traz uma grande lista de vantagens democráticas dessa nova ferramenta. Entre elas Gomes e Maia (2008) citam a superação dos limites de tempo e espaço para a participação política; a extensão e qualidade do estoque de informações on-line; a comodidade, conforto, conveniência e custo; a facilidade e extensão de acesso; a ausência de filtros e controles; a interatividade e interação; e as oportunidades para vozes minoritárias ou excluídas.

O ceticismo que Habermas demonstra quando relata a ideia de uma esfera pública dominada pelos meios de comunicação de massa, submetida ao poder que eles representam se refere, na verdade, não a uma esfera pública ativa, forte, mas a uma esfera pública “em repouso” – o que, felizmente, pode ser modificado pela atuação social.

A partir do momento em que acontece uma mobilização, as estruturas sobre as quais se apóia a autoridade de um público que toma posição começam a vibrar. E as relações de forças entre a sociedade civil e o sistema político podem sofrer modificações (HABERMAS, 1997, p. 113).

A internet pode engendrar novas formas de participação individual ou grupal na discussões dos assuntos que dominam a esfera pública. Enquanto ferramenta acessível, ela também possibilita que novos assuntos sejam trazidos à discussão pública.

Cobb, Ross e Ross (1971 apud HABERMAS, 1997) estabeleceram modelos capazes de reproduzir o caminho que leva a temas novos e politicamente relevantes. Podemos resumir esses modelos em: 1) *inside access model* (ou modelo de acesso interno); 2) *mobilization model* (modelo de mobilização); 3) *outside initiative model* (modelo de iniciativa externa).

Destacadamente, no modelo de iniciativa externa, os que estão fora do sistema político conseguem impor os assuntos que consideram importantes utilizando-se da própria esfera pública já existente e mobilizada, isto é, da pressão de uma opinião pública:

O modelo da iniciativa externa aplica-se à situação na qual um grupo que se encontra fora da estrutura governamental: 1) articula uma demanda, 2) tenta propagar em outros grupos da população o interesse nessa questão, a fim de ganhar espaço na agenda pública, o que permite 3) uma pressão suficiente nos que têm poder de decisão obrigando-os a inscrever a matéria na agenda formal, para que seja tratada seriamente (COBB, ROSS, ROSS, 1971 apud HABERMAS, 1997, 114).

Habermas (1997) acredita que a partir desses modelos podemos perceber de forma simplificada a circulação do poder de influência entre a esfera pública e o sistema político. Nesta linha, Gomes e Maia (2008) salientam que, para satisfazer os requisitos de participação social, uma democracia precisa disponibilizar um volume adequado de conhecimento político e de informações não-distorcidas e relevantes, dar possibilidade aos cidadãos de acessar debates públicos já começados e iniciar novos, propiciar meios e oportunidades de participação em instituições democráticas ou em grupos de pressão e habilitar seus cidadãos para aproveitar oportunidades eficazes de comunicação da esfera civil com os seus representantes.

A despeito do surgimento da internet e de toda a parafernália de ferramentas tecnológicas que permitem a comunicação sem barreiras de tempo e espaço, assistimos também ao fenômeno da apatia política que, se não é de todo recente, parece também não ter se alterado com o advento das modernas e inovadoras tecnologias da comunicação.

Precisamos refletir, ainda mais, sob a perspectiva do público – este que tem sido chamado a participar do ambiente dos *blogs* através de comentários e construção coletiva do produto final. A interatividade em tempo real é um dos recursos propiciados ao jornalismo através de ferramentas como os *blogs*. Essa interação abre o jornalismo à participação do leitor na construção de um produto final ampliado pelo debate acessível aos leitores do *blog*. Ainda muito menor do que o número de visualizações dos textos postados, o *feedback* do leitor tornou-se mais fácil e rápido. Muitas vezes, encoberto pelo anonimato, qualquer pessoa pode postar comentários. Pode-se dizer que teríamos uma forma de superar a espiral do silêncio⁶, ainda que de forma camuflada.

No entanto, ainda não se pode falar de um uso ostensivo desse recurso. Isso porque a baixa participação nas discussões dos assuntos relevantes socialmente não é superada com a simples criação de ferramentas tecnológicas. “A tecnologia não determina a sociedade [...] A sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias. [...] Isso depende de onde, por quem e para quê são usadas as tecnologias de comunicação e informação” (CASTELLS, 2006, p. 17-19).

Talvez por estes motivos é que até agora temos poucos indícios práticos de que os cidadãos tenham suficiente vontade, interesse e capacidade comunicativa no jogo político, no processo político e nos negócios públicos para superar a percepção e o comportamento relativo ao agir político. Apatia, ausência de efetividade da cidadania, desinteresse pela vida política, informação política distorcida ou excessivamente dependente dos meios de massa, baixo capital político e desconfiança generalizada a respeito da sociedade política são alguns dos sintomas da sociedade contemporânea. Isso porque “a mudança do ambiente da comunicação não reconfigura automaticamente o ambiente político nem as convicções que o acompanham” (GOMES; MAIA, 2008, p. 320).

A baixa participação social pode ser entendida como uma característica da democracia na sociedade contemporânea, constituindo uma situação bem diversa do padrão considerado ideal. Putnam (2000 apud GOMES; MAIA, 2008, p. 241) é mais radical, pois considera que

⁶ A hipótese da espiral do silêncio apresentada por Elisabeth Noelle-Neumann, no livro *The Spiral of Silence* (1984) defende que, por medo do isolamento social, o indivíduo receia expressar uma opinião divergente da opinião dominante.

sem o capital social - que é produzido na interação entre os indivíduos – “uma democracia não funciona.”

Os recursos tecnológicos não podem frustrar nem realizar promessas de efeitos sociais porque isso não diz respeito a eles, mas aos agentes sociais. A internet não frustrou expectativas de participação política porque tampouco poderia formular promessas de transformação da democracia.

Precisamos avaliar se a internet e seus recursos interativos seriam formas de se conseguir promover transformações sociais efetivas. Para Gomes (2011 apud MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, p. 30-31)

As pessoas participam de iniciativas quando as consideram uma oportunidade adequada para atingir fins desejáveis. Meios precisam ser vistos como oportunidades. Chamo oportunidades aquela conjunção de ocasiões e circunstâncias em que meios podem produzir fins desejáveis de maneira que os custos (a energia despendida, por exemplo) sejam largamente recompensados pelos benefícios (recompensas decorrentes de se alcançar a finalidade da ação).

O sistema de produção da democracia digital procura fazer com que iniciativas ou meios de participação sejam vistos como oportunidades vantajosas para os que dela participem.

Naturalmente, o cálculo da eficiência de uma iniciativa de democracia digital está ligado ao modo como o propósito específico de uma iniciativa qualquer (orçamento digital não tem a mesma meta de um sistema de fóruns de deliberação eletrônica, por exemplo) se relaciona com o seu fim democrático. (...) O importante, naturalmente, é que uma vez que haja confluência do propósito específico de uma iniciativa com a meta democrática do fortalecimento da cidadania, a eficiência do primeiro redundará em eficiência do segundo (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, 31).

Criou-se uma expectativa de que todas as forças de ação política por parte da esfera civil poderiam ser realizadas pela internet, seja a pressão sobre os representantes políticos eleitos, o engajamento em discussões sobre assuntos públicos de todas as naturezas, a afiliação ideológica a partidos políticos ou movimentos sociais, a intervenção em fóruns eletrônicos e em plebiscitos on-line (GOMES; MAIA, 2008).

De repente, é como se com as tecnologias da internet se pudesse realizar a tão sonhada democracia deliberativa em que todos participam das importantes decisões que incidem sobre a vida de uma sociedade. Mas, há diversos outros fatores que podem influenciar em diversas medidas o ideal da construção de uma esfera pública de interação social forte e democrática,

de fato. Na teoria da "espiral do silêncio", elaborada por Elisabeth Noelle-Neumann, por exemplo, o medo do isolamento e a competência específica para manifestar-se sobre este ou aquele tema altera os graus de participação do indivíduo nas discussões na esfera social (BARROS FILHO, 2003).

A maior ou menor disposição para que um indivíduo se manifeste, exiba sua opinião diante de outros sobre um tema político, dependerá da sua maior ou menor familiaridade no manejo desses temas. Quanto maior o grau de politização, maior a tendência para uma manifestação pública sobre um tema político (p. 223).

Mas, pelo menos em potencial, a internet parece ser capaz de, se não realizar de imediato, pelo de aproximar um ideal de democracia.

Uma democracia saudável não é necessariamente aquela em que pessoas participem massivamente, empregando uma multiplicidade de meios, mas aquela em que todos os concernidos pelas decisões que afetam a comunidade política possam se tornar participantes, se e quando quiserem, e, ainda, no que queiram. Em suma, nem basta nem é necessário haver participação de massa, não basta haver meios e oportunidades de participação; é preciso que tudo isso seja moderado pela posse da informação necessária a uma participação qualificada, relevante e efetiva e, *last but not least*, pela liberdade de participar. (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, p. 37-38)

Apesar da euforia inicial logo após o surgimento e consolidação da internet como meio de comunicação, muitos estudos realizados nesse campo continuam demonstrando que, de modo geral, os usuários da internet ainda não estão muito interessados em participação política. “Mais que isso: confirmam ainda que nem sequer estão particularmente interessados em política, em bases normais. Mas há sólida documentação de que esses usuários podem participar da política de modo extremamente relevante em algumas circunstâncias específicas” (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, p. 39).

Quando se fala em participação política através da internet, é possível notarmos que em alguns casos o uso da internet é apenas instrumental para a participação e poderia ser substituída por outro meio de comunicação, enquanto em outros casos, ela é essencial, ou seja, a participação só existe em função da rede (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011).

uma coisa é a ação digital de quem usa e-mails, lê jornais online e visita sites políticos, por exemplo; outra é aquela de quem participa de fóruns domina ferramentas para redes online, além daquelas para conexão instantânea e para compartilhamento de vídeo e imagem; outra ainda é a participação online daqueles que são capazes de dobrar e empregar quaisquer ferramentas digitais para participar de iniciativas digitais com propósitos políticos (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, p.21)

Na verdade, a discussão sobre a participação online nada mais é do que um resíduo da velha discussão sobre participação política. Na maioria das vezes, não se trata de um debate sobre ausência da participação social online, mas da ausência de participação social tão somente. Antes de enveredarmos por esse debate, sedutor, mas, muitas vezes, infértil é preciso lembrar que a participação política não é um fim em si mesmo para o estabelecimento de uma verdadeira democracia.

A participação não é um valor democrático por ser um valor em si mesmo, mas apenas na medida em que pode produzir algum benefício para a comunidade política. Caso contrário, qualquer participação civil (na Ku Klux Klan ou na Hitlerjunge) seria boa para a democracia (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, p. 24-25).

Diante de tantas iniciativas focadas na cidadania digital já criadas a partir da internet é importante avaliarmos aquelas que de fato representam algum avanço na direção de uma maior inclusão do cidadão comum no debate público e aberto dos assuntos de interesse da sociedade.

Gomes defende que iniciativas digitais, democraticamente relevantes, devem estar orientadas para a realização de pelo menos um dos seguintes propósitos:

1. Fortalecimento da capacidade concorrencial da cidadania. Um projeto de democracia digital deve ajudar a promover o aumento e/ou a consolidar quotas relevantes do poder do cidadão, em face de outras instâncias concorrentes na disputa pela produção da decisão política (...);
2. Consolidar e reforçar uma sociedade de direitos, isto é, uma comunidade política organizada como Estado de Direito (...);
3. Promover o aumento da diversidade de agentes, de agências e de agendas na esfera pública e nas instâncias de decisão política e aumentar instrumentos, meios e oportunidades para que minorias políticas se representem e sejam representadas na esfera pública e nas instâncias de produção da decisão política (GOMES apud MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, 29-30).

Como se vê, nem tudo se resume à busca da participação civil massiva como se ela fosse o remédio para a salvação de democracias de fachada. Mais importante é possibilitarmos os meios para que ela se processe, através da disponibilização de uma diversidade de canais que permita ao indivíduo devidamente motivado se engajar na discussão pública.

A participação se justifica sempre em função do seu propósito para a democracia e da qualidade moral dos seus processos; que a participação deve estar a serviço do propósito de fortalecer a esfera civil e as minorias políticas nas lutas concorrenciais pela decisão política (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, p. 41).

5 Análise dos Dados

5.1 Metodologia

A pesquisa desenvolvida ao longo desse trabalho tem como objeto de estudo o Blog de Jamildo e o Blog do Magno Martins, ambos criados no ano de 2006 e mantidos por jornalistas atuantes na cidade do Recife, cobrindo, sobretudo, assuntos relativos à política no estado de Pernambuco.

O Blog do Magno Martins pode ser acessado diretamente pelo endereço www.blogdomagno.com.br. Já o Blog de Jamildo pode não só ser acessado digitando-se o endereço www.blogdejamildo.com.br, como também através de link na página do portal de notícias NE10 (www.ne10.uol.com.br), pertencente ao Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, ao qual o blog está vinculado.

Os números de acessos não são publicados pelos dois blogs, visto que os mesmos não disponibilizam à visualização os contadores de acesso muito comuns nesses espaços. Através de levantamento feito no site www.alexa.com, que faz o mapeamento e ranking da utilização de sites e blogs em todo o mundo, podemos ter uma ideia do impacto desses espaços *on line*. De acordo com o Alexa, em setembro/12, o Blog do Magno Martins ocupa a posição de número 1.774 no *ranking* de endereços mais acessados no Brasil. O Blog de Jamildo, no mesmo período, ocupa a posição 22.846 desse mesmo ranking (o portal NE10 que hospeda o Blog de Jamildo é 255º colocado no ranking em todo o país).

Mais do que números, a escolha pelos dois blogs deveu-se em primeiro lugar, pelo interesse na ferramenta em si, visto que ela contempla um grande número de possibilidades de uso: do blog que é semelhante a um diário virtual de cunho estritamente pessoal até o blog que é usado para realização de trabalho jornalístico profissional. Também nos interessou sobremaneira a possibilidade de interação que os blogs trazem em sua concepção, através da ferramenta de comentários.

Outra motivação decisiva para a seleção dos dois blogs nesta ocasião foi o fato de serem direcionados à cobertura política, visto que o tema traz implicações decisivas sobre a vida de toda a sociedade, diferentemente dos blogs dedicados a assuntos especializados, destinados inicialmente a públicos mais específicos.

A metodologia formatada para a presente pesquisa tem como propósito investigar as contribuições dos blogs para o fortalecimento da discussão pública à luz do conceito de Esfera Pública, desenvolvido por Habermas (1984). Partimos da hipótese de que as ferramentas da internet, como o são os blogs, trazem contribuições para o fortalecimento desse espaço público, destacadamente, com o estabelecimento de mais espaço e maior liberdade de expressão e imprensa, mais possibilidade de acesso à informação e maior participação dos cidadãos na discussão dos assuntos de interesse público.

A realização do estudo se defrontou com uma imprevisibilidade sobre a quantidade de material a ser adotada como para a formação do *corpus* da pesquisa. Isso porque a liberdade na forma dos textos e a facilidade de publicação fazem com que os blogs possam ter uma grande quantidade de postagem em um dia e uma quantidade infinitamente inferior no dia seguinte, gerando uma imprevisibilidade em determinar-se o que seria uma amostra ideal e em que período ela deveria ser coletada.

A primeira coleta de material para a formação do corpus de pesquisa foi feita com um levantamento das postagens referentes ao período de um mês. Foi escolhido o mês de maio por tratar-se de um mês típico, sem férias, distante do período de eleições que ocorrerá no corrente ano e também porque como os blogs estudados não mantêm arquivos organizados mês a mês e sim apenas por páginas, a coleta de dados se tornaria muito dispendiosa em termos de tempo caso um mês muito distante do corrente fosse escolhido.

A metodologia de pesquisa precisou passar por alguns ajustes motivados, sobretudo, pelo grande volume de material produzido pelos blogs em análise. O levantamento inicial revelou que no mês de maio/12, o Blog do Magno Martins contabilizou 1.620 *posts* (entre charges, artigos assinados por terceiros, fotos, matérias oriundas de outros veículos, chamadas para novas matérias, enquetes etc) com um total de 2.994 comentários. Já o Blog de Jamildo publicou no mesmo período 971 *posts* que receberam 4.302 comentários no total. Num primeiro momento, foi realizada a leitura de todas as postagens e realizada uma análise de conteúdo para posterior categorização dos *posts*.

A análise de conteúdo é apenas um método de análise de texto desenvolvido dentro das ciências sociais empíricas. [...] A análise de texto faz uma ponte entre o formalismo estatístico e a análise qualitativa dos materiais. No divisor quantidade/qualidade das ciências sociais, a análise de conteúdo é uma técnica híbrida (BAUER; GASKELL, 2002, p. 190)

O grande volume de material postado nos dois blogs revelou à pesquisa uma grande heterogeneidade em relação a aspectos como assuntos abordados, participação do leitor, perspectiva crítica entre outros. Essa percepção orientou o estudo não para um panorama fechado, restrito que apontem números ou conclusões finais sobre o trabalho jornalístico desenvolvido nesses espaços, mas para a realização de um esforço importante no sentido de se descobrir as principais tendências de atuação e exercício do jornalismo nesses blogs. Assim, com o intuito de uma análise mais aprofundada, definimos uma amostra dos 100 primeiros *posts* do material coletado no mês de maio/12.⁷ Para a formação da amostra foram incluídos apenas os textos (com exceção de colunas assinadas), elementos diversos como fotos, charges e enquetes entre outros não participam da pesquisa.

Não se trata de uma análise comparativa que procure atestar a superioridade ou inferioridade numa competição entre os blogs. De caráter eminentemente qualitativo, a pesquisa vai se utilizar de números para ilustração das tendências verificadas, no sentido de reforçar indícios encontrados na etapa de análise de conteúdo para categorização dos *posts*.

A tendência atual da análise de conteúdo desfavorece a dicotomia entre o quantitativo e o qualitativo, promovendo uma integração entre as duas visões de forma que os conteúdos manifesto (visível) e latente (oculto, subentendido) sejam incluídos em um mesmo estudo para que se compreenda não somente o significado implícito, o contexto onde ele ocorre, o meio de comunicação que o produz e o público ao qual ele é dirigido. (HERSCOVITZ apud LAGO; BENETTI, 2008, p. 126)

Os números encontrados serviram também como elemento de confrontação ou confirmação face aos aspectos revelados pelos blogueiros durante as entrevistas.

É incorreto assumir que a pesquisa qualitativa possui o monopólio da interpretação, com o pressuposto paralelo de que a pesquisa quantitativa chega a suas conclusões quase que automaticamente. Nós mesmos nunca realizamos nenhuma pesquisa numérica sem enfrentar problemas de interpretação. Os dados não falam por si mesmos, mesmo que sejam processados cuidadosamente com modelos sofisticados. (BAUER; GASKELL, 2002, p. 24)

Em linhas gerais, a metodologia adotada para a pesquisa pode ser subdividida em três momentos: revisão bibliográfica, análise direta dos *posts*, tendo como referências categorias específicas criadas a partir dos objetivos do estudo e entrevistas semiestruturadas com os jornalistas responsáveis pelos blogs estudados.

⁷ O dia 1º de maio não foi considerado na amostra, por tratar-se de feriado, dia em que o padrão de utilização dos blogs costuma se alterar significativamente, do ponto de vista da produção e também do público.

Na etapa da revisão bibliográfica apresentamos um levantamento sobre os seguintes aspectos: a evolução das sociedades para as formas mais democráticas baseadas no fortalecimento da cidadania, com tendência para uma maior participação social dos cidadãos na discussão dos assuntos de interesse público; a importância da comunicação como o motor principal do fortalecimento de uma sociedade mais participativa e as consequências da institucionalização dos grandes veículos de comunicação como espécie de porta-vozes ou reflexos dos anseios da sociedade e, finalmente, o surgimento da internet, as implicações e impactos das ferramentas *on line* (entre as quais os blogs) para um incremento da atuação jornalística com novas possibilidades de fortalecimento da esfera pública – conceito criado por Habermas (1984) que norteia o estudo das contribuições dos blogs analisados nesta pesquisa.

Saliente-se que, apesar de abordar questões como a interatividade, através da participação do leitor através da inserção de comentários nos blogs, a presente pesquisa não tem como foco a recepção, e sim, a atuação do emissor da mensagem, ou seja, a produção da notícia, o profissional da comunicação, o jornalismo praticado nos blogs e suas contribuições para a sociedade. Assim, o enfoque num tema como o da interatividade tem muito mais justificativa como forma de perceber-se a presença do leitor no blog, mas também, e principalmente, a forma como o jornalista autor do blog lida com essa possibilidade de interação e os possíveis impactos que ela causa no trabalho jornalístico desenvolvido.

Considerando-se que nosso propósito não é a formatação de um panorama final dos blogs em estudo, entendemos como meta principal do presente trabalho o mapeamento de algumas contribuições desses blogs para o fortalecimento e dinamização de uma esfera de discussão pública em ambiente virtual através da produção e divulgação de assuntos de interesse da população de Pernambuco, suscitar alguns questionamentos que visam acrescentar novas possibilidades de exploração da comunicação realizada nesses blogs, identificar tendências e até levantar possibilidades de novos posicionamentos.

Para isso, foram realizadas análises seguindo categorias definidas tendo como base alguns estudos que procuraram idealizar as principais funções da mídia numa sociedade. Entre essas funções destacamos as tarefas a serem desempenhadas pela mídia nos sistemas políticos constitucionais, conforme definidas por Gurevitch e Blumler e apresentadas por Habermas (1997) ao tratar das barreiras que podem surgir no interior da esfera pública.

Assim, podemos resumir que a mídia e seus agentes realizadores devem em termos ideais desempenhar as seguintes tarefas: atuar de modo a exercer uma vigília social e política, trazendo a público assuntos que possam afetar a vida dos cidadãos; dar visibilidade às questões mais significativas da agenda política; criar espaços para que os atores sociais possam apresentar e defender seus pontos de vista; alimentar o debate entre diferentes pontos de vista; incentivar os cidadãos a se envolverem na discussão dos assuntos de interesse público; manter sua independência com vistas a servir apenas ao interesse público. (HABERMAS, 1997)

Duas outras abordagens também serviram como base para criação das categorias de análise para a pesquisa que buscamos realizar. Uma delas se baseia nos propósitos que segundo Wilson Gomes devem guiar as iniciativas digitais de modo a que possam apresentar contribuições democraticamente relevantes.

1. Fortalecimento da capacidade concorrencial da cidadania. Um projeto de democracia digital deve ajudar a promover o aumento e/ou a consolidar quotas relevantes do poder do cidadão, em face de outras instâncias concorrentes na disputa pela produção da decisão política (...); 2. Consolidar e reforçar uma sociedade de direitos, isto é, uma comunidade política organizada como Estado de Direito (...); 3. Promover o aumento da diversidade de agentes, de agências e de agendas na esfera pública e nas instâncias de decisão política e aumentar instrumentos, meios e oportunidades para que minorias políticas se representem e sejam representadas na esfera pública e nas instâncias de produção da decisão política (GOMES, MARQUES, 2011, p. 29-30).

O estudo feito por Janssen e Kies (2005 apud MAIA; GOMES; MARQUES, 2011) sobre o funcionamento dos fóruns on-line é outra referência de análise que adotaremos para melhor entender o trabalho feito nos blogs e suas implicações. Os fóruns virtuais da internet guardam muita semelhança com a ferramenta de comentários dos blogs, visto que, através dela, muitas discussões são realizadas a partir de uma notícia publicada e isso não difere muito do que acontece nos fóruns, exceto pela forma de estruturação e finalidade das duas ferramentas.

Jansen e Kies (2005 apud MAIA; GOMES; MARQUES, 2011) propõem análise não só das mensagens postadas, mas também da estrutura comunicativa dos fóruns e da cultura política e identificação ideológica de quem hospeda o fórum (avaliação dos aspectos passíveis de influenciar a deliberação, como, por exemplo, se houver existência de diferenças culturais entre as regiões dos envolvidos), ou do autor do blog, como poderíamos pensar em nosso caso. Em termos da estrutura comunicativa, para os autores devem ser analisados aspectos

como: a questão do anonimato; a abertura e liberdade de discursos (que exigências são feitas à participação dos leitores); a definição das pautas a serem abordadas (se contam ou não com a participação do leitor); a existência ou não de um moderador das discussões e a força do espaço como um espaço público.

Com base nos estudos mencionados, definimos para a presente pesquisa, alguns aspectos que consideramos importantes para serem analisados. Eles dizem respeito, sobretudo, à presença de debate dos assuntos abordados, à fonte de origem dos assuntos, à forma de abordagem e à presença crítica ou ausência do(s) responsável(is) pelo conteúdo dos blogs. As categorias utilizadas para análise das postagens devem ser entendidas conforme detalhado abaixo:

Interatividade – diz respeito à participação do leitor dos blogs através de comentários. Essa interatividade pode se dar apenas na relação leitor-autor do blog ou também na relação leitor-leitor. Sua análise objetiva principal ter uma visão da existência de debate dos assuntos em pauta;

Notícias locais – deve ser entendida como a notícia referente ao estado de Pernambuco, incluindo seus municípios. A ideia é observar principalmente o entrelaçamento com a questão da interatividade e verificar o interesse dos leitores por participar da discussão de assuntos que lhe digam respeito mais diretamente. Essa categoria visa também analisar a atuação do blogueiro na publicização de fatos ocorridos dentro do próprio estado onde o *blog* é produzido. Ainda que a internet não tenha fronteira, há vários estudos que apontam para a importância de um jornalismo local;

Produção própria – objetiva principalmente identificar a presença do trabalho jornalístico produzido pela equipe do blog, o peso que representa no volume postado, análise de características específicas;

Fontes – busca identificar onde estão as principais fontes dos blogueiros, a relação com fontes oficiais, fontes ocasionais e também analisar se há abertura para a relação com fontes que não tenham acesso habitual ao campo jornalístico;

Presença expressa de conteúdo opinativo (do blogueiro) – essa categoria tem como principal objetivo levantar se é perceptível a presença crítica do autor do blog (ou do *post*). Foi pensada

como reflexo da função ao que os blogs se destinavam na criação da ferramenta de serem espaço para exercício da liberdade de expressão.

Apesar de não terem sido considerados enquanto categorias de análise, alguns aspectos serão levados em consideração no momento de análise e interpretação dos dados obtidos, como forma de trazer contribuições ao aprofundamento do estudo. Assim, aspectos como os tipos de assunto abordados e a presença de crítica negativa ou positiva do blogueiro foram acrescentados durante a categorização dos *posts* na coluna de “observações”. Entendemos que esses dados podem complementar a definição de alguma tendência observada na classificação dos *posts*. Por exemplo: se no *post* há presença evidente de conteúdo opinativo, podemos acrescentar também como observação se essa opinião é negativa ou positiva ao poder público.

As entrevistas com os blogueiros serão realizadas após a análise direta dos *posts*, como forma de melhor aproveitamento das conversas, já que já terá sido possível identificar as principais tendências nos *blogs*. As entrevistas também serão utilizadas como forma de conhecermos a visão crítica que estes profissionais têm a respeito do próprio trabalho que realizam na *web*. Com as entrevistas, poderemos conhecer as motivações, os interesses e os objetivos dos blogueiros face ao trabalho que realizam, ampliando a compreensão sobre o produto final: as postagens no *blog*.

O texto é decorrência de um movimento de forças que lhe é exterior e anterior. O texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia em outro lugar: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário. A conjugação de forças que compõem o texto nem sempre é aparente – diríamos mesmo que raramente é visível por si mesma. (LAGO; BENETTI, 2008, p. 111)

O entrecruzamento da análise dos *posts* com o conteúdo revelado através das entrevistas com os blogueiros será aplicado como forma de ampliar a compreensão sobre o trabalho jornalístico desenvolvido nos *blogs*, captando intenções dos autores, rotinas de trabalho que podem influenciar o produto final, os objetivos perseguidos pelos blogueiros, assim como possíveis discrepâncias e incoerências entre o idealizado e o produto final.

5.2 A análise dos dados

Para fazer a análise dos blogs em estudo foi realizada a leitura sistemática de 200 textos postados – sendo os 100 primeiros de cada blog - durante o mês maio de 2012, período escolhido para a amostragem. Após a leitura de cada *post*, o mesmo era analisado e

classificado conforme as categorias predefinidas e detalhadas na metodologia: produção própria; interatividade; notícias locais; presença de conteúdo opinativo e fontes.

As categorias não são excludentes entre si e em alguns momentos da análise o entrecruzamento de dados nos revelou resultados interessantes à pesquisa, como por exemplo, a relação entre o maior número de comentários em um *post* classificado como “notícia local”.

Tabela 1. Blog de Jamildo – Categorização dos *Posts*

Nº do <i>Post</i>	Produção própria	Interatividade	Notícias locais	Conteúdo Opinativo	Fontes	Observações
1	SIM	NÃO	SIM	NÃO	EMPRESA	
2	SIM	NÃO	SIM	NÃO	INSTITUIÇÃO DE ENSINO+ÓRGÃO MUNICIPAL	
3	NÃO	SIM	SIM	NÃO	CAMPANHA POLÍTICA	2 COMENTÁRIOS
4	SIM	SIM	SIM	NÃO	GOVERNO ESTADUAL	1 COMENTÁRIO
5	SIM	NÃO	NÃO	SIM	ASSOCIAÇÃO COMERCIAL	
6	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	GOVERNO FEDERAL	
7	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	GOVERNO FEDERAL	
8	SIM	SIM	SIM	NÃO	COMUNIDADE/ELEIÇÕES	2 COMENTÁRIOS
9	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL	
10	SIM	NÃO	SIM	NÃO	GOVERNO ESTADUAL+COMUNIDADE	
11	SIM	NÃO	SIM	NÃO	TRIBUNAL DE CONTAS DE PERNAMBUCO	
12	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	GOVERNO FEDERAL	6 COMENTÁRIOS
13	SIM	NÃO	SIM	NÃO	GOVERNO ESTADUAL	
14	SIM	SIM	SIM	SIM	GOVERNO ESTADUAL	1 COMENTÁRIO
15	SIM	SIM	SIM	NÃO	TRIBUNAL DE CONTAS DE PERNAMBUCO	1 COMENTÁRIO
16	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO FEDERAL	
17	SIM	SIM	SIM	NÃO	SINDICATO TRABALHADORES	1 COMENTÁRIO (NÃO SE REFERE AO <i>POST</i>)
18	SIM	SIM	SIM	SIM	PRÓPRIO BLOG	9 COMENTÁRIOS
19	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	INSTITUTO BRASILEIRO DE	

					GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (DOCUMENTO)	
20	SIM	SIM	SIM	NÃO	PODER JUDICIÁRIO	2 COMENTÁRIOS
21	SIM	NÃO	SIM	NÃO	PASTORAL DA SAÚDE (IGREJA CATÓLICA)	
22	SIM	SIM	SIM	NÃO	GOVERNO MUNICIPAL	3 COMENTÁRIOS (COMENTADORES DISCUTEM ENTRE SI)
23	SIM	NÃO	SIM	NÃO	CLASSE POLÍTICA E SINDICAL	
24	SIM	NÃO	SIM	NÃO	LEGISLATIVO MUNICIPAL	
25	NÃO	SIM	SIM	NÃO	LÍDER PARTIDÁRIO (PUBLICAÇÃO DE CARTA)	5 COMENTÁRIOS
26	SIM	SIM	SIM	NÃO	GOVERNO MUNICIPAL	5 COMENTÁRIOS
27	SIM	SIM	SIM	NÃO	PODERES JUDICIÁRIO E LEGISLATIVO	14 COMENTÁRIOS; 13 COMENTADORES
28	SIM	NÃO	SIM	NÃO	GOVERNO ESTADUAL	
29	SIM	NÃO	SIM	NÃO	FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DE PERNAMBUCO	
30	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	PODER LEGISLATIVO	
31	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	PODER LEGISLATIVO	
32	NÃO	SIM	SIM	NÃO	PODER LEGISLATIVO+INST. PÚBLICA DE ENSINO	2 COMENTÁRIOS
33	SIM	SIM	SIM	SIM	PRÓPRIO BLOG	9 COMENTÁRIOS
34	SIM	SIM	SIM	NÃO	GOVERNO MUNICIPAL	
35	NÃO	SIM	SIM	NÃO	GOVERNO MUNICIPAL	8 COMENTÁRIOS
36	NÃO	SIM	SIM	NÃO	LEGISLATIVO MUNICIPAL	3 COMENTÁRIOS
37	SIM	SIM	SIM	NÃO	GOVERNO MUNICIPAL	1 COMENTÁRIO
38	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO FEDERAL	
39	SIM	SIM	SIM	NÃO	LEGISLATIVO ESTADUAL	1 COMENTÁRIO
40	SIM	SIM	NÃO	NÃO	REPRESENTANTE PARTIDO POLÍTICO	1 COMENTÁRIO
41	SIM	SIM	SIM	NÃO	CLASSE POLÍTICA	5 COMENTÁRIOS

42	NÃO	SIM	SIM	NÃO	CLASSE POLÍTICA	6 COMENTÁRIOS
43	NÃO	SIM	SIM	NÃO	ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL	2 COMENTÁRIOS
44	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL	
45	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	EMPRESA PRIVADA	
46	SIM	NÃO	SIM	NÃO	ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL	
47	SIM	SIM	SIM	NÃO	ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL	1 COMENTÁRIO
48	SIM	NÃO	SIM	NÃO	LEGISLATIVO MUNICIPAL	
49	SIM	NÃO	SIM	NÃO	ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL	
50	SIM	NÃO	SIM	NÃO	ADMINISTRAÇÃO ESTADUAL	
51	SIM	NÃO	SIM	NÃO	ADMINISTRAÇÃO ESTADUAL	
52	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO INFORMADA	
53	SIM	SIM	SIM	SIM	ADMINISTRAÇÃO ESTADUAL	9 COMENTÁRIOS
54	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO INFORMADA	6 COMENTÁRIOS
55	SIM	SIM	NÃO	NÃO	GOVERNO FEDERAL (DOCUMENTO OFICIAL)	1 COMENTÁRIO
56	SIM	NÃO	NÃO	SIM	GOVERNO FEDERAL (DOCUMENTO OFICIAL)	
57	SIM	NÃO	SIM	NÃO	PARTIDO POLÍTICO	
58	SIM	SIM	NÃO	NÃO	CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA	1 COMENTÁRIO
59	SIM	SIM	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO ESTADUAL	2 COMENTÁRIOS
60	SIM	SIM	SIM	NÃO	PARTIDO POLÍTICO	18 COMENTÁRIOS; 15 COMENTADORES
61	SIM	SIM	SIM	SIM	ASSOCIAÇÃO FORNECEDORES DE CANA	2 COMENTÁRIOS
62	SIM	NÃO	SIM	NÃO	GOVERNO ESTADUAL E MUNICIPAL	
63	SIM	NÃO	SIM	NÃO	GOVERNO E COMUNIDADE	
64	NÃO	SIM	SIM	NÃO	TRIBUNAL DE CONTAS DE PERNAMBUCO (DOCUMENTO)	1 COMENTÁRIO
65	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO FEDERAL	3 COMENTÁRIOS
66	NÃO	SIM	SIM	NÃO	ADMINISTRAÇÃO	2

					MUNICIPAL	COMENTÁRIOS
67	SIM	NÃO	SIM	NÃO	GOVERNO FEDERAL	
68	SIM	SIM	NÃO	NÃO	GOVERNO FEDERAL E OPOSIÇÃO	4 COMENTÁRIOS
69	SIM	NÃO	SIM	NÃO	ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS	
70	SIM	SIM	SIM	NÃO	PARTIDOS POLÍTICOS E LIDERANÇAS	3 COMENTÁRIOS
71	NÃO	SIM	SIM	NÃO	DIVULGAÇÃO EVENTO (PODER PÚBLICO+INICIATIVA PRIVADA	3 COMENTÁRIOS
72	SIM	SIM	SIM	NÃO	GOVERNO ESTADUAL	2 COMENTÁRIOS
73	SIM	NÃO	SIM	NÃO	PARTIDO POLÍTICO	
74	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	GOVERNO FEDERAL	2 COMENTÁRIOS
75	SIM	SIM	SIM	NÃO	CANAL TV	5 COMENTÁRIOS
76	SIM	SIM	SIM	NÃO	PARTIDO POLITICO	5 COMENTÁRIOS
77	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	GOVERNO FEDERAL	2 COMENTÁRIOS; 1 COMENTADOR
78	NÃO	SIM	SIM	NÃO	POLÍTICO (CANDIDATO)	3 COMENTÁRIOS
79	NÃO	SIM	SIM	NÃO	GOVERNO E EMPRESA	5 COMENTÁRIOS
80	SIM	NÃO	SIM	NÃO	LEGISLATIVO ESTADUAL	
81	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	AGÊNCIA NOTÍCIAS	
82	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL	
83	SIM	SIM	SIM	NÃO	CONCESSIONÁRIA ENERGIA ELÉTRICA	1 COMENTÁRIO
84	SIM	NÃO	SIM	NÃO	MINISTÉRIO PÚBLICO DE PERNAMBUCO	
85	SIM	NÃO	SIM	NÃO	GOVERNO ESTADUAL	
86	SIM	NÃO	SIM	NÃO	FEDERAÇÃO TRABALHADORES AGRICULTURA DE PERNAMBUCO	
87	SIM	SIM	SIM	NÃO	MEMBRO DO LEGISLATIVO	4 COMENTÁRIOS
88	SIM	SIM	SIM	NÃO	DIRIGENTES PARTIDO POLÍTICO	1 COMENTÁRIO
89	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	REVISTA	1 COMENTÁRIO
90	SIM	SIM	SIM	NÃO	GOVERNO MUNICIPAL	2 COMENTÁRIOS
91	SIM	NÃO	SIM	NÃO	LIDERANÇAS POLÍTICAS	
92	SIM	SIM	SIM	NÃO	LEGISLATIVO MUNICIPAL	4 COMENTÁRIOS
93	SIM	NÃO	SIM	NÃO	TRIBUNAL	

					REGIONAL ELEITORAL	
94	SIM	SIM	SIM	SIM	PARTIDO POLÍTICO	1 COMENTÁRIO
95	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	DIEESE	
96	SIM	NÃO	SIM	NÃO	DIVULGAÇÃO EVENTO (PODER PÚBLICO+INICIATIVA PRIVADA)	
97	SIM	SIM	NÃO	NÃO	PODER JUDICIÁRIO	4 COMENTÁRIOS
98	SIM	SIM	SIM	SIM	CLASSE POLÍTICA	3 COMENTÁRIOS
99	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	RECEITA FEDERAL	
100	SIM	SIM	SIM	NÃO	TRIBUNAL DE CONTAS DE PERNAMBUCO	1 COMENTÁRIO; PERGUNTA A BLOGUEIRO; SEM RESPOSTA

Tabela 2. Blog do Magno Martins Martins – Categorização dos Posts

Nº do Post	Produção própria	Interatividade	Notícias locais	Conteúdo Opinativo	Fontes	Observações
1	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	ORGANISMO INTERNACIONAL	
2	NÃO	SIM	NÃO	NÃO (*)	FIGURAS POLÍTICAS	1 COMENTÁRIO
3	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	CANDIDATO	
4	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	ORGANISMO INTERNACIONAL	
5	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO(*)		
6	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO(*)	POLÍTICO	
7	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	
8	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	GOVERNO FEDERAL	
9	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	POLÍCIA FEDERAL	1 COMENTÁRIO
10	SIM	SIM	SIM	SIM	JORNALISTA	5 COMENTÁRIOS (MESMA PESSOA)
11	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO INFORMADA	4 COMENTÁRIOS, 2 COMENTADORES)
12	SIM	SIM	SIM	SIM	PRÓPRIO BLOGUEIRO	6 COMENTÁRIOS
13	SIM	NÃO	SIM	SIM	EX-DEPUTADO	
14	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	REPRESENTANTE LEGISLATIVO	
15	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO FEDERAL	
16	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	DIÁRIO OFICIAL UNIÃO	
17	SIM	NÃO	SIM	NÃO	POLÍCIA	
18	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	POLÍCIA FEDERAL	

19	SIM	NÃO	SIM	NÃO	POLÍCIA	
20	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL	2 COMENTÁRIOS. O 2º CRITICA O 1º
21	SIM	NÃO	SIM	NÃO	POLÍCIA	
22	SIM	NÃO	NÃO	SIM	CLASSE POLÍTICA	
23	SIM	NÃO	SIM	NÃO	POLÍCIA	
24	SIM	NÃO	SIM	NÃO	PODER JUDICIÁRIO ESTADUAL	
25	SIM	SIM	SIM	NÃO	GOVERNANTE MUNICIPAL + POLÍCIA	1 COMENTÁRIO
26	SIM	NÃO	SIM	NÃO	ASSOCIAÇÃO FORNECEDORES DE CANA	
27	SIM	NÃO	SIM	NÃO	PARTIDO POLÍTICO	
28	SIM	NÃO	SIM	NÃO	LEGISLATIVO ESTADUAL	
29	SIM	SIM	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO FEDERAL	1 COMENTÁRIO
30	SIM	SIM	SIM	SIM	CANDIDATO (ELEIÇÕES)	2 COMENTÁRIOS IGUAIS (MESMO COMENTADOR)
31	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	
32	SIM	SIM	SIM	NÃO	CANDIDATO (ELEIÇÕES)	3 COMENTÁRIOS
33	SIM	SIM	SIM	NÃO	CLASSE POLÍTICA E EMPRESÁRIOS	1 COMENTARIO
34	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	PODER JUDICIÁRIO	
35	SIM	SIM	SIM	SIM	PRÓPRIO BLOGUEIRO	3 COMENTARIOS
36	SIM	SIM	SIM	NÃO	ÓRGÃOS GOVERNAMENTAIS ESTADUAIS (MIN. PÚBLICO E TRIBUNAL DE CONTAS)	1 COMENTARIO
37	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	CANDIDATO (ELEIÇÕES)	
38	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO	
39	SIM	SIM	SIM	NÃO	CANDIDATO (ELEIÇÕES)	3 COMENTÁRIOS
40	SIM	SIM	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	3 COMENTÁRIOS
41	SIM	SIM	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	4 COMENTÁRIOS (DISCUTEM ENTRE SI)
42	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	CLASSE POLÍTICA	
43	SIM*	NÃO	NÃO	NÃO	PODER JUDICIÁRIO	POSTAGEM FOI CLASSIFICADA COMO PRODUÇÃO PRÓPRIA PORQUE NÃO CITA OUTRA FONTE. MAS, FOI

						ENCONTRADO CONTEÚDO IDÊNTICO EM OUTRO BLOG
44	SIM	NÃO	SIM	NÃO	PODERES EXECUTIVO E LEGISLATIVO ESTADUAIS	MATÉRIA POSITIVA AO GOVERNO ESTADUAL
45	SIM	NÃO	SIM	NÃO	PRESIDENTE PARTIDO POLÍTICO	
46	SIM	NÃO	SIM	NÃO	GOVERNO ESTADUAL	MATÉRIA POSITIVA AO GOVERNO ESTADUAL
47	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	
48	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	EX-PRESIDENTE DA REPÚBLICA	MATÉRIA POSITIVA A GOVERNO MUNICIPAL
49	SIM	NÃO	SIM	NÃO	GOVERNO MUNICIPAL	
50	SIM	NÃO	SIM	NÃO	FÓRUM ELEITORAL	
51	SIM	SIM	SIM	NÃO	GOVERNO MUNICIPAL	1 COMENTÁRIO; MATÉRIA POSITIVA A GOVERNO MUNICIPAL
52	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	GOVERNO FEDERAL	
53	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	
54	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL	
55	SIM	NÃO	NÃO	SIM	COLUNISTA	
56	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	JORNALISTA	
57	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	MATÉRIA REVISTA	1 COMENTÁRIO
58	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	COLUNISTA	MATÉRIA TRAZ UMA CRÍTICA A POLÍTICOS CORRUPTOS, MAS BLOGUEIRO NÃO SE POSICIONA
59	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO		
60	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	PODER JUDICIÁRIO	
61	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	
62	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	GOVERNAMENTAIS E NÃO- GOVERNAMENTAIS	MATÉRIA REVELA TROCA DE FAVORES ENTRE PODERES JUDICIÁRIO E EXECUTIVO. BLOGUEIRO NÃO SE POSICIONA
63	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	

64	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	CLASSE POLÍTICA	1 COMENTARIO
65	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	JORNAL	
66	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	REVISTA	
67	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	COLUNISTA	3 COMENTÁRIOS (DISCUTEM ENTRE SI)
68	NÃO	SIM	SIM	NÃO	JORNAL	5 COMENTARIOS
69	SIM	SIM	SIM	NÃO	PRÓPRIO BLOGUEIRO	2 COMENTÁRIOS; COLUNA DO DIA (TEXTO ANÁLITICO)
70	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO- GOVERNAMENTAL	
71	SIM	NÃO	SIM	SIM	ÓRGÃO ESTADUAL	
72	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	GOVERNO FEDERAL	
73	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	
74	SIM	SIM	SIM	SIM	PRÓPRIO BLOGUEIRO	7 COMENTARIOS
75	SIM	SIM	SIM	NÃO	GOVERNADOR	3 COMENTÁRIOS (CRÍTICAS NEGATIVAS À POSTAGEM)
76	SIM	SIM	SIM	NÃO	PARTIDO POLÍTICO	1 COMENTÁRIO
77	SIM	SIM	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	1 COMENTÁRIO
78	SIM	NÃO	SIM	NÃO	PRÓPRIO BLOGUEIRO	
79	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	PRÓPRIO BLOGUEIRO	
80	SIM	SIM	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	1 COMENTÁRIO; MATÉRIA TRAZ CRÍTICA A GOVERNO; BLOGUEIRO NÃO SE POSICIONA
81	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	
82	SIM	SIM	SIM	NÃO	TRIBUNAL DE CONTAS DE PERNAMBUCO	1 COMENTÁRIO
83	SIM	SIM	SIM	SIM	GOVERNO ESTADUAL	5 COMENTÁRIOS; BLOGUEIRO APONTA QUE MATÉRIA ANTERIOR INTERFERIU NA AÇÃO DE UM POLÍTICO
84	SIM	SIM	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	3 COMENTÁRIOS
85	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO INFORMADA	
86	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO INFORMADA	
87	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	POLÍCIA FEDERAL	
88	SIM	NÃO	SIM	NÃO	PARTIDO POLÍTICO	
89	SIM	NÃO	SIM	NÃO	LEGISLATIVO	
90	SIM	SIM	NÃO	NÃO	REPRESENTANTE	1 COMENTÁRIO

					LEGISLATIVO	
91	SIM	NÃO	SIM	NÃO	MINISTÉRIO PÚBLICO DE PERNAMBUCO	
92	SIM	SIM	SIM	NÃO	GOVERNO MUNICIPAL	2 COMENTÁRIOS (CRÍTICA AO BLOGUEIRO)
93	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO INFORMADA	2 COMENTÁRIOS; FONTE NÃO REVELADA; TEXTO REMETE À PRODUÇÃO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA
94	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	LEGISLATIVO	
95	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO INFORMADA	
96	SIM	SIM	NÃO	NÃO	TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO	1 COMENTÁRIO
97	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO INFORMADA	
98	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO INFORMADA	
99	SIM	SIM	SIM	NÃO	MINISTÉRIO PÚBLICO DE PERNAMBUCO	1 COMENTÁRIO; PREFEITO CITADO EM MATÉRIA POSTA O COMENTÁRIO
100	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO INFORMADA	

A) Produção Própria

Apesar de não ter sido objeto da análise para classificação nas categorias preestabelecidas, foi realizado um levantamento do quantitativo mensal de postagem nos blogs. O levantamento revelou uma inserção média de 31,3 *posts* por dia, no Blog de Jamildo, e de 52,3/dia no Blog do Magno Martins.

O maior volume de postagens do Blog do Magno Martins aparenta ser um reflexo da quantidade de pessoas trabalhando. A equipe do Blog do Magno Martins é formada por seis pessoas – o dobro da equipe do Blog de Jamildo, formada por apenas três, sendo dois profissionais e um estudante de jornalismo, como estagiário.

Conforme revelado nas entrevistas, os blogueiros não trabalham com uma meta de postagens por dia. Martins (2012) revela que se preocupou em manter o blog funcionando 24 horas, o que deve responder pelo maior número de postagens. A rotina de trabalho, conforme revelou durante a entrevista, mostra um pouco desse empenho na produção contínua de material informativo para o blog.

Meu blog talvez seja o único do país que é 24 horas no ar. Eu tenho uma equipe de seis pessoas que me ajudam todos os dias na alimentação do blog. [...] meia noite entra o repórter bacurau, que trabalha de meia noite até seis horas da manhã [...] e fica a madrugada todinha vasculhando as notícias. E ali ele vai postando. [...] a minha coluna, aí ela fica de seis às nove, em destaque. Chego aqui no blog às nove horas. Aqui tem um editor e um auxiliar que ficam até às seis da noite, me ajudando na alimentação do blog. Aí de seis da noite até meia noite tem uma repórter que trabalha pra mim em casa, faz plantão nesse horário. Eu recebo muita coisa pelo celular, aí as mensagens que vão chegando aqui, um furo, uma informação importante, eu vou repassando pra redação, quem tiver ali na hora vai apurando, escreve a matéria e posta. Por isso que a gente está 24 horas no ar, inclusive finais de semana, sexta, sábado e domingo. (MARTINS, 2012)

Melo (2012) também explica que não trabalha em busca de uma quantidade mínima de postagens. Para ele, o foco é a qualidade do conteúdo jornalístico com vistas a atender bem o seu público leitor – o que, em última instância, visa conquistar a preferência do público leitor.

O ritmo de produção e circulação de notícias nos blogs é reflexo também da profissionalização. O Blog do Magno Martins tem a estrutura de uma verdadeira redação para mantê-lo no ar sempre atualizado. A postagem não acontece esporadicamente, nem se deixa ficar ao sabor dos acontecimentos, mas é, sim, um compromisso profissional de pessoas contratadas para esse fim, tendo a busca constante por novas informações como meta e até como forma de tornar o blog mais competitivo. “Se você entrar no Blog do Jamildo e no da Folha aos finais de semana vai ver que não tem quase nada” (MARTINS, 2012). Para Melo (2012), apesar do sucesso revelado pelos números, muita coisa precisa melhorar.

Eu continuo muito insatisfeito com o blog que faço. Tem uma audiência fantástica. Agora na eleição bateu um milhão, nunca nenhum site do NE 10 teve essa visitação. Mas só eu sei o quanto eu estou insatisfeito, porque eu gostaria de fazer algo bem melhor, bem mais bacana, mas a estrutura que a gente tem é mínima (MELO, 2012).

Mesmo sendo mantido por uma verdadeira equipe de produção informativa, a grande quantidade de postagens nos blogs ainda chama a atenção. O que se pode perceber numa avaliação externa é que devemos estar diante de um exemplo de como a pressão por novidades, por agilidade e rapidez na transmissão de informações leva o blogueiro a utilizar material de outras fontes, visto que não seria possível com a equipe de que dispõem produzir tanta notícia em pouco tempo.

Pelas pessoas ouvidas ou pelos assuntos de que tratavam alguns textos não aparentavam tratar-se de produção do próprio blog, mas apesar disso não informavam a fonte de procedência da matéria. No Blog do Magno Martins, apenas 20 dos 100 *posts* analisados

informavam a fonte de onde procediam; no Blog de Jamildo, das 100 postagens analisadas, 17 tinham a fonte informada. Isso nos levava a crer que o restante das postagens era produção própria da equipe do Blog. O engano foi percebido ao nos depararmos com textos semelhantes nos dois blogs: um citava a fonte original da informação, o outro não dava os devidos créditos.

A utilização de material copiado de outras fontes, com predominância de conteúdo oriundo de outros blogs, de grandes portais de notícias e até de redes sociais mostram os blogueiros atuando muito mais como agentes que promovem a circulação de notícias atraindo a atenção para seus blogs do que como sujeitos produtores, autores do discurso.

Um blog é um grande agregador, o ideal é que você faça várias conexões, faça vários links pra poder o sujeito ter tudo que seja relevante, a ideia é essa, blog não é jornal, jornal é quem tem que estar em todos os lugares, eu tenho que saber vários assuntos e pautar vários assuntos (MELO, 2012).

Em termos de produção informativa, os blogs não se distanciam significativamente da rotina habitual do trabalho jornalístico nos veículos tradicionais. “É o mesmo jornalismo que se faz em jornal, em tv, em rádio, só que entregue numa embalagem diferente” (MELO, 2012).

A prática da apuração e da redação jornalística é muito semelhante também nos blogs, de acordo com os blogueiros entrevistados. “Chegando notícia aqui, digo logo: chequem, liguem. É o procedimento das antigas redações de jornais. Nas redações online, a única coisa que muda é o tempo real, é a instantaneidade” (MARTINS, 2012). Para isso, eles investem não só na estruturação de uma boa equipe, como também em tecnologia.

Eu tenho vários robôs pesquisando em vários sites que são fundamentais pra gente acompanhar [...] isso é legal porque você saiu da órbita das agências; as agências impunham um colonialismo do qual hoje você está livre (MELO, 2012).

Para os dois blogueiros, os princípios que norteiam a atividade jornalística são semelhantes para o trabalho que realizam nos *blogs* em questão. Martins (2012) salienta, por exemplo, que alguns procedimentos não devem deixar de ser seguidos. “Sempre que vier a notícia a gente tem que ouvir os dois lados. Eu acho que é uma postura muito correta” (MARTINS, 2012).

A busca pelo furo, que acompanha o trabalho jornalístico desde há muito, é a meta principal dos dois blogs como forma de se destacar frente à concorrência e angariar maior número de leitores.

A minha meta pessoal [...] é a seguinte: que eu não tenha levado furo, que não tenha sido furado pelos outros jornais, que, ao contrário, eu dê furo nos outros jornais, que, quando eu leia os outros jornais, eu diga que não tenha nada que eu não tenha tratado (MELO, 2012).

O mesmo acontece com o Blog de Magno Martins:

Aas pessoas que entram no blog sabem que a gente tem a notícia em primeira mão, sabem que a gente está sempre à frente, que a gente tá furando aqui os outros. As pessoas que entram no blog já me veem com esse perfil e com essa característica (MARTINS, 2012).

B) Interatividade

Os blogs analisados têm relação semelhante no que se refere à postagem de comentários por parte do leitor. Em ambos, antes de postar um comentário, o usuário precisa estar cadastrado. No Blog do Magno Martins, este cadastro é mais simplificado e em termos de identificação do comentador é solicitada a informação do número do CPF (Cadastro de Pessoa Física). Em seu menu principal, o blog traz um link intitulado “Regras”, no qual um pequeno texto informa sobre o trabalho do blog e algumas regras que orientam a postagem de comentários. O anonimato é vedado, mas, por outro lado, não menciona punições para comentadores no caso de infração às regras, destaca apenas que será adotada a exclusão de comentários que tragam “textos ofensivos e que contenham agressão, discriminação, palavrões, ou que de alguma forma incitem a violência, ou transgridam leis e normas vigentes no Brasil”. (Figura 1)

Figura 1. Blog do Magno Martins Martins – Regras



Figura 2. Blog do Magno Martins Martins – Aviso na página de comentários



O usuário já cadastrado também precisa inserir seu e-mail ou senha na hora de postar um comentário. Os dados não são revelados na postagem, apenas o nome escolhido pelo usuário.

Figura 3. Blog do Magno Martins Martins – Página de login para inserção de comentários

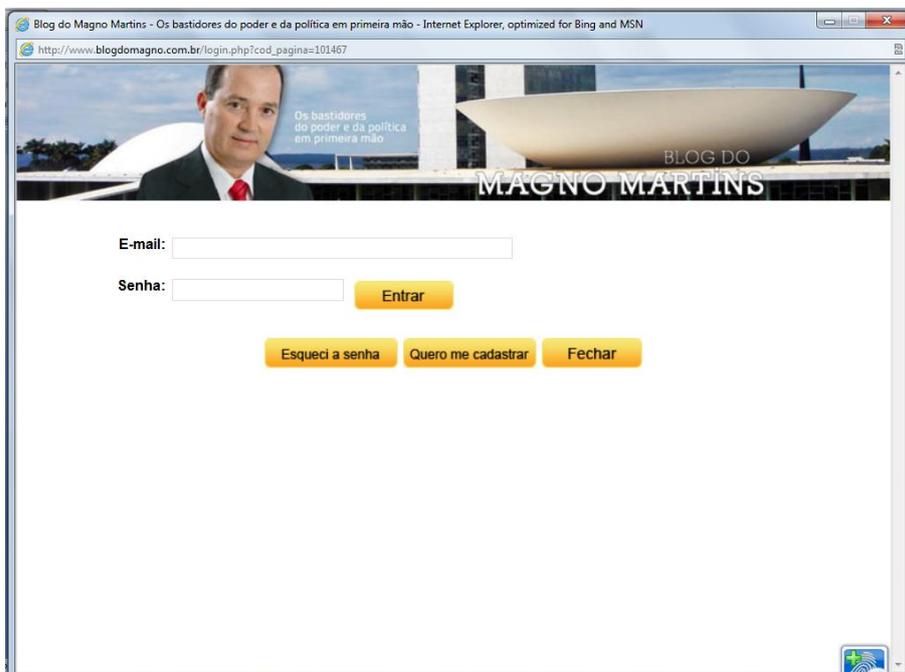
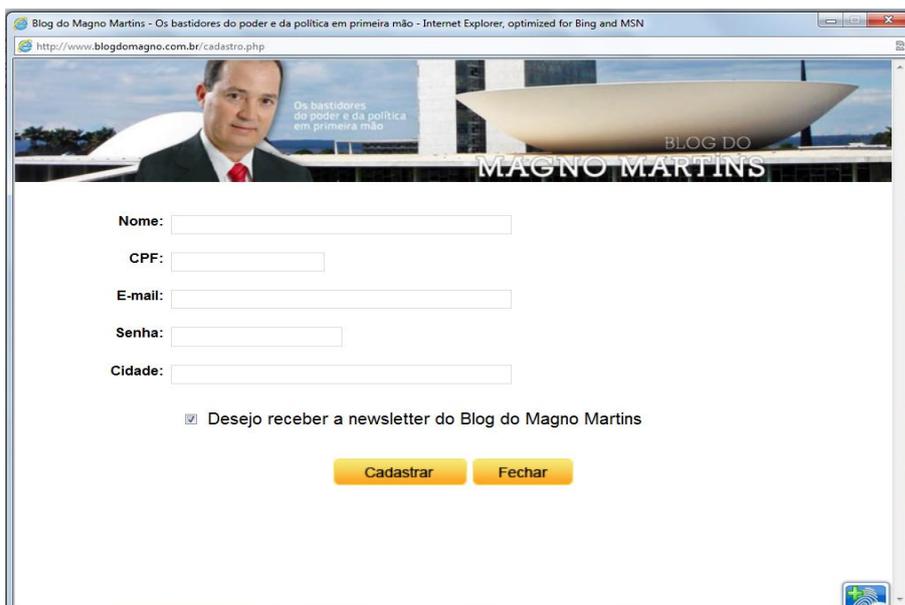


Figura 4. Blog do Magno Martins Martins – Página de cadastro do usuário



No Blog de Jamildo, os comentários também só podem ser postados mediante a inserção de nome, e-mail e de um código validador disponibilizado pelo sistema.

Figura 5. Blog de Jamildo – Página de login para inserção de comentários

The screenshot shows a web browser window with the URL http://j3.uol.com.br/blog/jamildo/canais/noticias/2012/09/08/prdb_acusa_pt_de_.... The page title is "blog de Jamildo". The main content area contains a form for posting comments with the following fields:

- Nome:
- Email:
- Validador:
- Comentário:

Below the form is a button labeled "ENVIAR". A disclaimer text is visible below the form:

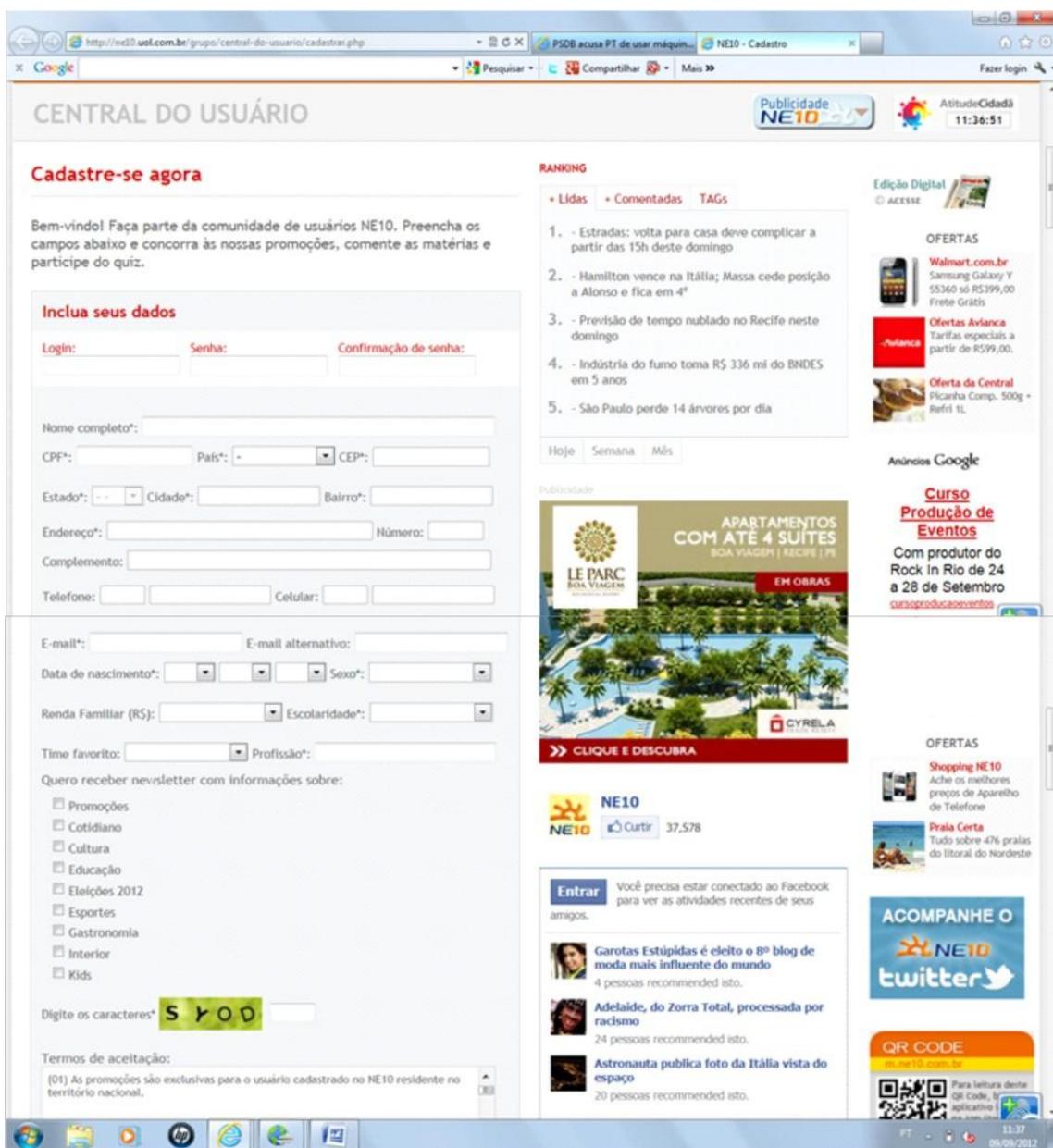
*O comentário é de total responsabilidade do internauta que o inseriu. O Portal NE10 reserva-se o direito de não publicar mensagens contendo palavras de baixo calão, publicidade, calúnia, injúria, difamação ou qualquer conduta que possa ser considerada criminosa. Para participar é preciso ser um usuário cadastrado. Se você possui cadastro no Portal NE10, utilize seu login e senha. Para cadastrar-se, clique [aqui](#) - Este serviço é grátis. Para recuperar sua senha, clique [aqui](#).

On the right side of the page, there is a navigation menu with the following sections:

- POPE BERNER PLUS**
Frete gratis para todos os países
- // arquivo
 - .janeiro (1222)
 - .fevereiro (1064)
 - .março (1311)
 - .abril (1134)
 - .maio (1326)
 - .junho (1065)
 - .julho (958)
 - .agosto (948)
 - .setembro (990)
 - .outubro (907)
- // tags
 - .Imagens

Assim, no Blog de Jamildo também é necessário um cadastro prévio, mais completo, no qual vários dados precisam ser informados, sendo o CPF, o e-mail, nome completo, bairro e cidade considerados dados de preenchimento obrigatório (Figura 4).

Figura 6. Blog de Jamildo – Página de cadastro de usuários



Além disso, o Blog de Jamildo também traz um termo de aceitação que o usuário precisa marcar indicando estar de acordo. Sem marcar essa opção, o usuário não consegue se cadastrar e, conseqüentemente, também não consegue inserir comentários no blog. O termo deixa claro que as informações do usuário serão repassados aos órgãos competentes no caso de infração às regras vigentes no país e isenta o Sistema Jornal do Commercio, no qual o blog está hospedado, de qualquer responsabilidade sobre comentários postados e informações inverídicas. É preciso esclarecer que o termo de aceitação é utilizado para interação do usuário com outros sites ou ferramentas que integram o portal NE10, do SJCC, no qual o blog de Jamildo está inserido. O termo vale, por exemplo, para participar de promoções realizadas pelo portal.

Figura 7 – Blog de Jamildo – Termo de Aceitação



O anonimato é vedado nos dois blogs, no entanto, vemos que é possível utilizar nomes fictícios para postagem de comentários. Isso equivale a dizer que o blogueiro, o administrador do blog ou do portal no qual ele está inserido poderá ter acesso aos dados de um comentarista,

mas os outros comentadores não necessariamente vão saber seu nome real, no momento de debate de ideias sobre alguma notícia postada, por exemplo. A pessoa que comenta não está exposta num debate para os seus interlocutores. Seus dados serão acessados apenas no caso de violação de alguma regra pelos administradores do blog ou do portal e pelas autoridades competentes, conforme o caso.

Desse modo, podemos considerar que o anonimato existe, até certo ponto, pois é possível discutir ideias, ter seu ponto de vista acessado por qualquer pessoa sem que seja preciso revelar sua identidade, salvo em caso extremo (violação de regras). No Blog do Magno Martins, não há menção clara à revelação do autor de um comentário que infrinja as regras do blog ou as leis vigentes no Brasil, a “punição” neste caso é mais branda, resultando apenas em exclusão do comentário postado.

No período analisado, não foi verificada a prática da interação do blogueiro com os leitores que postam comentários. Apenas em um caso isolado, muito diferenciado, em que foi publicado um texto de despedida de um repórter membro da equipe do blog, houve uma “resposta” a um comentário que, aliás, fazia uma crítica direta ao blog. Na grande maioria dos casos, no entanto, verificou-se que o autor do blog não mais se posiciona em relação ao texto postado, apesar de comentários que, muitas vezes, fazem perguntas ou observações diretas ao blogueiro ou ao trabalho do blog.

De qualquer modo, alguns *posts* promoveram a interação entre os comentadores do blog, quando um leitor posta um comentário e outro comenta a partir do que já havia sido comentado, concordando, discordando, criticando. Essa interação entre os leitores/comentadores são como espécies de debates, ao estilo réplica e tréplica, onde qualquer pessoa pode se inserir a qualquer momento, dando também sua opinião a respeito do que está sendo comentado.

Outro fato observado é que, em alguns casos, os leitores utilizam o espaço do blog para defender suas ideias, sobretudo na questão político-partidária. Muitas vezes, inclusive, postam comentários sem que o mesmo tenha qualquer relação com o assunto da matéria; isso acontece, principalmente, quando um *post* está sendo muito comentado. Outras vezes, o mesmo comentário é postado várias vezes em relação ao mesmo *post* ou “espalhado” em vários *posts* do blog, como uma propaganda intrusa. Nesses casos, o blog funciona como uma

espécie de vitrine onde o leitor pode dar mais visibilidade a suas ideias, aproveitando o *status* do blogueiro e a audiência do blog.

Outra prática observada nos blogs diz respeito aos leitores que postam comentários nos blogs. É comum observarmos que alguns leitores adotam isso como prática e são responsáveis por muitos comentários no blog. Deste modo, não é difícil perceber que o debate gerado por *posts* muito comentados, na verdade, congregam poucos participantes, que interagem entre si diversas vezes.

Essa participação dos mesmos leitores com comentários nos blogs estudados sugere a formação de espécies de comunidades de leitores do blog X ou Y. Provavelmente, estamos diante de pessoas que acessam os blogs várias vezes ao dia e acompanham o desenrolar dos assuntos ali postados.

A participação do leitor através dos comentários nos blogs ainda parece ser aquele dado novo com o qual os jornalistas não sabem lidar de maneira segura. Essa percepção nasce ao percebermos o modo subjetivo como os blogueiros lidam com a questão. Nos dois blogs analisados, o percurso de evolução do relacionamento com os comentários tem características similares. Ambos os blogs começaram permitindo a total liberdade aos leitores para postar quaisquer comentários. Logo essa permissão teve que ser revista, devido ao que poderia ser classificado como a extrapolação dos limites do bom senso por parte de alguns comentadores, na análise dos blogueiros.

Assim, critérios foram estabelecidos e explicitados nos blogs para que os leitores pudessem ser responsabilizados pelos comentários que fizessem, conforme já detalhamos. “Quando você entra lá nos meus comentários está lá dizendo que a responsabilidade dos comentários é dos leitores, é de quem faz o comentário” (MARTINS, 2012).

Essa impossibilidade de permitir-se que as pessoas possam comentar o que quiserem e, conseqüentemente, a necessidade de se definir critérios é um dos pontos que podemos considerar negativos por enfraquecerem o debate dos assuntos publicados num blog. Por outro lado, a quase inexistência de regras para a difusão de conteúdo na internet e imputação de responsabilidade no caso de crimes como calúnia, injúria e difamação são realidades que apontam para a necessidade de algum controle por parte dos blogs, visto que os

autores/blogueiros poderiam ser responsabilizados pelo conteúdo dos comentários dos leitores.

Eu tive que disciplinar, porque me gerou algumas pendengas judiciais [...] passei a exigir o CPF. A pessoa tem que botar lá a identidade, o CPF e o e-mail. Não precisa nem botar o nome real da pessoa, pode ser um fictício, mas todo material que ele faz, como o CPF dele está lá. (MARTINS, 2012)

Uma das maiores diferenças entre os blogs está na prática da moderação dos comentários. No Blog de Jamildo é feito um processo de moderação que consiste na leitura do comentário enviado pelo leitor, antes de sua postagem.

quando não estou de plantão meus auxiliares é quem liberam, a gente tem orientação de não permitir agressão, qualquer coisa que dê direito penal: calúnia, injúria, difamação. Eventualmente pode até a análise não ser correta e a gente deixar passar alguma coisa (MELO, 2012).

O Blog do Magno Martins não faz esse processo de moderação: o comentário é postado diretamente pelo leitor e a leitura pela equipe do blog é feita posteriormente, o que pode resultar na exclusão dos comentários que, segundo o julgamento da equipe do blog, infrinjam as regras explicitadas ao leitor na página de comentários.

Em sua origem, em 2006, o Blog de Jamildo, que se chamava Blog do JC, não praticava a moderação dos comentários. Além disso, a necessidade de cadastro prévio também mostrou-se um fator inibidor de uma maior participação nas discussões dos assuntos noticiados no blog.

a gente tinha 100, 150, 200 comentários por *post*. Aí você quebra a lógica da internet quando exige o cadastro e a moderação. Então eu perdi nesse aspecto, mas é uma orientação da empresa que eu tive que cumprir. Hoje o processo é inverso, você recebe e aí libera ou não libera. Aí o que acontece: a gente está punindo uma maioria por causa de um filho da mãe que tirou onda. Isso é absolutamente chato, mas não tem o que fazer (MELO, 2012).

Fatos com este podem demonstrar uma insegurança do leitor sobre como se comportar em ambientes virtuais. O anonimato tem sido o único modo de participação por parte de uma parcela dos internautas. A falta de clareza a respeito das possíveis punições para infrações cometidas em ambiente virtual pode ser uma das razões pelas quais algumas pessoas preferem resguardar-se de tecer comentários sobre os assuntos em discussão na internet.

A ligação com o grupo empresarial – Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC) – também pesou para a adoção da prática da moderação.

Hoje tem uma mediação, porque numa eleição dessa exageraram absurdamente e estavam esculhambando a torto e à direita o grupo JCPM... Eu fiquei muito triste, porque ainda era o único lugar em que se tinha liberdade plena, no portal já tinham colocado cercas, em outros lugares já tinham colocado cercas, e o blog era o único local que ainda era livre (MELO, 2012).

Martins (2012) mostra-se mais otimista com a participação do leitor. “Eu leio todos os comentários, só deleteo quando é comentário ofensivo no campo pessoal.[...] se eu avaliar que está muito agressivo, eu tiro, mas é muito raro. As pessoas estão acostumadas com a internet.”

A participação dos leitores também é percebida pelo blogueiro como uma forma de ampliar a notícia, acrescentando detalhes, corrigindo informações e opinando sobre os assuntos noticiados. “Eu gosto muito de prestigiar o leitor, isso é muito bom [...] é como se fosse um repórter nosso” (MARTINS, 2012). Tal dado mostra-se muito positivo, pois amplia as possibilidades de fazer reverberar na sociedade os assuntos que lhe são de interesse direto, que estão afetando a vida das pessoas num dado momento, apesar do predomínio da busca de pautas em fontes oficiais.

Um dos pontos positivos encontrados nos dois blogs é a divulgação de comentários com críticas ao próprio blog ou ao blogueiro. Em alguns casos, os leitores apontam erros de apuração, acusam favorecimento do blogueiro a um ou outro grupo político ou fazem críticas pessoais mais diretas. Todo esse conteúdo pode ser conhecido dentro do próprio blog e debates se desenrolam em torno de alguns desses comentários, sem que haja qualquer tipo de intervenção do autor. Saliente-se, no entanto, que não é possível identificarmos se houve comentários deletados. Em apenas um momento, um comentário acusa justamente uma crítica que teria sido apagada, mas o fato de conhecermos esse comentário já aponta para uma prática positiva de abertura a críticas.

Figura 8 – Blog de Jamildo – Crítica postada por leitor

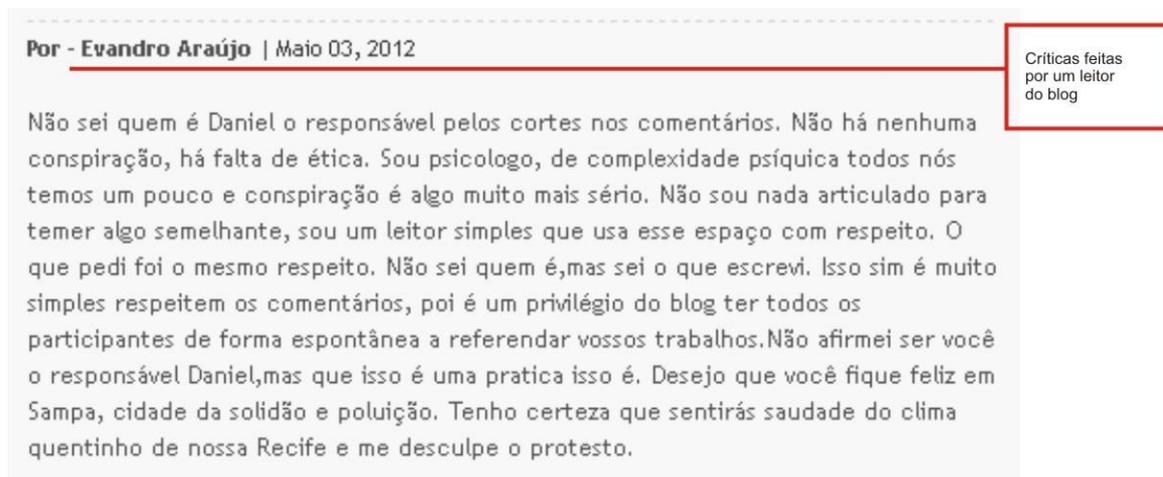
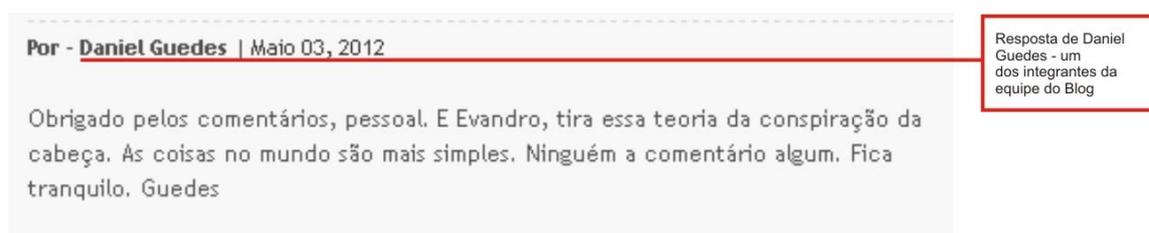


Figura 9 - Blog de Jamildo – Resposta à crítica postada por leitor (fig. 8)



Tais fatos estão ancorados na busca por um caráter mais democrático, garantindo o direito à livre manifestação dos leitores como uma bandeira defendida pelos dois blogueiros. Para Martins (2012), a ideia é permitir que sejam publicados mesmo os comentários mais críticos. “Não tiro [os comentários] porque a internet é o meio mais democrático do mundo e você não pode censurar, burlar as pessoas, impedir que elas se manifestem. O pensamento das pessoas é livre”.

O debate das notícias com a participação dos leitores postando comentários animam o blog e por isso não são desprezados. Com a experiência acumulada no jornalismo, os blogueiros sabem como buscar audiência.

Quando a notícia é polêmica as pessoas tendem a comentar aquele fato. Quando a notícia é fria as pessoas passam por cima, ignoram... A polêmica é que provoca o debate. [...] quando ele sente uma provocação, quando ele se sente provocado a dar uma opinião sobre aquele assunto, quando ele se sente estimulado. (MARTINS, 2012)

Conforme Gomis (1991), a capacidade de gerar conversas e comentários faz parte da própria natureza da notícia. Obviamente, mesmo nos blogs, onde é possível registrar esses

comentários, aqueles que são postados correspondem apenas a uma pequena parte das conversas que a notícia pode ter gerado. Não podemos, por exemplo, considerar que as notícias pouco comentadas ou sem nenhum comentário, como acontece com frequência nos blogs estudados, não estavam corretamente encaixadas em critérios de noticiabilidade adequados, pois a atitude de registrar um comentário sobre uma notícia lida em blog ou em qualquer outro meio não é praticada por todo o público e há leitores fiéis que nunca “apareceram” através do registro de um comentário no blog e preferem apenas ler o conteúdo postado.

Melo (2012) vê na maior participação do leitor um atrativo para mais leitores, o que acaba beneficiando a audiência do próprio blog, e acredita que é importante estar aberto às críticas de seu público.

A pessoa, se quiser contestar, vai contestar, por que primeiro seria burro da minha parte, porque tenho como filosofia que não sou dono da verdade; segundo, as pessoas têm o direito de discordar; e, terceiro, se gerar polêmica vai ser bom pra mim, vai gerar mais audiência. Burro era o cara que pensava como antigamente: “não vou publicar isso aqui. Acabou-se, ninguém pode questionar”. No mundo de hoje isso não é possível.[...] a realidade é dinâmica e a verdade multifacetada (MELO, 2012).

C) Conteúdo Opinativo

O caráter subjetivo ou a presença declarada de conteúdo opinativo por parte do blogueiro não apareceu como característica marcante dos blogs analisados. Tal fato, em certa medida, vem contrariar até mesmo a ideia original de um blog enquanto ferramenta para construção de um diário virtual, ou seja, de um espaço no qual se postam textos ou imagens com impressões pessoais sobre um determinado fato, opiniões, expressão de crenças ou formas de enxergar um determinado assunto.

A ausência de conteúdo mais opinativo não é casual nem gratuita. Resulta antes da decisão dos próprios blogueiros que não enxergam seus blogs como espaços destinados a essa finalidade. Os dois blogueiros entrevistados foram unânimes em dizer que não se preocupam em dar sua própria opinião no blog. Para eles, isso não é considerado o mais importante. “Qual o objetivo do blog? É informar. O blog é antes de tudo informativo. Eu criei o blog para dar notícias aos meus leitores do que está acontecendo” (MARTINS, 2012).

Melo (2012) define seu blog como uma tribuna na qual ele procura dar voz a segmentos diversos, correntes partidárias distintas, ao leitor de maneira geral.

Em função da condição que eu detenho hoje que é a de uma espécie de animador, eu evito dar opinião, assim, eu tenho uma liberdade para dar opinião, mas eu evito porque a minha opinião, ela é mais uma só, como é que eu vou me diferenciar? É se eu tiver boas informações [...] é muito fácil ter opinião, basta você achar que domina um assunto (MELO, 2012).

O que revela Martins (2012) segue caminho semelhante. Para ele, o objetivo do seu blog é dar informação, com agilidade e credibilidade, não está focado, de modo mais forte, no conteúdo opinativo. A presença do blogueiro, quanto ao conteúdo, só pôde ser percebida de modo mais claro em momentos pontuais. No caso do Blog do Magno Martins, por exemplo, é publicada diariamente uma coluna na qual o jornalista faz um trabalho realmente parecido com o de um colunista de jornal, ou seja, um trabalho semelhante ao que ele próprio exerceu no jornal Folha de Pernambuco, quando assinava uma coluna dedicada à política. “Minha opinião abre a coluna do blog, mas o primordial do blog é informar, a contextualização da opinião é outra coisa” (MARTINS, 2012).

Percebemos aqui uma tendência a separar o que seria informação do conteúdo de cunho opinativo. A postura do jornalista revela um pouco da meta jornalística ideal de busca da imparcialidade. Sabemos, no entanto, que a notícia é uma representação construída da realidade e, com certeza, não é razoável imaginar que se consiga atingir essa apreensão do fato, sem que o mesmo esteja, em maior ou menor medida, impregnado da visão de quem o narra.

O Blog de Jamildo não dispõe de espaço desse tipo, e conteúdo mais expressamente opinativo pode aparecer em qualquer dia da semana, sem estar destacado em um dia especial. Apesar de, conforme já afirmamos, isso não ser uma característica forte no blog em questão.

O conteúdo opinativo também aparece nesses espaços no conteúdo colaborativo, como a publicação de artigos de terceiros. Quanto à expressão de sua própria opinião, chama a atenção o fato de que o jornalista prefere se eximir de mostrar o que pensa sobre um determinado assunto ou porque considera sua opinião “mais uma”, como é o caso de Melo (2012) ou porque acredita que os leitores não acessam o blog para saber o que seu autor pensa, mas para ter acesso mesmo a informações mais “imparciais”.

A delimitação de um local próprio para a opinião provoca no leitor a ideia de que tudo o mais que não esteja nesse espaço delimitado seja uma “informação” objetiva e isenta de qualquer subjetividade do autor – o que mostra também como o ideal da busca pela imparcialidade e objetividade como meta ainda dominam o pensamento dos blogueiros no fazer jornalístico cotidiano.

Há que se destacar, que os dois blogueiros reconhecem para si uma liberdade de expressão que foi propiciada pela internet e pelos blogs, no caso específico de nosso estudo. “Eu tenho uma liberdade muito ampla. Se eu faço uso? Eu faço muito menos uso do que já fiz eventualmente no passado” (MELO, 2012). Mas, curiosamente, ambos preferem não fazer uso dela de modo ostensivo, inclusive por receio de fazer retratações.

Fazer bom jornalismo, prestar boa informação que balize a opinião das pessoas requer tempo, investimento, experiência, fonte e tal, eu acho que eu me diferencio por aí. Eu acho que tem muita gente dando pitaco, aí depois tem que mudar o pitaco, porque a realidade mudou e você tem que mudar de opinião (MELO, 2012).

As repercussões dessa decisão é que os *posts* parecem perder em profundidade ao não trazerem análise sobre os assuntos a que se referem. Os dois jornalistas, até pela experiência profissional que acumulam – motivo pelo qual, inclusive, começaram a fazer os blogs –, não contribuem, nesse aspecto, para uma visão mais crítica e analítica dos fatos noticiados. Essa experiência profissional é mais utilizada, por outro lado, para atrair a atenção do leitor pelo nome e credibilidade do autor, pela maior possibilidade de notícias em primeira mão (furos jornalísticos), visto que os blogueiros dispõem de muitas fontes com importante atuação social e política e pelo volume de notícias postadas.

Outra consequência disso é que o formato de blog para esse tipo de trabalho pode estar sendo utilizado por mero acaso, modismo ou mesmo pela praticidade de uso, mas as metas dos blogueiros poderiam também ser alcançadas dentro de um formato de site comum, com abertura para postagens de comentários dos leitores.

D) Notícias Locais

A categoria de análise da produção local de notícias levou em conta a importância que uma ferramenta como um blog redigido por jornalistas do estado pode ter como canal de denúncia, exposição de problemas sociais, questionamentos de cunho político, cobrança a

autoridades governamentais e outras potenciais formas de fazer vigília sobre o ambiente sociopolítico e econômico local.

Para análise nessa categoria, classificamos como “notícias locais” aquelas que se referem a assuntos que fazem referência direta a cidades do estado de Pernambuco ou ao estado como um todo. Nesse quesito, os blogs analisados apresentaram resultados bem diferentes: enquanto no blog de Jamildo 75% dos *posts* analisados foram de conteúdo local, no Blog do Magno Martins, menos da metade (45%) tratavam de assuntos referentes a Pernambuco ou suas cidades.

Gráfico 1

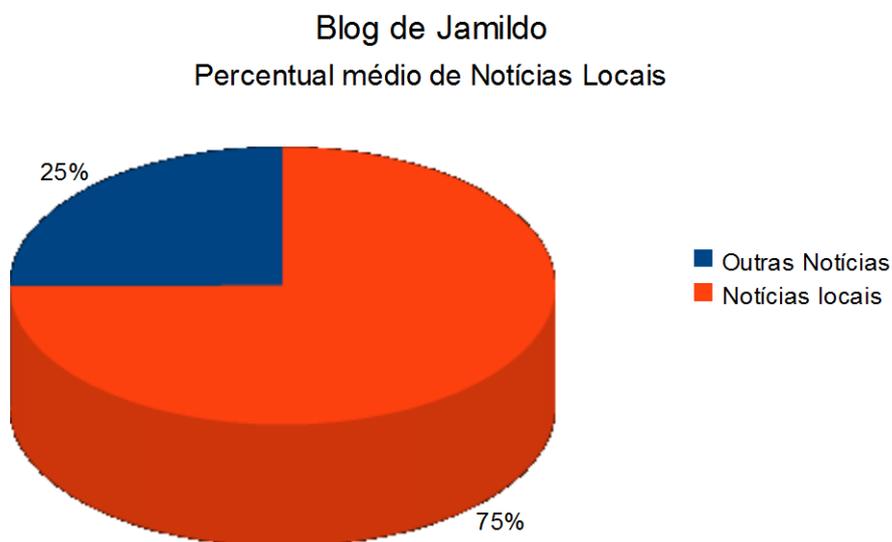


Gráfico 2

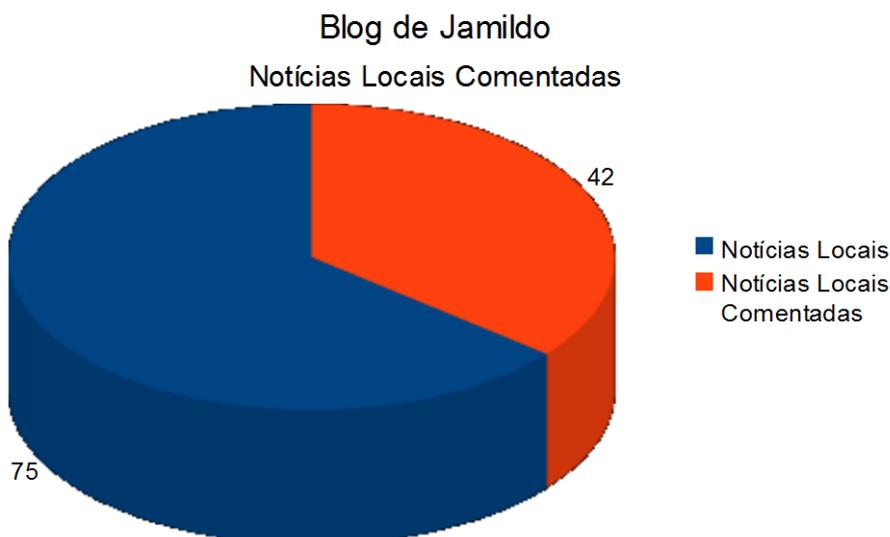


A relação entre as notícias locais e a participação do leitor dá mostras de que comentar uma notícia depende muito do nível de envolvimento com o assunto e o quanto os fatos noticiados podem repercutir diretamente na vida do leitor. Notamos que entre os *posts* que receberam comentários do leitor no Blog do Magno Martins 60% eram sobre notícias locais – ou seja, dos 35 *posts* comentados, 21 eram de notícias locais. No Blog de Jamildo esse percentual cresceu ainda mais: dos 54 *posts* comentados pelos leitores, 42 traziam conteúdo local – o que representa 77,8% desse universo.

Gráfico 3



Gráfico 4



Visto que nossa pesquisa não está focada na análise de recepção, e sim, na da produção jornalística dos blogs em estudo, não teríamos dados suficientes para tirar conclusões sobre os leitores desses blogs. No entanto, se os comentários puderem ser interpretados como indício do envolvimento dos leitores com os assuntos discutidos nos blogs, esses números mostram que as pessoas têm, de alguma forma, uma preocupação maior em interagir, opinar sobre os assuntos que afetam mais diretamente sua comunidade, a cidade ou o estado em que vivem. Pode também ser um indicativo para os blogueiros de um importante nicho a ser explorado: o da discussão dos problemas locais (evidenciando a importância do exercício do jornalismo local - tendência que pode se fortalecer ainda mais com as ferramentas da internet).

E) Fontes

No que diz respeito às fontes recorridas para apuração das matérias nota-se um comportamento similar ao mais comumente verificado em veículos tradicionais. A quase totalidade dos *posts* analisados refere-se a fontes ligadas às administrações (federal, estadual ou municipal) ou ao legislativo nas três esferas. O tipo de assunto abordado nesses *blogs* (cobertura política) de certa maneira inclina o trabalho para esse tipo de prática e explora-se pouco a possibilidade de aumentar o rol de assuntos que poderiam virar notícia.

As administrações públicas (municipal, estadual ou federal) são as principais autoras dos discursos propagadas pelos blogs no período analisado. A grande maioria das fontes ouvidas nas matérias postadas nos blogs não está localizada na sociedade civil. Pelo contrário, as instituições ligadas ao Estado correspondem à quase totalidade das fontes mencionadas nos *posts*.

Em alguns casos, o tom desses textos traz dúvidas quanto à autoria e remetem ao uso de *press-releases* escritos por assessorias de imprensa (um dos textos traz termos elogiosos incomuns em textos jornalísticos, como a palavra “ótimo” para falar do andamento de uma obra). “O autor real ou empírico é a fonte, mas quem se apresenta como locutor do discurso é o jornalista – e a responsabilidade sobre a veracidade ou não do enunciado recai sobre o jornalista” (LAGO; BENETTI, 2008, p. 118). Mais do que isso, o blogueiro está contribuindo para fazer circular e reforçar o discurso de fontes que representam interesses políticos e econômicos muito poderosos, perdendo a oportunidade de dar visibilidade a públicos menos privilegiados em termos de acesso à mídia. “Fazemos melhor a interpretação da notícia se nos perguntamos a quem ela prejudica ou beneficia, como pista para averiguar quem pode ser a verdadeira fonte” (GOMIS, 1991, p. 63).

Também em relação às fontes não há muita diferença, sobretudo levando-se em consideração que os blogueiros entrevistados têm vários anos de experiência no jornalismo.

Eu me comunico todos os dias pra saber o que está acontecendo e as pessoas se comunicam comigo, entram no blog, dizem: ‘Magno, tá acontecendo isso, manda apurar e tal’, e os próprios políticos, quando eles ficam sabendo de alguma coisa, me ligam logo. (MARTINS, 2012)

Apesar de um interesse e abertura para cobertura de pautas repassadas pelos leitores, muitas vezes a abordagem desses temas acaba sendo abortada por dificuldades na apuração ou por falta de elementos que subsidiem a produção da notícia e deem segurança ao jornalista. Nesse ponto, os preceitos éticos do jornalismo entram em choque com a vontade de atender ao desejo do leitor e de prestigiar as fontes de informação que não desejam aparecer.

O que o povo quer na maioria das vezes, eu chamo de trabalho sujo, ‘ah, divulga aí, a responsabilidade é tua, te vira’. Não é? O sujeito quer que as coisas aconteçam, mas não quer assumir [...] como a gente tá numa empresa grande, o risco de um

processo é enorme, o cara quer ganhar dinheiro de João Carlos⁸, usando o nome da gente (MELO, 2012).

A facilidade e a rapidez com que se pode postar uma notícia e o fácil acesso a fontes poderosas são armadilhas perigosas que trazem alguns riscos aos blogueiros. “Se a fonte nunca tiver falhado comigo, eu dou na hora, mas quando eu desconfio da fonte eu checo. Agora, quando é uma ofensa eu tenho que ouvir antes o outro lado. Mas se é fonte que é segura, que eu sei que vai dar, eu jogo” (MARTINS, 2012).

Com as relações que conseguiram construir ao longo dos anos de experiência no jornalismo, os blogueiros têm acesso a muito material direto com as fontes primárias. O Blog de Jamildo recorre rotineiramente à publicação de documentos na íntegra como despachos judiciais, relatórios técnicos etc. “Só publico coisa com documento, esse negócio de ouvir falar... Eventualmente eu posso até publicar confiando na fala da pessoa, mas ela vai ter que me dar um indício que eu possa provar” (MELO, 2012).

Para Melo (2012), na relação com as fontes, é preciso manter aceso o faro jornalístico, a capacidade de julgamento relativo aos interesses que porventura possam estar incentivando uma fonte a “plantar” uma notícia inverídica ou tendenciosa.

Temos várias fontes que nos favorecem em antecipar vários assuntos. [...] não pode é se fechar com o interesse de uma fonte e vender aquilo como se fosse absoluto, sempre tive isso muito presente. Então falo isso para os repórteres lá, direito de resposta, pedido para contestação, tudo, absolutamente tudo (MELO, 2012).

Considerações Finais

A análise do conteúdo dos blogs e as entrevistas com os blogueiros permitiram-nos uma visão mais clara e consistente sobre a forma como os blogs funcionam, os critérios que utilizam no desempenho de suas atividades junto ao seu público e à sociedade em geral e de que forma podem contribuir ou já estão contribuindo para a ampliação do debate e a revitalização da esfera pública.

⁸ Refere-se ao empresário João Carlos Paes Mendonça, proprietário do grupo Sistema Jornal do Comercio de Comunicação (SJCC), do qual o blog faz parte.

É importante avaliarmos os objetivos dos blogueiros com o trabalho que realizam e nossa concepção dos resultados desse mesmo trabalho à luz da importância para o fortalecimento da esfera pública. Para os dois blogueiros, seus blogs são espaços dedicados à circulação de informações e pontos de vista diversos, com base na ideia da heterogeneidade e da pluralidade – duas características bastante importantes para oxigenar o debate ao garantir uma participação social mais ampla.

O trabalho que se busca realizar nesses blogs é de caráter eminentemente jornalístico, muito próximo do que é realizado pelos veículos da grande mídia, em termos de forma e de modo de produção (apuração, técnicas de redação, fontes utilizadas etc). Aliás, os blogs analisados podem ser considerados como jornalísticos, já que se utilizam de “rotinas produtivas próprias de uma redação: pauta, apuração, redação, divulgação” (RODRIGUES, 2009, p. 83). Concordamos também com Recuero (2004), que enfatiza que não é o suporte utilizado que importa, mas a função que desempenham, o modo de produção e o discurso jornalístico desses blogs.

A grande semelhança com o trabalho jornalístico realizado também pelos veículos de mídia mais tradicionais (jornais, rádio e TV) traz consigo também uma parte significativa dos problemas do jornalismo em sua forma mais cotidiana, sob diversos aspectos, como veremos a seguir.

A abertura para um maior número de posicionamentos e opiniões é um diferencial almejado pelos blogueiros com vistas a tornar os blogs como tribunas por onde podem (e devem) circular uma gama vasta de visões de mundo, no intuito de aumentar as condições para que o leitor forme sua própria opinião sobre os assuntos ali divulgados.

Uma ambição pessoal é que o blog seja um agregador, e o que é esse agregador? É que o que seja relevante no cenário local, regional, nacional, que e a gente esteja pautando. Fico feliz que quando sujeito abra o blog ele não veja potoca. [...] Se todos os dias o sujeito abrir o blog e ficar informado, formando a sua opinião, fazendo a sua análise, eu vou ficar feliz. (MELO, 2012)

Este diferencial se realiza em parte quando se verifica, por exemplo, a publicação de notícias referentes a correntes políticas antagônicas entre si, a abertura para divulgação de artigos opinativos de terceiros, oriundos de líderes de partidos de oposição ao poder estabelecido. No entanto, há ainda pouca variação dos sujeitos envolvidos nessas publicações.

Os blogs apresentam-se ao leitor como ferramentas em que é possível atuar livre de coerções, mas não podemos esquecer que não se pode ignorar que, em termos de cultura política, o exercício do jornalismo pode estar mais ou menos comprometido com a democratização da sociedade e da esfera pública (CORREIA, 2011). E isso não diz respeito apenas ao suporte utilizado, mas pode se revelar de várias formas como a escolha dos assuntos a serem abordados e as fontes de informação a serem utilizadas.

No caso dos blogs que analisamos ainda há um forte domínio das fontes ligadas a grupos de poder político e econômico. Para contribuir de forma mais eficaz permitindo acesso dos públicos considerados mais fracos à produção discursiva, os blogs precisariam reverter o modo de produção informativa que vigora nos meios de comunicação mais tradicionais e foi quase todo utilizado como modelo também nesses espaços virtuais. Quando não se abrem de forma mais efetiva e não dão voz à participação de grupos não privilegiados, os blogs deixam de dar contribuição importante ao fortalecimento da esfera pública.

Apesar da criação e popularização dos blogs estarem muito ligadas à possibilidade de uso dessas ferramentas para o exercício de uma maior liberdade de expressão de ideias, pontos de vista, opiniões dos jornalistas que os mantêm, no caso dos blogs analisados, detectamos uma tendência forte em vender a ideia de objetividade jornalística, tentando manter a promessa da separação entre opinião e informação.

Informar é a meta principal defendida pelos dois blogueiros para seus blogs. A opinião dos dois jornalistas que mantêm os blogs é considerada pelos mesmos, como algo secundário, utilizada apenas em ocasião, momento e lugar específicos, ou até mesmo desnecessária e indesejável.

Quem acompanha [o blog] com regularidade sabe o engenho que a gente faz, a arte que a gente faz, que é justamente essa, de estar aberto a várias correntes. Foi Jesus quem falou que a palavra é uma coisa muito importante pra você estar usando irresponsavelmente. Não quer dizer que a gente não tenha dado opinião, eu dou, mas acho que não devo, sabe? (MELO, 2012).

Por outro lado, seguindo o mesmo princípio da pluralidade, os blogs trabalham no sentido de fazer circular opiniões, inclusive com artigos assinados por terceiros. Em alguns casos, no entanto, isso confunde o próprio leitor que parece entender o blog como um espaço de seu autor, cujo conteúdo reflete a opinião do blogueiro sobre os fatos.

Você publica um artigo, está escrito lá em cima “opinião”, aí o sujeito quer porque quer que você esteja professando aquela opinião. Na verdade as pessoas não estão acostumadas com democracia, elas não sabem a essência da palavra pluralidade, de ouvir várias correntes e formar mesmo sua opinião, nem se dão ao luxo de ler. Você bota um artigo de Daniel, aí você está contra Geraldo⁹. A informação tem que circular, o fato é sagrado, mas a interpretação é livre (MELO, 2012).

A autoria dos discursos no blog é um aspecto que precisa ser pensado, visto que os blogs em análise fogem do padrão de um espaço que um sujeito privado utiliza para a divulgação de suas opiniões e livre exercício da expressão. Esse aspecto é fortemente afetado quando se passa a fazer um uso profissional da ferramenta enquanto veículo de comunicação e produção jornalística.

A profissionalização com a transformação do blog num negócio traz à tona a indagação sobre quem financia o funcionamento do blog e que interesses podem estar por trás do conteúdo veiculado. A presença de anúncios publicitários é a face visível das forças que podem atuar sobre o conteúdo produzido e divulgado. “É bom que tenha publicidade, é isso que paga os custos, a gente não está num mercado de caridade, a gente está num mercado publicitário” (MELO, 2012).

Diferentemente de Martins, que é dono da própria empresa e criou uma equipe para cuidar da venda de espaços publicitários que mantêm o blog no ar, Melo adota a postura de manter-se afastado de quaisquer negociações que envolvam a conquista dos anunciantes. Para ele, essa é uma maneira de não deixar os anunciantes influenciarem ainda que indiretamente o produto jornalístico.

Eu não me envolvo com a publicidade, em nenhum momento, eu recebo o meu salário de editor como se tivesse num jornal, o blog é uma editoria e desde cedo eu quis que fosse assim. Por quê? Pra que eu nunca pensasse em publicidade, pra que eu pensasse sempre num bom jornalismo ou um jornalismo possível com as condições que eu tenho (MELO, 2012).

Para Martins, a variedade das várias fontes de financiamento serve para amenizar a dependência, permitindo um exercício de maior liberdade. “Aqui [no Blog do Magno Martins] tem anúncio de prefeitura, governo do estado. Aqui, 70% é privado e 30% é público (MARTINS, 2012). Para Melo, a existência da publicidade no blog não é, a princípio, a condição que determina o trabalho jornalístico realizado. “É bom que tenha publicidade, ruim

⁹ Refere-se aos candidatos à prefeitura da cidade do Recife, durante a campanha municipal de 2012, Daniel Coelho e Geraldo Júlio.

é publicidade que não aparece, aquela que eventualmente possa manietar o dono de um blog, de um portal, de um sistema” (MELO, 2012).

A forma como se estruturam os dois blogs também revela muito sobre o jornalismo praticado nesses espaços, ao considerarmos que o Blog de Jamildo é ligado a um grupo empresarial que mantém o portal de notícias onde o mesmo está hospedado¹⁰. O jornalista que mantém o blog e o assina trabalha no grupo há cerca de vinte anos. No caso do Blog do Magno Martins, a diferença principal se dá em relação ao fato de que o blog é ele próprio uma empresa, criada pelo jornalista que o mantém e dá nome. A criação do Blog do Magno Martins se deu com o incentivo da popularização de outros blogs, mas também traz em sua criação a visão empresarial do jornalista, que enxergou no blog a possibilidade de um negócio rentável.

As pessoas não apostaram muito no sucesso porque a cultura aqui era de impresso [...] quando eu abri meu blog eu já abri meu blog empresa, contratei colega pra trabalhar comigo, montei toda minha equipe, secretária, parte comercial, de marketing, de tudo. Montei uma empresa mesmo, porque eu acreditava que isso era o futuro, era o jornalismo da atualidade e do futuro (MARTINS, 2012).

Martins acredita que o formato de blog enquanto uma empresa do próprio blogueiro auxilia na conquista de uma maior autonomia. “Meu blog não é ligado a grupo empresarial. A gente é dono do próprio nariz” (MARTINS, 2012). Para ele, inclusive, a vinculação a uma empresa de propriedade de terceiros é por si só um fator que inibe a liberdade e autonomia para o exercício do jornalismo. “Eu até acho que, em algumas empresas de jornal que criam blog, o próprio cara que faz o blog não tem autonomia de ir lá e dar a opinião dele. É um blog de tal jornal que o cara faz lá... É um blog, mas é um blog do jornal, não é dele, entendeu?” (MARTINS, 2012)

Melo (2012), apesar de reconhecer que assuntos que sejam considerados negativos ao grupo empresarial do qual é funcionário não devem ser abordados em seu blog, ainda assim considera que não se sente tolhido em seu trabalho à frente do blog.

Eu tenho uma liberdade muito ampla, se eu faço uso? Eu faço muito menos uso do que já fiz eventualmente no passado em função disso e também porque eu acho que o blog é uma tribuna, uma tribuna do leitor, uma tribuna que o portal permite, tanto é que a gente tem um valor bem claro que é a pluralidade (MELO, 2012).

¹⁰ O Blog de Jamildo é um espaço dentro do portal NE10, pertencente ao Sistema Jornal do Comercio de Comunicação (SJCC)

Não podemos defender aqui uma análise simplista que queira apresentar uma visão de que, por ter sua própria empresa ou por não ser diretamente coagido por um patrão, o jornalista seja totalmente livre e autônomo para realizar seu trabalho sem estar sob qualquer tipo de influência.

Se, por um lado, ser dono da própria empresa liberta Martins de algumas limitações, por outro, uma empresa tem no lucro sua meta de manutenção e crescimento, e a necessidade de recorrer a verbas de anúncios publicitários traz em si mesma um comprometimento, ainda que não de forma direta e definitiva. Para o blogueiro que é funcionário de um grupo empresarial de comunicação, a identificação com a linha editorial e os princípios do grupo diminuem as possibilidades de confronto entre as diretrizes do trabalho que realiza e as que regem a empresa – o que também não significa ampla liberdade e autonomia, como o mesmo reconhece.

Melo (2012) exemplifica que não é o fato de pertencer a um grande grupo de comunicação que define a maior ou menor autonomia dos blogs e que, onde aparentemente há liberdade, pode haver outros interesses em jogo.

Tem muita gente que é muito obtusa que diz assim: ‘não, é pequeno, é independente’, não necessariamente. [...] o que houve de confusão aí com blogueiro no interior que tava fechando acordo com determinada corrente, pra divulgar aquela pesquisa como se fosse verdadeira pra tentar influenciar (MELO, 2012).

Em relação ao Blog de Jamildo, não se pode ignorar que, apesar de o mesmo dizer que se sente livre, ele está dentro de uma estrutura empresarial e, justamente por isso, é muito provável que haja direcionamento do trabalho e da forma de abordar os assuntos seguindo a linha editorial que vigora na empresa. Apesar disso, Jamildo conta que já publicou conteúdo crítico em relação a um veículo jornalístico da empresa em nome da própria credibilidade, visto que considerou o conteúdo negativo como um direito de resposta. Nesse caso, podemos analisar que o jornalista se impôs mais como profissional que conhece os procedimentos jornalísticos e os princípios de conduta dos profissionais da área, independentemente de sua vinculação trabalhista.

É importante, porém, que os blogueiros mantenham-se atentos para minimizar o impacto de fatores externos que porventura possam comprometer num grau mais elevado o trabalho que devem realizar em nome de uma função social importante, como o trabalho jornalístico.

A mesma rotinização que faz com que os media tradicionais elejam grupos poderosos como fontes principais também permanece nos blogs que tem uma estrutura profissional de produção jornalística. Em certa medida, as regras que normatizam o trabalho jornalístico inclinam os blogs a permitir maior visibilidade às instituições públicas ou empresas privadas, cujas assessorias de imprensa têm nesses blogs mais um espaço para divulgação de seus clientes. Sobretudo o governo e as autoridades estabelecidas ainda são as principais fontes de informação.

O acesso dos públicos mais fracos é dificultado por questões operacionais e pela pressão por rapidez da informação. Os blogs também procuram garantir espaço para o leitor comum como colaborador no envio de matérias e sugestões de pauta, mas isso ocorre de maneira mais pontual.

A cultura da organização da qual o Blog de Jamildo faz parte está muito presente no fazer jornalístico que predomina naquele espaço. No Blog do Magno Martins, isso se dá de outra forma, visto que não há vinculação com uma empresa, mas o blogueiro reproduz hábitos profissionais adquiridos durante anos de exercício profissional em veículos de mídia tradicionais.

A influência da comunidade profissional também afeta o jornalismo praticado nos blogs, cujos blogueiros mantêm o olho sempre aberto a observar a concorrência. Os blogueiros entrevistados teceram considerações e comparações entre seus blogs e o dos outros.

A agenda de discussão até pode ser (e, em alguns casos, é) definida pelos leitores, mas isso ocorre de maneira ainda muito incipiente, por um lado, pela baixa participação do leitor na sugestão de assuntos, e, por outro, pela própria rotina produtiva que inclina o trabalho às fontes informativas mais tradicionais, pelo menos no caso dos blogs jornalísticos que analisamos.

Os blogs, inclusive pela visibilidade de que dispõem, são importantes formas para quebrar, através da participação do leitor, a idéia de uma opinião homogênea, da maioria. Com eles, cresce também o espaço para as minorias.

Sendo o acesso ao discurso público uma forma de poder dominante na sociedade, é através dos comentários que o leitor comum do blog contribui para transformar esse poder, discordando, fazendo críticas, apontando problemas. Isso já ocorre nos blogs, mas a participação é exercida por um grupo bastante reduzido de pessoas.

Uma característica interessante é que, com os comentários dos leitores, a notícia se amplia com novas visões, detalhes, novos posicionamentos de quem não pertence a esses grupos de poder. Muitos *posts* positivos ao poder público receberam críticas negativas por parte dos leitores, por exemplo.

Entre os blogueiros, há também o intuito de exercer a missão de dar sua contribuição ao fortalecimento da cidadania, sobretudo através da abordagem de assuntos que atingem mais diretamente à comunidade na qual eles estão inseridos.

Uma forma importante de contribuição social dos blogs pode ser exemplificada pela divulgação de denúncias de corrupção, irregularidades nas administrações públicas, sobretudo em nível local, nas cidades do estado de Pernambuco. Essa divulgação mostra como os blogs também realizam um importante papel de vigilância sobre os acontecimentos públicos. Essa publicização mais abrangente dos fatos é um requisito decisivo para o fortalecimento da esfera pública e o bom funcionamento dos sistemas democráticos.

Para Melo (2012), seu blog ajuda a aumentar o interesse do público pela discussão de assuntos políticos e econômicos.

Levar um blog que trata basicamente de política e economia a ser bem lido é uma vitória e tanto. [...] ano a ano a audiência sobe, e isso significa o quê? Que há uma aceitação, que há um reconhecimento do mercado. É dia após dia tentar fazer o melhor blog possível, marcando posição (MELO, 2012).

Os blogueiros entendem seus blogs como espaços que a comunidade pode usar para fazer denúncias, demandar serviços públicos, aproveitando a visibilidade que esses assuntos podem ganhar no blog. “O blog é um espaço da comunidade, que as pessoas sabem que podem recorrer, que sabem que vai ter audiência, vai ter repercussão, vai ter o contraditório” (MELO, 2012)

Martins (2012) também dá exemplos de como essa prestação de serviços acontece em seu blog, nos momentos em que ele busca enquanto jornalista exercer sua cidadania e dar uma maior contribuição social com seu trabalho.

Eu gosto muito aqui de defender as coisas da população que me pede. A gente aqui já assumiu muitas bandeiras, da seca, quando houve aquela enchente lá em Alagoas eu fui pra lá, nós viajamos, apoiamos movimentos de campanhas de donativos, campanhas do ficha limpa e tal. A gente está sempre nessa linha da cidadania. Tem que cumprir esse papel social dentro da sociedade (MARTINS, 2012).

Apesar disso, reconhece-se também que falta ao público o preparo suficiente para utilizar melhor espaços como o desses blogs, através de envios de matérias e sugestões de pauta, por exemplo, e até com uma participação mais efetiva através da postagem de comentários – o que acaba comprometendo a conquista de uma maior efetividade no exercício da cidadania através do uso da internet. “Se houvesse mais gente com mais educação, que soubesse isso é certo, isso é errado, eu poderia interferir mais na sociedade, a gente teria muito mais denúncias a fazer e podia estar contribuindo mais” (MELO, 2012).

Quando mais fortalecidos os blogs poderão ser utilizados pelo público para inserir novos temas, abordagens de questões significativas para a vida pública. É o que acontece no caso dos políticos ou gestores públicos que podem, através da leitura dos comentários no blog, ver a repercussão de seus atos ou descobrir, por exemplo, os anseios da população em relação ao poder público (MELO, 2012).

A busca pela audiência transparece como o maior objetivo dos blogs pesquisados, mesmo que de maneira não declarada. No mundo virtual, o sucesso é medido em termos de *views* e os blogs não estão livres disso, conforme revelou Melo (2012) ao se referir aos comentários gerados por assuntos polêmicos: “Se gerar polêmica vai ser bom pra mim, vai gerar mais audiência”. Mesmo não disponibilizando para visualização o contador de acessos do blog, os blogueiros também publicam matérias enaltecendo os resultados alcançados junto aos leitores. Esta é uma clara tentativa de aumentar o poder do blogueiro e atrair maior público para os blogs.

Com isso, não queremos dizer, no entanto, que ao extremo todas as regras da atuação jornalística estejam sendo desrespeitadas. Há, ainda, uma preocupação com questões éticas e deontológicas da profissão, mas a forma como o trabalho é feito visa em última instância a conquista do leitor - “a medida do sucesso”. Os blogs pesquisados ressaltam, em momentos específicos, os números obtidos de audiência como forma mesmo de fazer uma propaganda do prestígio que gozam entre os leitores. Essa divulgação é em si mesma uma busca por mais status.

Mesmo buscando a maior audiência como meta principal, os dois blogs têm como foco a produção jornalística e, nesse sentido, a credibilidade é entendida como o principal fator que impulsiona essa busca.

Essa credibilidade é buscada com o investimento em apuração, conquista de fontes confiáveis e também com a preocupação ética. O sucesso de um blog depende de um processo marcado por relações de poder em que o blogueiro precisa “legitimar conteúdos, construir reputação e relações de confiança” (RODRIGUES, 2009, p. 148).

A preocupação com seu capital social (RECUERO, 2011) frente ao público leva os blogueiros a investirem em um trabalho pautado na regras do bom jornalismo. Para Melo (2012), mesmo com a agilidade que o blog permite na publicação e divulgação instantânea de notícias, há que se ter um cuidado especial em não quebrar a confiança do público leitor.

Um dos pontos que eu me orgulho bastante, que me honro, é a credibilidade. [...] a credibilidade é um agregador importante. Muitas vezes você paga o preço de não ser responsável, de não checar a informação e botar no ar. Depois que você bota no ar, não é legal que você tenha que se desmentir. (MELO, 2012)

Melo (2012) defende que a credibilidade deve ser considerada acima de outros aspectos, mesmo levando-se em consideração a possibilidade de perder um furo. Em alguns casos, admite até publicar apenas o título de um futuro post que traga revelação importante, enquanto a apuração não termina e o texto não fica pronto. É uma forma de não perder na concorrência com outros blogs. O fato de estar ligado a uma empresa de comunicação também reforça essa preocupação com a informação correta, com uma apuração mais criteriosa.

O que tem que ser correto no nosso papel é a informação ser boa, ser de qualidade, se não for, na dúvida, não bota. Não existe essa história de chutar, não pode chutar, tem que ser informação de fidedignidade, porque a gente tá num portal, a gente representa um sistema (MELO, 2012).

A questão da credibilidade afeta também a relação com as fontes. Martins (2012), com a prática de anos de colunismo político, admite que em alguns casos se arrisca a dar uma notícia, confiando numa fonte que nunca tenha “falhado” com ele, mas, ainda assim, reconhece a apuração como um aspecto muito importante que ele reforça diariamente para sua equipe. Melo (2012) entende que na relação com as fontes, seja em que esfera a mesma esteja localizada, a responsabilidade final é dele enquanto jornalista responsável pelo blog. A prática da publicação de denúncias, por exemplo, é algo visto com cautela.

A gente recebe muita denúncia, mas eu não sou maluco de sair publicando as coisas a torto e à direita sem checar [...]eu não vou reproduzir uma coisa que eu não sei a origem. Isso se chama responsabilidade. Essas pessoas têm o direito de serem irresponsáveis, mas eu não tenho. Sabe por quê? Na medida em que eu boto aqui no blog, aquilo começa a ganhar credibilidade, as pessoas vão ficar dizendo: ‘Olha, tá no Blog do Jamildo’ (MELO, 2012).

Para Rodrigues (2009), o blogueiro pode assumir uma posição de líder que o jornalista havia perdido com o processo de industrialização da informação. No entanto, verificamos que os blogueiros estudados atuam mais como selecionadores (*gatekeeper*) dos assuntos que devem ser considerados os mais importantes para conhecimento público e menos como um formador de opinião. E isso talvez resulte justamente do fato de que no funcionamento de blogs “profissionais” esse trabalho de seleção de notícias ainda seja o mais praticado.

A abertura para a maior participação de correntes diversas e antagônicas entre si é um exemplo da contribuição positiva que os *blogs* podem dar ao processo de debate político e de discussão pública sobre os assuntos considerados relevantes de uma sociedade. De acordo com Melo (2012), o foco do blog que ele administra é a pluralidade. “A gente tem um valor bem claro que é a pluralidade (...) todas as correntes políticas podem estar representadas. Uma dá um recado de um lado, a outra rebate”, diz ele, ao explicar que convidou representantes de partidos com orientações políticas diferentes para escreverem periodicamente artigos para o *blog*. “Quem acompanha [o blog] com regularidade sabe que a gente está aberto a várias correntes.” (MELO, 2012)

A preocupação em fazer circular opiniões diferentes é um ponto positivo que os blogs utilizam e ajuda a promover e intensificar o debate sobre os assuntos políticos, por exemplo.

Se, conforme Habermas (1997), a existência da esfera pública exige publicidade, discursividade e argumentação, privacidade (participação de sujeitos privados no debate) então podemos dizer que esses blogs trazem uma contribuição verdadeira e importante para o debate público, mas, por parte dos jornalistas que os produzem, os assuntos abordados ainda são escolhidos por uma lógica muito particular da atividade jornalística, influenciada por fatores diversos como o acesso às fontes, interesses particulares e de grupos empresariais e pela própria visão do jornalista sobre o que “merece” ou não ser noticiado, ou seja, sobre o que é ou não notícia e isso passa por critérios de noticiabilidade muito tradicionais, na maior parte do tempo.

Martins (2012) também argumenta que procura se guiar pelo incentivo ao pluralismo. “A gente faz um blog democrático, amplo, geral e irrestrito; não discrimino, abro espaço pra todo mundo, pra todo político, todo partido, pra capital, pro interior. Acho que no momento em que a gente tem uma amplitude dessa, a gente presta serviço.”

Mas, isso ainda não é uma característica forte encontrada nos blogs analisados. As notícias veiculadas por eles ainda giram muito em torno dos mesmos assuntos e das mesmas figuras políticas, geralmente. Apesar de os blogueiros destacarem nas entrevistas a busca por temas que interessem à comunidade mais de perto, eles não representam quantidade significativa. A abordagem de assuntos que repercutam mais diretamente na vida das pessoas propicia uma maior participação de sujeitos privados no debate – um dos aspectos importantes para fortalecimento da esfera pública conforme Habermas (1997).

Quanto mais fortalecido um blog como espaço de debate aberto à participação pública, mais os cidadãos poderão enxergar neles um canal para atingir seus objetivos de melhorar a vida em sociedade.

É importante destacarmos que a interatividade – uma das maiores potencialidades do blog enquanto ferramenta de comunicação – não foi a razão principal para a escolha do formato por parte dos blogueiros (ou, no caso de Jamildo, por parte do Sistema JC). Isso revela, a princípio, que o estabelecimento de um espaço eminentemente dialógico não era a preocupação principal.

Com os blogs temos um espaço aberto para a participação de sujeitos privados – condição, segundo Habermas (1997) fundamental para manter intactas as estruturas comunicacionais da esfera pública. A acessibilidade – outra característica, segundo Habermas (1984), fundamental para a esfera pública - é facilitada através dos blogs, tendo como aspecto atenuante a impossibilidade do anonimato, restrição esta adotada pelos blogs devido a questões de natureza de responsabilidade civil e penal.

Ainda assim, em termos de incentivo à interatividade, existe a possibilidade de anonimato, ainda que apenas face aos outros participantes do debate - o que é, de qualquer

forma, uma maneira de quebrar barreiras individuais e ajudar os sujeitos a superarem a "espiral do silêncio"¹¹ e expressar seus pontos de vista mais livremente.

Os blogs proporcionam um diálogo entre diferentes pontos de vista. A participação dos leitores no blog não implica qualquer tipo de segregação em que um é mais importante que o outro. A partir da postagem inicial, os participantes discutem, trocam argumentos e idéias através do texto escrito de forma aberta, tendo como limitação apenas a questão da necessidade de prévio cadastro, a moderação prévia, no caso Blog de Jamildo, ou posterior, no caso do Blog do Magno Martins Martins. Já o blogueiro não se envolve no debate, ele apenas o inicia, lançando o assunto, e não foi possível na pesquisa saber se se deixa influenciar pelos comentários dos leitores ou até que ponto isso acontece.

Em geral, os blogueiros agem apenas de forma a iniciar a interação entre os elementos do público, mas sem se abrir à participação nela. A interação que se processa nos blogs é predominantemente do tipo reativa, com os leitores reagindo a postagens do blogueiro. Mas se verifica também uma interação mais próxima do ideal, com a participação ativa dos vários sujeitos envolvidos, quando, por exemplo, um leitor aproveita o espaço do blog para inserir um novo assunto abrindo mais uma discussão com os outros leitores do blog.

Ao analisarmos os blogs sob os aspectos da estrutura comunicativa apontados por Jansen e Kies (2005 apud MAIA; GOMES; MARQUES, 2011), podemos inferir que, na questão do anonimato, o fato de terem que recorrer a um cadastro prévio dos leitores que desejem postar comentários é um elemento que enfraquece a participação, conforme apontou Melo (2012) ao relatar a queda no número de comentários a partir da adoção da medida. Acreditamos, no entanto, que isso poderá se modificar com o amadurecimento do público, por um lado, e com a formatação de regras mais claras sobre a responsabilidade civil no uso da internet.

A existência de moderação também repercute de modo a enfraquecer o debate, mas, neste ponto, os blogueiros que pesquisamos têm se mostrado bastante abertos e receptivos

¹¹ A hipótese da espiral do silêncio apresentada por Elisabeth Noelle-Neumann, no livro *The Spiral of Silence* (1984) defende que, por medo do isolamento social, o indivíduo receia expressar uma opinião divergente da opinião dominante.

mesmo às críticas ao próprio trabalho – o que em grande parte é motivado pela preocupação em não parecer refratários ao debate, agindo com base numa censura dos comentários mais críticos por medo de perder público. Deste modo, ainda que por receio de perda de audiência, há o efeito positivo de se permitir que os leitores se sintam livres até para criticar.

Ainda que sejam pouco utilizados, os blogs que são objeto de nosso estudo são canais importantes para motivar os cidadãos no engajamento no debate das questões políticas de nossa sociedade. É claro que devemos desejar que o jornalismo ali praticado possa se constituir em ferramenta para fortalecer a esfera civil e as minorias políticas.

Há ainda muito a se alcançar visto que a participação do leitor nas discussões dos assuntos, através dos comentários, ainda é tímida, crescendo geralmente apenas quando o leitor sente-se diretamente afetado pelos fatos – uma tendência importante a ser explorada com o exercício de um jornalismo mais voltado para questões locais. Os comentários e repetição de comentadores parecem indicar a existência de apenas uma comunidade restrita de pessoas que comentam em blogs.

De qualquer forma, há que se destacar que a postura dos blogueiros, no que diz respeito à fomentação do debate, coaduna-se com a ideia de que não existe apenas uma realidade e que tudo é resultado de um processo de construção social.

Muita gente foge da polêmica, foge da discórdia. Eu vou ao encontro, mas sempre com a preocupação de ser democrático, não posso aniquilar o outro porque ele pensa diferente, eu não sou o dono da verdade, ninguém nunca é o dono da verdade. [...] a gente tem que ser democrático é no dia a dia, respeitando o contraditório, a diversidade, só dizer amém para o que você concorda é fácil, difícil é você, para ver se aprende, tentar entender o argumento do outro (MELO, 2012).

Considerando que cada pessoa vê a realidade a partir de sua própria perspectiva (Schutz, 2003), a troca de informações e argumentos ocorrida no espaço de debate como o que acontece em um blog põe mundos diferentes em contato. Como resultado, o produto jornalístico ganha em amplitude e diversidade, a partir do momento em que cada leitor expressa seu ponto de vista sobre ele ou acrescenta novas informações e confronta outras.

O processo dialógico ocorrido com a interatividade nos blogs é em si mesmo uma mostra da realidade como construto social, com o choque entre várias realidades: a do jornalista que escreveu a notícia, a do leitor que concordou com o conteúdo, a do que

discordou e a do que apenas leu a notícia junto com todos os comentários postados a respeito dela.

A estrutura interativa de um blog permite que o leitor possa ter acesso a uma realidade não mais única, pronta e imutável, mas poderá conhecer uma realidade multifacetada, passando por um processo constante de construção.

Em relação às funções a serem desempenhadas pela mídia (HABERMAS, 1997), podemos dizer que os blogs se destacam mais notadamente no que diz respeito à vigilância sobre o ambiente sócio-político, através da divulgação de denúncias, da revelação de problemas nas administrações públicas e outros assuntos da mesma natureza. Poderiam contribuir de forma mais rica superando a fragmentação dos assuntos e a falta de continuidade ao fazerem análises mais aprofundadas apontando as questões-chave da agenda política e identificando “as forças que as conceberam e que podem trazer uma solução” (HABERMAS, 1997, p. 110)

Enfim, faz-se necessário amadurecer a concepção de que os blogs poderão dar mais contribuição ao fortalecimento da esfera pública à medida que apostem não no suporte ou apenas na tecnologia como diferenciais. É preciso apostar num jornalismo comprometido com a ampliação do debate, provocando a participação de cidadãos mais conscientes e responsáveis pela construção de novas realidades em sociedades mais justas e adequadas ao desenvolvimento e bem-estar de todos.

Referências

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. 4 ed. São Paulo: Summus, 2003.

BAUER, Martim W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BERGER, Peter L.; LUCKMAN, Thomas. **A construção social da realidade**. Lisboa: Dinalivro, 2004.

BOBBIO, Norberto. **Liberalismo e Democracia**. 6. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____ **O Futuro da Democracia: Uma defesa das regras do jogo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

BORDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A., 1989.

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0 – Como sobreviver e prosperar**. Maryland: J-Lab, 2007. Disponível em: http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf Acessado em: 18 dez. 2011.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (Orgs). **A sociedade em rede: do conhecimento à ação política**. Lisboa: Imprensa Nacional, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. O discurso propagandista: uma tipologia. In MACHADO, Ida Lúcia; MELLO, Renato. **Análises do Discurso Hoje**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, v. III, 2010. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/O-discurso-propagandista-uma.html>. Acesso em: 02 jul. 2011.

CORREIA, João Carlos. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Covilhã, 2002. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/19085881/A-Teoria-da-Comunicacao-de-Alfred-Schutz>. Acessado em: 14 jan. 2012.

CORREIA, João Carlos. **Elementos para uma teoria da comunicação: Schutz e Luhmann e a construção social da realidade**. 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-carlos-elementos-para-teoria-da-comunicacao.html> Acessado em: 28 jan. 2012.

CORREIA, João Carlos. **Novos media e esfera pública: As profecias cyber-democráticas no contexto da democracia deliberativa**. Estudos em Comunicação n° 4. 2008.

CORREIA, João Carlos. **Teoria e crítica do discurso noticioso: notas sobre jornalismo e representações sociais**. Universidade da Beira Interior. Labcom, 2009.

_____. **O admirável mundo das notícias: teorias e métodos**. Covilhã: Labcom Books, 2011.

DIJK, Teun A. van. **Discurso e Poder**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2010.

ESTEVES, João Pissarra. **Espaço público e democracia: comunicação, processos de sentido e identidade social**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

_____. **Opinião pública e democracia na sociedade de informação**. Universidade Nova de Lisboa. 1997. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/esteves-pissarra-opiniao-publica.html>> Acesso em: 26 set. 2010

FIDALGO, Antônio. **Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth**. Universidade da Beira Interior. 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-groth-jornalismo-online.pdf> Acessado em: 26 jan. 2012

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide**. Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê Editora, 1987.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e Democracia: Problemas & Perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley; MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. **Internet e Participação Política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo**. Cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós Ibérica, 1991.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

_____ **A Inclusão do outro: estudos de teoria política**. São Paulo: Loyola, 2002.

_____ **Direito e Democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, v.II, 1997.

HALL, Stuart. Codificação/decodificação. In: HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Análise da Conversação**. 5. ed. São Paulo: Ática, 2003.

MARTINS, Magno. Magno Martins [2012]. Entrevistadora: E. Leal. Recife: Blog do Magno Martins Martins, 2012. Entrevista concedida para esta dissertação

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do jornalismo**. Florianópolis: UFSC, 1992.

MELO, Jamildo. Jamildo Melo [2012]. Entrevistadora: E. Leal. Recife: Sistema Jornal do Comercio, 2012. Entrevista concedida para esta dissertação

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo**. Gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. São Paulo: Editora Mantiqueira, 2003.

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

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação**: o pensamento e a prática da Comunicação Social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos. **Políticas de Comunicação**. Buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007.

RECUERO, Raquel. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet**. Revista Famecos, Porto Alegre, nº 38, abril de 2009. Disponível em <<http://pontomidia.com.br/raquel/ABCiberRecuero.pdf>> Acesso em: 02 jan. 2012

_____. **Mais blogs e jornalismo**. 2004. Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/jornalismo_digital_redes_sociais_e_informacao.html> Acesso em: 10 jan. 2012

ROCHA, Heitor. Habermas e a Teoria do Jornalismo: A Manipulação Ideológica no Jornalismo como Distorção Sistemática da Comunicação. **Estudos em Comunicação**, nº 4, p. 41-57, nov. 2008

_____ A importância da epistemologia na Teoria do Jornalismo: a teoria pragmática do conhecimento e a qualidade da notícia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v.8, nº 1, janeiro a junho, 2011

RODRIGUES, Carla (org.). **Jornalismo On-Line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, Sulina, 2009.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da Comunicação**. Porto Alegre: Penso, 2011.

SÁ, Alexandre. *Media, mass media, novos media* e a crise da cidadania. In: CORREIA, João Carlos; FIDALGO, Antônio; SERRA, Paulo. **Mundo Online da Vida e Cidadania**. Portugal. Covilhã. Universidade da Beira Interior, 2003.

SÁDABA, Teresa. **Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-meios**. Buenos Aires: La Crujia, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** (vol. I). Florianópolis: Insular, 2004.

Apêndices

Apêndice A - Entrevista Semiestruturada com blogueiros

Perguntas

1. Porque o formato de blog para o trabalho?
2. Você acha que o jornalista em um blog tem mais liberdade para escrever o que quer?
3. Como você avalia a questão da imparcialidade no trabalho jornalístico desenvolvido no blog? Há mais espaço para opinião?
4. Como você seleciona as notícias e apura as informações para o blog? Há uma rotina de busca de notícias em fontes habituais?
5. Qual a importância da participação do leitor através dos comentários para seu blog? Você busca incentivá-la ou não pensa nisso na hora de escrever um *post*?
6. Como você se relaciona com os comentários do leitor em seu blog? Você costuma ler ou responder aos comentários?
7. Os comentários influenciam seu trabalho de maneira prática? Por exemplo, dando ideias para novas pautas?
8. Como você encara a presença de anúncios em um blog?
9. Há uma meta de postagens por dia?
10. O que você acha que atrai mais leitores para o blog?
11. Em seu blog, quais os procedimentos seguidos antes da publicação de um *post*?
12. Quem faz a moderação em seu blog? Por que considera necessária?
13. O que você acha que leva uma pessoa a comentar ou não as notícias do blog?
14. Pra você, qual a principal contribuição do blog para a democracia?

15. É possível ao cidadão comum enviar um artigo para ser publicado no blog? Há algum critério de seleção? O blog costuma receber materiais desse tipo?

Apêndice B - Lista de títulos – Posts Analisados - Blog do Magno Martins Martins

- 1 Dilma quer mudar lei trabalhista com projeto de FHC
- 2 Todo mundo, menos eu
- 3 Candidato gay disputa prefeitura de João Pessoa
- 4 Desemprego tem queda recorde no Brasil, diz OIT
- 5 CPIs: cheias de som e fúria. Só
- 6 1º de Maio: FHC tira do baú velha foto com Lula
- 7 CPI terá hoje seu primeiro embate político
- 8 Dilma dirá hoje que não sobe em palanque de ninguém
- 9 Cachoeira queria Demóstenes prefeito de Goiânia
- 10 O que houve mesmo entre Eduardo e Humberto Costa?
- 11 Henry vice de Rands
- 11 Cenário 2
- 12 Estradas abandonadas
- 13 Disque denúncia
- 14 Munição para CPI
- 15 CPI: oposição pedirá convocação de governador do Rio
- 16 Diário oficial publica nomeação de Brizola Neto
- 17 Suplente de vereador assassinado em Carnaíba
- 18 Delta tenta blindar vice-líder do PMDB
- 19 Cliente morto a tiros por gerente da Compesa de Bodocó
- 20 STF discute andamento do processo do mensalão
- 21 Presos suspeitos da morte de suplente de vereador
- 22 PTB de São Paulo aposta na candidatura de famosos
- 23 Identificado autor de disparos contra cliente da Compesa
- 24 TJPE elege novos desembargadores
- 25 Assalto ao Banco do Brasil de Itapetim
- 26 Usina Catende: produtor quer regras para evitar desmonte
- 27 Petistas fecham detalhes da primária do partido
- 28 Betinho pede prorrogação da CPI da telefonia móvel
- 29 CPMI do Cachoeira recebe inquéritos do STF
- 30 Rands usa redes sociais para se comunicar com eleitor
- 31 Comissão quer sessão secreta para ouvir procurador
- 32 PPS disponibiliza amanhã o Disque-denúncia contra o PT
- 33 Festa dos 80 anos do Vanguarda une Lyra, Gel e Queiroz
- 34 Justiça eleitoral do Amazonas quer fechar cerco ao crime eleitoral
- 35 Um buffet irrepreensível
- 36 Vereadores terão que explicar aprovação de contas rejeitadas
- 37 Kassab recebe críticas de pré-candidato do PRB
- 38 Procurador-geral não aceita convite para depor na CPI
- 39 Prefeito receberá apoio de vários segmentos sociais
- 40 PSDB quer tirar Protógenes da CPI do Cachoeira

- 41 Senadores discutem sigilo no inquérito de Cachoeira
- 42 Presidente do PRTB nega envolvimento com Cachoeira
- 43 Estados podem ficar sem repasse do FPE
- 44 Secretário entrega relatório anual de Educação na Alepe
- 45 Secretário-geral nacional do PT estará no Recife amanhã
- 46 Eduardo participa de seminário sobre modelo de gestão
- 47 Depoimento de Cachoeira será no dia 15 de maio
- 48 Lula retoma agenda pública no Rio de Janeiro
- 49 Prefeito do Recife inaugura creche na Imbiribeira
- 50 Caruaru: Fórum Eleitoral abrirá neste final de semana
- 51 Comunidades ganham lanchas escolares em Petrolina
- 52 Sancionada lei que cria Previdência Complementar do Servidor
- 53 Criação de banco de DNA segue para sanção presidencial
- 54 STF tira posseiros de 54 mil hectares de terra indígena
- 55 PI: mulher do governador 'retribui' cargo ganho da AL
- 56 Cadeia para os de colarinho branco também
- 57 Ditadura: matador arrependido conta tudo em livro
- 58 Até Túlio Maravilha: mil gols na sombra do Cachoeira
- 59 STF: Demóstenes ministro? Cachoeira articulava isso
- 60 SP: juiz quer devolver 730 mil recibos indevidamente
- 61 Eleita só com o voto dela mesma, vereadora toma posse
- 62 Mensalão: governo barganhou nomear ministro por voto
- 63 CPI: PMDB e PT têm pacto para blindar seus governadores
- 64 R\$ 200 mil pelo bigode de Mercadante
- 65 Vexame na posse: pai do novo ministro denunciou PT
- 66 Suape: novela do João Cândido termina este mês
- 67 Câmara: Inocêncio quer ser presidente novamente
- 68 Debate ou duelo?: Rands e Costa se enfrentam dia 10
- 69 Um cenário de horror
- 70 Bolsa vergonhosa
- 71 Piada de mau gosto
- 72 CLT sofre mudanças
- 73 Pela cassação
- 74 Pisou na bola
- 75 Eduardo fala sobre experiência administrativa
- 76 Comissão nacional do PT vem ao Recife monitorar prévia
- 77 Tiririca só apoiará candidato que amparar o circo
- 78 BB de Itapetim volta a funcionar depois de arrombamento
- 79 PTB paulista em busca de líderes religiosos
- 80 CPI quebra sigilo de Cachoeira pela metade
- 81 Humberto faz leitura de relatório sobre Demóstenes
- 82 Contas de Olinda aprovadas com ressalvas
- 83 Leilão para compra de caprinos em SP é cancelado por secretário
- 84 Humberto pede a cassação de Demóstenes
- 85 Deputado pede a Cachoeira patrocínio para time do filho
- 86 Brizola Neto toma posse como ministro do Trabalho
- 87 Cachoeira tem conexões com governo de Santa Catarina
- 88 PT terá candidato próprio em Bom Conselho

- 89 PDT vai apoiar Sérgio Leite para prefeito de Paulista
- 90 Veja a festa do governador do RJ em Paris com a Delta
- 91 MPPE quer prefeituras pagando piso do magistério
- 92 Prefeito de Serra ameaça fechar BR em protesto contra Governo
- 93 Prefeito inaugura obra no centro de Jaboatão
- 94 Aprovado projeto que criminaliza caução em hospitais
- 95 Carro oficial do prefeito de Caruaru é multado
- 96 Empresas de energia terão que devolver R\$ 14 bi aos consumidores
- 97 Vereador do PMDB será o candidato da oposição em Tabira
- 98 PT vai ao enfrentamento com o PSDB
- 99 Ministério Público vai investigar irregularidades em Condado
- 100 BID promove seminário em Pernambuco

Apêndice C - Lista de títulos – Posts Analisados - Blog de Jamildo

- 1 Produtores de cana reivindicam regras para evitar desmonte da Usina Catende
- 2 UFPE e Cerest promovem mesa redonda sobre assédio moral
- 3 Equipe de João da Costa não quer que Rands atue nas bases
- 4 Obras de revitalização do rio Beberibe começam hoje
- 5 Brasileiros já pagaram R\$ 500 bilhões em impostos só este ano
- 6 Ministro de Minas e Energia discute políticas energéticas com embaixador da Espanha
- 7 Informações sobre a restituição do IR chega via SMS
- 8 Movimentos sociais petistas declaram apoio a João da Costa
- 9 Estados podem ficar sem repasse de recursos, diz ministro do STF
- 10 Governo do Estado dá início à revitalização do Rio Beberibe
- 11 Vereadores de Araçoiaba são alvo do TCE
- 12 Após serem enviados pelo STF à CPI, relatórios da PF sobre Demóstenes e Cachoeira já circulam na internet
- 13 Secretário de Transportes vistoria obras em estradas do Sertão do São Francisco
- 14 Dragagem no Rio Beberibe é primeiro passo para volta da navegação
- 15 TCE rejeita contas da Câmara Municipal de Paudalho do exercício de 2008
- 16 Tucanos criticam suposta estratégia do PT de limitar investigação da CPI e poupar a construtora Delta
- 17 Força Sindical diz ter reunido 80 mil pessoas em festa do trabalhador no Pina
- 18 Hora de mudanças no Blog
- 19 Renda das famílias cresce 15,5% de 2000 a 2010
- 20 TJPE determina que Ford Motor indenize vítima de acidente automobilístico em R\$ 80 mil
- 21 Pastoral da Saúde anuncia parceria com escritório de arquitetura em projeto de ciclovias
- 22 Jaboatão Centro vai ganhar um binário
- 23 Gonzaga Patriota e Fernando Filho já cumprem agenda política em Petrolina
- 24 Maré Malta protesta contra insegurança bancária
- 25 Caciques do PT visitam Recife nesta quinta para manter nível das prévias
- 26 Recife restringe trânsito de caminhões com mais de seis metros no Centro
- 27 Parecer do TCU vai recomendar devolução dos R\$ 7 bilhões cobrados a mais na conta de luz
- 28 Cesta básica mais cara na Região Metropolitana e no interior do Estado

- 29 Confiança do empresário pernambucano mantém-se acima do Brasil
- 30 Humberto Costa pede abertura de processo disciplinar contra Demóstenes Torres
- 31 Veja a íntegra do relatório de Humberto Costa sobre Demóstenes Torres
- 32 Assembleia debaterá trânsito e transporte público com especialistas e professores da UFPE
- 33 Daniel dos Guedes, mais um filho que se vai. Oba!
- 34 Recife participa de seminário sobre voluntariado na Copa de 2014
- 35 Éttore Labanca explica que respondeu a provocação de candidato a vereador
- 36 Vereadora Aline rebate PCR sobre denúncia na Maternidade Bandeira Filho
- 37 Servidores públicos do Cabo terão reajuste de 7,35% a partir deste mês
- 38 Na Câmara, Mendonça Filho diz que funcionalismo não pode ter perdas com reposição salarial
- 39 Em Paulista, PDT de Uchoa vai marchar com o petista Sérgio Leite
- 40 Levy Fidelix nega envolvimento do Carlinhos Cachoeira
- 41 Luciano Siqueira obtém breve armistício entre João da Costa e Rands
- 42 Secretário nacional do PT visita Costa e Rands para discutir prévias nesta quinta
- 43 Em nota, PCR acusa Aline Mariano de distorcer e mentir sobre situação da Maternidade Bandeira Filho
- 44 São João de Caruaru será anunciado na próxima semana
- 45 TIM será a primeira operadora a lançar o novo iPad no Brasil
- 46 OAB discute livro de ex-delegado do Dops
- 47 João da Costa inaugura creche na Imbiribeira
- 48 Assembleia institui o Dia Estadual das Vítimas de Acidentes de Trânsito
- 49 Elias Gomes não dispensa corte de bolo no aniversário de Jaboatão
- 50 Governo nos municípios de Eduardo visita Garanhuns, terra conflagrada
- 51 Fazenda de Eduardo vai apertar sonegadores próximo ao Dia das Mães
- 52 Debate gratuito aborda direitos humanos
- 53 Boa notícia. Arquibancadas da Arena da Copa já estão prontas
- 54 Metroviários de Pernambuco decretam Estado de Greve
- 55 Governador do Piauí emplaca novo superintendente da Sudene
- 56 PT de Jacques Wagner toma Codevasf de Eduardo Campos
- 57 PRTB retira apoio das bases de Olinda e Caruaru
- 58 CNI diz que mudanças na caderneta reduzem juros, induzindo aumento dos investimentos
- 59 Tucanos dizem que mudança nas regras da poupança penaliza os mais pobres
- 60 João da Costa diz que coisas andavam soltas na PCR na gestão João Paulo
- 61 Canavieiros do Estado querem comprar Usina Catende com dinheiro público
- 62 Eduardo libera recursos para obras de combate à estiagem no semiárido
- 63 Em Jaboatão, decreto municipal causa polêmica com comerciantes de aves
- 64 TCE rejeita contas de Jupi, por desvios de mais de R\$ 400 mil
- 65 Humberto Costa diz que Cachoeira vai depor na CPI no dia 15 de maio
- 66 Em resposta a Aline, PCR diz que prioriza investimentos para saúde dos recifenses
- 67 Cartórios fazem plantão no fim de semana
- 68 Oposição estuda posicionamento contra mudanças na poupança
- 69 Associações promovem ciclo de debates políticos entre pré-candidatos à prefeituras da RMR
- 70 Depois de definição do PDT e PT, PTB fortalece Speck em Paulista
- 71 Boa notícia. Pina vai ganhar festival de comida sem frescura
- 72 Missão tenta trazer fábrica de caminhões chinesa a Pernambuco
- 73 Novato PPL lança ex-vereadora à Prefeitura do Recife

- 74 Dilma quer Sérgio Machado fora da Transpetro, diz revista
- 75 Armando, Humberto e Jarbas debatem o desenvolvimento do interior
- 76 Rands e João da Costa ainda na busca por votos
- 77 Governo quer mudar a impressão de que ir a museu é chato
- 78 Petista Pedro Melo desiste de disputar a Prefeitura de Lajedo
- 79 Pernambuco é a terra da Delta
- 80 Alepe debate transporte público nesta segunda
- 81 Empresas brasileiras dependem mais de bancos
- 82 Supremo volta a debater Lei Seca nesta segunda
- 83 Celpe faz mutirão na RMR
- 84 MPPE faz reunião neste momento sobre CPI em Condado
- 85 Construção de pontes restaura escoamento de produção em cidades atingidas pelas enchentes
- 86 Fetape mobiliza 27 municípios para reivindicar ações emergenciais para agricultoras atingidas pela seca
- 87 Fernando Ferro volta bater na Veja
- 88 PRTB nega boato de junção com o PPL por Prefeitura do Recife
- 89 Cachoeira tentou usar suspeita de corrupção no Amazonas para derrubar Ministro dos Transportes
- 90 Em Paulista, Yves formaliza apoio a Júnior Matuto
- 91 Em Petrolina, grupo político de Gonzaga Patriota reafirma apoio a Fernando Filho
- 92 Em Abreu e Lima, vereador acusa prefeitura de criar cargos irregulares
- 93 Juízes da propaganda eleitoral realizam palestra na Câmara Municipal do Recife
- 94 Debate entre João da Costa e Rands é remarcado para dia 17 de maio
- 95 Preço da cesta básica no Recife sobe 11% em 12 meses
- 96 Festival Delícias da Comunidade vai acontecer entre os dias 10 e 20 de maio, no Pina e na Bomba
- 97 Em liminar, Justiça susta temporariamente venda da Nordeste
- 98 Speck e Sérgio Leite atacam Júnior Matuto
- 99 Receita libera nova consulta do lote multiexercício de restituição
- 100 TCE julga auditoria realizada na folha de pagamento de Xexéu e acha até mortos

Apêndice D - Transcrição de Entrevista com Magno Martins

Eveline – A primeira pergunta...é justamente o por quê da escolha do formato de blog pra esse trabalho que você faz...qual foi a sua motivação?

Magno – Vê...eu vim da era do impresso, eu militei muito em jornal impresso e quando chegou a era da internet eu vi muitos colegas meus em Brasília, eu já morava em Brasília nessa época...me estimulando a abrir o meu blog, sobretudo pelo meu nome, pela minha história, pela forte ligação que eu tinha com a política...e...eu acabei me rendendo.....eu fui o pioneiro... aqui em Pernambuco né...quando eu abri aqui o meu blog há sete anos atrás...

Eveline – Dois mil e seis....

Magno – Foi em dois mil e seis né?.....faz sete anos em abril do ano que vem...aí as pessoas não apostaram muito no sucesso porque a cultura aqui era de impresso...as pessoas aqui se formavam pro rádio, pra televisão, as pessoas não tinham crença que isso fosse dar certo.....e diferentemente dos blogs tradicionais que eu vi em Brasília, São Paulo e Rio, eu abri um blog empresa....por que o que é um blog? É a pessoa ter seu blog pessoal pra dar notícias e tal....Noblat, por exemplo, Noblat tem o blog dele, mas o blog dele, que é o pioneiro no Brasil, funcionava na casa dele, o filho dele trabalhava com ele...agora não...que depois de um certo tempo o blog dele foi pro Ig e agora ta no globo né...então...quando eu abri meu blog eu já abri meu blog empresa, contratei colega pra trabalhar comigo, montei toda minha equipe, secretária, parte comercial...entendeu?...de marketing, de tudo, montei uma empresa mesmo, porque eu acreditava que isso era o futuro, era o jornalismo da atualidade e do futuro...e a gente começou...no primeiro ano a gente já tava como o mais acessado do Nordeste e hoje, depois de seis anos, nós somos imbatíveis aqui em Pernambuco, a gente tem uma média de 25 a 30 mil acessos por dia...aquele portal...alexa.com, que é um americano, que mede a audiência nossa, a gente aqui ta em primeiro lugar, a gente nunca perdeu essa posição...e em função do nosso trabalho né...porque o nosso blog é especializado em política, então muita gente confunde blog com site...aí algum diz “ah, eu vou abrir um blog pra mim” aí começa a colocar notícia de sociedade, de esporte, de política, de economia, aí faz aquela salada de frutas danada...o blog é segmentado pra um assunto...então, como toda minha vida profissional está ligada à política, então as pessoas entram no Blog do Magno Martins, entram pra saber o que está acontecendo com a política...se quiserem ler notícias gerais aí vão pra portal, site.....o meu é só política.

Eveline – Em termos da tecnologia em si, da questão da interatividade, isso foi pensado ou não, foi mais um questão de um modismo na época, de todo mundo ter um blog, você pensou nessa questão da participação do leitor num primeiro momento ou não?

Magno – Isso foi uma coisa que me deu muita dor de cabeça no início...pelo seguinte....porque quando eu abri o blog, essa coisa da interação com o blog ela ficou livre, qualquer pessoa podia entrar lá...postar um comentário...e adjetivar...isso acabou me provocando...aí as pessoas começaram a exagerar na dosagem...aí eu tive que disciplinar, porque me gerou algumas pendengas judiciais eu tive que....quais foram os critérios que eu fiz....eu fiz um levantamento pra ver os critérios que as pessoas tinham adotado pra questão dos comentários e passei a exigir o CPF...a pessoa tem que botar lá a identidade, o CPF e o e-mail...não precisa nem botar o nome real da pessoa, pode ser um fictício, mas todo material que ele faz, como o CPF dele tá....

Eveline- Os outros podem não saber, mas você sabe...

Magno – Mas eu sei...porque ta nos meus registros, se o cara me aciona na Justiça eu vou lá e pego o....

Eveline – Certo...porque você se resguarda...

Magno- Isso...quando você entra lá nos meus comentários ta lá dizendo que a responsabilidade dos comentários é dos leitores, é de quem faz o comentário...

Eveline – Magno, uma pergunta que é dois em um, digamos assim....você acha que o Jornalista no blog, ele tem mais liberdade pra escrever o que quer e se vc considera o blog como veículo de opinião?

Magno – A internet foi a melhor coisa que surgiu pra nós, profissionais de Imprensa...por que?...antigamente, antes da internet, você não tinha independência nenhuma, liberdade nenhuma...você era submetido a trabalhar numa empresa e toda empresa de jornal tem sua linha editorial, tem seus interesses. Tem seus dogmas....é....quando eu trabalhava no Correio Brasiliense, por exemplo....quando eu cheguei em Brasília em 83, quando eu fui trabalhar no Correio Brasiliense, cobrir a política...aí eu lembro que o editor reuniu lá naquela época...a eleição do colégio eleitoral, tava disputando o Maluf com Tancredo...aí a direção do jornal reuniu lá, o editor e disse “ó...o jornal malufou, quem não tiver interesse em ficar no jornal pode sair”....o Estadão, na campanha presidencial há dois atrás, fez um editorial dizendo que tava com Serra...vc viu né?.....então eu acho que quando chegou a internet você fica livre pra dar sua opinião, é dono do seu nariz, não é atrelado a nenhum grupo...meu blog por exemplo, ele não é atrelado a nenhum grupo empresarial, é magno e acabou, minha empresa magno..... eu até acho que algumas empresas de jornal que criam blog, o próprio cara que faz o blog ele não tem autonomia de ir lá e dar a opinião dele....um blog de tal jornal que o cara faz lá...mas o blog é do jornal, não é dele...entendeu?....aí ele fica mais.....

Eveline – Apesar de que alguns têm o nome do jornalista, mas a vinculação.....

Magno – Isso...é o caso de Jamildo, mas o blog não é dele, é do jornal...têm fatos que ele tem que ter uma sintonia com a empresa, senão ele não pode....

Eveline - Certo....então você acha que dá mais liberdade pra essa questão da opinião né?

Magno – Sim, com certeza...é....e além disso, os blogs hoje em dia eles se consolidaram de forma tão forte na opinião pública que você vê que uma notícia no jornal não repete tanto quando chega num blog e nas redes sociais....por exemplo, eu ia agora esse final de semana...um exemplo bem claro disso que foi aquele artigo de Tadeu Alencar, não sei se você viu....quando a gente botou no blog, só na minha página deu 80 comentários...aí explodiu o negócio....as pessoas hoje em dia....elas são muito imediatas...antigamente você esperava o jornal do dia seguinte, pra saber o que estava acontecendo no dia anterior.....eu fui criado no interior, a 400 km daqui...

Eveline - Em Afogados?

Magno – Foi....e a gente esperava o jornal chegar lá...o único jornal que chegava lá era o Diário de Pernambuco naquela época...

Eveline – Chega de tarde...

Magno – Pois é...anos 80...chegava lá de duas horas da tarde...quando a gente vinha se informar eram três horas, quatro horas....às vezes eu lia o jornal à noite pra se inteirar...hoje eu posto minha coluna no blog de meia noite e tem gente que diz que fica esperando eu postar minha coluna de meia noite pra ir dormir....e como isso é importante para as rádios lá né por que todos eles chupam as coisas importantes que têm ali....

Eveline – Como é que você avalia a questão...um dos preceitos, dos princípios do trabalho do jornalista, que é a imparcialidade, se é que ela existe, eu acho que não, em relação ao que se pratica no jornal impresso e no blog....

Magno – Eu acho o seguinte....a minha posição é a seguinte...a orientação que dou a toda a minha equipe e uma coisa que aderi lá trás, na faculdade, na minha profissão mesmo é que o fato é sagrado e a interpretação é livre, então a gente não pode ignorar o fato...tem que noticiar....agora sempre que vier a notícia a gente tem que ouvir os dois lados....eu acho que é uma postura muito correta....quando chega uma eleição e a gente ta saindo de uma eleição agora...é que gente vê aflorar isso né...quando você bota uma notícia que contraria tal candidato, aí o candidato já diz que você tá aliado com outro candidato....eu tive uma experiência muito interessante este ano aqui foi com pesquisas eleitorais...eu fiz pesquisa com o Instituto Opinião, de Campina Grande em mais.....só um minutinho.....aí chega uma pesquisa aqui...tal município...Caruaru....quando o cara que tava em segundo lugar achava que a gente tava fazendo campanha pro candidato que tava em primeiro lugar...porque quando a pesquisa saia só agradava aquele que tava em primeiro lugar e aí o que tava em segundo lugar ficava achando que o blog tava manipulando pesquisas pra beneficiar fulano, beltrano....uns falam “esse blog não é isento porque a pesquisa lá o cara ta na frente”....essas coisas....a gente deu aqui pesquisas em mais de 50 municípios e o meu critério com o instituto era esse, pode ligar pro instituto lá em Campina Grande...nós trouxemos um instituto de fora, não queríamos nenhum instituto daqui de Recife,

justamente pra não ficar dizendo esse negócio de que tal instituto é ligado a fulano de tal....eu disse a eles aqui numa reunião que o resultado que der a gente publica...até em Afogados da Ingazeira, que é minha terra, eu tenho um irmão que foi eleito vereador e atualmente é vice-prefeito de lá....ele ficando ligando pra saber de pesquisa aí eu dizia “eu não posso dar não, voc~e vai ver o resultado no blog”....

Eveline – Como é esse trabalho de apuração do blog, existe uma rotina, existem fontes que são consultadas diariamente ou periodicamente....

Magno – É o seguinte, a minha rotina é muita escrava com a fonte. Ao longo desses últimos 30 anos de profissão, eu tive um laboratório muito forte na minha vida que foi Brasília, eu morei 20 anos em Brasília, cobri cinco eleições presidenciais, cobri o Congresso Nacional, cobri a revisão da constituinte, a posse e a doença de Tancredo, fiz as Diretas já, enfim a gente vai criando nossas fontes. Então durante todo esse tempo, fiz ampliei minhas fontes, fiz muitas amizades, ampliei meu leque. No meu celular por exemplo tenho mais de mil telefones aqui, que eu me comunico todos os dias pra saber o que ta acontecendo e as pessoas se comunicam comigo, entram no blog, dizem “Magno, ta acontecendo isso, manda apurar e tal”....e os próprios políticos, quando eles ficam sabendo de alguma coisa, me ligam logo....

Eveline – Então...tem uma parte que você tem que ir atrás e outra que já vem até você.

Magno – Quando o governador foi reeleito.98% do secretariado dele...tudo com fonte que eu tinha dentro do governo e fora dele...então é isso que dá a grande audiência do blog...as pessoas que entram no blog sabem que a gente tem a notícia em primeira mão, sabem que a gente está sempre à frente, que a gente tá furando aqui os outros. As pessoas que entram no blog já me vêem com esse perfil e com essa característica...e á minha equipe aqui eu dou a mesma orientação, chegando notícia aqui digo logo cheque, liguem. É o meu procedimento das antigas redações de jornais. Nas redações online, a única coisa que muda é o tempo real, é a instantaneidade...

Eveline – Eu falei volume porque....

Magno – É isso, no dia da eleição aqui a gente produziu aqui mais de 150 postagens.

Eveline - Como você avalia a importância dos comentários do blog e se você busca isso, tipo se você posta achando que vai dar muito comentário....

Magno – Eu leio todos os comentários do blog, porque os leitores, que são nossos colaboradores, eles corrigem as informações, dão a informação. Agora há os que agridem também e a minha orientação é que não se faça nenhum tipo de censura. Eu não tiro nenhum comentário....

Eveline – Por que você não tira?

Magno – Não tiro porque a internet é o meio mais democrático do mundo e você não pode censurar, burlar as pessoas, impedir que elas se manifestem...o pensamento das pessoas é livre....uma vez num avião....quando eu fui posar...acho que foi em Petrolina...o avião deu uma pane...aí eu botei lá no blog que tinha passado o maior susto lá no avião e tal...aí uns dez minutos depois um leitor botou lá “que pena que você não tenha morrido, porque os políticos iam gostar muito”....e eu deixei o comentário lá, nunca tirei, nem tiro nenhum...agora quando é no campo pessoal....xingando com tudo que é palavrão, aí eu vou lá e deleteo...aí é diferente né....

Eveline - Os comentários influenciam seu trabalho de forma prática, dando idéias para novas pautas....

Magno – Sim ,sim...eles pautam muito a gente...tem um leitor que tava no Sertão, como carro dele, num calor de 50°...ele mandou dados e essa foto pra mim....e eu postei. Eu gosto muito de prestigiar o leitor...isso é muito bom...porque ele se sente prestigiado...é como se fosse um repórter nosso né...

Eveline – Como é que você encara a questão dos anúncios no blog?

Magno- Criei um departamento comercial, como todo jornal...as pessoas me pergunta como é que faz pra botar um anúncio no teu blog, aí pego o telefone da pessoa e digo que o departamento comercial vai entrar em contato com ela, mostro a tabela dos anúncios e coisa e tal...pro governo....nunca procurei o governo pra botar o anúncio, mas eles sempre mandam...até quando João da Costa foi eleito, ele veio aqui e disse “e como é o negócio desse teu blog aí, como é que gente faz pra anunciar?”....aí eu disse: olhe eu não quero nenhum tipo de tratamento diferenciado pro meu blog, que quero que toda campanha que você fizer na mídia inclua o nosso blog...

Eveline – E os anunciantes já procuram o blog como mais veículo que ele....

Magno – E eu tenho mídias, contatos aqui que vão atrás, ficam vasculhando onde eles anunciaram, onde colocaram um banner, em tal blog....o pessoal fica olhando anúncio nos jornais pra saber se querem colocar no blog também....isso aí tem pessoas da área comercial que recebem orientação nessa direção....

Eveline – Isso cerceia...influencia no seu trabalho....

Magno – Não, de jeito nenhum...aqui tem anúncio de prefeitura, governo do estado....aqui 70% é privado e 30% é público...

Eveline – E o blog, como você falou é empresa, precisa da renda dos anunciantes.

Eveline – Você tem alguma meta de postagem por dia...tipo, você fala pra sua equipe, hoje a gente tem que bater tantos *posts*....

Magno – Meu blog, talvez seja o único do país que é 24 horas no ar. Eu tenho uma equipe de seis pessoas que me ajudam todos os dias na alimentação do blog. Vamos começar por meia noite. Eu programo minha coluna, que era a coluna que saía na folha, eu não to mais na folha, aí eu continuei postando no blog à meia noite....aí meia noite entra o repórter bacurau, que trabalha de meia noite até seis horas da manhã, é um senhor já de idade, que tava em depressão, tava em casa sem fazer nada, aí eu perguntei se ele queria trabalhar comigo...disse que queria trabalhar á noite.... Ele dorme muito pouco, assiste o Jornal nacional, dorme um pouco, acorda e fica a madrugada todinha vasculhando as notícias....e ali ele vai postando...aí é quando é seis horas a minha coluna, aí ela fica de seis às nove, em destaque...aí chego aqui no blog ás nove horas...aqui tem um editor e um auxiliar que ficam até às seis da noite, me ajudando na alimentação do blog....aí de seis da noite até meia noite tem uma repórter que trabalha pra mim em casa, faz plantão nesse horário....eu recebo muita coisa pelo celular, aí as mensagens que vão chegando aqui, que um furo, uma informação importante, eu vou repassando pra redação, quem tiver ali na hora vai apurando, escreve a matéria e posta...por isso que a gente ta 24 horas no ar, inclusive finais de semana, sexta, sábado e domingo.

Eveline – Pois é...eu estava olhando no blog é um volume muito grande produção....

Magno – Se você entrar no blog do Jamildo e no da Folha aos finais de semana vai ver que não tem quase nada. A gente tem uma preocupação muito grande...porque como a gente muito acesso do interior, as pessoas mandam muitas notícias do interior, do que acontecendo lá, aí vai chegando e eu vou jogando pra minha redação...é uma coisa que fico impressionado como há um casamento perfeito....porque o blog do Jamildo é um blog muito urbano, se você perceber a gente dá muito espaço ao interior...somos muito fortes no interior porque eu faço um programa de rádio em rede aqui com 38 emissoras no estado, então há esse entrelaçamento com o interior que é muito forte no nosso blog.

Eveline – Que é que você acha que mais atrai leitor ao blog?

Magno – A notícia em primeira mão. Quando a gente posta alguma novidade...aí o nosso acesso pipoca e vai difundindo o blog, porque uma coisa que deu muito impulso à nossa audiência foram as redes sociais. Tudo que a gente posta aqui a gente joga pro facebook e pro twitter, aí dá uma disseminação muito grande...quando a pessoa ver no facebook, twittwer aí entra lá no blog...

Eveline – Essa questão dos procedimentos antes de dar uma notícia no blog são os mesmos que você usaria no....

Magno – Se a minha fonte nunca tiver falhado comigo, eu dou na hora, mas quando eu desconfio da fonte eu checo.....agora quando é uma ofensa eu tenho que ouvir antes o outro lado. Mas se é fonte que é segura que eu sei que vai dar, eu jogo.

Eveline – A questão da moderação, é você mesmo quem faz, é a sua equipe também.....

Magno – Dos comentários?

Eveline – Sim...

Magno – A gente não faz moderação não...eu não tenho moderador, o Noblat tem....eu leio todos os comentários, só delete quando é comentário ofensivo no campo pessoal...

Eveline – Ah...primeiro quando a pessoa posta o comentário já aparece...

Magno – Isso...raramente eu tiro, só quando as pessoas se excedem demais né...se eu avaliar que ta muito agressivo eu tiro, isso varia muito, mas é muito raro sabe...as pessoas tão acostumadas com a internet.

Eveline – O que é que você acha que eleva uma pessoa a comentar uma notícia no blog?

Magno – Quando a notícia é polêmica....quando a notícia é polêmica as pessoas tendem a comentar aquele fato...quando a notícia é fria as pessoas passam por cima, ignoram...a polêmica é que provoca o debate.

Eveline – Então elas comentam quando sabem que vai gerar repercussão, que vai ter o debate....

Magno – Não....quando uma notícia daquela traz um certo tipo de...é....quando ele sente uma provocação....quando ele se sente provocado a dar uma opinião sobre aquele assunto, quando ele se sente estimulado...quando vai lá no fundo....

Eveline – E hoje em dia você sabe né...que tipo de notícia vai estimular o leitor

Magno – Anhan

Eveline – Pra você....qual é a principal contribuição do blog pra essa questão de uma comunicação mais democrática?

Magno- A principal contribuição aqui é que a gente faz um blog democrático, amplo, geral e irrestrito, não discrimino, abro espaço pra todo mundo, pra todo político, todo partido, pra capital, pro interior. Acho que no momento em que a gente tem amplitude dessa, a gente presta serviço. Eu gosto muito aqui de defender as coisas da população que me pede. A gente aqui já assumiu muitas bandeiras, da seca, quando houve aquela enchente lá em Alagoas eu fui pra lá, nós viajamos a movimentos de campanhas de donativos, campanhas do ficha limpa e tal....a gente ta sempre nessa linha da cidadania...tem que cumprir esse papel social dentro da sociedade né...

Eveline – Então você acha que, por exemplo, o blog não tá lá somente para, digamos, pra postar as coisas com as quais você concorda ou você tem essa coisa de dar espaço pra que....

Magno – Não....qual o objetivo do blog? É informar . O blog é antes de tudo informativo. Eu criei o blog pra dar notícias aos meus leitores do que tá acontecendo. Eu sempre digo á minha equipe aqui “olha, não brigue com o fato, o fato é sagrado, a interpretação é livre” . Aconteceu uma notícia, a gente vai dar, pode ser uma notícia de três linhas, tem que anunciar o que ta acontecendo, o papel primordial do blog é informar, é que as pessoas entrem no blog pra saber o que ta acontecendo. Então tem muita gente que tem a preocupação de botar vídeo no blog e botar num sei o quê mais e pá, pá....tudo bem, eu acho isso tudo é um complemento, mas eu acho que quando o cara entra no blog quer saber o que tá acontecendo, que Lula foi à Caruaru, como Eduardo Campos vai montar a sua equipe, quer saber sobre pesquisas eleitorais e coisa e tal. Quando acontece algum fato político no dia aí vou lá dou minha opinião e tal....Minha opinião abre a coluna do blog, mas o primordial do blog é informar, a contextualização da opinião é outra coisa...

Eveline – Bom...você até já me respondeu isso, dessa questão do leitor lhe enviar alguma coisa e você dar a notícia que o próprio leitor mandou....

Magno – A gente tem aqui um espaço chamado tribuna do leitor, onde ele manda e a gente posta tudo que ele manda....

Eveline – Tem até a da foto....

Magno – Ah....sim....tem também a minha cidade é linda e túnel do tempo. O minha cidade é linda eu criei pra estimular o orgulho das pessoas com sua própria cidade, inclusive isso vai ser um livro que eu vou criar, um livro só de fotos, de cada cidade uma vista bonita....pra divulgar o que a gente tem de bom, de belo, que orgulha todos nós pernambucanos e o objetivo foi mais ou menos esse...e eles participam, mandam fotos da cidade deles, coisa e tal....e o túnel do tempo foi pra gente ir buscar o passado, é muito interessante também....

Apêndice E - Transcrição de Entrevista com Jamildo Melo

Eveline - Por que a escolha pelo formato de blog? Como é que surgiu essa ideia e se teve uma motivação pelo formato em si, a questão da interatividade. O que é que motivou a vocês colocarem um blog dentro do NE10, com a questão de cobertura política?

Veja só, não foi uma escolha minha. Eu sou o animador do blog. Não foi escolha minha ter um blog. Eu nunca imaginei, vou fazer um blog. O aconteceu foi que nas eleições, se não me engano, de 2006

ainda, o jornal tava atentando muito para o crescimento da internet e aí meio que por acaso inventou de ter um blog e chamava blog do JC. Ele só falava de política. Quando a passou a eleição, a audiência que já não era muita, caiu mais ainda não é e ia fechar o blog. Aí me convidaram para assumir. Aí eu disse olha eu nunca tinha me imaginado fazendo um blog, mas me senti desafiado, porque eu já tinha sido editor de economia, repórter de economia, repórter especial do jornal. Entrei aqui como um estagiário. Ganhei vários prêmios nacionais que me satisfizeram demais, me deixaram muito orgulhoso. Prêmios que nenhum jornal havia ganho até então e eu consegui ganhar três vezes em anos não subsequentes. Eu tinha uma carreira muito consolidada, mas eu nunca fui uma pessoa acomodada e eu me senti desafiado porque eu ia sentir a areia debaixo do pé tremendo e eu tinha que me reinventar isso era o mais importante, vou fazer coisas novas, vou começar, é como se eu estivesse começando do zero e achei maravilhoso porque justamente quem se acomoda não vai mais adiante, né? os fracos eles nem tentam, os indecisos ficam reclamando e só os verdadeiramente fortes que sabem onde encontrar fortaleza, eles vão a frente e conseguem às vezes vencer. Eu continuo muito insatisfeito com o blog que faço. Tem uma audiência fantástica, agora na eleição bateu um milhão, nunca nenhum site do NE 10 teve essa visitação. Mas só eu sei o quanto eu estou insatisfeito, porque eu gostaria de fazer algo bem melhor, bem mais bacana, mas estrutura que a gente tem é mínima, depois se você quiser, eu posso falar mais da estrutura, mas resumindo então foi isso, teve uma condição que eu coloquei foi que olha eu não quero falar só sobre política, porque ninguém se interessa só sobre política, aí a gente fala sobre absolutamente tudo, por exemplo, eu vou no cinema vou falar sobre um prisma que envolva economia, política, que envolva um pouco de história. Eu vou falar sobre absolutamente tudo e começou bem assim, eu me lembro que um dos grandes hits foi em torno de uma fotografia de uma festa. Inauguraram uma boate que até já fechou, era a Nox, que ficava lá em Boa Viagem, eles chamaram um monte de jornalista e quando eles voltaram no outro dia, falando que estavam fazendo xixi em cima de morango, então eu fiquei muito chateado com aquilo porque da minha vó, eu sou de origem humilde, né? E aí da minha vó dizia que a gente não estraga comida, eu não me imaginava. Aí eu fiz uma nota criticando, a boate se sentiu ofendida e me mandou uma resposta dizendo que era uma inverdade que ninguém tinha feito xixi em morangos tá rá rá. Pra minha sorte, uma pessoa amiga minha tinha conseguido uma foto e aí eu escrevi um artigo dizendo isso que o que se faz no banheiro mostra muito sobre uma sociedade, aí eu mostrei o banheiro do ginásio pernambucano quebrado, os banheiros que serviam ali a estação que vai voltar da revitalização da navegação, todos deteriorados deveriam ser patrimônios, deveriam lembrar um pouco da história da cidade e foi uma audiência danada então ali já mostrava que a gente fala de política não somente falando sobre os políticos e eu acho que esse era um grande erro dos primeiros momentos do blog porque ele falava sobre política sob a ótica dos políticos, o leitor não quer saber disso, o leitor quer saber o que é que você qual é a proposta que você está fazendo, se no passado já fez diferente, se está mudando de opinião sabe?então como eu sou uma pessoa muito prática, eu venho de economia, eu sou uma pessoa muito prática, tem que ser simples, eu não escrevo empolado, como escreve o pessoal de política cheio de jargão, não eu vou direto na lata: fulano disse aquilo e aquilo outro, isso tem a ver com isso e empregando também o que eu sempre aprendi a fazer, que era furo. Esse ano mesmo, antes de todo mundo ficar surpreso que Eduardo se juntou com Jarbas, pouco depois vai lá o próprio Jarbas e assumiu. Então não foi só uma escolha minha, foi um desafio. Não tinha que falar só de política, que era um erro, tinha que falar de tudo, porque as pessoas se interessam sobre tudo.

Eveline – Você considera o blog como um espaço de opinião?

Jamildo - Em função da condição que eu detenho hoje que é a de uma espécie de animador, eu evito dar opinião, assim, eu tenho uma liberdade para dar opinião, mas eu evito porque a minha opinião, ela é mais uma só, como é que eu vou me diferenciar? é se eu tiver boas informações, então, é muito fácil ter opinião, basta você achar que domina um assunto, ao contrário, fazer bom jornalismo, prestar boa informação que balize a opinião das pessoas requer tempo, investimento, experiência, fonte e tal, eu acho que eu me diferencio por aí, tem muita gente dando pitaco, eu acho que tem muita gente dando pitaco, aí depois tem que mudar o pitaco, porque a realidade mudou e você tem que mudar de opinião, então, assim, respondendo objetivamente, liberdade eu tenho uma liberdade muito ampla, se eu faço uso, eu faço muito menos uso do que já fiz eventualmente no passado em função disso e também

porque eu acho que o blog é uma tribuna, uma tribuna do leitor, uma tribuna que o portal permite, tanto é que a gente tem um valor bem claro que é a pluralidade, aqui a gente adota várias correntes, do PSOL ao PC do B, a líder tucana também escreve, então o que é, qual foi a minha ideia, chamar todas essas pessoas, porque aí todas as correntes políticas podem estar representadas, uma dá uma recado de um lado, a outra rebate e anima, não é? Do que eu ficar julgando fulano, cicrano. Na internet, eu acho que o legal, você avança, nesse sentido, criando espaço para oposição. Vou lhe dar um exemplo de como eu valorizo a liberdade: Teresinha Nunes tinha acabado de perder o mandato e foi banida da assembleia, só que ela fazia um bom trabalho de oposição, um alguém pode dizer poxa, Jamildo tá, é contra Eduardo, tá querendo dar voz a Teresinha. Não, é porque a gente precisa ter a voz dissonante, não é contra A ou contra B, ela fala por ela, pela oposição, o que é que eu fiz? eu ofereci pra ela um espaço, então, quando todo mundo estava chutando ela feito um cachorro, ela aqui ganhou um espaço para continuar fazendo o que ela bem sabe fazer, argumentar politicamente, acabou de ser novamente, de voltar a assembleia, porque o Carlos Santana, ajudado pelo governador curiosamente, foi eleito prefeito lá em Ipojuca, então ela por tabela está voltando lá, então eu perguntei, Teresinha você tem interesse em continuar escrevendo no blog. Ela fez: só se você quiser. Olha você me gera conteúdo, você me gera polêmica, então eu não tenho porque deixar você longe do blog...então eu continuo com o interesse, se você quiser escrever, você vai escrever até quando você quiser...na campanha, por exemplo, tem várias pessoas que eram candidatas e que tavam escrevendo no blog, diferente de alguns anos atrás, eu não pedi pra elas pararem de escrever, pelo seguinte, houve um entendimento do TJ, do Supremo, perdão, do TSE, de que a internet é livre...então veja, a gente não tá beneficiando ninguém, porque na internet todos podem falar, eventualmente se o cara escrever um artigo a gente pode publicar, basta que ele tenha conteúdo, só que essas outras pessoas... a gente diz assim, eu digo elas têm uma boa escrita, tem um recado a dar até me lembra um caso do Psol, uma situação inusitada, em que eu critiquei..... ele lá na universidade eu fiz um artigo reclamando, criticando o Prouni, aí eles são a favor e eles ficaram muito revoltados com Edilson porque é uma bandeira lá do Psol...aí chegou lá num evento, isso ele me contou depois né...como é que você escreve esse cara, esse conservador, essa mídia vendida...aí Edilson pra eles “gente, é o único cara na Imprensa pernambucana que abre espaço pra gente, tu num portal grande que abre espaço pra gente, eu vou brigar com esse cara?”.....num sei nem se ele me acha conservador, se me acha feio, bonito, sei lá o quê...mas assim, reconheceu que a gente tenta ser democrático, o mais democrático possível e...é um reconhecimento legal queou então...sei lá, um ministro, o ex-ministro Gustavo Krause uma vez me ligou, não lembro qual era o assunto, mas ele me disse “Jamildo, você é como se fosse o bispo moderno, a gente tem em você a alguém que a gente pode reclamar...eu não fico selecionado os assuntos, só não pode ter baixaria é claro, mas se for relevante, se for de interesse da comunidade, a gente vai tocar...agora o que acho engraçado é que algumas pessoas só vêm um trecho de alguma coisa aí fica atacando a gente dizendo que a gente tá defendendo tal interesse e a gente não tá defendendo interesse nenhum....

Eveline – Então você, pelo que entendi, e acho que também é uma percepção que eu também tinha do seu blog...você não considera ele um espaço para você, você considera ele como um lugar que você oferece...de certa forma, tem seu nome, tá dentro de um portal que é um dos mais acessados aqui de Pernambuco...e você oferece isso pra fomentar mesmo....

Jamildo – É o mais acessado do Nordeste, tem 70 milhões....você pode até pegar lá os números com a Benira.....não é definitivamente um espaço meu, isso eu tenho certeza, nem acho correto que fosse utilizado em nome de uma ideologia, em nome das minhas idéias, do meu posicionamento político, não me cabe...só quem não me conhece poderia dizer uma coisa dessas....que eu tenho 20 anos de jornalismo, de 20 anos nesta casa, então pra que eu vou jogar fora minha credibilidade em função de um valor ou de outro, disso eu não preciso, o que preciso é sempre ter informações boas, fidedignas, em primeira mão e que façam as pessoas refletirem...você veja.....o que é essa credibilidade conquistada...no meio da eleição...aí teve na rádio jornal...botaram pra fora o Numeriano e pra onde ele mandou um artigo questionando? Pro blog e eu não pensei duas vezes em publicar, só li até o final pra me certificar que não houvesse ataque a João Carlos Paes Mendonça porque eu me coloco no lugar, o cara é dono da empresa e vai ser alvejado...não é correto, não é justo...alguém diz “ah, você é bajulador de João Carlos”...não tem nada a ver com bajulação, o homem é o dono da empresa, a gente

vai permitir que alguém chegue, esculhambe o nome dele, dentro da própria empresa dele? Eu não estaria sendo correto né...é como eventualmente pode acontecer com Eduardo, vai aparecer algum ataque a Eduardo dentro do site do próprio governo? Não vai né? ...então eu publiquei o artigo e muita gente elogiou a liberdade.... de você....o artigo fez duras críticas ao sistema e à rádio jornal em particular e em nenhum momento hesitei, disse vou publicar, não quero nem saber se eventualmente o cara da rádio vá ficar com raiva....porque existe uma coisa maior que se chama credibilidade...ele tinha sido afastado do debate, tinha sido objeto de duas, três explicações ao longo do debate...então não teve a oportunidade de falar publicamente...então publiquei lá o artigo...algumas pessoas disseram “você é maluco, vai fazer isso, ele tá atacando o sistema”...eu disse não, ele tá tendo o direito de defesa, é diferente...outra história que é muito engraçada...você publica um artigo, tá escrito lá em cima “opinião”, aí o sujeito quer porque quer que você esteja professando aquela opinião, na verdade as pessoas não estão acostumadas com democracia, elas não sabem a essência da palavra pluralidade, de ouvir várias correntes e formar sua mesma opinião, nem se dão ao luxo de ler...você bota um artigo de Daniel, aí você tá contra Geraldo...a informação tem que circular, o fato é sagrado, mas a interpretação é livre...

Eveline – Será que essa confusão não acontece por causa dessa associação que as pessoas fazem de blog com espaço do autor.....talvez quem acompanhe não vá por essa seara, mas pra um desavisado...pode pensar ...ah o blog de fulano só tem o que fulano concorda, o que fulano acredita...

Jamildo – É...quem entra só um dia pode até ter essa impressão...eu tenho leitores fies, eles vão crescendo...o número de...no facebook eles já barram 5 mil, não pode passar disso que a gente tem que fazer uma alteração lá boba, que só pode até 5 mil, senão já tinha estourado, mas no twitter já tem mais de 10 mil, tem quase 11 mil pessoas e esse número é crescente....mas quem acompanha com regularidade sabe o engenho que a gente faz, a arte que a gente faz, que é justamente essa, de tá aberto a várias correntes....foi Jesus quem falou a palavra é uma coisa muito importante pra você tá usando irresponsavelmente...não quer dizer que a gente não tenha dado opinião, eu dou, mas acho que não devo, sabe?

Eveline – Como é essa questão da imparcialidade...pelo que eu vi a produção que é feita aqui, segue os preceitos jornalísticos...no mais você dá voz....

Jamildo – A várias correntes....

Eveline – Isso....

Jamildo – É engraçado essa imparcialidade...eu me lembro que um dia desses um assessor de Imprensa de Eduardo ligou pra mim pra ver se eu recebia a ligação de um prefeito...aí eu respondi “pois eu não, eu recebo, ninguém precisa de intermediário pra falar comigo”...aí quando o prefeito ligou foi a primeira coisa que falei com ele “prefeito, a informação que a gente deu critica a sua prefeitura...nem me lembro bem o que foi....acho que foi um direito de resposta....então disse a ele “o senhor não precisa de intermediário pra falar comigo, o senhor tem todo direito de se posicionar, eu só não lhe procurei antes por que eu não tenho como adivinhar seu número, um telefone com quem eu podia lhe achar e a gente tá aberto ao contraditório...e até as próprias coisas que a gente produz ou opina a gente coloca lá “salvo o melhor juízo e respeito quem pensa o contrário” por que eu já digo a pessoa se quiser contestar, vai contestar, por que primeiro seria burro da minha parte, porque tenho como filosofia não sou dono da verdade, segundo, as pessoas têm o direito de discordar, e terceiro, se gerar polêmica vai ser bom pra mim, vai gerar mais audiência, burro era o cara que pensava como antigamente, “não...vou publicar isso aqui, cabou-se, ninguém pode questionar”...no mundo de hoje isso não é possível...eu dizia isso pra uma repórter de economia na época que eu era sub-edição: “a realidade é dinâmica e a verdade multifacetada”, porque o sujeito apurava uma coisa de manhã e de tarde ele ainda tava vendendo como se fosse verdadeiro ou no início da noite...e o que mais me chateava era isso, o sujeito por preguiça adotava um ponto de vista e eu queria que tivesse vários, por mais curta que fosse a matéria mas tinha que ter vários pontos de vista por que eles são discordantes, mas cada um pode tá a verdade ali né...você analisando vai concordar com um, com outro, não pode é se fechar com interesse de uma fonte e vender aquilo como se fosse absoluto, sempre tive isso muito presente. Então falo isso para os repórteres lá, direito de resposta, pedido para contestação, tudo, absolutamente tudo....já teve uma dia desses esculhambar a gente de alto a baixo...como é que você

publica um negócio desse...porque eles têm o direito de pensar diferente e isso só me enobrece, não me diminui como repórter, como jornalista...eventualmente eu me enobreço porque às vezes vejo que falhei na apuração e to levando a cacetada...faz parte, nem todo o dia a gente tá inspirado, de repente tá com uma dor de cabeça, com um problema e acaba fazendo uma bobagem...

Eveline – E como é esse trabalho, a rotina de apuração do blog, existem fontes que são rotineiramente procuradas, como é essa dinâmica?

Jamildo – É o mesmo jornalismo que se faz em jornal, em Tv, em rádio, só que entregue numa embalagem diferente. Eu diria que é até muito mais bacana porque você agrega o som do rádio, a imagem da Tv e o texto do jornal, tudo junto e ao mesmo tempo agora e vc tem a condição de produzir...a gente já fez muito uma coisa de transmissão ao vivo que foi muito bacana...pra você ter idéia, teve um dia que foi João da Costa sendo detonado pelo TER, o juiz de primeira instância querendo derrubar o mandato dele, eu tava lá pra escrever o texto e tinha uma auxiliar que tava filmando...aí nesse post que a gente tava chamando...o cara era tão midiático, o desembargador lá do TRE, que ele assinou a petição na frente de todo mundo, eu achei um absurdo né...tinham treze mil pessoas acompanhando aquele momento no *post*, porque aqui no *post* tem um contador que você vê, porque tava todo mundo de olho na eleição...aí você pensa, poxa às vezes é uma edição de jornal, um jornal tem 16, 20...se lê ridiculamente no Recife, uma população de 1,5 milhão e os jornais não chegam a domingo 100 mil, uma vergonha...mas tavam lendo lá ao vivo, é fantástico isso, é como se você tivesse fazendo Tv ao vivo, inclusive a carranca abre assim, o blog parece que vê numa TV né.....essa vantagem de você juntar todos esses meios e fazer produção especial...esse ano a gente fez muito debate, a gente acompanhava, chamava as pessoas pra conversar, os repórteres, gravava e jogava no ar...criou até uma figura chamada de clube dos setoristas, em que a gente opinava muito né...o pessoal reclama muito de que não opina, mas tá lá...o que achava de muitas situações....Dilson Peixoto, é um dirigente do PT, disse primeiro numa rádio, depois veio dizer aqui na rádio jornal...aí ele disse assim “Mas Jamildo já tem um espaço lá reservado”.aí vinha um idiota esculhambar o PT...aí eu posso censurar? Às vezes o idiota era o próprio prefeito que é aliado dele...aí eu podia ignorar? Não...é uma vantagem dos jornais, da mídia de hoje, porque muitas vezes um cara dava uma entrevista num dia e só ia repercutir no outro, talvez ele não tenha se acostumado com a profusão de notícias né...a velocidade da informação como ela circula hoje...eu não sei se respondi á sua pergunta, mas basicamente é isso...hoje temos várias fontes que nos favorecem em antecipar vários assuntos....

Eveline – Como é que fica essa relação, como você falou, da, digamos assim, servir como uma tribuna pra várias correntes e com a questão da rotina...como é que você articula essas duas coisas?...porque rotina sugere as mesmas fontes....

Jamildo – Não necessariamente....a rotina eu tenho o auxílio de duas pessoas, é um estagiário, mas uma profissional que é repórter....eu me orgulho muito, me gabo muito que muitos passam por aqui....

Eveline – O último foi Daniel né....

Jamildo – Daniel foi pra São Paulo, Carol foi pra Veja...tem sido uma grande escola e inclusive digo que isso justifica minha vida porque a gente tem que ser feito um rio sabe...nunca se colocar contra a maré, porque....ao contrário, você tem que se colocar como um mestre pra essas pessoas mais nova, como no passado algumas pessoas foram pra mim mestres né...me trataram bem, me deram oportunidade, dividiram um pouco do conhecimento que tinham pra que eu pudesse crescer...eu me lembro de um primeiro chefe meu, Mauro Gomes, que me dizia “Olha Jamildo, o aço, como as pessoas, se formam na porrada”...então não tenha medo de enfrentamento, se você tiver medo de enfrentamento você vai ser um repórter não corajoso, um repórter covarde, então não vai ter espaço na profissão...você pode até ter espaço num jornal, mas não vai ser um bom repórter...então esse é um valor que eu trago muito presente, muita gente foge da polêmica, foge da discórdia, eu vou ao encontro, mas sempre com a preocupação de ser democrático, não posso aniquilar o outro porque ele pensa diferente, eu não sou o dono da verdade, ninguém nunca é o dono da verdade....aí têm um estagiário e uma profissional, um trabalha de manhã, porque eu não funciono de manhã, não tem jeito, eu vou até 3, 5 horas da manhã, só a partir de 10, 11 horas....posso alimentar o blog de casa, de noite. Teve uma matéria que o Uol chamou da gente agora, foi sobre Pão com Ovo, você já ouviu falar? É o prefeito de Primavera, um nome inusitado e o pessoal da Folha de São Paulo adorou a história, o

menino fez o texto e eu nem olhei o que ele publicou, eu tava fazendo outras coisas, aí depois eu fui olhar, aí fiz esse negócio tá o Ó, eu vou dar uma melhorada daqui, aí mexi em alguma coisa e tal e aí ele perguntou “e aí, o que achou?”...aí eu disse ó você deveria ter perguntado pra ele qual vai ser a merenda dos alunos, se ele vai mudar alguma coisa sabe...tinha que ter um fecho, já que matéria permitia um fecho anedótico, engraçado....Gabi foi pra João Alfredo, aí foi uma matéria que o Uol se interessou porque João Alfredo tem Severino Cavalcanti que é notícia né... aí ela chegou, escreveu...eu não mexo em absolutamente nada, sei lá...eventualmente mexo num parágrafo, pra separar...porque as pessoas querem cinco, seis linhas pra ler um parágrafo pra não tornar a leitura cansativa...aí eu digo “ó, tem que abrir uma foto, cadê o vídeo disso”...mas sempre assim, acrescentando, não tem uma interferência direta não, eu quero que eles estejam livres, porque eles vão fazer o melhor, quero que eles se sintam partícipes e não um mero cumpridor de ordens....quando sai de férias, o rapaz que ficou me substituindo cedeu meu e-mail pra o estagiário, aí quando eu voltei fiquei muito chateado e falei pra ele rapaz não faça mais isso, você me causou um problema enorme, troquei minha senha, você tá dando de bandeja uma informação que vai chegar até aqui, então o sujeito vai ficar acomodado, eventualmente você pode passar, olha faz essa tarefa aqui, mas o importante é que o sujeito se sinta incomodado e pensar olha eu tenho que arrumar uma história hoje, se só o chefe pauta o cara não pensar em produzir alguma coisa.... a gente conversa regularmente e eu digo olha vocês estão numa vitrine, então aproveite enquanto vocês tiverem aqui, porque o que vocês fizerem vai ficar grudado no nome de vocês....é...tem até uma história aqui....a rotina é mais ou menos essa...uma vantagem que o blog tem em relação a qualquer outro meio do sistema é a abrangência...você hoje em dia....eu tenho fontes regionais, nacionais, porque você tá numa janela para o mundo...eu vou dar um exemplo logo aqui, porque você rompe as barreiras geográficas, eu tinha acabado de sair do jornal, eu tinha feito uma matéria de denúncia que era sobre uma usina aqui na Mata Sul...e sempre gostei de documentos, só publico coisa com documento, esse negócio de ouvir falareventualmente eu posso até publicar confiando na fala da pessoa, mas ela vai ter que me dar um indício que eu possa provar, ontem eu publiquei uma nota que nenhum jornal deu, uma empresa lá de Suape, a metalúrgica que foi inaugurada pelo governador tá operando à base de liminar, isso é uma coisa louca, aí eu tenho o número do processo, vê se ninguém desmentiu....sim...aí voltando à questão da regionalidade...eu fiz a denuncia, fui nos cartórios, consegui todo o processo, onde tem todos os detalhes...aí o mote era o seguinte...a usina estava sendo vendida a um preço vil e com certeza alguém do judiciário, da massa falida ia ganhar muito dinheiro, o que não entra por dentro, entra por fora, os trabalhadores iam ganhar menos recursos e coisa e tal...tinha um levantamento que dizia algo em torno de 2 milhões, mas que ia ser vendida por 300, 800 mil, não lembro direito...aí eu comecei a bater nessa tecla, mostrando detalhes do processo, foi outra coisa que aprendi com meu chefe que é criar uma novela, as pessoas se interessam por uma coisa que tem continuidade, veja aí o exemplo de Avenida Brasil...aí eu era conhecido por tá toda semana no noticiário de economia, por que? Porque eu levantava um assunto e aí programava assim, não mentalmente, aí pensava eu vou levantar esse assunto com esse, com esse, com esse e com esse, eu tinha que seguir uma lógica, criava toda uma estrutura de como ia apresentar um assunto, de maneira que quando fosse botar um ponto final, a gente dizia isso aqui fecha em si próprio, pode até ter outra repercussão sabe e não entrar de forma atabalhoada, porque o cara te desmente e daqui a pouco você não sabe mais como sair daquele enredo e perder a oportunidade de tá duelando o bom combate né...aí foi quando eu fui convidado pro blog, aí eu disse ó eu vou continuar batendo nesse assunto aqui, porque eu to ainda com um monte de documento pra falar disso...e me lembro que tava trocando o governo...Tadeu Alencar, junto com a Fetape se interessou pelo assunto e eles chamaram o povo da Justiça, que Eduardo tem um bom relacionamento né...e conseguiram fazer um acordo com a Usina, que ia ser vendida por um preço vil e foi vendida a 2 milhões...o pessoal da Fetape mandou uma carta agradecendo o que a gente fez, um bom trabalho e aí eu descobri logo cedo isso aqui, que é mesmo jornalismo, só que entregue numa modelagem diferente, que é uma tribuna pra fazer denúncia, com responsabilidade, e que tínhamos que usar essa tribuna pra o bem...sim...onde é que eu quero chegar....sim, o jornal não foi lá em nenhuma oportunidade pra fazer as fotografias e não queria mandar ninguém porque tinha o custo, as diárias...jornal tá sempre em crise e as fotografias que eu recebi depois foi de um cara de Petrolina e mandou as imagens pra gente da Usina sendo

desmontada, aí elas serviram pra ilustrar alguns *posts*...aí você vê, um cara de Petrolina e um assunto que foi ali...jornal não tem essa capilaridade, muito mal ele fala da região metropolitana...só no blog aqui a gente acompanhou Ipojuca, Cabo, Caruaru, Olinda, Paulista, Petrolina...e por que? Porque blog tem essa capilaridade....

Eveline – O pessoal manda pro seu e-mail mesmo?

Jamildo – A gente criou uma coisa chamada Leitor Atento do Blog, que é um bordão pra valorizar quem nos ajuda no blog...isso aí é outra maneira de você ver o blog....é....buraco também é política, as pessoas dizem “mais você vai falar de buraco no seu blog?”...digo não, são os leitores que querem falar de buraco, a gente tem aqui problema de drenagem, de asfaltamento, de mobilidade, então isso tudo atrapalha a cidade...o que é que deu na eleição? Só deu isso...então...é...uma burrice achar que isso só vai ser falado na época de campanha quando o cara de forma eleitoreira fizer uso do assunto, o leitor tem a oportunidade de falar, é importante, inclusive, dentro daquele daquela história da tribuna, se ele não reclamar aqui, vai reclamar a quem?....a Compesa, quando a gente faz a denúncia, dois dias depois ela manda fechar o buraco e eu fico feliz porque to prestando um serviço.

Eveline – Essa sua fala aí tem a ver com a próxima pergunta, que é justamente a importância da participação do leitor, mas não só em relação a mandar, sugerir ...às vezes eles mandam pronta....

Jamildo – Agradeço quando ela vem redonda porque facilita....ontem mesmo, alguém me falou alguma coisa de Araripina, um sujeito de Araripina...uma esculhambação, aí eu disse “amigo, seria possível você mandar uma fotografia, um vídeo sobre isso aí, porque eu acho que dá mais legitimidade e ilustra melhor, até pra eu ter oportunidade de checar, porque eu não posso...a gente recebe muita denúncia, mas eu não sou maluco de sair as coisas a torto e à direita sem checar....pronto, na eleição mesmo, teve um vídeo de um suposto....um suposto....era uma coisa relacionada à Geraldo Julio, que alguém tinha feito uma denúncia e o vídeo tava rolando na internet...e aí o meu auxiliar que é muito ligado em internet ficava dizendo tá no face, tá no twitter, eu disse pode tá na casa de.....eu não vou reproduzir uma coisa que eu não sei a origem...isso se chama responsabilidade, essas pessoas têm o direito de serem irresponsáveis, mas eu não tenho, sabe por que...na medida em que eu boto aqui no blog ele começa a ganhar credibilidade, as pessoas vão ficar dizendo “Olha, tá no blog do Jamildo”, compreende? Então, é um preço que a gente paga muito alto, eu nem me importo que alguém consiga checar antes e botar no ar....o que eu fiz, disse olhe ligue pra mulher da propaganda, pergunte se ela vai tomar alguma providência, porque se ela tomar alguma providência a responsabilidade vai ser do TRE, não é nossa, isso não se chama medo, isso se chama responsabilidade, não pode chegar e jogar qualquer coisa no ar, porque aí não vai ter mais critério né...então foi isso que aconteceu e o menino me achando o maior cagão do mundo né...por coincidência tava lá na CBN o juiz da propaganda, aí quando o juiz veio aqui no blog aí eu falei pra o Vinícius, que é o meu auxiliar “fala aí pra ele....”...o cara disse a mesma coisa que eu tinha dito....sabe o que é isso? Bom senso e Jornalismo é bom senso...

Eveline – E a participação do leitor através de comentários....como é a relação, vocês fazem o cadastro não é isso?...

Jamildo- Veja bem....já foi livre, hoje tem uma mediação, porque numa eleição dessa exageraram absurdamente e tavam esculhambando a torto e á direita o grupo JCPM....eu fiquei muito triste, porque ainda era o único lugar em que se tinha liberdade plena, no portal já tinham colocado cercas, em outros lugares já tinham colocado cerca...e o blog era o único local que ainda era livre....eu fazia o processo inverso, o sujeito podia escrever o que quisesse e aí, eventualmente, se tivesse alguma coisa fora do padrão aí eu ia pô e tirava....o que acontecia...a gente tinha 100, 150, 200 comentários por *post*...aí você quebra a lógica da internet quando exige o cadastro e a moderação...então eu perdi nesse aspecto, mas é uma orientação da empresa que eu tive que cumprir...aí hoje o processo é inverso, você recebe aí libera ou não libera...aí o que acontece, a gente tá punindo uma maioria que por causa de um filha da mãe que tirou onda....isso é absolutamente chato, mas não tem o que fazer...

Eveline – Você pensa nessa questão dos comentários, se tal *post* vai dar ou não audiência....

Jamildo – Veja bem...você imagina que alguns assuntos dão mais polêmicas do que outros...quando você intitula, você já intitula de maneira que traga um molho...tentar uma maneira divertida....o blog já foi bem mais irreverente...eu não sei se é porque eu to ficando velho, mas o blog era reconhecido por ser irreverente né...a gente brincava muito e brinca ainda...a titulação, tem uma vereadora que disse

que se acaba de rir com a capacidade de associação minha, porque eu sou um publicitário frustradoaí.... não necessariamente esse título vai gerar tanto...pode acontecer o inverso, você achar que o leitor quer ler alguma coisa e ele pode querer ler outra, não tem uma fórmula não, é criatividade, espirtuosidade, tá de bem com a vida pra fazer um bom trabalho....agora tem uma coisa, eu me lembro que uma assessora reclama muito e eu dizia olhe “então vá ler outro blog que aqui vai assim, sempre”é que eu tenho a mania, até eu faço isso, eu vou sair de férias aí tava treinando um editor do jornal que vai cuidar...aí eu boto o título, depois boto o chapéu, depois eu vou pro corpo do texto e eu sei que mata muita gente de raiva...a editora mesmo, quando tem um bom assunto, Benira ela faz “pelo amor de Deus faz quatro, cinco linhas pra justificar a chamada dela lá”aí porque eu começo pelo título? porque sem o título a matéria não entra, a primeira coisa que vai fazer é o título e quando eu escrevo só o título às vezes as pessoas nem reclama mais porque já sabem que matéria já vem aí, é o tempo que eu to produzindo...porque eu acho importante que isso seja assim? Quando o cara vê o título e vai voltar, ele tem o sentimento da urgência, se é uma coisa que não tem importância, aí você vai se dar o trabalho de escrever, botar um título, ei gosto que fique premente isso...as coisas aqui são feitas assim, em cima da hora, a gente via lá, posta um comentário no twitter, faz uma foto no stagan e tal....aquí tem muita gente que nem lê mais o blog e isso me deixa preocupado...é a vida moderna...o que acontece, o sujeito feito eu aqui tem um programa chamado app do blog, ele abre na internet e só vê os títulos, eu lamento inclusive porque a gente tá formando uma geração de idiotas, eles só querem saber dos títulos e é no meio da informação, a maneira que você constrói, as entrelinhas é onde tá o sabor de você ler, agora a maioria das pessoas com 140 caracteres ficam satisfeitas....

Eveline – Você lê os comentários?

Jamildo – Quando eu to liberando sim, que é obrigatório né?

Eveline – Você lê no momento que eles postam né?

Jamildo – Não todos, porque quando eu não to postando, quando não tô de plantão meus auxiliares é quem liberam, a gente tem orientação de não permitir agressão, qualquer coisa que dê direito penal né...calúnia, injúria, difamação...eventualmente pode até....a análise não ser correta, a gente deixar passar alguma coisa, normalmente em relação aos políticos a gente tem mais flexibilidade, porque eles já têm o couro duro já....se chamar de ladrão eles não tão nem aí....

Eveline – Alguns blogueiros respondem comentários, comentam em cima de comentários....eu não vejo, da época que acompanho teu blog você fazer isso, você tem algum motivo....

Jamildo – Eu já chameieu tenho uma palavra pra responder...eu chamo de obtuso...já chamei, inclusive, um assessor do governador, virou prefeito...pronto...chama-se....de Moreno....Dilson Filho....ele era assessor palaciano, graças ao pai, não sei o que ele era, não sei o que fazia, mas vivia vigiando meu blog, comentando....e num desses dias ele disse que era o blog da Celpe, porque eu dava voz à Celpe e eventualmente eu escrevia algo que se parecia com o entendimento da Celpe....então como ele não é uma pessoa democrática ele tenta aniquilar quem pensa diferente...aí escreveu me esculhambando, não que eu tenha problema com quem vive me esculhambando, é o preço que pago por tá em evidência...mas ele era um assessor do governo em horário de expediente, me atacando, então eu achei demais...então o que é que eu fiz, confirmei que era ele, avisei a Evaldo...disse “Oh Evaldo, vou dar uma porrada segura nesse seu assessor que ele exagerou”....eu tinha oportunidade de dizer que o blog não tinha nada a ver com a Celpe, que a Celpe não tinha anúncio no blog...inclusive discordava de Eduardo por achar que ele tava usando isso de forma popularesca a questão do aumento da energia porque boa parte do aumento não é lucro da empresa, é pra pagar impostos, mas pra esse maluco aqui era um liberal empedernido, num país de Lula, onde tudo é magia defender idéias liberais é uma loucura....então já tive embates com internautas, eu gosto é quando a pessoa tem a decência de assinar um documento e falar com você de igual pra igual, porque eu defendo....por exemplo, eu tenho um professor da universidade, eu defendo a energia atômica e ele é puto com a energia atômica...eu já divulguei vários e vários artigos dele....veja, eu não tenho que matar o outro pra que minha idéia seja vitoriosa, uma pessoa inteligente tem mais incertezas do que certezas...eu me lembro que já dei uma bordoadinha boa num leitor que comentou escrevendo que a gente era vendido, aí o que que eu fiz, peguei a argumentação dele, exposei lá e disse olha...agora vou começar a defender meu ponto de vista, eu disse olha, não é melhor que eu tenha publicidade aqui em cima, que não vai um puto pro meu bolso,

do que alguém de repente comprar o sistema, o blogueiro por debaixo dos panos e você defender aquele interesse lá sem ninguém tá sabendo? Escrevi com todas as letras...olha a coisa mais fácil do mundo é você fraudar o interesse do leitor...veja aí, acabaram de prender um blogueiro...para alguns podia ser o cara mais correto do mundo porque tá defendendo o interesse da população, etc, coisa e tal...então eu acho que é bom que seja transparente, eu já reclamei com a empresa no dia das prévias do PT por que tinha propaganda de João da Costa aqui e isso afetava o produto. É bom que tenha publicidade, é isso que paga os custos, a gente não tá num mercado de caridade, a gente tá num mercado publicitário. Eu não me envolvo com a publicidade, em nenhum momento, eu recebo o meu salário de editor como se tivesse num jornal, o blog é uma editoria e desde cedo eu quis que fosse assim, porque? Pra que eu nunca pensasse em publicidade, pra que eu pensasse sempre num bom jornalismo ou um jornalismo possível com as condições que eu tenho, que me são dadas...aí...é...foi outro embate engraçado que só que eu tive, porque tem muita gente que é muito obtusa que diz assim “não, é pequeno, é independente”., não necessariamente, se a gente pode tá sendo financiado aí.....o que houve de confusão aí com blogueiro aí no interior que tava fechando acordo com determinada corrente, pra divulgar aquela pesquisa como se fosse verdadeira pra tentar influenciar...então é fácil fraudar o interesse do leitor....em relação á publicidade eu acho que tem que ter clareza, é bom que tenha publicidade, ruim é publicidade que não aparece, aquela que eventualmente possa manetar o dono de um blog, de um portal, de um sistema....eu não sei se respondi sua pergunta, mas....

Eveline – Já me respondeu até algumas que tinha aqui, como essa história de um comentário dá idéia pra uma nova pauta....até o próprio comentário vira *post*...

Jamildo – O que era bacana quando a gente tinha assim...100, 150 comentários num só *post* é que você fica surpreso com as ilações, com as ligações mentais que as pessoas fazem em torno de um assunto, você pensa que pensa em todas as variantes e não...isso é enriquecedor e a gente perdeu um pouco disso...tem gente que lê muitos comentários e eles, inclusive pra quem faz política, tão olhando com lupa porque eles tão dando qual vai ser o norte da campanha. Meu antigo chefe, Laurindo, dizia que o melhor do blog eram os comentários porque você tá lidando com uma diversidade louca né, que você não sabe de onde vem, mas que é uma inteligência também...

Eveline – E as vezes as pessoas aproveitam a visibilidade do blog pra colocar determinadas idéias....eu já peguei no seu blog mesmo, uma amostragem no período, escreve uma frase e sai colocando em outros *posts*.....como eu peguei pra analisar um período aí vi que aconteceu....

Jamildo – Tem uma regra lá do online, isso é coisa de programação, não sou eu quem faço...acabo recebendo esculhambação...o sujeito bota WWW num sei o quê...aí automaticamente ele não aceita...aí o cara escreve uma frase veja site tal...aí a partir do ww não entra, entra uma parte do comentário, aí o sujeito fica me esculhambando como se eu editasse o comentário dele e estivesse censurando site que ele quer que veja, mas depois pararam um pouco mais acho que porque entenderam que é uma maneira do jornal se defender....

Eveline – Você trabalha com alguma meta de postagens por dia?

Jamildo – Quando criaram o blog só podia ter 12 por dia, então era coisa pra mamão. Eu sempre fui muito produtivo. Eu tava num evento no Ceará e lá tavam falando da transnordestina...Lula...Ciro...Eduardo...eu tava lá pela editoria de economia e entendia de muitos assuntos do Nordeste, eu sempre li muito sobre vários assuntos da região...eu mandei treze matérias, talvez por isso eu tenha conquistado o blog, agora eu mandava muita matéria pra economia e dizia pro pessoal que as matérias que não seriam editadas mandassem pro online....aí quando me chamaram pro blog disseram que eram doze, aí eu disse não quero com limites....eu tenho uma meta pessoal, mas não é em relação à números, quantidade, a minha meta pessoal que eu comento com meu pessoal todas amanhã é a seguinte: que eu não tenha levado furo, que não tenha sido furado pelos outros jornais, que ao contrário, eu dê furo nos outros jornais, que quando eu leia os outros jornais eu diga que não tenha nada que eu não tenha tratado, que eu possa dizer que to tratando de mais coisas que os outros tão tratando, não que eu compita com os outros jornais, é uma ambição pessoal, é que o blog seja um agregador e o que é esse agregador...é que o que seja relevante no cenário local, regional, nacional, que e a gente esteja pautando, que esteja pautando, fico feliz que quando sujeito abra o blog ele não veja potoca, eu não preciso, nunca precisei fazer isso. Se todos os dias o sujeito abrir o blog e ficar

informado, formando a sua opinião, fazendo a sua análise eu vou ficar feliz. Agora eu garanto a você, todos os dias eu termino ficando infeliz porque queria ter feito muito mais, com muito menos....então eu sou perfeccionista ao extremo.

Eveline - O que você acha que atrai o leitor ao blog?

Jamildo – Um dos pontos que eu me orgulho bastante, que me honro, é a credibilidade....eu me lembro que...qual foi um caso específico.....era uma coisa já tinha saído em Magno...quem me contou foi uma repórter de transportes do jornal, que tava lá na CTTU, Emlurb, era um órgão estatal...e ela aperriadaque tava, um zum zum zum triste...uma coisa na política, que ela não acompanha, não sabia...até que a presidente, a mulhaer que ela tava lá entrevistando disse abre aí o blog de **Jamildo**, se sair no dele é porque é verdade...aí ela veio me dizer e pra mim ficou claro que a credibilidade é um agregador importante...muitas vezes você paga o preço de não ser responsável, de não checar a informação e botar no ar...é....depois que você bota no ar, não é legal que você tenha que se desmentir...agora também tem outra máxima como meus repórteres onde eu digo, olhe nós não temos compromisso com o erro, errou a gente volta atrás, porque o que tem que ser correto no nosso papel é a informação ser boa, ser de qualidade, se não for, na dúvida não bota. Não existe essa história de chutar, não pode chutar, tem que ser informação de fidedignidade, porque a gente tá num portal, a gente representa um sistema, qualquer coisa vão associar o nome da gente ao de João Carlos, quer dizer é mais responsabilidade ainda...então, a irreverência também atrai leitores, o jeito como apresenta, de forma divertida, de forma lúdica. A gente foi o primeiro blog a usar charges, não tinha charges...hoje em dia todos repetem, todos copiam...a gente publica todos os dias vários bordões....tem um que pegou muito que é “se a gente não rir amigo, adocece”, que é uma frase dedicada a Roberto Magalhães, como ele não ri, ele adocece....foi nele que a gente se inspirou pra criar esse bordão...tem outros...”Bom humor é tudo de bom”....”É triste viver de humor”...”Quando Deus quer é assim”....

Eveline – Credibilidade você acha que é primeiro ou é o valor mais importante?

Jamildo – Eu acho que é o valor mais importante, porque você não vai entrar num lugar a toda hora dizer uma coisa e depois se desdizer, uma coisa que ajuda muito o blog da gente é a gente ter muita atualização....e por isso que muitos jornalistas vivem grudados, porque sabem que a gente passa um radar em várias sites nacionalmente, eu uso a internet pra isso...eu tenho vários robôs pesquisando em vários sites que são fundamentais pra gente acompanhar...aí eu sou alertado, olha tem tal assunto...porque o processo inverso que a gente fazia antes era muito maluco, você tinha que acompanhar 10, 30 sites nacionais pra receber informação em primeira mão...aí, por exemplo, tá em evidência o STF, eu nunca precisei da Agência Estado e da Agência Folha, porque quando você vai olhar, eles já tão reproduzindo material que saiu na agência do senado, na Agência Câmara por que é informação em primeira mão...qual é vantagem? O cara tem lá um repórter que tá acompanhando passo a passo, mas se eu não tenho e essa informação é pública e é de fidedignidade eu vou usar e isso é legal porque você saiu da órbita das agências, as agências impunham um colonialismo que hoje você está livre, como pode acontecer o inverso. No dia que Lula teve um passamento aqui eu fui o primeiro a noticiar e então somente depois de duas horas veio um portal aqui noticiar, não se foi o UOL ou a Globo...e aí não fazia referência ao nosso blog e o primeiro jornalista a me ligar foi o Noblat e ele sofreu um ataque seríssimo do mundo da internet porque não teve a honradez de dizer...oh, peguei essa informação com **Jamildo**, um blog local, e colocou lá exclusivo...aí começaram a tirar onda com a cara dele, como é que é exclusivo, o rapaz já tá há mais de uma hora anunciando isso aqui, dá o crédito ao rapaz...e deu uma entrevista a um site de comunicação do RJ...a partir da esculhambação que Boblat tava fazendo né, eu tava levando...o mote deles era assim como é que um blog tinha furado os portais nacionais...aí eu disse, não é exatamente um blog, eu não sou um nerd assim...eu sou jornalista que trabalha num sistema, eu furei um jornal, eu furei outros aqui, mas é uma contingência, todo mundo dá furo e leva furo, agora realmente em relação ao Noblat ele não foi elegante comigo, ele me ligou, ele tem o meu número...não custava nada, muitas vezes eu pego coisas dele e dou crédito. Agora em relação aos portais nacionais eu tive a oportunidade de esculhambar, eu disse o problema é que vocês vivem de costas pra o Nordeste e estão de costas e em algumas situações podem levar um banho....ganhei um monte de seguidores naquela semana.....Tem muita gente que tenta diminuir as qualidades dizendo que a gente em um grande portal, eu digo que não é verdade em parte, é claro que

você tá sendo ajudado porque tá em um grande portal, mas veja bem....quantos funcionários têm nessa empresa, tem quase mil, só na redação tem uns 150 jornalistas, vá olhar o twitter, o facebook pra ver quantos seguidores têm. Pegue os concorrentes diretos, vá olhar o quanto eles têm de facebook, de twitter, que é um medidor, todos estão disputando mercado, por que esse aqui tem um número que é quatro, cinco vezes maior? Tem até gente que se diz melhor que eu, eu respeito...isso aqui é resultado de anos e anos de trabalho...até um dia eu tava falando pra uma pessoa, eu não achei meu nome no lixo não, **Jamildo** Melo é marca de competência, de credibilidade, de seriedade.....

Eveline – As pessoas ainda associam blog a coisa amadora....

Jamildo – Exato...talvez isso...eu me incomodo quando as pessoas falam “Ah, só tem essa visibilidade porque tá num portal grande...não é verdade, eu construí uma carreira...e a cada dia eu ganho dois, três, cinco, nove leitores...eles entram, vêem que o blog é sério, é dinâmico, tem informação com credibilidade, em primeira mão...e aí voltam, voltam....

Eveline – Tú tens....você disse que Benira é quem tem esses números de acesso...

Jamildo – No....geral do portal ela até tem, se eu não me engano são 70 milhões de acesso. Eu modéstia a parte bati um milhão....porque o que que é povo gosta, o que é que o povo quer? Esportes e celebridades....eu me sinto um vencedor se eu tivesse a metade disso do que eu tenho hoje, porque você levar um blog que trata basicamente de política e economia a ser bem lido é uma vitória e tanto, eu e Marcelo temos as páginas mais lidas, o blog dele é esporte....ano a ano a audiência sobe e o que isso significa o quê? que há uma aceitação, que há um reconhecimento do mercado....é dia a pós dia tentar fazer o melhor blog possível, marcando posição....por exemplo, eu me lembro que agora na época da eleição teve um debate fantástico na rede TV....Mendonça do DEM, fez uma pegadinha em cima de Geraldo sobre a Vila Brasil, que fica aqui nos Coelhos...aí foi uma grande sacada do DEM, porque o PSB controla a Secretaria de Habitação e não pautaram bem Geraldo pra esse debate...aí Mendonça conseguiu enredar bem ele perguntou pelo projeto e Geraldo enrolou, enrolou, enrolou e não soube responder....eu também fiquei puto porque eu acho que conheço tão bem o Recife e não sei nada sobre esse lugar e uma coisa que me deixa muito chateado é não saber, ficar voando...eu me sinto um completo idiota....aí no outro dia eu disse eu vou fazer, ninguém correu atrás....como eu não dependo dos jornais e nem do bom humor de um editor eu chamei Gabi...Gabi vá lá nessa comunidade e mostra ao Recife o que é a Viula Brasil, ouça as pessoas e tal....ela voltou tendo uma aula de povo maravilhosa, voltou com dor de cabeça, falando de uma fedentina insuportável falou como é que as pessoas podem viver daquele jeito, com tanto rato ao redor.e colheu depoimento e tal....o material ficou tão bom que eu falei com o editor aqui do jornal e disse “olhe, você abriria um espaço pra ela escrever?”...não tava pensando no blog, tava pensando em dignificar o trabalho da repórter e também acrescentar ao jornal né....no outro dia o jornal que deu a notícia foi o nosso e no final tinha a busca da prefeitura que não queria se pronunciar...aí no outro dia Gabi tava de folga....o que a gente fez, coloquei no blog uma nota, de três linhas “continuamos esperando a resposta da prefeitura”, postei tudo que tínhamos colhido, junto com as imagens...aí a secretaria teve que descer do limbo lá pra responder....não sei se eu me perder um pouco, mas é possível fazer atualização...os jornais podem fazer....o povo reclama que a gente não tá nos locais, mas se a gente for lá o blog não é atualizado, por que o que é um blog? Um blog é um grande agregador, o ideal é que você faça várias conexões, faça vários links pra poder o sujeito ter tudo que seja relevante, a idéia é essa, blog não é jornal, jornal é quem tem que estar em todos os lugares, eu tenho que saber vários assuntos e pautar vários assuntos. Eu digo sempre brincando que os meus dois auxiliares são, quando eu saio....eles ficam com os pratos girando enquanto eu saio, vou ali fazer uma matéria....

Eveline – Em termos de fotos vocês usam....

Jamildo – A gente rouba, entre aspas, do JC Imagem, os próprios leitores mandam fotografia, a gente produz muita foto a partir do Iphone, pode vir muita contribuição...PSB....PSB mandou Eduardo ir lá pra Campinas...aí o PSB nacional faz a foto, envia....pode acontecer de tudo...

Eveline – Como é que você avalia assim, qual a contribuição de um blog feito o seu, que é feito por jornalista, que prima pelos preceitos jornalísticos, em termos de ampliação do debate público, dessa questão das pessoas poderem...não como antigamente, numa praça pública debater os assuntos de interesse público, mas o blog como espaço onde todo mundo pode se posicionar, pode colocar sua

opinião....como é que você avalia o blog contribuindo pra essa comunicação, em relação ao que se tinha antes, porque antigamente o que é que a gente tinha como espaço de participação do leitor...é...no impresso, as cartas....o que se publica é o mínimo do que se recebe, você tem que fazer uma triagem e no blog o espaço é bem maior....como é que você avalia assim o blog contribuindo pra essa comunicação, pra ampliar essa possibilidade de debate?

Jamildo – Eu vou lhe dizer aqui um exemplo de João da Costa....na época da campanha aqui eu tinha convidado todos os atores pra escreverem semanalmente, todos os candidatos, na eleição pra prefeito de 2008.....todos começaram a colaborar...o assessor de Imprensa dele (João da Costa) era Idelfonso Fonseca...mandou um primeiro artigo, eu juro a você que eu nem lembro do que se tratava, choveu esculhambação dos leitores...então João da Costa já mostrou ali que era uma pessoa extremamente autoritária, ele sem me dar satisfação, acabou com a contribuição e não mandou mais. Eu fiquei muito triste porque pra todo mundo poderia parecer que a gente tava levantando a bola dos outros três candidatos e tava prejudicando ele...é...pra mim, além de autoritário, ele mostrou-se desinteligente, pra não chamar de burro, porque aqui nesses comentários ele tinha toda a antítese que precisa pra rebater os adversários...se ele fosse inteligente, ele colhia todos os dias, numa espécie de track pela internet quais os argumentos contra ele e preparava a vacina pra usar na campanha, mas ele burramente não fez isso, os outros continuaram escrevendo até onde achavam que deviam....aí eu tô lhe contando esse episódio por que quatro anos depois, ele candidato à reeleição, ele me liga pedindo pra fazer uma entrevista com ele aqui...aí eu disse a ele que não falasse só comigo não, mas com o pessoal de todo o sistema...aí juntei o pessoal e ele deu a entrevista porque Rands, na semana anterior tinha participado.....aí quatro anos depois de quatro anos ele (João da Costa) me liga e pede uma entrevista, porque reconhece a importância do blog para discutir os problemas da cidade....seja Compesa, seja Copergás, sobre os gays...os gays...eles me elegeram, não fui eu quem elegi...eles já me deram placa, honraria....tudinho...por que? Porque eu sou uma pessoa democrática, eu abro espaço pra eles...mas no dia que eu precise dar porrada neles eu dou....você falou em dar opinião...aquele rapaz...João do Morro...João do Morro fez aquela música...não sei o quê “Foi o frango que deu”...então a comunidade gay caiu de pau em cima dele, aí eu escrevi um artigo dizendo olhe o que tão fazendo com esse cara é nazismo, se alguém tem um entendimento que é homofóbico, eu respeito, mas ele é um artista e um artista busca os elementos da sociedade...ele é um cronista da gente...quando ele fala de policial pode? Então porque quando ele do comportamento do gay lá não pode...mesmo que você discorde ele tem o direito de fazer a música dele...aí eles pow, baixaram a bola né.... e o cara me encontrou depois numa festa, no baile dos artistas, que tem um monte de gente assim, diversa...e ele não me conhecia...aí ele disse “pô bicho, deixa eu te dar um abraço, deixa eu te agradecer, porque ninguém saiu em minha defesa, você foi o único que escreveu um artigo e me defendeu, eu não lhe conheço, queria lhe agradecer muito”...eu disse “olhe, faria isso por você e por qualquer outro, para mim é uma questão de princípio”...aquilo que lhe falei no início, a gente tem que ser democrático é no dia a dia, respeitando o contraditório, a diversidade, só dizer amém para o que você concorda é fácil, difícil é você, pra ver se aprende, tentar entender o argumento do outro....e às vezes você faz um negócio desse e o sujeito não sabe nem a dimensão que isso vai tomar...então é assim, o blog é um espaço da comunidade, que as pessoas sabem que podem recorrer, que sabem que vai ter audiência, vai ter repercussão, vai ter o contraditório....

Eveline – Como é que você....

Jamildo – Mas poderia ser bem mais...o problema é que não temos gente educada, não temos educação, se nós as pessoas tivessem educação...em dois minutos....em havendo uma putaria, havendo uma irregularidade, você vai...e....é...você poderia reportar, poderia chegar mais documentos que comprovassem alguma safadeza....porque o que o povo quer na maioria das vezes eu chamo de trabalho sujo, “ah, divulga aí, a responsabilidade é tua, te vira”...não é...o sujeito quer que as coisas aconteçam, mas não quer assumir....

Eveline – Aproveitam pra agitar o blog...mas aí...você paga um preço....

Jamildo – É....como a gente tá numa empresa grande, o risco de um processo é enorme, o cara quer ganhar dinheiro de João Carlos né, usando o nome da gente....é...o medo das pessoas atrapalha que a gente tenha uma boa história, se a gente tivesse mais gente que tivesse mais educação, soubesse dos

seus direitos, a gente teria mais boas histórias...ao longo de todos esses anos tivemos muito boas colaborações, mas eu sei que é o mínimo que a gente poderia fazer.....não sei se você encaixa em algum lugar, mas sobre essa história de modernidade foi engraçado que teve um pau danado em Vitória, briga lá por causa dos políticos e a cidade começou a pegar fogo...polícia prum lado, bomba de gás lacrimogêneo pro outro...tão grave que o jornal mandou um repórter pra lá...hoje em dia é que os jornalistas estão percebendo que não existe mais esse limiar, internet e jornal impresso e rádio e TV, então eles já vão, levam uma câmera, fazem um filme, produzem, tão vibrando com isso aí e tal.....mas nessa época não havia essa interação maior entre o JC Online com o NE10, mas já havia meu blog né...e eu fiquei muito feliz, o repórter voltou não teve vídeo, não teve nada, a não ser pra TV né...e o cara do impresso voltou, mas um rapaz de lá me manda um relato de como foi a confusão o dia todinho e dois vídeos, então no final do dia o único portal que tinha, o único jornal que tinha era o blog...por que? Porque uma pessoa de lá pensou “Pô, eu também posso participar disso aí não é”....nessa eleição a gente ganhou uma manchete muito legal no UOL, que foi, eu acho que é o caso de Tacaimbó...o prefeito foi afastado agora pelo TRE por crime de compra, aparece dinheiro, não se você viu isso...

Eveline – Vi...

Jamildo – Pronto....a gente recebeu a denúncia, comprovou que o vídeo era verdadeiro, ouviu o outro lado, jogou no ar, e foi chamar lá no UOL...o pessoal do UOL parabenizou a gente e tudo...e pra felicidade da gente o prefeito foi afastado...então é isso que eu digo, se houvesse mais gente com mais educação, que soubesse isso é certo, isso é errado, eu posso interferir mais na sociedade, a gente teria muito mais denúncias a fazer e podia tá contribuindo mais....

Eveline – Com a experiência que você tem de antes da internet, o que é que muda principalmente com esse jornalismo que você faz no blog em relação ao que você fazia só no impresso?

Jamildo – Não só a interatividade, mas o mais bacana é as mais de mil possibilidades que a imagem em movimento, a fotografia, o texto tudo junto, que isso que te permite...o jornalista de impresso ele escreve pra ver no outro dia, aqui no blog você escreve já pode botar a foto, o vídeo junto, você pode gravar, então é muito vibrante, muito gratificante também, você mesmo produzir uma imagem, chegou ali, vai editar, o que eu lamento é não ter mais tempo pra investir em edição de imagem, porque é muito bacana você poder cortar, escolher a melhor sequência, ver que esse momento é legal, eu acho fantástico quem tem essa habilidade, existem bons editores de imagem chegando no Jornalismo. Eu me contento em ser um bom repórter, muitas vezes eu não tô no local ideal pra fazer, mas quando eu faço as imagens....teve até uma ideia que a gente botou em prática agora, tava numa mesa de bar com um menino que faz cinema, aí eu disse assim “sabe o que agente poderia fazer? A gente poderia pegar, fazer um texto, impresso né...juntar, aí já é errado, o áudio da editora e ela ficou super bacana, ficou feliz em poder contribuir, Benira...e...um resumo da eleição para o dia da eleição... pô, que massa...aí entra foto e entra vídeo do que foi os trechos lá da eleição né....dos dois meses lá...olha você sabe qual foi a minha frustração? Antes que eu chegasse pra trabalhar, texto já tava pronto, o negócio já tava gravado, o som e menino já tinha gravado, eu já vi pronto, você vê que é uma equipe azeitada, que tava os caras loucos pra fazer e eu nem participei, só dei a ideia...

Eveline – Bom **Jamildo**, de minha parte...se quiser acrescentar mais alguma coisa....de minha parte, meu roteiro aqui eu já segui...

Jamildo – Se eu tiver que acrescentar alguma coisa é que eu tenho orgulho de ser uma pessoa correta e eu sou uma pessoa correta em função das minhas filhas...eu sei que eu vou passar...e...é...eu não quero que elas...são duas meninas...Ana Luíza e Ana Carolina...e que alguém diga seu pai é um cabra safado, nunca vão dizer isso de mim não. Pode dizer que sou vesgo, que tenho um entendimento errado, mas que eu sou um caba safado não....