

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
Ana Paula Figueiredo Guedes

Blogs e Webjornalismo:
As páginas pessoais da rede como fonte de informação

Juiz de Fora
Junho de 2007

Ana Paula Figueiredo Guedes

Blogs e Webjornalismo:
As páginas pessoas da rede como fonte de informação

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como
requisito para obtenção do grau de Bacharel em
Comunicação Social da UFJF.
Orientadora: Profa. Dra. Iluska Maria da Silva
Coutinho

Juiz de Fora
Julho de 2007

Ana Paula Figueiredo Guedes

Blogs e Webjornalismo:
As páginas pessoais da rede como fonte de informação

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientador(a): Iluska Maria da Silva Coutinho

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em 02/07/2007 pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof. Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho (UFJF) – Orientadora

Prof. Dra. Márcia Cristina Vieira Falabella (UFJF) - Convidado

Prof. Dr. Carlos Pernisa Júnior (UFJF) - Convidado

Conceito Obtido _____

Juiz de Fora

Junho de 2007

AGRADECIMENTOS

- A DEUS, pela luz que me guia por caminhos corretos; pelos momentos de felicidade; por todas os desafios e conquistas que fizeram de mim uma pessoa melhor; pela minha família, meu namorado, meus amigos e pela vida.
- À minha avó Nadir, pela alegria transmitida em todos os momentos;
- Aos meus pais, Mariângela e Paulo, pelo exemplo, incentivos das mais diversas formas e amor acima de tudo;
- Ao Luzastro, pelo carinho e paciência que o ajudaram a agüentar meus momentos de angústias;
- À Martinha, pela confiança e apoio logístico;
- À Sala do Joarle, pela força que me impulsionou a concluir este trabalho e pelos quatro anos de faculdade;
- Aos amigos da Facom, pelas palavras de otimismo;
- Aos professores da Faculdade, em especial à minha orientadora, Iluska, e aos docentes que compõem a banca examinadora desta pesquisa, pela excelência no trabalho que contribuiu para minha formação e aprimoramento pessoal;
- A todos que acreditaram na conclusão desta jornada em minha vida.

SINOPSE

Aspectos que levaram o jornalismo a se desenvolver na web. Características e desafios do webjornalismo. Desenvolvimento dos blogs jornalísticos, vantagens e pontos a serem aperfeiçoados. Análise da produção e oferta de conteúdos veiculados no Blog do Noblat, tendo como recorte empírico o período de uma semana.

Palavras-chave: Comunicação. Webjornalismo. Blogs.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	07
2 INTERNET E JORNALISMO: COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	10
2.1 ADAPTAÇÃO À WEB	13
2.2 CARACTERÍSTICAS NO JORNALISMO FEITO PARA A WEB	17
2.2.1 Hipertextualidade	17
2.2.2 Interatividade	19
2.2.3 Personalização	20
2.2.4 Memória	21
2.2.5 Instantaneidade	22
2.2.6 Multimedialidade	26
2.3 ADOÇÃO DO WEBJORNALISMO	25
2.4 DESAFIOS DO WEBJORNALISMO	28
3 BLOGS: NOVO MEIO PARA O JORNALISMO	32
3.1 O INÍCIO	32
3.2 CARACTERÍSTICAS	36
3.3. JORNALISMO EM BLOGS	39
3.4 DESAFIOS DO JORNALISMO EM BLOGS	44
3.4.1 Produção de conteúdos	44
3.4.1.1 Pautas	46
3.4.1.2 Apuração	46
3.4.1.3 Redação	47
3.4.1.4 Produto Final	48

3.4.2 Credibilidade	50
3.4.3 Subjetividade	52
3.4.4 Jornalismo sem jornalistas?	54
3.4.5 Relação com o público	56
3.5 SUCESSO DOS BLOGS	57
4 BLOG DO NOBLAT: EXEMPLO DE WEBJORNALISMO	59
4.1 CRIAÇÃO E EVOLUÇÃO DO BLOG DO NOBLAT	60
4.2 ATUALIDADE	63
4.3 ANÁLISE QUANTITATIVA E QUALITATIVA	67
4.3.1 Produção de conteúdos	68
4.3.2 Velocidade da web	71
4.3.3 Credibilidade	73
4.3.4 Relação com o público	74
4.3.5 Personalização	76
4.3.6 Patrocínio	76
5 CONCLUSÃO	78
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	83
7 APÊNDICES	86
8 ANEXOS	88

1 INTRODUÇÃO

Australopithecus, Homo habilis, Homo erectus, Homo sapiens.

Paleolítico, Neolítico, Idade dos Metais.

Pré-História, Idade Antiga, Idade Média, Idade Moderna, Idade Contemporânea.

Pós-modernidade.

Invenção da escrita, manuscrito religiosos, livros, jornais.

Telégrafo, telefone, rádio. Fotografia, Cinema, TV.

Internet.

No mundo de hoje, tudo a que temos acesso faz parte da evolução. E toda mudança requer adaptação. De seres que viveram há mais de dois mil anos e que não se comunicavam plenamente (devido à distância entre os povos e a falta de uma linguagem inteligível entre os pares), chegamos a um ponto em que, teoricamente, todos podem conversar com todos em qualquer lugar do mundo – desde que estejam equipados para isso.

O computador, a internet e a grande rede conhecida como *World Wide Web* (www) reúnem, de maneira abstrata, todas as evoluções do mundo e nos trazem algumas a mais. Esses instrumentos tecnológicos tornaram-se fundamentais em diversos setores da vida humana e, por isso, vão exigir, mais uma vez, uma reordenação das formas de comunicação tradicionais em todo o mundo. De acordo com Leonardo Moura,

O profissional de comunicação de hoje tem um novo desafio: trabalhar com a Internet, entender sua evolução e estar pronto para as modificações que a grande rede mundial fará na economia, na cultura e na linguagem entre os seres humanos. Por congregar todas as mídias numa só – sem substituir qualquer outra, ao contrário do que muitas pessoas ainda acreditam -, a Internet veio para acelerar as relações do ser humano com o mundo e com os outros seres humanos. (MOURA, 2002, p.9).

Este trabalho pretende analisar uma das revoluções que está acontecendo atualmente no campo de jornalismo: sua prática diferenciada em *sites* conhecidos como **blogs**. Estas páginas virtuais, utilizadas inicialmente para serem diários *online*, se tornaram fontes de informação no início deste século. Por considerarmos os veículos de comunicação o quarto poder da sociedade, é preciso compreender as conquistas e os perigos que esta novidade pode trazer para as relações humanas.

Para tanto, no primeiro capítulo, abordamos o desenvolvimento das formas virtuais de comunicação e como o jornalismo foi incorporado à rede, transformando-se em **webjornalismo**. São discutidas características, potencialidades e desafios advindos da recente criação, e da grande abrangência proposta pela internet para as páginas virtuais que se aventuram a fazer jornalismo.

No segundo capítulo, o foco foi o estudo dos blogs, desde a sua criação até a incorporação de processos informativos por alguns deles. Também abordamos características e desafios dos blogs que se propõem a fazer webjornalismo, defendendo a idéia de que é possível fazer um trabalho jornalístico eficiente nestes *sites*, desde que haja conhecimento das ferramentas e alternativas para solucionar problemas.

Por fim, foram descritos os dados relacionados ao acompanhamento durante uma semana do **Blog do Noblat**, administrado pelo jornalista Ricardo Noblat. O domínio tem como temática a cobertura política do país, mas reúne conteúdos variados, sendo um exemplo de jornalismo sério aliado a diversificação comunicacional proposta pela web.

Retornando à nossa lógica inicial,

Ouro – dinheiro – bits.

Mensageiro – Carta – bits.

Impresso + Rádio + TV = Internet.

Sites – Portais – Blogs.

2 INTERNET E JORNALISMO: COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

A internet é um dos novos meios utilizados para a comunicação entre as pessoas, embora não seja esse seu único fim. Mas como propulsora de novas formas de diálogo e facilitadora na distribuição de conteúdos jornalísticos, assumiu um destaque inegável, sendo estes alguns dos principais motivos da grande popularização alcançada. Em comparação com outras tecnologias de informação já existentes, sua aceitação foi muito mais rápida:

O rápido crescimento da Internet pode ser melhor dimensionado quando comparamos o tempo decorrido para que as diversas tecnologias de comunicação ultrapassassem 50 milhões de usuários: 38 anos para o rádio, 16 para o computador pessoal, 13 para a televisão e apenas quatro anos para a Internet. (PALACIOS, 2005, p.10-11)¹.

O sistema foi desenvolvido a partir da criação da web (do inglês, rede). Acadêmicos dos Estados Unidos concluíram, em 1969, um tipo de codificação que estabelecia contato direto entre dois computadores e, por conseguinte, entre duas ou mais pessoas que manuseavam as máquinas. Num primeiro momento, o código foi utilizado na troca de informações entre militares através do sistema Arpanet, que assegurava a distribuição do conteúdo a longas distâncias (MATTOSO, 2003). Após uma década, sua aplicação estritamente militar foi dando lugar a experimentações científicas, quando o serviço recebeu o nome de Internet².

A formatação da rede que conhecemos hoje e engloba todo o mundo começou a ser consolidada em 1992. A Rede Mundial de Computadores (*World Wide Web*) foi uma das responsáveis pela popularização do serviço, já que facilitou a interatividade entre o homem e

¹ É importante salientar que “Apesar de que centenas de milhões de pessoas estejam conectadas via Internet, isso representa apenas pouco mais de 10% da população mundial” (PALACIOS, 2005, p.11). Rodrigues (2006, p.45) reforça que “este é um meio [de comunicação] ainda longe de ser democratizado e acessível a todos”.

² Utilizaremos os termos internet, web e rede como sinônimos, a fim de facilitar a terminologia usada na pesquisa.

a máquina. A partir deste sistema, que padronizou a linguagem web através da adoção do código HTML (*Hypertext Mark up Language*), qualquer pessoa poderia se conectar à rede, precisando somente de conhecimentos básicos de computação e entendimentos sobre o *browser*³.

Muitas pessoas aderiram a novidade. O crescimento exponencial do número de usuários pode ser explicado pelas facilidades que a web imprimiu nos relacionamentos pessoais, profissionais e até mesmo intelectuais. A rede dinamizou diversas atividades humanas, como enviar e obter informações, criando um banco de dados ilimitado (construído por seus próprios usuários) e encurtando distâncias, unindo virtualmente pessoas separadas no globo terrestre através de uma conexão. Estes fatores contribuíram para a quebra definitiva de dois fatores condicionantes da sociedade pré-internet: o tempo e o espaço (RODRIGUES, 2006, p.180).

As facilidades da web também chamaram a atenção das empresas de comunicação, já que possibilitava a interação com um grande número de pessoas em qualquer lugar do mundo (onde houvesse uma conexão), em qualquer momento (já que os conteúdos estão disponíveis ininterruptamente – a não ser por problemas técnicos) e a custos baixos. No Brasil, as primeiras experiências do jornalismo na internet datam de meados da década de 1990. Alguns estudiosos consideram que o Jornal do Brasil (JB) foi o primeiro veículo jornalístico a publicar seu conteúdo na web, mas Mattoso (2003, p.19) revela que “Antes do JB, a versão digital da Agência Estado já entrara no ar e o Jornal do Commercio, de Recife, colocara seus arquivos na rede”.

A partir de iniciativas como estas, desenvolvidas em todo o mundo, a profissão foi ganhando espaço virtual da internet, ou seja, no ciberespaço. Com os aprimoramentos proporcionados por avanços na tecnologia, o campo pôde aprimorar cada vez mais seus focos

³ *Software* que promove a interação entre o usuário e a internet. Segundo Lévy (1993, p.35), “O verbo to browse (‘recolher’, mas também ‘dar uma olhada’) é empregado em inglês para designar o procedimento curioso de quem navega em um hipertexto.”.

de ação. Tanto que, ao longo dos últimos dez anos, o jornalismo percebeu que poderia ultrapassar os limites da simples reprodução do que já era feito em mídias convencionais para se transformar em uma nova forma de jornalismo específica para veiculação em rede. Segundo Moura (2002, p.19), esta produção de conteúdos diferente da realizada pelos veículos de comunicação tradicionais (que ele caracteriza como “arbitrários”) aliada à gama de informações encontrados no meio foi um atrativo para um número cada vez maior de internautas.

É importante destacar que todas as inovações concebidas pela internet só foram possíveis porque o suporte para seu funcionamento – o computador – permitiu a aplicabilidade da nova tecnologia. Como efeito reverso, houve também uma modificação na forma como as máquinas passaram a ser utilizadas pelos usuários. Especificamente para a comunicação, o processo de informatização resultou na

[...] entrada do computador como ferramenta de produção nas redações jornalísticas, substituindo as tradicionais máquinas de escrever e alterando de forma significativa as rotinas produtivas. O computador transforma-se assim em suporte e sistema de produção de conteúdos. (SCHWINGEL, 2004, p.1)

A mudança significativa aconteceu porque, se antes da popularização da rede o equipamento era usado somente para auxiliar na elaboração dos conteúdos (através de sua ferramenta de texto ou de gravação de áudio, por exemplo), atualmente ele participa desde o recebimento de pautas (via web) até a divulgação de informações.

O computador mudou, a partir dos anos 90, de instrumento de trabalho para ferramenta usada para produção de conteúdos culturais que, uma vez criados, podem ser armazenados e distribuídos em um meio apropriado. [...] O computador tornou-se uma máquina de mediação universal usada para criar, armazenar, distribuir e acessar todas as mídias. (PALACIOS, 2005, p.5).

A mediação universal proposta por Palacios é consequência da utilização que passou a ser dada ao computador, tanto nas etapas do “fazer jornalístico” – produção, arquivamento (em um banco de dados interno ou na web) e divulgação (também através da web ou de outro suporte, como disquete e CD-ROM, por exemplo) – quanto na aglutinação dos formatos utilizados pelas mídias tradicionais (texto, som e texto) na elaboração de notícias e reportagens.

Após esta pequena abordagem, que discorreu sobre a posição que o computador assumiu como suporte para o trabalho do profissional da comunicação e antecipou o fato de que o uso da máquina voltado para a internet também alterou (e passou a ser fundamental) as atividades dentro das redações, prosseguiremos com uma análise sobre as fases percorridas pelo jornalismo na web. Algumas teorias sobre o assunto estarão reunidas com base nas características que o serviço adotou em determinados momentos (que não podem ser datados, mas organizados cronologicamente).

2.1 ADAPTAÇÃO À WEB

Como já citado brevemente neste trabalho, o processo de inclusão do jornalismo na internet teve como início a reproduções dos jornais impressos. Além do pouco conhecimento sobre os recursos digitais encontrados na web, Canavilhas (2006, p.1) cita como condicionantes deste processo “a baixa velocidade na rede e interfaces [eminentemente] [grifo nosso] textuais”, que retardaram o desenvolvimento das peculiaridades que encontramos hoje no ciberjornalismo⁴. Ou seja, ainda que houvesse a intenção de inovar neste

⁴ Entende-se por **ciberjornalismo** os produtos jornalísticos feitos para veiculação no ciberespaço, ou seja, na internet.

momento, ela não seria possível devido a limitações técnicas (que foram superadas ao longo dos anos).

Para Cabrera Gonzalez (2000) apud Canavilhas (2006, p.1), houve quatro fases que caracterizaram o aperfeiçoamento do jornalismo na rede. A primeira, chamada **Fac-símile**, corresponderia à digitalização do conteúdo impresso (através de um scanner, por exemplo) e sua publicação na rede. Já num estágio mais avançado, algumas empresas partiram para o **modelo adaptado**, no qual continuavam reproduzindo fielmente o material impresso, só que com adicionais de *links*⁵ e layout próprio das páginas virtuais.

A terceira fase, chamada de **modelo digital**, representaria o momento em que os sites, além do layout próprio e *links*, passaram a ter espaços para notícias em tempo real e permitiram que os usuários publicassem comentários sobre o conteúdo disponibilizado. E, por último, o **modelo multimédia** seria o tipo de jornalismo mais atual na rede, que utilizaria todas as potencialidades oferecidas pelo meio.

Aproximando esta conceituação da nossa realidade, pode-se dizer que o terceiro estágio proposto por Cabrera Gonzalez seria o momento em que o modelo conhecido como **Últimas Notícias** (*Breaking News*) é adotado pelos grandes portais da rede. Baseados em uma “[...] abordagem bastante concisa, constituída por textos muito pequenos”, eles seriam “[...] apenas registros dos acontecimentos.” (MIELNICZUK, 2005, p.2) que teriam como objetivo saciar uma demanda imediatista do público através da atualização constante de informações (de acordo com o fluxo de acontecimentos). Já a quarta fase – **o modelo multimédia** – estaria nos grandes portais como um segundo nível de produção jornalística: “muitos webjornais criam sessões especiais onde assuntos selecionados serão tratados com maior profundidade. [...] E é, especialmente, este tipo de abordagem que interessa, pois é nele que a narrativa jornalística tem seu espaço de desenvolvimento na web.”.

⁵ Palavras ou imagens que, quando clicadas, abrem outros conteúdos dentro da própria página virtual ou em uma nova janela.

Mielniczuk (2002) aponta a evolução do jornalismo na web através de três etapas. A jornalista concorda com as fases **Fac-simile** e **modelo adaptado** de Cabrera Gonzáles (2000), chamando-as de **transpositiva** e **metáfora**, respectivamente. Esta segunda é assim denominada porque, mesmo sendo ainda uma reprodução do jornal impresso, as páginas apresentam “[...] experiências na tentativa de explorar as características oferecidas pela rede.” (MIELNICZUK, 2002, p.4) .

Já as fases **modelo digital** e **modelo multimídia** são entendidas por Luciana Mielniczuk (2002) como uma única etapa: o **webjornalismo**. A pesquisadora o caracteriza pelo uso dos recursos disponibilizados pela internet (que serão citados no próximo item deste trabalho), incentivando o desenvolvimento de produtos jornalísticos específicos para a rede. Suzana Barbosa (2005) amplia este conceito, acrescentando o aprimoramento técnico e a escrita específica - através da utilização dos recursos já propostas por Mielniczuk - como fatores fundamentais para alcançar este estágio no jornalismo:

De um modo geral, caracteriza-se a terceira geração como uma fase de base tecnológica ampliada, acesso expandido por meio de conexões banda larga, proliferação de plataformas móveis, redação descentralizada, uso de bases de dados, adoção de sistemas que permitam a participação do usuário, produtos criados originalmente para veiculação no ciberespaço, conteúdos dinâmicos formatados em narrativas multimídia, e experimentação de novos elementos conceituais para organização da informação, assim como de novos gêneros. (BARBOSA, S., 2005, p.2)

Canavilhas (2006, p.2) reduz ainda mais os limites entre as progressões informacionais na web, estabelecendo apenas dois momentos - do **jornalismo online** e, concordando com a terminologia de Mielniczuk, do **webjornalismo/ciberjornalismo**. O pesquisador também estende os conceitos a jornais radiofônicos e televisivos na rede, que deixariam de ser reproduções das mídias tradicionais para se transformarem em veículos

multimidiáticos⁶, ou seja, com todas as formas de conteúdo possíveis: texto, som, imagens, vídeos, entre outros.

No primeiro caso, as publicações mantêm as características essenciais dos meios que lhes deram origem. No caso dos jornais, as versões online acrescentam a actualização constante, o hipertexto para ligações a notícias relacionadas e a possibilidade de comentar as notícias. No caso das rádios, a emissão está disponível online, são acrescentadas algumas notícias escritas e disponibilizam-se a programação e os contactos. As televisões têm também informação escrita, à qual são acrescentadas notícias em vídeo, a programação do canal e os contactos. Como se pode verificar, trata-se de uma simples transposição do modelo existente no eu ambiente tradicional para um novo suporte. Na fase a que chamamos webjornalismo/ ciberjornalismo, as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura. (CANAVILHAS, 2006, p.2).

A partir destes três autores, é possível perceber que o jornalismo foi moldado pelas características da rede até se transformar em um produto específico, que vigora hoje no sistema de comunicação digital. Canavilhas destaca que esta mudança também seria responsável por uma redefinição das mídias tradicionais aplicadas no ambiente *online*.

Uma vez compreendido o percurso até chegarmos no webjornalismo⁷, faz-se necessário compreender quais são as peculiaridades deste novo meio de comunicação e informação, responsável por romper ou reforçar padrões já consolidados pelo jornalismo anterior à internet. Antes, cabe ressaltar que, mesmo com uma gama de conhecimentos acerca das ferramentas da web e suas potencialidades para a área da comunicação, até hoje alguns veículos permanecem utilizando os primeiros modelos adotados no ciberespaço para a divulgação de notícias.

⁶ Reunião de formatos (textos, som, imagem e vídeos) em um único produto jornalístico.

⁷ Utilizaremos esta denominação para representar a fase mais atual do jornalismo na Rede Mundial de Computadores

2.2.CARACTERÍSTICAS NO JORNALISMO FEITO PARA WEB

Propomos uma análise de seis características⁸ propostas por Mielniczuk (2002), com o auxílio de citações de outros autores. Todos os pontos fazem parte do que se considera hoje como webjornalismo; portanto, devem ser apreendidos pelos profissionais que querem exercer um trabalho neste campo de atuação⁹.

2.2.1 Hipertextualidade

A estrutura da internet é baseada no conceito de hipertexto, termo inventado por Theodore Nelson para “[...] exprimir a idéia de escrita/leitura não linear em um sistema de informática”. (LÉVY, 1993, p.29). Eles representam pequenas partes de conteúdo que são conectadas de acordo com o interesse de cada usuário, que os acessa através de *links*.

O processo de ligação entre os conteúdos visa reproduzir o que acontece na mente humana, já que nosso pensamento não segue uma ordem direta, mas se faz através de associações. Como Lévy (1993, p. 72) destaca ao falar sobre os processos mentais que acontecem com o ser humano, “[...] dar sentido a um texto é o mesmo que ligá-lo, conectá-lo a outros textos, e portanto é o mesmo que construir um hipertexto”.

Para Mattoso (2003, p.29), esta formatação é ideal para o usuário, já que “Essa seleção de hipervínculos acaba poupando o internauta de uma árdua busca por determinado assunto que, em muitos casos leva o leitor à deriva, sem conseguir encontrar com exatidão a informação que almeja”. Para Moura (2002, p.37-38), o hipertexto tem como objetivo “[...]”

⁸ A ordem dos sub-itens foi definida a partir das características mais significativas no que diz respeito à web.

⁹ Existem pesquisadores que propõem outras características. Moisés Sbardelotto (2006) acrescenta a velocidade como um recurso que influencia o jornalismo feito para a rede. A formação de comunidades também deve ser levada em conta, “pois a busca pela fidelização do usuário passou a ser um dos objetivos intrínsecos aos sites para agregar audiência e, sobretudo, para enredar o usuário, reforçando nele o sentimento de pertencimento.” (BARBOSA, S., 2001, p.6). Com relação a estes casos, adotaremos o conceito **velocidade** como parte da **interatividade**, e a **fidelização do usuário** será entendida como uma das consequências da **personalização**.

encadear as informações num website de maneira clara para o internauta, que é um ser ativo.[...] Em vez de esbarrar numa grande massa de conteúdo em uma única página, desordenada e desestruturada, o hipertexto trabalha com a intuição do internauta”.

Com relação ao trabalho jornalístico, esta ferramenta possibilita diversas facilidades. A hipertextualização permite que o usuário escolha o que quer ler, ou seja, acessa os desdobramentos das notícias da forma que melhor lhe convém. Isto é uma forma de interatividade proposta pelo meio. Devido ao poder e à liberdade que o hipertexto concede ao internauta, este modelo também possibilita a personalização dos conteúdos, já que:

“O leitor torna-se co-autor da narrativa jornalística na medida em que, a partir de suas escolhas (dentre as possibilidades oferecidas pelo hipertexto), [o leitor] vai construir a sua narrativa individualizada, elegendo as células informativas que se apresentam como as mais importantes, de acordo com suas necessidades de obter informações” (MIELNICZUK, 2002, p.12).

A partir da participação do internauta na notícia, surge um sentimento de **jornalismo participativo**, quando o internauta se sente inserido no discurso informacional através das suas possibilidades de escolhas. Esta é uma das características que demonstram a distância dos meios de comunicação de massa em relação à internet. Enquanto as mídias tradicionais oferecem ao público uma informação padronizada, com pequenas chances de participação, na rede é possível escolher o que se quer ler e em que momento fazê-lo.

E ainda, diferente do jornal, rádio e tv, onde o usuário precisa escolher o veículo para receber informações, na web chega-se ao momento em que é “mais fácil ao internauta, primeiro decidir o que quer ver, que tipo de notícias está em busca, para então definir o site mais próprio para cumprir seu objetivo.” (PUCCININ, 2003, p.4). Este é um passo importante para o fim da soberania das empresas jornalísticas.

2.2.2 Interatividade

Existem teóricos¹⁰ que defendem a interatividade como um processo comunicacional compreendido unicamente entre pessoas. No caso da internet, este entendimento considera que somente a troca de e-mails, diálogos em fóruns, chats ou discussões *online* são atos interativos. Entretanto, para Mielniczuk (2002, p.6), esta característica também acontece de outras formas. A jornalista utiliza o termo “multi-interativo” para definir outras interações na web:

Diante de um computador conectado à Internet e acessando um produto jornalístico, o usuário estabelece relações: a) com a máquina; b) com a própria publicação, através do hipertexto; e c) com outras pessoas - seja autor ou outros leitores - através da máquina.

Pode-se dizer que a interatividade é uma das características que mais revolucionou o campo das comunicações na Rede. Barbosa, S. (2001, p.3) destaca que o jornalismo *online*¹¹, constituído por esta ferramenta, “[...] redefine os aspectos de produção, redação, edição e publicação da notícia, circulação, audiência, e a relação com os receptores.”. Estas mudanças podem ser evidenciadas pela forma como o conteúdo passou a ser disposto na rede, totalmente diferente do que já estava consolidado nos outros meios: “A narrativa interativa é constituída por um número de registros de banco de dados conectados de modo que mais de uma trajetória é possível.” (RIBAS, 2004, p.7).

Como já evidenciado na característica hipertextual da rede, a interatividade abre um caminho livre para o internauta *navegar* onde quiser. Esta mudança foi responsável pela

¹⁰ Como Bardoel e Deuze (2000) apud Mielniczuk (2002).

¹¹ Neste caso, o termo **jornalismo online** refere-se à produção e divulgação de notícias no momento em que se está acessando a internet.

quebra de um dos paradigmas consagrado em todos os outros meios de comunicação: a relação emissor – receptor. Se antes tínhamos uma comunicação unilateral, onde um grupo de pessoas emitia uma mensagem única para muitos, com a web, todos podem enviar mensagens para todos, desde que eles tenham alguma interatividade com o meio.

“Para alguns dos teóricos que têm se detido sobre o tema, a principal característica que diferencia um meio como a internet dos meios de comunicação de massa é a dispersão da emissão, o fato de passar de uma relação comunicativa de um para um, como o telefone, e de um para todos, como a televisão ou o rádio, para uma situação de comunicação em que todos podem, ao menos em potencial, comunicar para todos. [...] A rede, assim, permite uma circularidade de papéis em que qualquer receptor pode tornar-se emissor e provedor de informação, produzindo-a e distribuindo-a por rede, ou simplesmente repassando informações produzidas por outro”. (ALDÉ & CHAGAS, 2005, p.4).

2.2.3 Personalização

Existem dois tipos de personalização na web. Um deles é definido pelas escolhas hipertextuais que, segundo Mielniczuk (2002, p.6), levam cada leitor a um **percurso individualizado de leitura**. Por conta das escolhas pessoais, “[...]dois leitores ao navegar pelo mesmo hipertexto, ao final, terão lido textos distintos.”. A pesquisadora também utiliza as expressões **customização do conteúdo** e **indivualização** para exemplificar um outro tipo de personalização, que “[...] consiste na existência de produtos jornalísticos configurados de acordo com os interesses individuais do usuário.” (MIELNICZUK, 2002, p.6).

Beatriz Ribas utiliza as denominações **personalizada**, **individualizada** ou **customizada** para representar o mesmo tipo de informação proposto na segunda análise de Mielniczuk, informação esta oferecida de diversas maneiras para o internauta, com suporte de ferramentas virtuais:

[...] configurando páginas de acordo com seus interesses para a cada acesso obter informações atualizadas referentes aos temas previamente escolhidos; indicando preferências por hierarquia de dados, formatos de apresentação visual, cores, tipos e tamanhos de fontes; recebendo por e-mail notícias sobre assuntos anteriormente indicados como sendo de seu interesse. (RIBAS, 2004, p.5)

A pesquisadora evidencia um dado importante em sua análise: “As informações personalizadas podem aproximar cada vez mais o leitor do veículo, criando uma relação de fidelização” (RIBAS, 2004, p.10). Isto porque, quanto mais o emissor se aproximar do público e oferecer diferenciais em seu trabalho, mais internautas terão vontade de conhecer seu trabalho e até mesmo acompanhá-lo. E conquistar visibilidade e público é o objetivo maior de quem produz conteúdos para a rede, já que a concorrência é inumerável.

É importante ressaltar que a personalização também deve fazer parte na elaboração dos conteúdos. Leonardo Moura cita características importantes: texto coloquial, uso de ordem direta nas frases, precisão de informações, concisão, contextualização e atualização constante da página. “É preciso ter em mente que o leitor do veículo virtual é apressado e, se não temos um bom lide e uma boa amarração de idéias para dar continuidade até finalizar a reportagem de uma notícia [...] perdemos o freguês, que vai clicar em outro link e vai embora” (MOURA, 2002, p.55).

2.2.4 Memória

A memória está diretamente ligada ao grande volume de informações a disposição dos internautas na atualidade. A web criou um imenso banco de dados que, por ser fragmentado através dos hipertextos, promove uma rápida localização dos mais diversos

dados na rede. Para o jornalismo, Luciana Mielniczuk aponta o fato de que este acúmulo de material é uma forma quase gratuita de se manter um arquivo histórico.

Sob o ponto de vista do leitor, João Canavilhas acrescenta que o recurso vale como um norteador de assuntos, já que, com auxílio de hiperligações, é possível reunir e disponibilizar informações que se relacionam ao assunto principal:

[...] a memória representa muito mais do que o simples arquivo e é uma questão fundamental num jornalismo onde o espaço que a notícia ocupa não é um bem escasso. A possibilidade de ligar uma nova notícia aos seus antecedentes permite o enriquecimento do jornalismo graças à contextualização dos fenómenos. (CANAVILHAS, 2006, p.5).

Mas não só as informações já divulgadas fazem parte desta constituição da memória. Os desdobramentos das notícias, que podem ser acompanhados em tempo real (em alguns casos), são os principais alimentadores do banco de dados que se estende a cada dia na rede. Canavilhas (2006, p.3) reconhece que “Mais do que uma contextualização, [o hipertexto] serve para sinalizar o percurso de um acontecimento.”, e vai possibilitar a construção da narrativa completa acerca dos fatos. Esta relação entre passado e presente permite “ao leitor maior chance de análise e de conhecimento sobre determinado assunto ou fato” (BARBOSA, S., 2001, p.6).

Vale ressaltar que esta possibilidade oferecida pela memória da rede só deve ser utilizada para informações essenciais na cobertura dos fatos. Ribas (2004, p.10) alerta que “A web tem espaço ilimitado, mas os leitores têm atenção limitada”. O excesso pode fazer com que o usuário se perca nos meandros das notícias.

2.2.5 Instantaneidade

O conceito de instantaneidade já era utilizado na rádio e na televisão. Como

relembra Mielniczuk (2005, p.7), nestas mídias o termo correspondia apenas “à difusão do material jornalístico”, ao vivo, sendo que cada intervenção do jornalista não precisaria estar necessariamente ligada à última. Mas na internet esta característica ganha um novo contorno e assume um caráter cumulativo, já que a rede exige fundamentalmente que se dê continuidade ao que foi divulgado anteriormente. Até porque é este acompanhamento de cada novidade do fato que vai resultar na apuração completa da notícia.

2.2.6 Multimídia

A última característica a ser analisada neste trabalho corresponde a que mais se relaciona com o jornalismo em si: a possibilidade de reunir todas as mídias num só suporte. Por muito tempo, as mídias tradicionais trabalharam numa redoma, cada uma com seus meios de produção e divulgação independentes. Com a internet, esta separação foi diluída e está cada vez mais se transformando numa aproximação entre os formatos.

A multimídia é a **convergência** entre imagem, texto e som em um mesmo produto jornalístico. Para Sbardelotto (2006, p.86), o recurso também é uma forma de interação com a notícia, dando ao usuário a impressão de que ele também produz conteúdos por causa de suas escolhas. Por isso, segundo ele, o jornalista precisa ser criterioso na adoção destas ferramentas, proporcionando uma complementariedade da notícia, nunca uma redundância, para não comprometer o valor do material:

Se de um lado acreditamos poder oferecer um produto mais elaborado e mais ricamente ilustrado no sentido amplo da palavra, tomando o fato de dispor de vídeo, áudio e gráficos, agregados ao texto da notícia, e se isso é, na realidade, eficazmente útil a quem dele se utiliza, por outro lado, toda essa nova infra-estrutura que serve à qualificação da notícia, pode não resultar exatamente num jornalismo de mais qualidade. (PUCCININ, 2003, p.2).

Devido à seu caráter aglutinador, pode-se dizer que a multimídia foi uma das características que desestruturou um dos principais pilares do jornalismo convencional: a pirâmide invertida. Isto porque, “Ao contrário do que acontece na Pirâmide Invertida, onde o mais importante está no topo, aqui o mais importante está lado a lado (ocupando um espaço tridimensional e nem sempre visível na tela) com outras informações.” (MIELNICZUK, 2005, p. 11).

A título de contextualização, é preciso fazer uma breve recordação de como foi constituído este padrão de notícias. O sistema foi adotado durante a Guerra da Secessão norte-americana, porque os jornalistas não conseguiam enviar seus textos completos por telégrafo devido ao grande fluxo de informações. Por isso, estabeleceram um rodízio em que cada um poderia emitir um parágrafo por vez, o que obrigava-os a colocar os fatos mais importantes em primeiro lugar (MIELNICZUK, 2005). Desta forma, entende-se que o formato foi desenvolvido por causa de problemas técnicos, e não como peculiaridade do jornalismo.

Existem explicações sobre os motivos de o modelo ser adotado até hoje em algumas mídias. Para a pesquisadora, “[...] além de despertar de imediato a atenção do leitor, satisfaz de forma mais rápida suas necessidades já que as informações essenciais encontram-se logo no início do texto. Havendo maior interesse pelo fato, o leitor prossegue a leitura.” (MIELNICZUK, 2005, p.9).

Entretanto, segundo ela, a internet faz com que o jornalista não seja mais o único a decidir o que deve ser considerado o mais importante no fato jornalístico. Utilizando os hipertextos, o usuário vai selecionar o que quer saber. Cabe ao autor da notícia para a rede fazer um texto introdutório com o essencial do fato e separar as informações de forma a facilitar esta decisão do usuário.

2.3 ADOÇÃO DO WEBJORNALISMO

Após demonstrar fases e novas características incorporadas ao jornalismo feito para a rede, é indiscutível constatar que a profissão também foi influenciada pelos aprimoramentos tecnológicos da internet. Este processo demandou tempo que, embora curto, obrigou jornalistas a se adaptarem à nova tecnologia no exercício do seu trabalho diário. Para se chegar ao estágio que hoje chamamos de webjornalismo, os profissionais da área precisaram compreender o uso de suas ferramentas e experimentá-las nas rotinas produtivas já consolidadas por outros meios de comunicação.

Gradativamente, a nova mídia¹² foi sendo assimilada pelos veículos jornalísticos. Num primeiro momento, que podemos relacionar com à fase de **jornalismo online** proposta por Canavilhas (2006, p.2), as empresas utilizaram o ciberespaço para fazer um **jornalismo assistido por computador**, “que permite o uso dos conteúdos das redes nos meios convencionais sem alterações essenciais no conjunto das práticas de todos profissionais dentro das redações” (GONÇALVES, 2002, p.4). Ou seja, já eram usadas algumas informações disponibilizadas na internet, só que elas ainda não concentravam uma grande atenção dos jornalistas, e muito menos influenciavam as etapas da produção jornalística.

Entretanto, com o desenvolvimento do webjornalismo, a internet passou a ser utilizada em diversas etapas de trabalho, desde a apuração até a distribuição do produto final. Elias Machado Gonçalves explica esta apropriação de usos das redes telemáticas¹³ pelos profissionais de comunicação através de dois olhares:

[...] a) as redes são uma espécie de ferramenta para nutrir os jornalistas das organizações convencionais com conteúdos complementares aos coletados pelos métodos tradicionais e b) as redes são um ambiente diferenciado com capacidade de

¹² Nesta pesquisa, vamos considerar a internet uma nova mídia tendo em vista o papel que ela assume na divulgação de informações, tal como os meios de comunicação tradicionais (impresso, rádio e TV).

¹³ Redes de comunicação à distância, mediadas por computador.

fundar uma modalidade distinta de jornalismo, em que todas as etapas do sistema de produção de conteúdos jornalísticos permanece circunscrita aos limites do ciberespaço. (GONÇALVES, 2002, p.1)

O ambiente diferenciado sugerido pelo pesquisador é determinado pela incorporação das ferramentas criadas pela rede que, além de modificar as rotinas de trabalho, propiciaram uma formatação inovadora ao conteúdo jornalístico na web em relação aos outros meios de comunicação. Luciana Mielniczuk (2005, p.14) define três características básicas que determinam a narrativa jornalística na web:

- a) fragmentada, na medida em que é proposta em hipertexto;
- b) individualizada ou personalizada, por ser fruto da construção particularizada de cada leitor;
- c) efêmera, por ser circunstancial e dificilmente reconstruída exatamente da mesma forma por leitores diferentes ou até mesmo pelo mesmo leitor em momentos distintos. (MIELNICZUK, 2005, p.14).

Mesmo com a definição das características que devem ser adotadas na produção informativa para a rede, nota-se ainda a existência de narrativas que não contemplam estes fatores, mas ainda são adotadas em alguns veículos de comunicação. Pavlik (2001) e Mielniczuk (2003) apud Ribas (2004) propõem três formas diferentes, sendo que somente a última corresponde ao que se espera de um conteúdo ideal para a web. A divisão obedece as fases propostas por Mielniczuk (2005): **transpositiva (narrativa linear)**; **metáfora (narrativa hipertextual básico)** e **webjornalismo (hipertextual avançado)**.

O primeiro tipo de narrativa – a **linear** - representaria os conteúdos que acompanharam a primeira fase do jornalismo na rede, formado unicamente pela transposição das produções tradicionais. “A narrativa oferecida ao usuário tem começo, meio e fim, facilmente identificáveis e não dá opções de escolha linkadas sobre um mesmo assunto.” (RIBAS, 2004, p.8), devido a sua pouca exploração dos recursos interativos.

Já o **hipertextual básico** é o tipo de narrativa “identificado quando o link passa a ser apropriado como uma maneira de organizar as informações dentro da publicação e a referência do jornal em papel configura a metáfora dos produtos na web.” (RIBAS, 2004, p.9). Neste caso, as hiperligações funcionam para acrescentar dados aos textos e também como forma de interatividade, através de enquetes ou chats, mesmo que de forma acanhada.

Segundo Ribas, o último conceito – a **narrativa hipertextual avançada** - ainda não é vislumbrada em toda a sua totalidade. Características como a utilização de *links* na formatação de matérias e interatividade através de chats, enquetes e comentários (que podem ser lidos e enviados pelos usuários) já são encontradas em algumas páginas virtuais. A utilização plena dos bancos de dados, tanto para arquivar como para produzir conteúdos, também já é visível. Entretanto, a multimídia precisaria ser parte do conteúdo principal, em vez de ser somente uma ferramenta para incluir informações adicionais em relação ao texto escrito.

Mesmo com potencialidades que já foram idealizadas, mas ainda não desenvolvidas plenamente na rede, é fundamental dizer que, de alguma forma, o webjornalismo se consolidou na internet.

Temos agora todas as mídias juntas, quais sejam, TV, rádio e jornal associadas ainda à instantaneidade e o fim do deadline convencional; a interatividade em sua máxima potencialidade, promovendo o surgimento do novo paradigma comunicacional que, de massa (um para todos) passa a ser segmentado e interativo (um para um) dando reais possibilidades de construção ativa da informação pelo usuário; e a hipertextualidade explorando o fim dos limites de tempo e espaço ao qual estão submetidas as mídias convencionais, agregando por essa razão - pelo menos em tese - mais quantidade e sobretudo qualidade à notícia. (PUCCININ, 2003, p.1)

Entretanto, mesmo cientes desta nova forma de se fazer jornalismo, é inegável que alguns pontos precisam ser melhor definidos ou mesmo modificados. As transformações e facilidades que a Rede Mundial de Computadores proporcionou para a sociedade também são

responsáveis pelo surgimento de problemas estruturais, comunicacionais e culturais, que se constituem como aspectos a serem corrigidos. Alguns deles serão evidenciados a seguir.

2.4 DESAFIOS DO WEBJORNALISMO

Não é foco deste trabalho esmiuçar o que é obscuro ou se mostra incorreto nos campos da comunicação *online*. Porém, devido à abordagem de todas as inovações advindas da internet e como elas transformavam a ciência que, teoricamente, havia se consolidado nas mídias tradicionais, faz-se necessário demonstrar outros problemas diagnosticados entre os teóricos pesquisados.

Sem dúvida, um dos principais desafios é como trabalhar com a velocidade sem perder o padrão de qualidade jornalístico. Este aspecto não foi uma característica analisada neste trabalho, porque depende de diversos fatores técnicos, inclusive a forma de conexão entre o computador e a rede. Mas ela pode ser entendida como parte da **instantaneidade** do meio digital, no sentido em que você pode divulgar informações ao mesmo tempo em que ocorre o fato ou se realiza a apuração.

Esta nova possibilidade oferecida pelo meio mudou as rotinas nas redações. Surgiram veículos que adotaram a velocidade como motor de produção (adotando modelos como o **Últimas Notícias**) e a atualização constante de conteúdo nestas páginas se tornou sinônimo de eficiência no webjornalismo. Contudo, até que ponto o jornalista pode ir na busca e divulgação da informação mais nova, que nas mídias tradicionais é chamado de **furo jornalístico**?

Para Puccinin (2003, p.6), “[...] a instantaneidade exigida pela rede tirou os jornalistas do seu verdadeiro objetivo que é a busca da informação bem apurada. Vítimas da busca quase obsessiva da atualização contínua, a meta final se desvia do caminho[...]”. Soster concorda com esta idéia, mostrando que o fator **tempo** passa a ser cada vez mais valorizado, em detrimento de outras rotinas produtivas:

“Equivale a dizer que a informação de natureza jornalística, até há pouco elemento de primeira importância, gradativamente passa a ceder espaço para a velocidade fazendo com que esta gradativamente vá deixando de lado suas nuances de ordem tecnológica e passe a adquirir valor conceitual, portanto, de contornos técnicos (SOSTER, 2004, p.2).

A necessidade de publicar a informação em primeira mão prejudica substancialmente a apuração jornalística, que perde em verificação rigorosa dos fatos. Por conta disso, a possibilidade de erro na divulgação é maior¹⁴. Demétrio Soster destaca que a imprecisão das informações está ligada ao aumento da velocidade como os materiais são produzidos, já que, quanto mais rapidez, mais erros podem ser cometidos. Como exemplo, ele divulga um exemplo interessante sobre este fato, com base em uma pesquisa

[...] realizada entre os dias 02 e 07 de outubro de 2002, quando do primeiro turno das eleições presidenciais brasileiras no link UOL Eleições 2002, do site www.uol.com.br. A tabulação dos dados permitiu localizar 1.392 erros em um universo de 468 matérias analisadas, a maior parte deles nos locais onde as informações são atualizadas constantemente. (SOSTER, 2004, p.13).

É conclusivo entender que a velocidade abala a credibilidade da nova mídia e também incentiva um excesso de informações, erradas ou não. O pesquisador cita que, em muitos webjornais, prioriza-se mais a quantidade que a qualidade dos fatos. E a continuidade que a característica **memória** propõe ao webjornalismo através do hipertexto também não é

¹⁴ É cabível estender os erros decorrentes da pressa em informar os desvios de linguagem e problemas gramaticais.

verificada: “[...] percebe-se que a velocidade da atualização, ao contrário do que se imagina, não traz continuamente novas informações.” (PUCCININ, 2003, p.5). Isto acarreta fragmentação dos fatos, que podem ser entendidos de forma ineficiente sem as devidas conexões. “A informação transmitida ao vivo exige mais responsabilidade e articulação do jornalista.” (LOPEZ, 2006, p.9).

Na utilização de recursos multimídia, o webjornalismo também encontra problemas. Canavilhas (2006, p.3) aponta **constrangimentos** que esta característica promove neste tipo de conteúdo, tanto no campo da recepção quanto da emissão de informações. No primeiro caso, trata-se das deficiências tecnológicas de acesso, que muitas vezes não permitem a visualização de todo o aparato multimidiático que compõem as notícias nos sites. É frustrante não poder ter acesso a todas as informações disponibilizadas. Além disso, o internauta precisa ter conhecimentos técnicos para compreender a forma como acontece a nova convergência de formatos. “A introdução de uma nova linguagem implica o domínio de novas competências narrativas, linguísticas, iconográficas e estéticas o que, provavelmente, vai levar algum tempo” (CANAVILHAS, 2006, p.4).

Os outros dois pontos têm foco na emissão. Para o jornalista, não basta querer disponibilizar todos os meios informativos possíveis em uma página. É preciso de um suporte que permita o bom funcionamento de cada um dos elementos (principalmente com relação a vídeos) e este fator requer financiamento. Ele ainda salienta como constrangimento do emissor a necessidade de investigação desta área por parte dos profissionais, ou seja, o desenvolvimento de produtos essencialmente multimidiáticos, para compreender a real dimensão deste novo estágio do jornalismo.

A falta de uma regulamentação eficiente para a web não chega a ser um problema para o webjornalismo, mas é um aspecto que deve ser levado em conta. Sabe-se que muitos crimes são cometidos na rede, e sobre este aspecto a cópia de material não-autorizado, a

divulgação de arquivos íntimos e até mesmo insultos pessoais rondam o trabalho dos jornalistas. Moraes (2001, p.75) explica que “Uma das pedras angulares da Internet reside no fato de constituir uma esfera pública não-sujeita a regulamentações externas”, daí sua liberdade em termos de leis jurídicas. Segundo ele, não devem haver restrições, porque “A ausência de ditames governamentais representa pressuposto essencial para a Internet consolidar-se como canal de informações e idéias, em moldes interativos e descentralizados” (MORAES, 2001, p.86). Mesmo assim, é importante estar atento as atitudes tomadas dentro da web no fazer jornalístico, bem como entender que os internautas são, teoricamente, livres para se expressar como quiser.

Estes foram alguns dos pontos problemáticos que ainda devem ser enfrentados pelos profissionais da comunicação no jornalismo voltado para a Rede. Algumas páginas, em especial, possuem desafios ainda mais complexos: os blogs, que podem veicular opiniões pessoais, pontos de vista sobre acontecimentos e informações de todas as espécies.

Eles são responsáveis por uma nova forma de comunicação que cresce a cada dia, independente das adversidades. Hewitt (2007, p.98) a caracteriza como “[...] a mais revolucionária de todas as tecnologias de transmissão, pela qual o texto podia viajar: fácil de usar, praticamente gratuita e sem controle de entrada ou disseminação”. O segundo capítulo desta monografia é dedicado para a discussão do fenômeno dos **blogs**.

3 BLOGS: NOVO MEIO PARA O JORNALISMO

As novas tecnologias incorporadas à internet possibilitaram à comunicação e, em especial, ao jornalismo, uma extensão no campo de atuação, que seguiu diversas tendências. Inicialmente, houve uma apropriação de páginas virtuais padrão, os *sites*; logo depois, grandes empresas jornalísticas desenvolveram **portais**, “[...] a solução mais prática e fácil de ser aplicada para reunir em uma só página a maior quantidade de informação possível para satisfazer o internauta de maneira mais rápida.” (MOURA, 2002, p.31). Mas toda esta abrangência dos megaportais foi propulsor de um efeito inverso: em vez de tentar englobar todas as informações disponíveis, jornalistas optaram por trabalhar em um determinado tipo de conteúdo, independente do foco informativo, interpretativo e/ou opinativo.

Para este tipo de serviço, páginas simples como os **blogs** se adaptaram perfeitamente. Além das vantagens e simplificações técnicas, o modelo estava sendo popularmente aceito pelos usuários da web, se firmando como um meio de experimentação para novas formas de comunicação. É necessário frisar que os blogs não surgiram com o intuito de serem veículos de informações jornalísticas, mas assumiram a função devido a uma série de fatores que serão abordados ao logo deste capítulo.

3.1 O INÍCIO

A primeira vez que se utilizou o termo *weblog* foi em 1997, embora teóricos defendam que desde o início da internet já havia *sites* que seguiam a mesma linha de forma e conteúdo. O vocábulo, incluído por John Barger na denominação de sua página virtual, a

Robot Wisdom Weblog¹⁵ (SOARES, 2003), foi formado a partir da junção dos termos web (rede) e *logbook* (diário de bordo) que, simplificado, passou a ser **blog**.

Assim como o *site* de John Barger, as primeiras páginas a adotarem o formato obedeciam o estilo de diários pessoais, escritos por internautas que publicavam idéias e informações, íntimas ou não¹⁶. André Lemos (2002, *online*) apud Soares (2003, p.2) caracteriza este modelo como “formas contemporâneas de escrita online, onde usuários comuns escrevem sobre suas vidas privadas, sobre suas áreas de interesse pessoais ou sobre outros aspectos da cultura contemporânea”.

Até o fim dos anos 1990, poucos *sites* seguiram o padrão **blog**, já que para manter estes diários era preciso ter conhecimentos em linguagem de programação da web, e somente um pequeno grupo de internautas dominavam o campo. Mas a partir de 2000, com o surgimento de *sites* que facilitaram a criação e manutenção destas páginas, o aumento do número de blogs foi incontrolável. “De uma maneira sutil, a Internet viu-se tomada por milhares de páginas pessoais, em diferentes línguas, reportando diferentes realidades, testemunhando para a posteridade.” (SOARES, 2003, p.3).

São muitos os motivos que levaram à popularização dos blogs, que “pegou carona” com o grande sucesso da internet. O primeiro deles é o fato de que, se antes os internautas eram somente receptores de informações tanto na web quanto nos meios de comunicação tradicionais (com raras exceções), eles agora poderiam também ser emissores de conteúdos, tanto como autores de informações próprias (como blogueiros¹⁷) quanto como comentaristas do que já foi escrito por outros internautas. A possibilidade de expressar suas idéias em um campo onde diversas pessoas tinham acesso era a chance de fazer valer sua voz

¹⁵ <http://www.robotwisdom.com/>. De acordo com a biblioteca virtual Wikipedia, o blog é considerado polêmico, por ter como uma das temáticas principais acusações anti-semitas.

¹⁶ Hewitt (2007, p.9) atenta para o fato de que um blog pode ser escrito por diversas pessoas, embora seja raro encontrar algum deles com mais de três autores.

¹⁷ Pessoas que administram um blog.

como cidadão e de se integrar na grande rede que estava sendo formada, como destaca Leonardo Moura:

[...] maior é o número de pessoas com acesso a computadores, maior é a necessidade de se estabelecer comunicação entre indivíduos de todo o mundo, maior é a vontade pessoal de cada um de se integrar em um determinado patamar de consumo e de articulação cultural. (MOURA, 2002, p.14-15),

De alguma forma, as pessoas que se aventuram neste modelo buscaram sair do anonimato imposto pela *massa* uniforme dos séculos XIX e XX para ter a chance de expressar seus preceitos, posturas e o que mais quisesse, procurando o seu lugar no mundo globalizado através da conexão ilimitada desta Rede Mundial. Levando também em conta que a falta de restrições legais na internet permite que (quase) todos os tipos de conteúdo sejam disponibilizados, o que promove uma argumentação aberta sobre qualquer assunto¹⁸. Como definiu Rodrigues (2006, p.5), “Todas as possibilidades permitidas pelos blogs parecem colocar-nos perante um alargamento do espaço público. Vozes e olhares sobre a realidade envolvente encontram assim uma nova forma de se afirmarem.”.

Outro fator que impulsionou a popularização dos blogs foi a fragmentação de conteúdos, que proporcionou a formação de grupos virtuais. Devido às páginas terem conteúdos específicos (como cinema, jornalismo, educação etc.), os internautas vão procurar *sites* que tratam dos seus assuntos de interesse. Como diários pessoais, por exemplo, eles formam uma cadeia de amigos *online* que acessam a página para conhecer as vivências do autor e darem sua opinião acerca do que foi está publicado. Blogs temáticos, que abordam temas específicos, atraem internautas pela discussão do assunto proposta a cada *post*¹⁹.

Além de ter acesso aos conteúdos do blog, os visitantes também podem fazer

¹⁸ Este assunto foi abordado no Capítulo 1 deste trabalho.

¹⁹ Publicação de conteúdo. Cada vez que o autor disponibiliza informação é considerado um *post*.

comentários²⁰ e interagir com o administrador do domínio. Esta é uma das grandes vantagens deste modelo de comunicação, porque, enquanto na mídia tradicional, mesmo podendo escolher os produtos de acordo com seus gostos, a sociedade não tem canais regulares de se relacionar com os emissores, nos blogs o público responde diretamente ao autor o que achou do que foi publicado, propõe novas abordagens ou mesmo escreve comentários que não tenham nada a ver com o assunto. De acordo com Lévy (1993, p.66), “Com os groupwares, o debate se dirige para a construção progressiva de uma rede de argumentação e documentação que está sempre presente aos olhos da comunidade, podendo ser manipulada a qualquer momento.”.

Nem todos os grupos se caracterizam por uma concordância de opiniões, já que pessoas de diferentes pensamentos podem participar de qualquer discussão na blogosfera²¹. Como evidenciam Aldé e Chagas (2005, p.10), existem blogs que “[...] prezam pela polêmica e valorizam a discordância de opiniões. Publicizam o fato de se exporem ali sem se preocupar com as preferências alheias, e até demandam que os leitores se expressem.”. O espaço aberto para que todos divulguem informações é o principal responsável pelo caráter de fragmentação de conteúdos²², já que cada um acrescenta um ponto de vista individual sobre o assunto, formando discursos com muitos enfoques.

Por fim, um terceiro fator que motivou a popularização dos blogs foi a facilidade em escrever e arquivar textos que poderiam ser lidos por qualquer pessoa conectada à rede. Se as ferramentas para o uso das páginas fossem complexas, por mais que as pessoas quisessem, a divulgação de idéias seriam limitadas ou até impedidas.

O processo de inclusão de mensagens é simples: o blogueiro “entra” no *site* onde sua página está hospedada. Lá, ele encontra ferramentas e um espaço onde “posta”, ou seja,

²⁰ Esta possibilidade de interação será analisada mais adiante.

²¹ Campo da web que concentra todos os blogs do mundo.

²² Também é perceptível a fragmentação de interesses, porque os internautas se subdividem em grupos que compartilham as mesmas informações, formados através de suas escolhas pessoais.

disponibiliza o conteúdo desejado (que pode ser textos, imagens, sons, *links* para outros *sites* etc.). Ao terminar, ele publica a mensagem, que é inserida no blog e pode ser lida por qualquer internauta que acesse o domínio. Estes podem comentar clicando em um *link* localizado próximo a mensagem. Na nova janela aberta, além do espaço para identificação e texto, estarão visíveis os comentários já deixados por outros visitantes.

Por todos estes pontos, percebe-se que os blogs se tornaram “[...] instrumentos privilegiados de inteligência coletiva [...]”, responsáveis por “[...] fomentar uma ética por interações, assentada em princípios de diálogos, de cooperação, de negociação e de participação.” (MORAES, 2001, p.68). Ao conceito de **groupware**²³ proposto por Pierre Lévy, acrescenta-se que é “[...] uma espécie de lenta escrita coletiva, dessincronizada, desdramatizada, expandida, como se crescesse por conta própria [...], sempre disponível, ordenada e objetivada sobre a tela” (LÉVY, 1993, p.66).

Especificamente, os blogs jornalísticos podem ser entendidos como “boletins de comentário e eventos freqüentemente atualizados e fornecendo links para outros *sites* e grandes notícias.” (HEWITT, 2007, p.98-99). Esta formatação e todo o processo que acontece dentro destas páginas pode ser entendido e esmiuçado através de suas características.

3.2 CARACTERÍSTICAS

Começaremos por classificar alguns tipos de blogs, embora um mesmo *site* possa

²³ No caso dos blogs, *groupware* pode ser entendido como todos os participantes do processo de emissão de conteúdo, ou seja, os autores e os visitantes que deixam comentários.

englobar todos os tipos aqui propostos, já que as características não são excludentes. Com relação à forma como disponibilizam conteúdos, existem **blogs agregadores**, que priorizam o processo hipertextual, propondo assuntos e disponibilizado uma série de links relacionados para que o internauta procure outras informações, e **blogs analistas**, onde o (s) autor (es) publica(m) conteúdos mais aprofundados (HEWITT, 2007, p.11). Este último padrão se subdivide em diversos outros tipos de páginas de acordo com a sua forma de , como o formato **diário pessoal**, já descrito anteriormente neste capítulo, o **opinativo**, analisando informações de caráter diverso, e o **informativo**, produzindo conteúdos noticiosos.

Independente de sua abordagem e conteúdo, os blogs são *sites* que possuem características específicas. Geralmente, são páginas que se apresentam divididas entre duas colunas: uma para *links* (que ordenam o arquivo interno e indicam outros domínios, estes últimos inseridos pelo blogueiro) e outra maior para os *posts*, que são disponibilizados por ordem de atualização. Em cada *post*, pode haver palavras que funcionem como hipertexto, que podem assumir diversas funções. As mais comuns são conectar o internauta a outras páginas e permitir que ele deixe seu comentário ou leia os que já foram inseridos²⁴.

A mensagem mais recente permanece na parte superior da tela. Os conteúdos são visualizados na primeira página até que o sistema os envie para o banco de dados, que também são disponibilizados pela ordenação decrescente. Este processo é definido pelo administrador do blog em relação ao tempo que ele quer deixar os conteúdos mais recentes à mostra ou renovar a página principal.

Podemos ressaltar, ainda, características fundamentais desta página, absorvidas das potencialidades da web, enumeradas no primeiro capítulo desta monografia. O hipertexto, utilizado na ferramenta de comentários, também pode ser utilizado para promover maior

²⁴ A ferramenta de comentários não é uma ferramenta padrão dos blogs, já que o administrador pode optar por não oferecê-la. Além disso, existem *sites* que permitem a mesma participação dos usuários sem serem blogs.

interatividade entre autor e público do blog²⁵, através de um link para estabelecer contato por e-mail. Essa interatividade, aliada à liberdade de expressão da rede e à possibilidade de não-identificação pessoal ao publicar conteúdos, faz com que os blogs sejam um território livre para se exprimir o que, como e quando quiser²⁶. Desta forma, “[...] o receptor deixa de ser passivo face aos conteúdos [...]” (RODRIGUES, 2006, p.24), mesmo fazendo um comentário que não seja necessariamente ligado ao assunto do post (e também nem sempre educado ou tampouco coerente).

São *sites* que seguem o princípio da instantaneidade, já que o público tem acesso aos *posts* logo após a sua publicação, assim como os comentários ficam rapidamente visíveis na página. Este princípio também determina a atualização constante, que também é determinada pelo espaço ilimitado para inclusão de conteúdos. O acúmulo de mensagens fica reunido em um banco de dados permanentemente disponível para acesso, princípio que determina a memória da página (e fomenta também a memória da web).

Com relação à personalização de conteúdos, é consenso entre a maior parte dos blogs obedecer o formato de textos curtos, que proporcionam uma melhor estrutura de leitura para o usuário. Já a personalização individual de cada página é apresentada no layout e tipo de conteúdo que é oferecido pelo blogueiro, de acordo com o que ele pensa ser agradável a seu público. Esta característica também se relaciona à multimídia, devido à inserção de sons e imagens nos *posts*, seja para complementar o texto e fornecer mais informações para o visitante ou para mostrar gostos e preferências do autor²⁷.

Pode-se destacar, ainda, outro ponto diferencial dos blogs. Por não ter qualquer tipo de censura, regulamentação, hierarquia ou “força superior”, eles assumem a identidade do

²⁵ Outras formas de aproximação podem ser feitas com a disponibilização de fotos e informações sobre o autor dentro do blog.

²⁶ Problemas acerca deste ponto serão tratados mais à frente deste trabalho.

²⁷ Esta característica fica um pouco limitada na blogosfera, já que a estrutura dos blogs é simplificada. Além disso, problemas de ordem técnica, como a velocidade das conexões e o suporte à Internet influenciam o acesso aos recursos multimídia.

autor. Ele é o gestor e responsável pela informação que está publicada e tem total direito de fazê-la como lhe convém. É ele quem determina fluxo, tipo e abordagem de informações. Quando procuram os blogs, os internautas sabem que vão encontrar nestas páginas conteúdos de identificação com o seu administrador.

Por todos esses fatores, alguns setores da sociedade não puderam resistir ao blogs²⁸. Ao mesmo tempo em que os diários *online* cresciam na rede, outras áreas perceberam que podiam usar o modelo para divulgar ideologias, informações e o que mais pudesse ser de interesse público. Já no início do século XXI, era perceptível a mudança deste caráter dos blogs: “[...] felizmente, a idéia de que eles são ‘diário na rede’ já está sendo ultrapassada. Diferente dos diários de papel, a maior parte dos blogs é escrita para informar e não apenas como forma de desabafo pessoal” (MONTEIRO, 2002). O campo da informação em blogs jornalístico é o assunto que será abordado no próximo tópico deste trabalho.

3.3 JORNALISMO EM BLOGS

A partir de 2000, o número de blogs passou a crescer rapidamente, fato já mencionado neste trabalho. Mas a audiência destes veículos foi sendo conquistada gradativamente. Os visitantes dos blogs que adotavam o modelo **diário pessoal**, por exemplo, são pessoas que conhecem o autor ou curiosos na busca de histórias e idéias alheias. Neste estilo, poucas são as páginas com grande visibilidade, salvo aquelas mantidas por pessoas

²⁸ Catarina Rodrigues (2006) cita, por exemplo, os blogs políticos, educativos, religiosos, culturais e de organizações.

famosas²⁹.

A importância dos blogs cresceu a partir do momento em que passaram a divulgar informações de interesse público. “Os blogs chamaram atenção pela primeira vez quando invadiram com pompa e circunstância a seara da política e do jornalismo.” (HEWITT, 2007, p.9). A política, por ser um assunto polêmico e ligado a ideologias; já o jornalismo foi motivado, principalmente, pelos internautas que buscam informações atualizadas e diferenciadas, dois fatores que caracterizam as notícias na web.

Eventos concretos comprovam a citação de Hewitt. Acontecimentos mundiais como o atentado de 11 de setembro, nos EUA, em 2001, e a onda gigante *tsunami* na Ásia, em 2004, foram responsáveis por mostrar a força e o potencial dos blogs como ferramentas de informação rápida e precisa, se bem utilizadas pelos seus administradores. Nos Estados Unidos, o escândalo entre o ex-presidente Bill Clinton e a funcionária da Casa Branca Mônica Lewiski também participou deste processo, já que a denúncia do caso amoroso entre os dois foi divulgada em primeira mão por um blog (HEWITT, 2007).

É importante destacar que participaram destes eventos não só jornalistas. Diversas pessoas contribuíram para a divulgação destas catástrofes no mundo e colocaram seus domínios na rede no patamar de blogs jornalísticos. Isto porque o objetivo principal deste padrão é informar aos usuários notícias sobre assuntos específicos (política, artes, esportes etc.). Mesmo não sendo formados na área, estes blogueiros cumpriram um papel de comunicadores nestes momentos³⁰.

Esta “invasão” de não-jornalistas pode ser explicada porque, para cidadãos comuns e profissionais de outras áreas, manter um blog com foco jornalístico se resume a

²⁹ Exemplo disto era o blog mantido pelo ex-prefeito do Rio de Janeiro, César Maia. Atualmente, o endereço www.cesarmaia.blogspot.com só é acessível aos internautas que se cadastram na página. O conteúdo é enviado para o e-mail dos cadastrados.

³⁰ A polêmica a respeito das pessoas que mantêm blogs de notícias sem terem formação jornalística será analisada no próximo tópico do trabalho.

publicar informações, independente de sua natureza. E informação (correta ou não) é o produto que mais se encontra na web. A liberdade concedida pela internet é importante se pensarmos na democratização do discurso: “[...] O poder das elites de determinar o que era notícia por intermédio de um sistema de disseminação rigidamente controlado foi abalado. A capacidade e a autoridade de distribuir textos estão hoje verdadeiramente democratizadas.” (HEWITT, 2007, p.102). Entretanto, Aldé & Chagas alertam para esta possibilidade:

Trata-se de emissão dispersa e capilarizada, fundamentalmente não-hierárquica, em que emissores alternativos e atores políticos marginais podem tentar produzir eventos noticiáveis, procurando atrair a atenção do público, seja do especializado, como os jornalistas, seja do curioso ou interessado. Seu uso como fonte torna a rede um novo campo de disputa política [...]. (ALDÉ & CHAGAS, 2005, p.2)

Tratando especificamente dos jornalistas em blogs (que faz parte do foco deste trabalho), estes sites os impressionaram devido aos novos caminhos abertos para se elaborar e divulgar textos. Os blogs permitem divulgar textos rapidamente, somados à recursos de multimídia e hipertextualidade com outras páginas da internet (independente de serem blogs). Além disso o acesso aos blogs é fácil e permite a participação do público, através de mensagens que podem ser publicadas na própria página; e o próprio *site* armazena e organiza todo o conteúdo. Como vantagens sobre os meios de comunicação tradicionais, a publicação e disponibilização de *posts* com rapidez e sem limitação de espaço ou ainda de caráter editorial instigaram os profissionais a experimentarem o novo modelo, que exige um fluxo de informações intenso. Algumas facilidades técnicas também foram importantes, como a gratuidade (em boa parte dos provedores de internet) e rapidez de se criar um blog, além da simplicidade na inserção de conteúdos, que não exige conhecimentos de informática.

Talvez um dos pontos que mais estimulou os jornalistas a adotarem os blogs foi a

independência de regulamentações superiores, já que esse espaço virtual é um domínio pessoal do administrador. Por não possuir restrições hierárquicas quanto ao conteúdo e à linguagem, pode conter qualquer tipo de informação sem censura prévia³¹, seja ela objetiva ou subjetiva. Por isso, segundo Geraldès (2005, p.2), estes *sites* “[...] passaram a ser uma possibilidade de autonomia numa profissão minada por interesses empresariais ou a primeira experiência de jovens ‘focas’ que não conseguiram ingressar nas redações reduzidas.”.

Na realidade, as correções das informações disponibilizadas nos blogs passam a ser feita pelos próprios visitantes da página, que se tornaram um grupo de editores com poder de fiscalizar e denunciar quando os dados estão incorretos (HEWITT, 2007, p.140). Esta é uma das facetas do que Rodrigues (2006, p.9) chama de **jornalismo participativo** nos blogs, “através do qual é possível discutir notícias com o autor das mesmas, comentando-as”.

Os blogs jornalísticos, portanto, “[...] espaços informais de discussão onde contribuem com a sua opinião própria e enriquecem o debate [...]” (RODRIGUES, 2006, p.22), especificamente sobre a atualidade, que é o foco do jornalismo. Mesmo sendo espaços eminentemente informativos,

[...] receberam dois tipos de influências, aparentemente antagônicas, a linguagem descontraída, personalista e narcisista dos blogs diários e os valores-notícias e a noção de interesse público do jornalismo convencional. Alguns se libertaram dos interesses editoriais das empresas, mas também possuem filtros e movem-se em busca de outros interesses – o do jornalista, produtor, gestor da informação é um deles. (GERALDES, 2005, p.2).

A pesquisadora enumera, ainda, outros três pontos perceptíveis na maior parte dos blogs de notícias a **reafirmação da personalidade jornalística, a desconstrução da linguagem objetiva e a agilidade sem superficialidade**”. O primeiro ponto aparece no

³¹ Salvo aqueles que vão contra os direitos humanos e as leis federais de cada país.

momento em que o blogueiro se identifica como autor daquele conteúdo; já não é mais um repórter que representa uma empresa, ele é a própria “empresa”. Já o abandono da distância entre o jornalista e o fato advém da liberdade na forma e no conteúdo da escrita, que permite ao autor inserir sua opinião na narração da notícia.

Com relação ao terceiro ponto, Geraldês (2005, p.10) explica que “[...] os acontecimentos não recebem uma cobertura exclusivamente factual, mas contextual, em que os aspectos interpretativo e opinativo também são considerados.”. Além da flexibilidade do tempo, que permite inserir conteúdos a todo momento, a subjetividade passa a se somar no conteúdo como um recurso para complementar a notícia. Por isso, o blogueiro tem a liberdade de acrescentar o conteúdo que julgar importante para informar e oferecer um trabalho com “[...] qualidade diferenciada em tempos de jornalismo monocórdio e monótono.” (GERALDES, 2005, p.10).

Reforçando o segundo ponto proposto por Élen Cristina Geraldês, Schwingel (2004, p.5) expõe que “Uma das características dos blogs, mesmo dos jornalísticos, é apresentar um ponto de vista pessoal, uma voz subjetiva, um pensamento ou olhar enviesado parcial.”. Aldé e Chagas também reforçam este posicionamento assumido pelos jornalistas nestas páginas:

Na verdade, os blogs se caracterizam como construções online mais subjetivas, voltadas para a criação artística ou para a crônica pessoal. Mesmo os blogs de opinião [...] caracterizam-se pela espontaneidade e personalismo; enquanto diários públicos [...], apresentam um dualismo provocativo entre a opinião particular e os artigos ou notas jornalísticas diárias, de acordo com a própria etimologia do termo, que remete à periodicidade diurna dos jornais. (ALDÉ & CHAGAS, 2005, p.6).

Fica claramente visível que os blogs jornalísticos podem reunir argumentos e fatos. “O jornalista que publica num blog o faz com intenção de dar ao leitor um outro viés,

opinativo e mais abrangente, da notícia, que pode ir desde uma nota de bastidor a um desabafo” (ALDÉ & CHAGAS, 2005, p.8). Para Rodrigues (2006, p.55), esta subjetividade aliada a recursos do webjornalismo torna “[...] mais difícil a distinção entre factos e opinião [...]” nestes veículos.

Faz-se necessário destacar que a liberdade “plena” proposta para os jornalistas-blogueiros pode ter limitações. Profissionais inseridos em algumas das grandes empresas de comunicação do mundo também investem seu tempo em blogs, que geralmente são disponibilizado no portal do próprio grupo. Além de ser um atrativo para o principal acesso da organização na web, incitam os internautas a conhecerem outras opiniões dos jornalistas, que assumem posições dentro da empresa:

Alguns dos jornalistas que mantêm blogs pessoais independentes apresentam em suas aberturas desculpas e justificativas para se comportarem, ali, de forma diferente da que adotam nos jornais, reservando-se o direito a um texto e opiniões mais livres, menos controladas. Procuram distanciar-se, portanto, do personagem público que representam no jornal, cujo comportamento é padronizado pelas regras, explícitas ou implícitas, da profissão. É como se o blog demandasse um grau de subjetividade e informalidade (ALDÉ & CHAGAS, 2005, p.8).

Porém, de acordo com Castilho (2006, *online*), parte da mídia tradicional ainda não aceita a importância e o poder da blogosfera. “Os grandes jornais ainda encaram os blogs como uma espécie de luxo ou modismo editorial, apesar de muitos deles³² já vislumbrarem possibilidades comerciais concretas na blogosfera [...]”. Existem pessoas físicas que também não dão crédito ao novo meio de informação. Estes são alguns dos desafios que estes *sites* precisam enfrentar para se consolidarem como espaço para o jornalismo no país.

³² Ele cita, como exemplo, o site do jornal O Globo: www.oglobo.com.br.

3.4 DESAFIOS

Vamos enumerar, agora, cinco pontos a serem melhor trabalhados ou conquistados nos blogs jornalísticos. Eles vão ser apontados de acordo com a ordenação lógica, na qual o primeiro aspecto - como são feitos os produtos jornalísticos para os blogs - vai estender a discussão aos demais: confiabilidade, pessoalidade, profissionalismo e interatividade.

3.4.1 Produção de conteúdos

As rotinas produtivas no jornalismo tradicional já estão consolidadas. Os veículos são produzidos por uma equipe de profissionais geralmente divididos por funções que se complementam. Eles têm caráter empresarial e, portanto, utilizam uma infra-estrutura que permite investigar, escrever, divulgar conteúdos de maneira eficiente.

Já para a web, o trabalho jornalístico é totalmente diferente. “Por reunir e explorar todas as potencialidades dos demais meios, o jornalismo online representa uma revolução no modelo de produção e distribuição das notícias.” (SBARDELOTTO, 2006, p. 86).

Cada nova alternativa de comunicação – computadores e telefones cada vez mais portáteis, redes mundiais de informação com acesso fácil e direto, transmissões em tempo real de falas e imagens – constitui elemento vital no funcionamento e rotina jornalística, e sua incorporação como instrumento do ofício tem conseqüências substantivas sobre o modo de produzir as notícias [...] (Aldé & Chagas, 2005, p.2).

Por conta disso, “[...] os jornalistas passam a funcionar de acordo com a lógica do meio, baseada na interatividade, acessibilidade e atualização constantes.” (ALDÉ & CHAGAS, 2005, p.4). Seu campo de apuração é ampliado do mundo real para o virtual. Na elaboração constante de conteúdos, o jornalista precisa fazer ligações entre o que já foi publicado e compõe a memória da rede e ser rápido na divulgação (senão o *site* fica desatualizado), além de escrever de forma que o leitor identifique que aquela matéria foi feita especialmente para ele.

Especificamente nos blogs, estes fatores são potencialidades, mas também complicações. Isto porque muitos são mantidos por somente uma pessoa. Nos que possuem mais de um autor, raros são os que se estruturam em funções específicas para cada jornalista; geralmente, todos seguem as mesmas atividades: encontrar pautas, apurar, redigir, divulgar e ainda, interagir com o público. “Mais que ferramentas ao dispor dos jornalistas as tecnologias de circulação e armazenamento de dados são o indício de fenômeno mais amplo que exige diferentes habilidades dos profissionais do jornalismo” (GONÇALVES, 2002, p.5).

As novas exigências da rotina produtiva vão influenciar todo o processo de construção da notícia. O tempo é um fator que modifica todos os tópicos em questão, seja para encontrar fatos, fontes, entrevistá-las, redigir o conteúdo e publicá-lo na página. Mas alguns aspectos são condicionantes de partes diferentes do “fazer jornalístico”. Para facilitarmos este entendimento, vamos abordar cada fase separadamente.

3.4.1.1 Pautas

Baseada em um estudo de Tom Koch (1991), Elias Machado Gonçalves evidencia que, nos meios de comunicação tradicionais, os assuntos eram pautados por conta dos fatos –

geralmente em pleno desenvolvimento - e da disponibilidade de se contatar os envolvidos, que deveriam ser entrevistados. Entretanto, “no modelo eletrônico para apuração jornalística, os fatos são substituídos pela necessidade de uma frase de busca que defina a questão ou problema pautado” (GONÇALVES, 2002, p.5). Isto significa que, no webjornalismo, nem só os acontecimentos reais são pautas. Uma declaração errônea ou uma foto polêmica, por exemplo, podem suscitar matérias.

Além disso, “Sem a necessidade da presença dos jornalistas no local, a redação do jornal digital ocupa o lugar de um centro de gravidade para onde converge o fluxo de matérias enviadas pelos profissionais, colaboradores e usuários do sistema” (GONÇALVES, 2002, p.10). Ou seja, a descoberta de assuntos noticiáveis, muitas vezes vem da própria rede.

3.4.1.2 Apuração

Para Gonçalves (2002, p.5), a abertura de diversos tipos de fontes modificou substancialmente a apuração para o webjornalismo. Antes da internet, os meios de comunicação tradicionais utilizavam somente fontes geralmente oficiais. Mas a rede proporcionou uma ampliação do número de fontes, já que os internautas passaram a ser emissores e facilmente encontráveis em suas especificações. Não é utópico dizer que praticamente todos os tipos de assuntos têm ciberfontes, que podem ser utilizadas como informantes envolvidos ou independentes, ou seja, que não se relacionam diretamente com os fatos abordados.

Por conta disso, acrescenta-se à apuração no mundo real (realizada através do contato direto com as fontes, seja por telefone ou ao vivo) a apuração no mundo virtual. “Antes do relato contextual dos fatos o jornalista consulta dados armazenados ou fontes

disponíveis no ciberespaço, entrevista os sujeitos dos fatos e avalia o conteúdo das declarações tanto no espaço eletrônico quanto nas páginas impressas.” (GONÇALVES, 2002, p.5). O jornalista também faz um rastreamento *online* para comparar informações disponibilizadas pelas fontes com as que já estão disponíveis na rede.

3.4.1.3 Redação

A velocidade e o espaço ilimitado podem interferir na qualidade do produto jornalístico em blogs. No primeiro caso, a rapidez pode levar o autor a elaborar textos sem a devida lógica ou mesmo eficiência. O ritmo acelerado pode fazer com que informações incompletas ou errôneas sejam divulgadas, caso não haja uma apuração precisa. Uma vantagem para contornar estes problemas nos blogs é a atualização constante, que permite tanto a divulgação separada de novos fatos sobre um assunto quanto a correção do que foi publicado incorretamente.

Quanto ao espaço amplo para dispor informações, Mielniczuk (2001) compara ao que acontece nas mídias tradicionais. Enquanto os fatos divulgados passam por uma seleção dos valores-notícias, que define o que é mais relevante e o que pode ser deixado de lado, na internet, todo o conteúdo pode ser publicado, o que pode levar a um excesso desnecessário de informações, tanto dentro das notícias quanto de notícias. É preciso, portanto, que os jornalistas-blogueiros saibam condensar os dados mais circunstanciais em cada matéria, utilizando o recurso de hipertexto pode separá-los de acordo com o contexto e dar dinamicidade para o conteúdo, além de evitar um fluxo intenso de informações sem importância para o público.

3.4.1.4 Produto final

Há ainda um outro problema perceptível que vai influenciar toda a produção de conteúdos: o campo econômico. Poucos são os jornalistas-blogueiros que vivem do trabalho feito nas páginas virtuais. E como todos precisam de dinheiro para viver, o blog fica relegado a um segundo plano. Entende-se que para se divulgar informações de maneira correta e ágil, é necessário dedicação quase que exclusiva para encontrar o fato, apurar e redigir a notícia.

Para driblar as deficiências, os jornalistas recorrem à seleção do material publicado pelos meios de comunicação tradicionais. Segundo o blogueiro Andrew Sullivan,

Os blogs dependem dos recursos jornalísticos dos grandes meios de comunicação para fazer o grosso da reportagem e da análise. O que os blogs fazem é oferecer a melhor investigação possível dos grandes meios de comunicação – melhorando o padrão dos profissionais, acrescentando novas opiniões, novos pontos de vista e novos fatos a cada minuto. (SULLIVAN apud HEWITT, 2007, p.106).

Sullivan chama os blogueiros de “camaradas de pijama”, já que muitos deles assumem que nem saem de casa para apurar as notícias. Eles pesquisam as diversas publicações do dia, selecionam os fatos que se relacionam à temática da página e os publicam parafraseados ou referenciados³³, acrescidos, algumas vezes, de pontos pessoais incluídos por seus editores. “Apurar, em geral, é confrontar matérias já produzidas em outros sites[...]” (GERALDES, 2002, p.6).

Mas, se os blogs passam a ser somente compiladores de informação em vez de produtores de informação, eles continuam a serem fundamentalmente jornalísticos? Mesmo enfocando as redações web, utilizaremos o trabalho de Fabiana Puccinin para abordar o tema, que também se encaixa ao contexto dos blogs. A pesquisadora evidencia que “[...] pouco ou

³³ Se houver cópias sem a devida identificação, o administrador do blog pode ser processado.

nada é originalmente produzido na redação online, fazendo do trabalho dos jornalistas o que eles mesmos chamam de ‘integração ou centralização de conteúdo’” (PUCCININ, 2003, p.2) e propõe a seguinte questão:

Por conta disso, a questão que se coloca é imaginar ser ou não um exagero que o jornalismo, no rigor do conceito, não exista de fato na WEB, na medida em que vemos produtores de conteúdo como especialistas em tão somente reunir a produção – já evidentemente apurada e tratada – de diferentes meios de comunicação [...]. (PUCCININ, 2003, p.2).

Rodrigues (2006, p.50) responde esta questão, afirmando que “De facto, existem blogs que se caracterizam sobretudo pela informação que transmitem, expõem opiniões e alguns fazem mesmo entrevistas, o que em tudo os aproxima ao jornalismo”.

Para Puccinin (2003, p.5), “Toda essa multifuncionalidade da Web, baseada no uso adequado da tecnologia, pode proporcionar uma cobertura jornalística abrangente, muito mais completa e, principalmente, que acompanha a velocidade que os fatos acontecem [...]”. Mas para isso é preciso maior dedicação (leia-se tempo) com a produção jornalística para a web ³⁴, de forma que eles próprios produzam seus materiais de acordo com os requisitos dos webjornalismo. Gonçalves (2002, p.6) completa: “[...] o exercício do jornalismo nas redes telemáticas depende do estabelecimento de critérios capazes de garantir a confiabilidade do sistema de apuração dentro de um entorno com as especificidades do mundo digital”.

É importante destacar que essa forma de produção da notícia baseada no que já foi divulgado por outros meios tende a colocar os blogs na posição de “vigilantes” do jornalismo tradicional. Em seu trabalho, Rodrigues (2006) indaga se os blogs seriam o quinto poder, já que são termômetros do trabalho feito pelo quarto poder – o jornalismo - debatendo

³⁴ É importante lembrar que muitos trabalham para grandes empresas e só fazem um trabalho complementar nos blogs.

informações e posições adotadas pela grande mídia. Esta é uma questão muito complexa, já que envolve uma série de fatores relacionados aos blogueiros, incluindo a credibilidade e caráter pessoal.

3.4.2 Credibilidade

Os blogs de notícias têm menos de uma década de existência. Por ser ainda uma “novidade”, o público em geral se sente inseguro em confiar nas informações divulgadas por blogs, principalmente daqueles cujo autor é desconhecido. Até mesmo pela personalidade que a notícia assume, como acreditar na fidelidade do que o jornalista diz? A credibilidade já consolidada nos meios de comunicação tradicionais é uma meta para os jornalistas da nova mídia.

Hewitt (2007, p.22) aborda uma questão interessante: “Como ninguém tem tempo para entender tudo, precisamos confiar em intermediários.” Esta relação de confiabilidade já é mantida com as antigas mídias. Os blogs, sendo também um meio onde se decide e veicula o que é notícia, devem estabelecê-la com o seu público.

É preciso que os internautas saibam encontrar os domínios onde as informações são verídicas e sérias. Até porque “Com a quantidade cada vez maior de informação, que é disponibilizada online, é necessário um cuidado acrescido no sentido de identificar o que é ou não credível” (RODRIGUES, 2006, p.49).

Uma das formas de se perceber a credibilidade de um blog é através do número de visitantes. Se ele é muito visitado, é porque há algo interessante e confiável disponibilizado na página; se não houvesse, as pessoas não dedicariam atenção e tempo para acessá-lo. Hewitt ressalta, também, que “A credibilidade dos blogs depende de sua atualidade e precisão, mas

invariavelmente a qualificação dos blogueiros também tem importância” (RODRIGUES, 2006, p.140).

Procurar notícias em blogs de pessoas que tenham índole e profissionalismo comprovados também é uma forma de escapar dos erros espalhados pela internet. Rodrigues (2006, p.48) evidencia que, de fato, “[...] os *blogs* mais populares, que merecem mais considerações e ecos por parte dos *media* tradicionais, são de facto aqueles cujo autores já são conhecidos da vida pública, ou seja, aqueles que já têm visibilidade [...]”.

Entretanto, a autora afirma que a produção no blog também pode popularizar uma pessoa, através de sua credibilidade detectada pelos internautas. Esta relação de visibilidade se estabelece na rede especialmente quando um domínio referencia o outro através de *link* (RODRIGUES, 2006, p.43). Quando um blogueiro é muito citado, sua produção e idéias passam a ser difundidas de diversas formas pela rede³⁵. “Nesse desejo de visibilidade, terá mais sucesso e influência nesta ‘indústria’ quem mais se destacar pela qualidade de escrita, pelos comentários proferidos e pelos argumentos utilizados” (RODRIGUES, 2006, p.42).³⁶

Hewitt (2007, p.128) cita um fato que demonstra que não só os blogs precisam manter a credibilidade, mas todos os veículos de comunicação. Um dos povos do Oriente Médio, chamados jihadistas, passaram a se informar somente por ciber-fontes depois que a mídia hegemônica do país passou a ser vista como produto ocidental a serviço do governo e que não atendia às necessidades da população local. Por isso, é preciso estar atento: “[...] todos querem informações em que possam confiar, e a confiança precisa ser conquistada e é facilmente perdida.” (HEWITT, 2007, p. 130).

Além disso, ideologias boas e más podem conseguir credibilidade na rede através de estratégias de persuasão. Os blogs são uma arma para quem quer visibilidade e,

³⁵ Inclusive através de cópias.

³⁶ Atitudes negativas também podem gerar visibilidade, só que prejudiciais para seus autores.

Como os blogs são sites da internet em um tom pessoal que conquista confiança dos leitores, proporcionando sua fidelização, tudo o que tem fãs pode suscitar blogs [...] o texto pode fazer maravilhas pela reputação e produzir discípulos. Demonstre habilidade e reflexão, e você irá atrair muitos leitores e seguidores.” (HEWITT, 2007, pp.176 e 160).

Por isso, os usuários precisam ter cautela para não serem iludidos por informações e crenças arbitrárias. Credibilidade requer atenção e bom senso.

3.4.3 Subjetividade

Alguns teóricos colocam como outro fator para a falta de credibilidade dos blogs a subjetividade. Isto porque o caráter pessoal deste modelo e a falta de uma revisão prévia dos conteúdos antes da publicação, invariavelmente, deixam que opiniões sejam declaradas, abertamente ou não, no discurso do autor. E opiniões remetem a juízos de valor, com os quais se pode concordar ou não.

Entretanto, uma carga de julgamento de valor sempre existiu em qualquer forma de comunicação, inclusive nas mídias tradicionais, seja incluída na linha editorial da empresa, através da seleção dos fatos mais importantes que vão encabeçar o jornal, ou mesmo nas escolhas com relação a fontes e citações. Débora Cristina Lopez (2006) destaca que existem diversos tipos de intervenções na elaboração de notícias: a ideologia, a interferência pessoal do jornalista, o contexto histórico e até mesmo a tecnologia escolhida para sua produção. Segundo a pesquisadora, “Se a notícia não é o fato, mas a sua narração, não é possível que o jornalismo seja observado como uma ciência objetiva e isenta de interferências subjetivas e individuais [...]” (LOPEZ, 2006, p.04). Hewitt (2007, p.118) destaca que até os noticiários veiculados na TV são feitos com base em uma série de escolhas dos profissionais, os quais

precisam definir as informações a serem privilegiadas na divulgação do fato.

A suposta objetividade defendida com afinco por alguns estudiosos foi adotada no momento no fim do século XIX, quando o jornalismo passou por um processo de industrialização, já que “[...] a principal preocupação consiste em alcançar um maior número de leitores, tendo em conta os objectivos comerciais e, em última análise, o lucro.” (RODRIGUES, 2006, p.21). Sua adoção foi para atingir a um público cada vez maior, independente de suas escolhas. Mas e se os blogs são justamente uma reunião de pessoas que querem discutir um mesmo assunto, independente de valores econômicos? Neste aspecto, é impossível exigir objetividade dos blogs.

Tuchman (1993, p. 74) aborda um outro aspecto desta questão. Segundo ela, a objetividade foi adotada por ser “[...] um ritual estratégico, protegendo os jornalistas dos riscos da sua profissão”. A autora mostra que o conceito representa uma rotinização técnica para os procedimentos de investigação dos fatos, que determina o uso das aspas para citar as posições da fonte, entrevistar sempre os dois (ou mais lados) lados envolvidos na questão, apresentar provas e escrever a notícia em um formato onde as informações mais importantes encabeçam o texto (pirâmide invertida).

Os três primeiros fatores são úteis para o jornalismo em blogs. Mas o formato de pirâmide invertida já não é a melhor forma de estruturar a notícia. Isto porque a multimidialidade permitem que informações de diversos formatos sejam acrescentados a um mesmo produto. A informação mais importante de uma matéria, por exemplo, pode estar num arquivo de áudio. E como inseri-lo na página no local exato a qual ele deveria estar?³⁷ Além disso, o blog é do próprio jornalista, ou seja, o que ele publicar é de sua responsabilidade. Pode-se até adotar a parcialidade, em alguns casos, como forma de aproximação, identificação

³⁷ Autores como Kátia Aguiar (2006), Raquel Recuero (2003) e João Canavilhas (2006) propõem a organização através da comunicação horizontal, onde texto e conteúdos multimídia permanecem lado a lado.

ou discussão com os internautas³⁸.

A pergunta é: aceitar o que o jornalista está dizendo, sabendo que sua visão acerca do fato e sua interpretação estão incluídas no produto? A solução, de acordo com Tuchman (1993, p.83) é confiar no *news judgement* do profissional, que “é a capacidade de escolher ‘objectivamente’ de entre ‘factos’ concorrentes para decidir quais os ‘factos’ que são mais ‘importantes’ ou ‘interessantes’”. Este julgamento, feito pelo próprio jornalista, é uma escolha e, portanto, segue o campo subjetivo. A pesquisadora reforça seu argumento ao afirmar que “Os leitores devem confiar e aceitar a informação do repórter de acordo com a avaliação de suas qualidades e pontos de vista revelados no seu trabalho geral e em análises anteriores.” (TUCHMAN, 1993, p.84). É para o trabalho do profissional que se deve atentar.

Outro ponto que defende esta “posição declarada” do jornalista como fator positivo para o trabalho é o fato de que, muito mais que um veículo de comunicação, o blog pressupõe um diálogo (virtual); “[...] a diferença entre um blog confiável e um site é a mesma entre um anúncio no quarto caderno do jornal local e uma conversa com o editor daquele jornal sobre em que vizinhança comprar ou a que filme assistir.” (HEWITT, 2007, p.163). Desta forma, justifica-se a proximidade com o leitor através da argumentação pessoal do administrador do blog.

3.4.4 Jornalismo sem jornalista?

Já demonstramos neste capítulo que a liberdade da web leva qualquer usuário a ter condições de publicar o que quiser. “Essas pessoas valorizam suas próprias opiniões e acreditam que têm valor para os outros.” (HEWITT, 2007, p.159). Mas a permissividade do

³⁸ Nos conteúdos referentes a análises.

meio promove uma avalanche de informações nem sempre corretas.

Na sociedade contemporânea, sistematicamente o volume de informações tem crescido, assim como a exigência dos sujeitos por uma complexidade e um desenvolvimento mais detalhado das notícias. As fontes de informação têm se multiplicado, permitindo, desta maneira, que o acesso aos fatos seja facilitado e que, na mesma proporção em que a verificação da veracidade destas informações seja questionada, a disseminação de inverdades e a distorção da compreensão dos fatos por uma saturação, um dilúvio informacional [...] também cresça [...]. (LOPEZ, 2006, p.7).

Por serem emissores e terem o poder de divulgar fatos pela rede, os internautas passam a ser considerados jornalistas em potencial por alguns teóricos. Um deles, Hewitt (2007, p.135), exemplifica: “advogados experientes e professores de Direito que são blogueiros [...] irão rapidamente produzir matérias e vasculhar as opiniões e os artigos dos indicados [...]”, já que são autoridades nos assuntos a que vão se dedicar na web.

Entretanto, por não terem estudos aprofundados a respeito de teorias da recepção e dos valores-notícias, por exemplo, muitos poderão ser prolixos ou mesmo enfadonhos ao não publicar conteúdos de forma agradável para a leitura.

Existem critérios na elaboração de notícias que precisam ser seguidos pelos emissores. Como afirma Gradim apud Rodrigues (2006, p.52), “Fazer notícias exige preparação intelectual, deontológica e prática, e presumir possuir tais virtudes não é o mesmo que ser capaz de efectivamente as exercer. Além disso, fazer notícias implica processos de verificação semântica [...]”.

Desta forma, o jornalista deve ser entendido como “um profissional indispensável num mundo onde vários indivíduos, vários grupos e várias redes sociais produzem informação.” (GERALDES, 2005, p.11). É ele quem vai canalizar o que é útil e valha a pena discutir, transformando os conteúdos em algo agradável ao internauta. “Os jornalistas, então, cumprem esta função de organizadores autorizados da informação online.” (ALDÉ & CHAGAS, 2005, p.3), com base nos conhecimentos adquiridos no trabalho. Portanto, só será

considerado blog jornalístico no âmbito dessa monografia aquele que é feito pelo profissional da área.

3.4.5 Relação com o público

Expressar-se baseado em informações à frente de algum acontecimento ou idéia é o objetivo do blogueiro ao postar uma mensagem. E esta divulgação tem com objetivo mostrar aos pares o que o autor do *post* sabe e o que pensa sobre determinado tema, à espera de respostas. Aldé & Chagas (2005, p.7) declaram que “Um blog que não provoque reações e comentários perde sua razão de ser.”. Entretanto, o retorno do público nem sempre é positivo e/ou educado.

De acordo com Monteiro, (2002, online), “[...] uma das vantagens principais do blog é ser território livre, onde se escreve (e publica) o que se quer.”. Esta constatação vale não só para os autores de blogs, mas para todos que o visitam. E se nos outros veículos de comunicação as respostas vinham geralmente fracas e desordenadas, na maior parte das vezes, nos blogs ela ganha força e destaque. O jornalista fica exposto a qualquer tipo de crítica e, muitas vezes, os internautas passam da conta. As críticas inseridas através da ferramenta de comentários chegam a agredir os administradores dos *sites*. Fábio Leon Moreira evidencia este tipo de “invasão”:

Desde o momento em que os blogs passaram a ser ferramenta de uso corrente na imprensa brasileira, [...] permitiu também o nascimento de uma inesperada faca de dois gumes na mídia nacional: a reação igualmente instantânea dos leitores que, dada a extrema facilidade de resposta aos textos postados, utilizam o recurso dos comentários para despejar opiniões nem sempre elogiosas aos escribas. São expressões, e muitas chegam à sarjeta do decoro, que se não atacam diretamente a integridade moral dos jornalistas tentam detonar a alegada imparcialidade com o que são conduzidos os rumos dos trabalhos de

investigação.[...] quem escreve blog, uma ferramenta de comunicação pública, tem de estar preparado para este tipo de invasão. (MOREIRA, 2005, *online*).

Castilho (2006) destaca ainda que a ampliação das possibilidades de erros por conta da velocidade exigida na publicação de mensagens também pode aumentar o número de respostas agressivas: É imprescindível, portanto, que o jornalista-blogueiro tenha consciência de que suas colocações podem ser contestadas, já que ele está utilizando uma ferramenta de comunicação pública. O jornalista acrescenta que esta “[...] nova realidade criada pela interatividade com os leitores” permitiu que a crítica se transformasse em “[...] uma norma e não uma exceção ou agressão” (CASTILHO, 2006, *online*).

Como aconselha Moreira, é preciso saber como se sair destes comentários imprevisíveis. O caminho é ignorar as palavras indecorosas e não perder tempo com respostas incivilizadas. Boas respostas devem ser dadas somente a visitantes que postarem, de maneira sensata e educada, as suas argumentações e discordâncias.

3.5 SUCESSO DOS BLOGS

Como declara Geraldine (2002, p.4), “a análise de blogs de notícias é, de fato, tarefa complexa, porque os blogs se multiplicam a cada instante, têm amplas e variadas regras, são difíceis de definir e de recortar”. Porém, tentamos contrariar esta informação, abordando neste capítulo evolução, características e desafios da forma como o jornalismo é feito atualmente na blogosfera

Alguns profissionais já adotaram a web como o novo campo de exercício diário da profissão, ou mesmo como um espaço complementar ao seu trabalho nos outros veículos de comunicação. Estes “marinheiros de primeira viagem” estão descobrindo o universo de facilidades e dificuldades que os blogs jornalísticos proporcionam. “Do outro lado da corda”, os receptores - internautas e também a mídia tradicional - também começam a dar crédito e a entender o modelo como novo meio de informação.

Mesmo com todos os enfrentamentos que ainda devem fazer parte do aperfeiçoamento do jornalismo em blogs, é possível encontrarmos páginas que já avançaram nestes quesitos e fazem uma produção baseada em conteúdos genuinamente webjornalísticos. Um desses exemplos é o blog do jornalista Ricardo Noblat, que há quatro anos realiza um trabalho independente voltado para o campo político. O *site* reúne todas as características propostas pelo webjornalismo e oferece uma cobertura eficiente. Por isso, possui credibilidade e já avançou sobre alguns desafios do jornalismo em blogs, como será demonstrado no próximo capítulo.

4 BLOG DO NOBLAT: EXEMPLO DE WEBJORNALISMO

No Brasil, hoje, existem blogs que fazem um trabalho genuinamente webjornalístico. São poucos, já que, como demonstrado no segundo capítulo, é necessária uma dedicação praticamente exclusiva ao modelo para manter o padrão exigido por esta modalidade de comunicação³⁹.

Dentre eles, o blog do Ricardo Noblat⁴⁰ foi escolhido para ser analisado neste trabalho porque, além de ter sido um dos pioneiros no ramo da política (SBARDELOTTO, 2006) e o primeiro blogueiro a trabalhar exclusivamente para o veículo⁴¹, comprova que é possível fazer um webjornalismo impecável, utilizando as vantagens e driblando os riscos que a rede oferece. A credibilidade alcançada faz do *site* um local de referência política para os internautas, incluindo os próprios políticos do país. Acredita-se que ele é um exemplo e um estímulo para os jornalistas que buscam manter um blog em sua área de atuação.

Esta monografia não é o primeiro estudo no país acerca do trabalho virtual do Noblat. Por isso, e concordando com a análise feita, vamos utilizar o trabalho da pesquisadora Juliana Escobar (2006) e também um texto publicado pelo próprio jornalista na primeira parte deste capítulo para traçarmos um panorama geral sobre a consolidação e metodologia adotada pelo blog em questão. Num segundo momento, iniciaremos uma análise do conteúdo publicado durante uma semana, entre os dias 10 e 16 de junho, para exemplificarmos o trabalho mantido pela página. Por fim, evidenciaremos como o *site* trabalha em relação às características e desafios propostos pela Internet e pelos blogs para o webjornalismo.

³⁹ Nesta afirmação se encaixam os blogs que mantêm atualização de notícias 24 horas.

⁴⁰ <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/>

⁴¹ De acordo com Escobar (2006, p. 6), ele é um dos poucos jornalistas-blogueiros que obtiveram sucesso mantendo sua linha de abordagem nos blogs, já que “[...] o mais comum na blogosfera brasileira era encontrarmos jornalistas que utilizavam o blog para falar de assuntos diferentes daqueles sobre os quais discorriam em seu trabalho cotidiano nos veículos tradicionais.”.

4.1 CRIAÇÃO E EVOLUÇÃO DO BLOG DO NOBLAT

O Blog do Noblat foi criado em 19 de março de 2004 para divulgar as informações sobre os bastidores da política em Brasília, que não eram publicadas na coluna semanal que mantinha. Para não serem descartadas, eram divulgadas no blog. Noblat conta como adotou o formato:

Nunca tinha entrado em um até que inventei o meu. Ouvira falar que blog era uma espécie de diário de adolescente na internet – e ponto. O assunto não me atraía [...]. Entre março e abril do ano passado, escrevi uma página dominical sobre política no jornal O Dia, do Rio de Janeiro. E como notícias cavadas no início da semana acabam envelhecendo antes que a semana terminasse, um amigo sugeriu que eu criasse um blog para ter onde despeja-las a tempo e a hora. (NOBLAT, 2005, *online*).

O *site* acompanhou o trabalho do jornalista na coluna impressa até que esta foi extinta. Noblat confessa em seu artigo que pensou em desistir do blog, mas internautas pediram que ele continuasse a mantê-lo em dia. Nesta época, ele não acreditava no potencial do seu trabalho, até que, em setembro, instalou um medidor de audiência diária na página. O mecanismo marcou mais de trezentos e cinquenta mil acessos nos três meses subseqüentes, sendo que cada visita corresponde a um computador diferente. Ou seja, quando uma pessoa acessa pelo mesma máquina mais de uma vez, só é contabilizada a primeira entrada⁴². Por isso, ele conta que, a partir daí, “[...] comecei a me dar conta de que o passatempo deixara de ser apenas passatempo.” (NOBLAT, 2005, *online*).

No blog, Noblat permaneceu escrevendo sobre o mesmo assunto e da mesma forma como fazia para o jornal impresso. Só que, junto com a sua bagagem de 37 anos na mídia tradicional, adotou as novas potencialidades da rede na produção e divulgação dos

⁴² Noblat destaca ainda, que na Câmara dos Deputados, por exemplo, os quase quatro mil computadores estão conectados em rede e funcionam como se fossem apenas quatro computadores. Desta forma, se mil computadores acessarem o *site*, só vão ser contabilizados quatro acessos diferentes, no máximo.

conteúdos, como a atualização constante de informações e o diálogo com os internautas.

Luciana Escobar explicita como a “filosofia blogueira” aperfeiçoou o trabalho do jornalista:

Podemos dizer que a adoção do blog como ferramenta para sua prática profissional permitiu a Ricardo Noblat conferir a seu relato jornalístico um novo estilo, que aliado ao grau relativo de independência já permitido a colonistas e articulistas dos veículos tradicionais, ganha um acréscimo que apenas a Internet, através dos mecanismos disponibilizados por este novo sistema de publicação, permite: uma troca direta e mais constante com o leitor. (ESCOBAR, 2006, p.5).

É incontestável dizer que o Blog do Noblat foi um dos sites que participou da consolidação deste veículo de comunicação no país. Isto porque ele participou, junto aos poderes público, jurídico e a outros blogs⁴³, na revelação do escândalo político ocorrido em 2005, conhecido com Mensalão. De acordo com Escobar, o site assumiu uma posição de elemento híbrido, atuando como palco, onde aconteceram discussões, e agente do cenário político, já que seu conteúdo passou a ser influenciar internautas e o contexto da crise. Nesta cobertura, informações divulgadas na blogosfera se tornaram fonte para a grande mídia. O sucesso do trabalho do Noblat foi tão evidente que, seis meses após as primeiras denúncias, o jornalista transferiu sua página para o portal do jornal O Estado de São Paulo⁴⁴.

Mas o sucesso do jornalista no blog não ocorreu somente por causa da participação em eventos isolados da política. Ele foi construindo a credibilidade na rede através da qualidade conferida ao trabalho desenvolvido, baseado em preceitos éticos que ele enumera: “[...] afirmo que o dever número um do jornalista é com a verdade – mesmo que ela não seja algo claramente identificável. O dever número dois é com o jornalismo independente. O número três é com os cidadãos. Não se deve ter vergonha de tomar partido dele” (NOBLAT, 2003, p.22 apud ESCOBAR, 2006).

⁴³ Escobar (2006, p.0) destaca que “Outros blogs de jornalistas políticos já existiam quando a crise foi deflagrada. Assim como outros blogs políticos de não jornalistas que também falavam da crise.”

⁴⁴ De acordo com a biblioteca virtual Wikipédia, o blog do Noblat ficou hospedado de novembro de 2005 a janeiro de 2007 no portal do jornal O Estado de São Paulo. Desde então, ele está incluindo entre os blogs do portal O Globo Online.

Por isso, Noblat conseguiu muito mais do que manter os antigos leitores reais: ele conquistou um público virtual e especializado em comunicação. Exemplo disto é a citação da pesquisadora portuguesa Catarina Rodrigues, que recorta exatamente as principais características do blog em questão⁴⁵:

O blog brasileiro da autoria de Ricardo Noblat – www.noblat.blog.ig.com.br⁴⁶ - é o exemplo de um espaço jornalístico já reconhecido pelo público. O autor cita informações de vários meios de comunicação social, mas avança frequentemente novas informações sobre os mais variados assuntos, talvez um sinal das fontes privilegiadas de que dispõe e que guardou do seu tempo de jornalista. Noblat já chegou mesmo a antecipar-se a grandes jornais e estações de televisão. As notícias são normalmente curtas e concisas, dizendo o essencial. Alguns posts chegaram a ter 900 comentários.” (RODRIGUES, 2006, p.74).

O *site* também já é um termo incluído na enciclopédia virtual Wikipedia⁴⁷. Abaixo estão algumas das informações disponibilizadas que não ainda não foram evidenciadas neste trabalho:

Blog do Noblat é um [blog](#) jornalístico sobre [política](#) mantido pelo [jornalista Ricardo Noblat](#) e abrigado no [portal](#) do jornal [O Globo](#). [...] Somente em março de 2005 começou a ser remunerado para manter o blog no provedor que o hospedava - o IG. A crise do mensalão naquele ano fez o blog do Noblat bater recorde de audiência. Em setembro, foram 1.800 mil visitantes únicos em números redondos. [...] Bateu novo recorde de audiência [...] mês das eleições presidenciais - 1.900 mil IPs em números redondos. [...] É o mais antigo blog de notícias políticas do país. É também o mais premiado e o que tem mais links em outros blogs que remetem para ele.

4.2 ATUALIDADE

O [blog do Noblat](#) apresenta uma interface interativa e agradável ao usuário (Anexos A e B). No alto da página, a foto do jornalista identifica ao internauta que aquele site é pessoal e ainda promove uma proximidade dos visitantes para com o blogueiro, dando a

⁴⁵ Aguiar (2006, p.6) cita, ainda, o [blog do Noblat](#) como “um exemplo de jornalismo interativo e coletivo”.

⁴⁶ Primeiro endereço virtual do site, que foi modificado em novembro de 2005, quando o site passou a pertencer o site do jornal O Estado de São Paulo.

⁴⁷ www.wikipidia.com.br

intenção de que eles já o conhecem de vista. Na mesma horizontal que a foto, estão o nome do site, a data atualizada e três *links* com informações gerais sobre a página: [Regras do Blog](#), [Perfil do Noblat](#) e [Publicações do Noblat](#).

Em [Regras do Blog](#), o blogueiro explica como o usuário pode participar do blog através dos comentários. É preciso estar cadastrado no portal Globo Online⁴⁸. Mesmo com essa imposição, o registro permite que as pessoas assinem utilizando um apelido e coloquem ou não seu e-mails; os dados pessoais ficam arquivados internamente e não são publicados. Noblat também explica que pode apagar e bloquear comentários de usuários que infringirem leis federais ou do próprio portal.

Em [Perfil do Noblat](#), está um pequeno histórico escrito pelo próprio jornalista sobre fatos que o marcaram e sua experiência profissional. Complementando esta relação de intimidade com o internauta, Noblat disponibiliza em [Publicações do Noblat](#) um resumo sobre dois livros de sua autoria⁴⁹, além de *downloads*⁵⁰ de textos sobre os mais diversos assuntos, veiculados em portais na rede ou na mídia impressos (dos tempos em que ainda atuava neste campo).

No lado esquerdo da página, uma coluna com diversas funcionalidades, sendo a primeira delas um espaço para buscas de palavras-chave dentro do *site*. Abaixo, estão seis links; [Artigos e Entrevista](#) trazem conteúdos extras produzidos por ele e também por colaboradores. [Vale a pena acessar](#) é um espaço onde ficam indicações para outros blogs, fotologs e sites da rede⁵¹. Em [Arquivo do blog](#), é possível fazer uma pesquisa rápida no banco de dados interno com base no mês e ano. Já a parte do [Podcast](#), embora desatualizada (a última atualização aconteceu há dois meses), disponibiliza pequenos comentários do Noblat

⁴⁸ www.globo.com

⁴⁹ *O que é ser jornalista*, da Editora Record, e *A arte de fazer um jornal diário*, da Editora Contexto.

⁵⁰ Ato de salvar um arquivo que está na rede para o computador pessoal.

⁵¹ A hiperligações entre blogs é muito importante para a visibilidade dos mesmos. Devido à credibilidade do Noblat, que será detalhada mais adiante nesta pesquisa, se o link de uma página está no blog do jornalista é porue o conteúdo é confiável e “vale a pena acessar”.

em conjunto com áudios. É um espaço onde ele propõe compartilhar com o internauta suas reflexões pessoais sobre política..

Ainda encontramos nesta coluna série de links (em ordem de localização): um para a coluna mais recente escrita por Ricardo Noblat para o jornal **O Globo**; um para que o usuário dê sua opinião – “Desabafe” e outro para que veja o que os outros internautas já “desabafaram”; uma ligação para outra página do *site* onde ficam disponíveis músicas no estilo *Jazz*; uma com o e-mail de contato do administrador do blog e três endereços de páginas virtuais de outros jornalistas.

Na coluna da direita, estão a Enquete da semana, que é trocada às terças-feiras⁵². O usuário pode votar clicando na opção que melhor se adequa à pergunta, além de ter acesso ao resultado parcial e à pesquisa anterior. Abaixo, há um link para uma nova sessão inserida no blog, “Alice na ilha das maravilhas”, escrito pela jornalista Alice Watson⁵³. Em seguida, há uma Biblioteca, onde ele disponibiliza oito tipos de conteúdos diferenciados. Por fim, há um espaço onde ele acrescenta Coberturas Especiais do blog, que reúnem *posts* relacionados a um mesmo assunto (como os 30 anos da morte do jornalista Vladimir Herzog, em 2004)⁵⁴.

No topo da parte central da página, Noblat disponibiliza uma Frase do Dia. Abaixo dela é onde se concentra a produção mais intensa: os *posts*. Cada página é composta por 30 *posts*⁵⁵, que vão se organizando de acordo com o volume de publicação. As mensagens mais novas empurram as mais velhas para as páginas anteriores.

Os *posts* são constituídos por uma estrutura virtual padrão. (Anexo C). Na primeira linha, alinhado à direita, estão o nome do responsável, a data e a hora da postagem. A seguir, é disponibilizado todo o conteúdo, da maneira como o blogueiro organizou na ferramenta de

⁵² Na semana de análise, a enquete fazia a seguinte pergunta: *Você acredita em Renan Calheiros quando ele diz que pagou com recursos próprios despesas da jornalista Mônica Veloso, sua ex-amante?* Das alternativas *Sim*, *Não* e *Não sei*, a segunda foi a mais votada.

⁵³ No espaço, ela escreve sobre assuntos relacionados à Fernando de Noronha.

⁵⁴ É importante destacar que todos os *links*, quando clicados, abrem uma nova janela de acesso ao conteúdo. Esta ação facilita a interação entre o usuário e o blog, já que permite que ele veja, ao mesmo tempo, a página principal e a que ele escolheu acessar.

⁵⁵ Esta escolha de limite é feita pelo blogueiro no momento da criação do *site*.

auxílio à postagem⁵⁶. Logo abaixo, estão incluídos numa mesma linha cinco *links*: [+RSS](#), [Permalink](#), [Envie](#), [Escreva seu comentário](#) e [Ler comentários](#) (com o número de comentários já inseridos em parênteses).

De acordo com o Manual⁵⁷ do Windows 98, o [+RSS](#) é um *feed*, ou seja, “um conteúdo freqüentemente atualizado e publicado por um site”. Ele é um distribuidor gratuito dos diversos formatos (texto, som, vídeo etc.) inseridos mais recentemente na página. O processo é o seguinte: “Quando você se inscreve, o Internet Explorer verifica o site automaticamente e faz o download de conteúdos novos, para você ver o que há de novo desde que visitou o feed pela última vez”. Abandonando a conceituação técnica e voltando à prática, ao se inscrever no +RSS do [Blog do Noblat](#), o usuário recebe constantemente as novas atualizações do *site*, que são “baixadas” para seu computador assim que se conecta à rede. É uma ferramenta que aproxima e promove a fidelização do público, pois facilitada o usuário a estar sempre conectado à página.

O [Permalink](#), quando clicado, abre uma nova janela onde o post aparece separadamente dos outros conteúdos da página. É uma opção para quem prefere se concentrar destacando as informações do todo. O [Envie](#) deve ser clicado quando o visitante quiser enviar o post em questão a um e-mail. Esta área não precisa de cadastro. Já o [Envie seu comentário](#) permite que os usuários se cadastrem e escrevam o que pensam sobre a mensagem (ou sobre o que eles quiserem, desde que de acordo com as regras do blog). Ao lado, na parte inferior do post, é possível acessar o que já foi inserido, em [Ler comentários](#).

A partir desta descrição estrutural sobre o *site* e os fragmentos o compõem, podemos perceber que a página obedece utiliza todos os elementos que Canavilhas sugere para que um webjornal alcance o sucesso:

⁵⁶ Os visitantes da página não têm acesso a esta ferramenta.

⁵⁷ Disponível nos computadores que têm o sistema operacional Windows 98.

- 1) Distribuição. O webjornal pode enviar para os assinantes (caixa de correio electrónico ou telemóvel) mensagens com os títulos e leads das notícias nas áreas escolhidas pelo utilizador. Este serviço poderá funcionar 24h/dia, acompanhando as actualizações do webjornal
- 2) Personalização. Através de cookies ou de escolhas feitas pelo utilizador na hora da assinatura do serviço, o webjornal pode transformar-se num informativo pessoal que embora disponibilize a informação mais importante a cada momento, garanta uma primeira página onde se destaquem as áreas de interesse do utilizador.
- 3) Periodicidade. O webjornal não deverá ter periodicidade. A actualização é constante e os destaques de primeira página estão em constante mutação. Se os acontecimentos não têm periodicidade, as notícias também não. Por estar online, o webjornal está acessível à escala global, a utilizadores de diferentes fusos horários e, portanto, não se justifica acorrentar a cadência noticiosa ao ciclo biológico das pessoas que o utilizam.
- 4) Informações Úteis. O webjornal poderá disponibilizar informações para os utilizadores, como telefones úteis, classificados, etc. (CANAVILHAS, 2001, p.6-7).

O blog atende, também, a todos os fatores propostos por Mienilzuc (2002) na caracterização do webjornalismo: **hipertextualidade** – através dos diversos links espalhados pela página e dentro das matérias; **interatividade** – na participação dos visitantes em cada *post* e acessando partes do *site* através dos links que lhes interessam; **personalização** – comprovada pela estrutura detalhada de cada parte do site (incluindo informações pessoais do blogueiro oficial) e disponibilizando conteúdos escritos de maneira peculiar; **memória** – mantendo um arquivo atualizado desde a primeira publicação; **instantaneidade** – devido à atualização constante de conteúdos em diversas partes do site, mas principalmente no espaço para as notícias atuais; e **multimedialidade** – já que oferece imagens, sons e vídeo junto a textos, de acordo com a necessidade e disponibilidade de material.

Quanto aos desafios do webjornalismo evidenciado no segundo capítulo desta monografia, o **Blog do Noblat** consegue driblá-los de forma coerente. O jornalista também trabalha com todas as possibilidades e dúvidas acerca do campo na blogosfera (citados no terceiro capítulo), além de recorrer a formatos consolidadas pelos meios de comunicação tradicionais, como a reportagem. Portanto, é necessário fazermos um estudo específico da página para exemplificar todas estas questões.

4.3 ANÁLISE QUANTITATIVA E QUALITATIVA

Com base na abordagem teórica sobre a qualidade do trabalho desenvolvido por Ricardo Noblat em seu *site* e seguindo o tópico anterior, vamos realizar uma análise de um período semanal escolhido aleatoriamente. Pretende-se evidenciar, primeiro, o ritmo e como foi feita a produção de conteúdos neste espaço de tempo. Depois, mostraremos como o trabalho desenvolvido na página consegue driblar os desafios que alguns blogs jornalísticos ainda enfrentam no “fazer webjornalístico”.

Entre os dias 10 de junho, domingo, e 16 de junho, sábado, houveram 304 inserções (Apêndice A) de conteúdo de dois blogueiros: Ricardo Noblat e Felipe Recondo⁵⁸. Os dias menos produtivos, por assim dizer, foram a segunda-feira (11/06) e o sábado (16/06), com 36 *posts*, que não ficou tão abaixo da média de postagem ao longo da semana, que foi de aproximadamente 43 publicações. O dia mais produtivo foi a sexta-feira (15/06), com 61 inserções, devido ao grande fluxo de informações sobre as denúncias de fraude contra o atual presidente do Senado, Renan Calheiros⁵⁹.

Percebe-se que Ricardo Noblat divulga em seu *site* diversos tipos de conteúdo, que serão apresentados no tópico a seguir. “Essa é outra vantagem de fazer jornalismo em blogs: você não tem patrão. Desfruta de ampla liberdade” (NOBLAT, 2005, *online*). Entretanto, ele enfrenta problemas diários para ter o poder de decidir como vai trabalhar, o que vai fazer e

⁵⁸ Em nenhuma parte do blog é explicada a função deste blogueiro nem como é feita a divisão do tarefas entre eles. A nosso ver, este é um aspecto que eles precisariam acrescentar na página. Por isso, não vamos contabilizar a produção individual de cada um, mas sim o trabalho da dupla.

⁵⁹ Das 61 inserções neste dia, 36 foram referentes ao assunto, o que representa cerca de 59% da produção.

como será feito. Com base dos desafios propostos no capítulo anterior desta pesquisa, vamos tentar mostrar situações decorrentes no dia-a-dia⁶⁰.

4.3.1 Produção de notícias

Há quatro anos no ar, pode-ser perceber que o Blog do Noblat passou por muitas mudanças até chegar à forma como dispõem conteúdos na web atualmente. No arquivo do site, onde constam todos as publicações desde o primeiro dia de atividade no antigo endereço do provedor Blig⁶¹, podemos constatar que, na época, o blogueiro não utilizava recursos como **hipertextualidade** e **multimedialidade**. Mas, atualmente, sua produção apresenta todos os aspectos do webjornalismo (já citados acima).⁶²

Percebe-se que há uma rotina de trabalho, tal como acontece nos veículos tradicionais de comunicação. Entretanto, é visível a diferença na escolha das pautas – já que reúnem informações culturais entre *posts* jornalísticos – e na forma de apuração. Em artigo escrito em 2005, Noblat falou sobre a rotina de trabalho adotada na época:⁶³

Trabalho mais horas diárias no blog do que jamais trabalhei em jornais ou revistas. Começo por volta das 10h. Uma vez lidos os seis jornais que assino, reproduzo e comento no blog as notícias mais relevantes. Em seguida, passeio pelos sites de jornais e de agências daqui e de fora. Sempre encontro alguma coisa para comentar ou correr atrás. A partir daí, me penduro no telefone à caça de notícias frescas. [...] Mantenho um aparelho de rádio sintonizado na CBN. E um aparelho de televisão na Globo News ou nas TVs Senado e Câmara, a depender do dia e da hora. [...] Permaneço defronte do computador até a hora do *Jornal Nacional*. Depois dou um tempo. Volto a passear pelos sites de notícias por volta das 23h. E sito até às 2h ou 3h lendo as edições dos jornais do dia seguinte e postando notícias ou comentários. (NOBLAT, 2005, *online*).

⁶⁰ Os pontos **Jornalismo sem jornalistas?** e **Subjetividade** não vão ser destacados. O primeiro não tem referência específica com o **Blog do Noblat**, enquanto o segundo é abordado no tópico **Produção de conteúdos**.

⁶¹ www.blig.ig.com.br

⁶² Devido à estrutura simples dos blogs não permitir uma multimedialidade incluída na página principal, este recurso é disponibilizado em páginas periféricas, interligadas por hipertextos.

⁶³ Sabe-se que, atualmente, já houve alterações, como o auxílio de parceiros e patrocínio. Colocamos a citação, entretanto, porque ela explica o processo jornalístico que fez parte da consolidação do blog do Noblat.

No período analisado, a produção foi feita da seguinte forma: Os primeiros *posts* do dia, por exemplo, trazem partes de conteúdos divulgados em alguns jornais impressos que são disponibilizados na internet ainda de madrugada: O Globo, Jornal do Brasil, Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo⁶⁴ foram fontes freqüentes no período acompanhado, com direito, inclusive, a links para as matérias nos sites relacionados (exceto O Globo). Ao longo do dia, algumas outras informações destes mesmos veículos são colocadas, só que com menos freqüência que nas primeiras horas. O jornal televisivo Bom Dia Brasil, da rede Globo, também mereceu um *post* todos os dias em que exibido.

O jornal Correio Braziliense e os sites Portal G1, O Globo Online e a Agência Estado também contribuíram com o material utilizado em alguns dias do período analisado: o primeiro no domingo (10/06), na terça (12/06) e na quinta (14/06); o segundo, na quinta-feira (14/06); e os dois últimos na segunda e terça-feira (11 e 12/06). A revista Veja também motivou quatro *posts*, publicados no sábado.

A partir da cobertura dos jornais impressos selecionados, os blogueiros passam a inserir conteúdos culturais e notícias próprias ou do de outros canais de comunicação. No primeiro caso, já existem posts-padrão diários: a 1º e a 2º edição da Música do Dia, Obra-prima do dia, Foto do dia, Hora do recreio (onde é colocado um vídeo disponível no Youtube⁶⁵), Enquete e Poema da Noite, que é o último conteúdo inserido todos os dias. A título de organização, vamos acrescentar nesta parte diferenciado do blog as Charges, já que pelo menos uma imagem deste tipo é inserida por dia. Em cada uma das “editorias” citadas, são inseridos textos explicativos junto a um produto multimídia, escolhidos pessoalmente pelos blogueiros. São alternativas de personalização de conteúdos interessantes para

⁶⁴ Um fato curioso foi que, dos sete dias analisados, em quatro foram publicados trechos do editorial do jornal O Estado de São Paulo. Parte do editorial da Folha de São Paulo foi disponibilizada apenas no sábado.

⁶⁵ www.youtube.com

aproximar os internautas do *site*, criando visitantes regulares à procura das novas propostas oferecidas diariamente⁶⁶.

Quanto à produção jornalística exclusiva para o blog, as notícias são publicadas de acordo com sua atualidade, importância e correspondência com os assuntos abordados no blog. No período analisado, das 304 inserções, 91 foram escritas a partir da apuração dos próprios administradores e também dos profissionais que “alimentam” o portal O Globo Online⁶⁷. Neste último caso, não há uma cópia entre as matérias dos veículos, mas sim um aproveitamento da apuração realizada pelos profissionais do grande portal.

Esta atitude não é condenável e nem se caracteriza como um ato não-jornalístico, porque o blog é mantido por apenas duas pessoas, enquanto a organização da qual ele pertence possui uma infra-estrutura especializada em colher informações. Para Fabiana Puccinin,

A justificativa desse reaproveitamento das informações está baseada no fato de que sites noticiosos, em função da instantaneidade – ou seja da busca frenética pela atualização da informação – e da possibilidade de reunir os recursos das várias mídias, só é possível de ser feita a partir da produção já pronta das outras mídias. Torna-se operacionalmente inviável dar conta da cobertura da notícia fazendo a produção da notícia para Tv, áudio e texto, enfim em todas as linguagens, e ao mesmo ainda proporcionar a atualização de tudo isso, várias e diversas vezes num só dia. (PUCCININ, 2003, p.5).

Fazer um texto baseado em uma apuração de outra pessoa também caracteriza-se como uma forma de jornalismo, talvez deficitária, porque o profissional não participou de todo o processo, mas ainda sim jornalística, porque é ele quem vai decidir, dentre o material coletado, o que é mais importante para o público, a abordagem a ser dada. Quando eles dão somente uma nota sobre o assunto apurado para o portal, eles colocam um *link* para a notícia oficial ao final do *post*. Cabe ao internauta decidir se quer saber mais sobre o assunto.

⁶⁶ Em alguns *posts*, o jornalista até disponibiliza seu e-mail - noblat@uol.com.br - para que os internautas enviem sugestões de conteúdos culturais.

Outros conteúdos colocados com uma frequência irregular foram os novos artigos inseridos no blog, produzidos por diversas pessoas que escrevem semanalmente para o veículo (12 *posts*); sugestões aos internautas (com se fossem conselhos; 7 *posts*); chamadas para outros blogs (2); e outros (divagações dos próprios blogueiros, que podemos considerar como pequenos momentos de retorno à forma de diário pessoal – Anexo D). Como curiosidade, encontramos três *posts* relacionados a outros países: dois à Venezuela (relacionados ao presidente Hugo Chávez) e um aos EUA (a respeito do suposto roubo do relógio de G. W. Bush).

Cabe ressaltar que, mesmo inserindo conteúdos diversos, a parte jornalística é a que mais tem lugar no site. Na semana analisada, 71% da produção correspondeu a *posts* informativos, contra 27% conteúdos personalizados e 2% outros (Apêndice B).

4.3.2 Velocidade da web

Citado no capítulo sobre a internet, o desafio da velocidade de manter um fluxo constante de informações é bem trabalhado no Blog do Noblat. A grande quantidade de *posts* diária é explicada pelo fato de que os jornalistas parecem revezar na manutenção do blog ao longo do dia, de forma que durante 24 horas esteja alguns deles pesquisando e “postando” alguma coisa⁶⁸. O primeiro *post* analisado nesta pesquisa, por exemplo, foi inserido no dia 10 de junho, às 00:10h (Anexo C).

A velocidade não compromete a qualidade da produção diária para o site. Entretanto, percebe-se que há uma área deficitária: a de reportagens. Para facilitar esta análise, podemos dividir as publicações jornalísticas no Blog do Noblat em quatro gêneros: notas, notícias, análises e reportagens. O primeiro – as notas – servem para situar os

⁶⁸ O intervalo de tempo entre os *posts* não será medido nesta pesquisa, porque não faz parte dos tópicos propostos pela análise. A produção total é a que nos interessa.

internautas rapidamente sobre um assunto⁶⁹. (Anexo E). Aparecem geralmente quando um assunto surge, mas não há tantas informações para contextualizá-lo. Por isso, os blogueiros inserem um pequeno texto e vão atualizando (ou hiperligando) o post a cada nova apuração⁷⁰.

Os conteúdos com estrutura de notícias são compostos por apuração que contém citações de fontes. (Anexo F)⁷¹. E as análises são *posts* geralmente longos em que o blogueiro tenta mostrar sua visão aos visitantes sobre o panorama político, reunindo fatos e argumentações. (Anexo G).

Canavilhas delimita teoricamente o que Noblat faz na prática com os três formatos citados:

Cruzando estes 4 momentos com as motivações que levaram as inquiridos a criar um blogue, encontramos alguns dados interessantes.

a) Habitualmente, o ponto de partida para a redação de um *post* é uma notícia. O *blogger* destaca a parte da notícia que lhe interessa e coloca um link para o texto original. Fundamentalmente, o *blogger* está a informar e a ser informado o motivo que reúne mais consenso entre os *bloggers*. [...]

b) Após o *link*, o *blogger* escreve um texto onde dá conta da sua perspectiva do acontecimento, tal como é mencionado no ponto 2. O *blogger* considera que está a ajudar os leitores a interpretar as notícias e, conseqüentemente, a ter uma intervenção cívica. (CANAVILHAS, 2004, p.20-21).

Quanto às reportagens, elas não são inseridas no *site* através de *posts*. Elas ficam separadas por um *link* localizado na coluna à direita da página. Talvez seja a parte jornalística do site mais deficitária, porque não possui atualizações constantes. Além disso, nem todas as reportagens são exclusivas do blog nem escritas pelos blogueiros oficiais. Por isso, seria interessante que os administradores reorganizassem a produção deste tipo de conteúdo para o site⁷².

⁶⁹ Segundo Barbosa, S. (2005, p.5), “O que, de início, tinha contornos indefinidos, deixando múltiplas hipóteses em aberto, vai ganhando sucessivamente formas cada vez mais definidas [...] À medida que forem chegando notícias subsequentes, a notícia do que ocorreu vai ganhando forma [...]”.

⁷⁰ No período analisado, não verificamos nenhuma **Errata**. Entretanto, a possibilidade de inserir informações em um *post* já publicado também serve quando é necessário fazer correções.

⁷¹ No Anexo F também pode ser verificada a atualização da notícia, horas depois de ela ter sido publicada, exemplificando a explicação do parágrafo anterior.

⁷² Como sugestão, já que são muitas atividades realizadas pelos dois blogueiros da página, seria interessante que uma terceira pessoa se juntasse à dupla para coordenar esta parte.

4.3.3 Credibilidade

É incontestável que a credibilidade do jornalista Ricardo Noblat precede a sua entrada na blogosfera. Os quase quarenta anos de trabalho em diversos veículos de comunicação⁷³ provam a sua competência profissional e lhe deram bagagem jornalística, confiabilidade de fontes e da sociedade. Mas de nada adiantaria o passado se ele não mantivesse um padrão de qualidade na sua rotina atual.

Além da produção diversificada realizada no blog, Noblat mantém um nível de excelência em todos os *posts*, inclusive nos não-jornalísticos. Ele se preocupa, por exemplo, em colocar créditos nos conteúdos que não são de sua autoria, como fotos e textos de outros veículos. A apuração das informações para o site também é um ponto que concentra grande parte da atenção do jornalista: “O erro cometido no jornal ou na revista tem muitos pais. No blog, ele é só seu. Não dá para pôr a culpa no repórter, no editor que mudou o que você escreveu ou no diagramador que por descuido baixou a penúltima versão de sua matéria” (NOBLAT, 2005, *online*). Com isso, ele consegue evitar erros e atrair um público cada vez maior, que o utiliza como fonte de informação constantemente. De acordo com Escobar (2006, p.12), o jornalista assumiu um papel “[...] de um agente capaz de influenciar no cenário político e mesmo no midiático.”.

A forma como ele interage com os visitantes também impõe empatia e respeito. Além de se mostrar uma pessoa humilde, respondendo geralmente aos comentários que lhe são direcionados, ele determina regras que mostram um trabalho comprometido com a seriedade. Este ponto se refere ao desafio do webjornalismo no que diz respeito à regulamentação frágil da rede. No Blog do Noblat, as regras são próprias e precisam ser

⁷³ Ele foi correspondente do Jornal do Brasil em Recife (PE), escreveu nas revistas Manchete e Veja e nos jornais Correio Braziliense, A tarde e O Dia. Atualmente, escreve uma coluna semanal no jornal O Globo.

obedecidas. “O blog é um espaço de notícias, análise e debate. Quem quiser pode escrever ali qualquer coisa, menos ofensa pessoais e palavrões.” (NOBLAT, 2006, *online*).

4.3.4 Relação com o público

Ricardo Noblat utiliza os comentários como forma de resposta ao conteúdo publicado e também como motivador de novos *posts* (Anexo H), o que é uma estratégia para fidelização dos internautas. “A troca com o público é uma das coisas mais importantes, é necessário responder aos seus comentários, se basear neles para escrever um novo texto. Estabelecer um diálogo com os leitores é a melhor maneira de se manter vivo em sua memória” (SCHITTINE, 2004 p. 149, apud ESCOBAR, 2006, P.5).

Segundo Noblat (2005, *online*), “Eu me empenho em valorizar a contribuição deles. Não raro, pinço comentários de uns e de outros e os destaco no espaço principal do blog”. Na semana de análise, por exemplo, a Frase do Dia havia sido uma sugestão de um blog (Anexo A).

Noblat afirma que é reduzido o número de visitantes que comentam as notícias. Os mais assíduos “[...] gostam de usar nomes falsos e, às vezes, se valem de vários nomes. Mas os que comentam são muito ativos. E gostam de colaborar com o blog apurando notícias.”. Um exemplo desse “diálogo” foi a inserção do dia 10 de julho (domingo), às 21:48h (também ligada ao caso Renan Calheiros), que recebeu 414 comentários. Foi o *post* que recebeu o maior número de intervenções do público

Além disso, na análise semanal realizada para esta pesquisa, das 304 matérias produzidas, somente treze não receberam nenhum comentário. Dez delas estavam ligadas ao conteúdo não-jornalístico, principalmente à Música do Dia. Das outras três que não “deram

ibope”, duas foram publicadas de madrugada e uma delas às 11:42h da quarta-feira (15/06).⁷⁴

Estes fatos mostram que a audiência do Blog do Noblat é bem participativa.

É importante destacar algumas peculiaridades dos comentários. Alguns não se relacionam à temática do blog e ao assuntos do *post*. Como escreveu Noblat (2005, *online*), “Às vezes vira um diálogos de surdos: escrevo sobre as eleições iraquianas e os leitores discutem sober a viagem de Lula a Davos.”. Para minimizar a divergência de conteúdos dentro das inserções sem cercear o público, o blog disponibiliza na coluna da esquerda o espaço *Desabafe*, que é também um local de comentário constantemente visível onde o internauta deixa salvo informações e recados de qualquer espécie.

O jornalista evidencia, também que, algumas interações são desagradáveis: “O leitor do blog não quer nem saber: baixa o pau no que você escreve. E as críticas dele, procedentes ou não, ficam registradas. Eu, pelo menos, não as elimino. Se o fizer, estarei na contramão do espírito democrático da internet. E elas aparecerão novamente. Não tem jeito.” (NOBLAT, 2005, *online*). Entretanto, em um comentário publicado em 28 de maio de 2005 em resposta a uma colocação de uma visitante que não quis se identificar, Noblat situou o problema aos internautas com muita educação:

Gostaria de responder a todas as perguntas que me fazem aqui. Ou sugestões que deixam. Mas é impossível. Porque são muitas. Porque tenho que correr atrás de notícias. E porque ainda tenho de reservar uma parte do tempo para eliminar comentários agressivos aqui postados e que podem configurar crime. Como você e a maioria dos que comentam preferem esconder a verdadeira identidade, posso ser obrigado a responder diante da Justiça pelo que vocês escrevem. Não seria justo, concorda?⁷⁵ (NOBLAT, 2005, *online* apud ESCOBAR, 2006, p.5).

4.3.5 Personalização

⁷⁴ O horário não é um fator responsável pelo falta de comentários, mas pode ter contribuído.

⁷⁵ <http://noblat1.estadao.com.br/noblat/visualizarConteudo.do?metodo=exibirPosts&data=28/05/2005>

Assim como identificamos a personalização na forma como são escritos os conteúdos exclusivos (Anexo I), o blog tem toda uma estrutura voltada para facilitar a interação do usuário com a página. Noblat (2005, *online*) afirma que todas as funcionalidades foram pensadas levando também em conta o gosto do público. Realmente, percebemos que ele segue quase todos os pontos propostos por Raquel Recuero no quesito personalização:

Dentre as principais evidências da personalização, podemos citar:

- o uso da primeira pessoa nos textos;
- o uso de fotografias para identificar a pessoa que escreve;
- a assinatura, em todos os *posts*, do autor;
- a existência de uma apresentação do autor.

Outra característica, que pode ser compreendida como uma extensão da personalização dos warblogs é a informação opinativa. A discussão e o debate são estimulados através da constante análise e opinião nos textos dos *posts*. Os autores costumam colocar pontos (em geral levantados pela mídia ou pela leitura de outros weblogs) e discutí-los com os leitores através dos comentários ou com outros blogs através de links para os posts. (RECUERO, 2003, p.7).

O único quesito que não se encaixa é o “uso da primeira pessoa nos textos”. Noblat deve ter abolido este recurso por conta do trabalho jornalístico que desenvolve na página. Mesmo tendo conteúdos subjetivos, o blogueiro como primeira pessoa do discurso leva o *site* a ter caráter de diário pessoal, mesmo que a respeito de assuntos públicos.

4.3.6 Patrocínio

Este aspecto também é relevante quando falamos em blogs jornalísticos. Ao ser dispensado no jornal O DIA e focalizar seu trabalho no blog, Noblat ficou sem receber pagamento por mais de um ano. No artigo de 2005, ele até brinca que a mulher dele era quem estava pagando as contas da casa.

A grande visitação do público foi o reconhecimento da qualidade do seu trabalho. Segundo Escobar (2006, p.7), “[...] o blogueiro jornalista está “vendendo” bens simbólicos.

Na medida em que cresce o número de internautas que “compram” seu produto, ou seja, que visitam seu site, cresce também o potencial deste para lhe render ganhos financeiros diretos.”. Vislumbrando vantagens econômicas, empresas de comunicação o chamaram para desenvolver o projeto dentro de seus domínios. Atualmente ele pode fazer um trabalho pleno de jornalismo no blog porque consegue se manter exclusivamente com este retorno financeiro.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa buscou demonstrar como o jornalismo se adaptou à web ao longo dos últimos dez anos no Brasil e como os blogs passaram de simples páginas pessoais a espaços para veiculação de informações. Mesmo que as duas questões ainda apresentem problemas a serem contornados, encontramos na rede páginas que já fazem um trabalho fundamentalmente webjornalístico.

A discussão centrada na internet, desenvolvida no primeiro capítulo, nos levou a concluir que, tal como outras formas de comunicação, o jornalismo também adotou a internet como um novo espaço. Profissionais da área se aventuraram no meio ao compreender a dimensão e potencialidades que a web proporcionaria ao campo de trabalho.

O computador foi fundamental neste processo, já que através dele foi possível o desenvolvimento e interação com esta nova tecnologia. Além de servir como suporte, ele também foi responsável pela modificação da rotina produtiva dentro das redações, reunindo os processos de recebimento de pautas até divulgação do produto final e, em alguns casos, resposta do público (estes últimos fatores só são possibilitados se a máquina estiver conectada à rede).

Atualmente, ainda existem formas “primárias” de jornalismo na web, ou seja, aqueles que não aproveitam todas as potencialidades. Alguns *sites* permanecem na primeira fase definida por Mienilczuk (2002), digitalizando seus conteúdos e incorporando-os à rede. Outros acrescentam nesta incorporação algumas ferramentas de interatividade sem o uso pleno dos recursos, permanecendo na fase de metáfora, (MIENILCZUK, 2002) ou de jornalismo *online* (CANAVILHAS, 2006).

Entretanto, sabemos que há domínios que fazem um jornalismo com todas as

ferramentas possíveis: **hipertextualidade**, **interatividade**, **personalização**, **memória**, **instantaneidade** e **multimídia** (MIENILCZUK, 2002). Esta nova modalidade informativa chamada de webjornalismo foi uma das grandes responsáveis por uma readaptação e rompimento de conceitos já consolidados nas mídias tradicionais.

A pirâmide invertida, por exemplo, deve continuar sendo usada dentro de um mesmo texto. Entretanto, ela não caracteriza mais a formatação da notícia como um todo, já que agora é possível acrescentar informações de diversos formatos (multimídia) e em tempos diferentes (instantaneidade). É melhor entendermos a hierarquia de informações no texto jornalístico da web como uma linha horizontal, onde os conteúdos com mesma importância ficam lado a lado.

A composição de produtos jornalísticos passou por outras modificações. A interatividade permite que o usuário também participe da sua elaboração (interatividade), sugerindo novos pontos de abordagem ou dando novas informações. O conteúdo específico para a rede não é escrito e adaptado com o intuito de agradar a todo o público. Ele é focalizado nos interesses de grupos específicos (personalização).

Além disso, os fatos mais recentes já não são os únicos a comporem a matéria. A web exige uma contextualização através de ligações (hipertextualidade) também com informações já divulgadas que se relacionam ao assunto (memória). Desta forma, o internauta passa a ter uma visão ampliada dos fatos.

Por todos esses fatores, surgiram narrativas específicas para o webjornalismo. Beatriz Ribas aponta a **narrativa hipertextual avançada**, proposta para esse meio, ainda não é totalmente verificada na atualidade, mas que já apresenta sinais de desenvolvimento, como o uso de hiperligações e interatividade com os usuários. Falta, ainda, uma melhor utilização do banco de dados disponível e dos recursos multimídia.

O desafio relacionado à composição de conteúdos é apenas um dos pontos a serem aperfeiçoados na rede. A velocidade precisa ser um fator que não comprometa a qualidade do trabalho jornalístico, ampliando as possibilidades de erro. É preciso que ele fomente a instantaneidade sem que o profissional perca a consciência dos pré-requisitos de sua função. É preciso também que questões técnicas sejam aprimoradas para que a multimidialidade seja usada sem limitações e que os jornalistas saibam incorporá-la ao produto.

Os blogs são páginas que também enfrentam estes problemas, mas que podem desenvolver amplamente as ferramentas webjornalísticas por serem um espaço para experimentação de novas formas comunicativas. Por conta de sua popularização, motivada por fatores como a multiplicidade de emissores, facilidades de publicação e formação de grupos que compartilham os mesmos interesses, o padrão foi adotado para divulgação de diversos conteúdos, inclusive noticiosos.

Algumas características que poderiam colocar em dúvida o potencial jornalístico do meio passaram a fazer parte desse novo formato informativo na constituição dos produtos. A subjetividade impressa aos blogs devido à sua autoria – já que são páginas onde o poder está totalmente no controle do administrador⁷⁶ - se tornou um dos elementos diferenciais para o jornalismo nos blogs. Os internautas buscarão a página pelo interesse em saber o que o blogueiro tem a dizer sobre os acontecimentos, até porque nestas páginas, na maioria dos casos, a opinião não é mascarada com o uso de artifícios que imprimam caráter de objetividade e neutralidade como acontece na mídia tradicional.

Além disso, a liberdade de expressão possibilitada pela amplificação da emissão na internet permite que tanto os jornalistas quanto o público possam divulgar o que quiser, da forma como quiser. Os usuários podem até corrigir erros, que são causados pelos problemas da velocidade imposta ao webjornalismo (como apuração superficiais e redação apressada). A

⁷⁶ Ou administradores, quando há mais de um blogueiro.

alteração pode ser feita instantaneamente pelo blogueiro, por conta das facilidades na manutenção destes domínios. Essa forma de jornalismo participativo (RODRIGUES, 2006) e a rapidez na correção de equívocos são pouco visíveis nos outros meios de comunicação.

Ainda existem outros desafios para os blogs jornalísticos. A intensa produção para uma única pessoa⁷⁷, que precisa driblar os problemas na rotina de trabalho solitária, para que o produto final seja eficiente e exclusivo. A qualidade do blog é um dos fatores que determinará sua credibilidade e a aceitação da subjetividade do autor na elaboração de conteúdos⁷⁸. A profissionalização é fundamental para que o blog seja considerado jornalístico, já que a responsabilidade da função exige conhecimentos técnicos e certeza do que está sendo divulgado. E o relacionamento com o público deve ser amistoso, uma vez que é considerado como um complemento da interação do autor com seu blog.

Todos esses aspectos já foram incorporados ao Blog do Noblat, analisado no terceiro capítulo deste trabalho. A boa reputação de Ricardo Noblat como jornalista é anterior a sua dedicação exclusiva ao blog, mas só permanece atualmente porque ele mantém um trabalho eficaz e credível em seu *site*. Tanto que, atualmente, o blog integra os produtos vinculados a uma grande empresa de comunicação (sem perder a sua liberdade em publicar o que quiser e autonomia – da maneira como quiser).

A atualização constante exigida pela web é realizada com a “mesclagem” de conteúdos jornalísticos e culturais, sendo que os primeiros são feitos a partir de diversos gêneros (notas, notícias, análises) e com diferentes bases, fontes de dados (informações publicadas na mídia tradicional, apuração própria e crítica pessoal). A linguagem utilizada nos textos aproxima-se a de uma conversa, mas não perde seu caráter informativo. Desta forma, o conteúdo adapta-se perfeitamente ao propósito do blog, que é fazer uma cobertura dos bastidores da política que aproxime os fatos dos cidadãos-internautas.

⁷⁷ O blogueiro é o responsável pela atualização de sua página.

⁷⁸ A bagagem intelectual e reconhecimento público dos blogueiros também influenciam estes quesitos.

A grande diversidade oferecida também permite ao usuário transitar de forma livre pelas suas áreas de interesse, já que ele pode escolher o que quer ler clicando nos diversos *links* localizados pela página. Noblat também incentiva o público a participar e sugerir discussões, fazendo um jornalismo efetivamente participativo.

Conclui-se, portanto, que o Blog do Noblat é um espaço webjornalístico criativo e eficiente. O grande número de visitantes é uma das provas de que é possível ter sucesso se houver investimentos e sabedoria no ramo da comunicação exclusiva para a rede. O *site* serve de exemplo para os jornalistas que pretendem exercer sua profissão de forma independente e correta no mundo dos bits.

6 REFERÊNCIAS PRELIMINARES

AGUIAR, Kátia Fonseca. Blog-jornalismo: interatividade e construção coletiva da informação, 2006. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aguiar-katia-blog-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 30.mai.2007.

ALDÉ, Alessandra; CHAGAS, Viktor. Blog de política e identidade jornalística (transformações na autoridade cognitiva e na relação entre jornal e leitor). In: INTERCOM, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UERJ. 2005. 1 CD-ROM.

BARBOSA, Suzana. Bases de dados e webjornalismo: em busca de novos conceitos, 2005. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-webjornalismo-conceitos.pdf>>. Acesso em: 30.mai.2007.

_____. Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais, 2001. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-online.pdf>>. Acesso em: 30.mai.2007.

CANAVILHAS, João Manuel Messias. Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?, 2004. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-politica-e-weblogs.pdf>>. Acesso em: 25.mai.2007.

_____. Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança, 2006. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>>. Acesso em: 25.mai.2007.

_____. WEBJORNALISMO. Considerações gerais sobre jornalismo na web. 2001. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>>. Acesso em: 25.mai.2007.

CASTILHO, CARLOS. Blogs na copa: uma lição de autoria compartilhada. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>>. Acesso em: 19 jun.2006.

ESCOBAR, Juliana Lúcia. Blog do Noblat e escândalo midiático: jornalismo sobre novas bases. In: INTERCOM, 2006, Brasília. **Anais...** Brasília: UNB. 2006. 1 CD-ROM.

GERALDES, Elen Cristina. A vocação política dos blogs de notícias: possibilidade de reconstrução da esfera pública. In: INTERCOM, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UERJ. 2005. 1 CD-ROM.

GONÇALVES, Elias Machado. O ciberespaço como fonte para os jornalistas, 2002 **Faculdade de Comunicação – Universidade Federal da Bahia**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_goncalves_ciberespacofonte.pdf>. Acesso em: 22.mai.2007.

HEWITT, Hugh. **Blog: entenda a revolução que vai mudar o seu mundo**. Trad. Alexandre Martins Morais. Rio de Janeiro: Thomas Nelson, 2007.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

LOPEZ, Débora Cristina. Sociedade da informação e jornalismo: campos de interação e intervenção, 2006. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-sociedade-informacao-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 30.mai.2007.

MATTOSO, Guilherme de Queirós. Internet, jornalismo e *weblogs*: uma nova alternativa de informação, 2003. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/mattoso-guilherme-webjornalismo.pdf>>. Acesso em: 25.mai.2007.

MIELNICZUK, Luciana. A Pirâmide Invertida na época do Webjornalismo: tema para debate, 2002. **Faculdade de Comunicação – Universidade Federal da Bahia**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_mielniczuk_piramides_invertidas.pdf>. Acesso em: 22.mai.2007.

_____. Características e implicações do jornalismo na Web, 2001. **Faculdade de Comunicação – Universidade Federal da Bahia**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>. Acesso em: 22.mai.2007.

MORAES, Denis de. Novos paradigmas da comunicação virtual. In: **O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia**. Rio de Janeiro: DP & A, 2001. p.67-92.

MOREIRA, Fábio Leon. Estressados pelas críticas. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: < <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>>. Acesso em: 19 set.2005.

MONTEIRO, Elis. Blogs de gente grande, 2002. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>>. Acesso em: 19 set.2005.

MOURA, Leonardo de Souza. **Como escrever na rede**: manual de conteúdo e redação para Internet. Rio de Janeiro; Record, 2002.

NOBLAT, Ricardo. O que um blog pode ensinar. **Blog do Noblat**. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/arquivos_upload/2006/12/129_oqueumblog.doc>. Acesso em: 4 fev. 2007.

PALACIOS, Marcos. Mundo Digital. **Faculdade de Comunicação – Universidade Federal da Bahia**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/2005_palacios_mundodigital.doc>. Acesso em: 22.mai.2007.

PUCCININ, Fabiana. Jornalismo online e prática profissional: Questionamentos sobre a apuração e edição de notícias para web, 2003. **Biblioteca on-line de Ciências da**

Comunicação. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/puccinin-fabiana-jornalismo-online-pratica-profissional.pdf>>. Acesso em: 30.mai.2007.

RECUERO, Raquel da Cunha. Warblogs: Os Blogs, a Guerra do Iraque e o Jornalismo Online, 2003. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação.** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-war-blogs.pdf>>. Acesso em: 25.mai.2007.

RIBAS, Beatriz. Características da notícia na Web - considerações sobre modelos narrativos, 2004. **Faculdade de Comunicação – Universidade Federal da Bahia.** Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_caracteristicas_noticia_web.pdf>. Acesso em: 22.mai.2007.

RODRIGUES, Catarina. *Blogs e a fragmentação do espaço público*, 2006. **Laboratório de Comunicação On-Line.** Disponível em: <<http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/pdfs/rodrigues-catarina-blogs-fragmentacao-espaco-publico.pdf>>. Acesso em: 2 mai. 2007.

SBARDELOTTO, Moisés. Do papel aos bits - As alternativas do jornalismo independente contemporâneo, 2006. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação.** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sbardolotto-moisés-do-papel-aos-bits.pdf>>. Acesso em: 25.mai.2007

SCHWINGEL, Carla. Os sistemas de publicação como fator da terceira fase do Jornalismo Digital, 2004. **Faculdade de Comunicação – Universidade Federal da Bahia.** Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_schwingel_sistemas_publicacao.PDF>. Acesso em: 22.mai.2007.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. O *webjornalismo* e o paradoxo da velocidade, 2004. In: INTERCOM, 2004, Porto Alegre. **Anais...** São Paulo: USP. 2004. 1 CD-ROM.

TUCHMAN. Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções da objectividade dos jornalistas. In: **Jornalismo: questões, teorias e estórias.** Nelson Traquina. Lisboa: Vega, 1993, p. 85.

Sites:

http://pt.wikipedia.org/wiki/Blog_do_Noblat, acessado em 15 jun. 2007.

<http://oglobo.globo.com/pais/noblat/>, acessado em 4 fev. 2007 e 18 jun. 2007

7 APÊNDICES

Apêndice A - Posts publicado entre os dias 10 e 16 de junho

		10/06	11/06	12/06	13/06	14/06	15/06	16/06
CONTEÚDOS JORNALÍSTICOS	Jornal O Globo	5	4	8	6	5	6	4
	Jornal do Brasil	2	1	2	1	2	0	3
	Folha de São Paulo	4	5	4	6	6	5	6 + ed
	O Estado de São Paulo	5 + ed*	0	1 + ed	3	3 + ed	2**	2
	Correio Braziliense	1	0	1	0	1	0	0
	Bom Dia Brasil	0	1	1	1	1	1	0
	Portal G1	0	0	0	0	1	0	0
	O Globo Online	1	1	0	0	0	0	0
	Agência Estado	1	1	0	0	0	0	0
	Revista Veja	0	0	0	0	0	0	4
	Conteúdo próprio	5	12	11	20	7	33	2
	Outros países	0	1	1	2	0	0	0
CONTEÚDOS PERSONALIZADOS	Artigos do blogs	1	0	2	3	1	1	4
	Sugestões internautas	1	1	1	1	2	0	1
	Obra-Prima do Dia	1	1	1	1	1	1	1
	Música do Dia	2	2	2	2	1	2	2
	Foto do Dia	1	1	1	1	1	1	1
	Charge	2	1	2	1	2	3***	2
	Hora do Recreio	1	1	1	1	1	1	1
	Enquete	1	1	1	1	1	1	1
	Poema da noite	1	1	1	1	1	1	1
	Link para outro blog	0	0	0	0	1	1	0
	OUTROS	Outros	1****	1	1	1	0	2
	TOTAL	37	36	43	52	39	61	36
	GERAL	304 Posts						

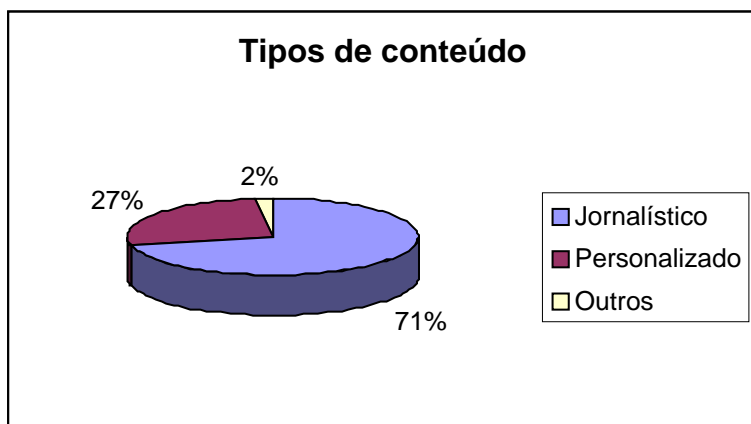
* Post referente ao editorial do jornal.

** Neste dia, os dois posts foram referentes ao editorial.

*** Uma das imagens é uma fotomontagem.

**** Este post é uma crônica escrita por Luis Fernando Veríssimo

Apêndice B – Gráficos de análise da produção semanal do blog do Noblat



Obs: O Jornalístico engloba todos os conteúdos referentes à apuração em veículos jornalísticos e produção própria. Já os personalizados são aqueles que funcionam como um conselho para o internauta acessar produtos não-jornalísticos. O Outros refere-se aos *posts* que são somente uma divagação do blogueiro.

8 ANEXOS

Anexo A – Parte superior da página inicial do Blog do Noblat

The screenshot shows the top portion of a web browser window displaying the 'Blog do Noblat' page on the O Globo Online website. The browser's address bar shows the URL: http://oglobo.globo.com/pais/noblat/Default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=&pagAtual=16. The page features a prominent 'Golden Cross' banner for 'Assistência médica dos Jogos Pan-americanos Rio 2007'. Below this is the 'O GLOBO ONLINE PAÍS' header with a search bar and weather information for Rio de Janeiro (16°C min, 32°C max). A navigation menu includes categories like 'CAPA', 'PLANTÃO', 'MEU GLOBO ONLINE', 'BLOGS', 'GLOBOONLINERS', 'EU-REPÓRTER', 'MULTIMÍDIA', 'ESPECIAIS', 'CLASSIFICADOS ZAP', 'O GLOBO DIGITAL', and 'GUIAS E SERVIÇOS'. The main content area is titled 'Blog do NOBLAT' with a date of 'Brasília, 21 de junho de 2007'. A quote from 'Ptsauro, leitor do blog' reads: 'Senhoras e senhores, comecemos a campanha "Renan, relaxa, goza e fala tudo, tudinho..."'. The main article is titled 'PT exigirá da bancada apoio a lista fechada' and is dated '12.6.2007 | 1h08m'. The article text begins with 'De O Globo, hoje: "O PT vai obrigar seus 82 deputados a votarem a favor da lista fechada de candidatos na reforma política. O assunto entra na pauta de votações da Câmara amanhã. O partido vai fechar questão, na próxima quinta-feira, quando estarão reunidos os 21 integrantes da executiva, que devem confirmar o apoio ao voto em lista fechada, ao financiamento público exclusivo das campanhas e à fidelidade partidária, segundo decisão adotada pelo Diretório Nacional, em maio. Ontem, a executiva se reuniu com 35 deputados e dois senadores, numa tentativa de garantir a unidade e persuadir os dissidentes.' The page also includes a search bar, a sidebar with navigation links (PÁGINA PRINCIPAL, ARTIGOS, ENTREVISTAS, VALE A PENA ACESSAR, ARQUIVO DO BLOG, PODCAST), a 'LEIA EM O GLOBO' section, and an 'ENQUETE' section with the question 'A Polícia Federal está sob pressão para não vazarem mais as conversas que grava com autorização da Justiça. O que você pensa a respeito?' and options 'Não deve vazarem', 'Deve continuar vazando', and 'Não sei'. The browser's taskbar at the bottom shows several open windows, including 'O Globo Online - Rica...', 'Yahoo! Mail - annepauli...', and 'NOBLAT considerações...'. The system clock shows 11:53.

Anexo B – Parte inferior da página inicial do Blog do Noblat

The screenshot shows the bottom portion of a web browser window displaying the Noblat blog on the Globo Online website. The browser's address bar shows the URL: http://oglobo.globo.com/pais/noblat/Default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=&pagAtual=16. The page title is "O Globo Online - Ricardo Noblat - PT exigirá da bancada apoio a lista fechada".

The main content area features a comment section with the following text:

integrantes da executiva, que devem confirmar o apoio ao voto em lista fechada, ao financiamento público exclusivo das campanhas e à fidelidade partidária, segundo decisão adotada pelo Diretório Nacional, em maio. Ontem, a executiva se reuniu com 35 deputados e dois senadores, numa tentativa de garantir a unidade e persuadir os dissidentes.

— O debate de hoje foi para amadurecer nossa posição e estamos trabalhando na linha do convencimento, e não da imposição — disse o líder do partido na Câmara, Luiz Sérgio (RJ).

A votação do relatório do deputado Ronaldo Caiado (DEM-GO), apoiado pelo PT, só deve ocorrer na próxima semana, por causa das medidas provisórias que trancam a pauta. Os petistas reconhecem que há divisão na bancada e, mesmo traumatizados com as expulsões ocorridas no primeiro mandato do presidente Lula, que resultaram na criação do PSOL, vão pressionar para que o partido vote unido." [Leia mais em O Globo](#)

Below the text are two comment boxes, each with a "Permalink" link, an "Envie" button, and a "Ler comentários" link. The first comment is dated "11.6.2007 | 23h55m" and the second is dated "11.6.2007 | 23h30m".

On the left sidebar, there are several sections:

- OUÇA**: "ESTAÇÃO JAZZ e TAL" with a red hand icon.
- FALE COM O BLOG**: "falecomoblog@globo.com".
- OUTROS SITES DE COLUMNISTAS**: A list of links including "Ancelmo.com", "Miriam Leitão", and "Rádio do Moreno".

On the right sidebar, there are sections for "ESPECIAL" (featuring "ALICE na ilha das maravilhas" by Alice Watson), "BIBLIOTECA" (a list of categories like "Crônicas", "Discursos", etc.), and "COBERTURAS ESPECIAIS" (featuring "A história da reeleição").

The browser's taskbar at the bottom shows several open applications, including "O Globo Online - Rica...", "O Globo Online - Ricard...", "Yahoo! Mail - anepauli...", "NOBLAT considerações...", and "Sem Título1 - BrOffice.o...". The system clock shows "11:53".

Anexo C – Estrutura do *post* padrão; primeiro *post* no período analisado para a pesquisa.

– Se rastrear o meu nome, quando cair nas coisas lá e ver o meu nome, o cara já pensa duas vezes em fazer qualquer coisa (sic) – afirma Morelli, numa gravação.
Leia mais em O Globo.

Permalink » Envie ✉ Escreva seu comentário ✍ Ler comentários (164) 📄

Enviado por Ricardo Noblat - 10.6.2007 | 0h10m

Amorim diz que Chávez não é risco para a Democracia

De O Globo, hoje:
"Há risco de uma escalada autoritária na região?"
Celso Amorim - Não vou fazer julgamentos. O presidente Chávez é eleito com grande votação. Houve um referendo sobre as eleições e o povo o confirmou. Agora, os estilos, o que cada um faz, cabe ao povo do país julgar.
Mas a democracia na região corre risco?
Celso Amorim - Não vejo nenhum risco de autoritarismo ou de atitudes antidemocráticas na América do Sul. Agora, em casos específicos, cada um pode ter sua opinião. E o povo de cada país é que é o melhor juiz.
Leia mais em O Globo.

Permalink » Envie ✉ Escreva seu comentário ✍ Ler comentários (46) 📄

Enviado por Felipe Recondo - 9.6.2007 | 23h00m

Poema da noite

Canção de Ninar
W.H. Auden
Deita tua cabeça adormecida, amor,
Tanto humana sobre meu braço incrédulo;

(2 item(ns) restante(s)) Aguardando http://oglobo.globo.com/pais/noblat/Default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=&pagAtual=...

Zona desconhecida 100%

Iniciar [Internet Explorer] [Outlook Express] [O Globo Online - Rica... [O Globo Online - Ricard... [NOBLAT considerações... [10 matérias noblat.doc ... [FOTO DIA 10.doc - BrO... 11:14

Anexo D – Exemplo de posts considerados divagações

O Globo Online - Ricardo Noblat - Vai dormir, Renan! - Windows Internet Explorer

http://oglobo.globo.com/pais/noblat/Default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=8&pagAtual=11

PAIS RIO SÃO PAULO ECONOMIA MUNDO CIÊNCIA ESPORTES CULTURA OPINIÃO EDUCAÇÃO SAÚDE TECNOLOGIA VIAGEM EXTRA ONLINE DIÁRIO DE SÃO PAULO

Blog do NOBLAT | Brasília, 21 de junho de 2007

Regras do Blog
Perfil do Noblat
Publicações do Noblat

FRASE DO DIA

“ Senhoras e senhores, comecemos a campanha "Renan, relaxa, goza e fala tudo, tudinho..." ”
Ptsauro, leitor do blog

Enviado por Ricardo Noblat - 15.6.2007 | 3h33m

Vai dormir, Renan!
A essa hora, o senador Renan Calheiros (PMDB-AL) está contando carneirinhos.
RSS Permalink » Envie » Escreva seu comentário » Ler comentários (10)

Enviado por Ricardo Noblat - 15.6.2007 | 3h02m

PF indicia 101 pessoas na Xeque-Mate
Da Folha de S.Paulo, hoje:
"A Polícia Federal informou que indiciou 101 pessoas nas investigações sobre a máfia dos caça-níqueis, alvo da Operação Xeque-Mate, que atingiu o irmão mais velho do presidente Lula, o aposentado Genival Inácio da Silva, o Vavá.
No total, foram expedidos 85 mandados de prisão em 4 de junho, dia da operação. Até ontem 26 pessoas permaneciam presas, entre elas o empresário de jogos Nilton Cezar Servo, acusado de ser um dos líderes da máfia dos caça-níqueis.
Servo, segundo a PF, é sócio do funcionário público Dario Moralli Filho, compadre do

ENQUETE

A Polícia Federal está sob pressão para não vaziar mais as conversas que grava com autorização da Justiça. O que você pensa a respeito?

- ▶ Não deve vaziar
- ▶ Deve continuar vazando
- ▶ Não sei

Resultado »
Pesquisa anterior »

ESPECIAL

ALICE
na ilha das maravilhas
O dia-a-dia de uma jornalista em **Fernando de Noronha**.
Por Alice Watson

Internet 100% 13:08

Anexo E – Exemplo de notas

O Globo Online - Ricardo Noblat - Escuta aponta corrupção em subprefeitura - Windows Internet Explorer

http://oglobo.globo.com/pais/noblat/Default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=8pagAtual=9

O Globo Online - Ricardo Noblat - Escuta aponta corru...

Então que Ideli concorde em substituir Cafeteira.

Evita-se, pelo menos, a continuidade da farsa de que o relator do caso procederá com isenção, independência e equilíbrio. Ideli não é famosa por tais atributos.

Permalink » Envie ☒ Escreva seu comentário ✍ Ler comentários (32) ▢

Enviado por Felipe Recondo - 15.6.2007 | 13h30m

Decisão caberá aos líderes

Diante da ameaça de Eptácio Cafeteira (PTB-MA) de renunciar à vaga do Conselho de Ética, caso o relatório sobre o caso Renan Calheiros (PMDB-AL) não seja votado imediatamente, caberá aos líderes partidários definir se a sessão será adiada ou não.

Permalink » Envie ☒ Escreva seu comentário ✍ Ler comentários (17) ▢

Enviado por Felipe Recondo - 15.6.2007 | 13h23m

Cafeteira ameaça abandonar Conselho

O relator do processo contra Renan Calheiros no Conselho de Ética, Eptácio Cafeteira (PTB-MA), não aceitou o acordo proposto pelos demais integrantes de adiar a conclusão do caso para a próxima semana. Com isso, quer colocar em votação seu parecer, pela absolvição de Renan, ainda hoje. E ameaça deixar o Conselho caso o relatório não seja votado imediatamente.

Permalink » Envie ☒ Escreva seu comentário ✍ Ler comentários (40) ▢

Enviado por Ricardo Noblat - 15.6.2007 | 13h16m

Palhaçada!

É impagável o esforço dos aliados do senador Renan Calheiros (PMDB-AL) no Conselho de Ética de vender a idéia de que Renan é tão generoso, tão equilibrado no exercício do seu papel de presidente do Senado, tão preocupado com a imagem da instituição,

(1 item(ns) restante(s)) Fazendo o download da imagem http://oglobo.globo.com/blogs/arquivos_upload/2007/... Internet 100%

Iniciar O Globo Online - Ricar... NOBLAT considerações.d... 13:16

Anexo F – Exemplos de notícia e atualização de conteúdo

The screenshot shows a web browser window displaying a news article on the O Globo Online website. The browser's address bar shows the URL: http://oglobo.globo.com/pais/noblat/Default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=&pagAtual=12. The page title is "O Globo Online - Ricardo Noblat - Manobra desastrada e anulada".

The article is titled "O placar de amanhã no Conselho: 8 a 6" and is attributed to Felipe Recondo, dated 14.6.2007 at 11h38m. The main text discusses the upcoming vote in the Senate regarding the impeachment of President Lula. It mentions that senators from the Democratas, PSDB, and PDT will vote against archiving the representation for breach of decorum against the president. The article also notes that the PSDB and DEM will vote separately to have the report from Senator Epitácio Cafeteira (PTB-MA) considered and for witnesses to be heard before the case is concluded.

Key points from the article include:

- Vamos ter cinco ou seis assinaturas com certeza -, afirmou Marconi Perillo (PSDB-GO), um dos autores da proposta.
- Já costurei tudo. O Democratas vai todo apoiar o voto em separado -, confirmou José Agripino (RN), líder da legenda.

The article also mentions that the majority of the Council must approve the report from Cafeteira, which absolves Renan. It states that eight votes are in favor of archiving the case, while six support the continuation of investigations.

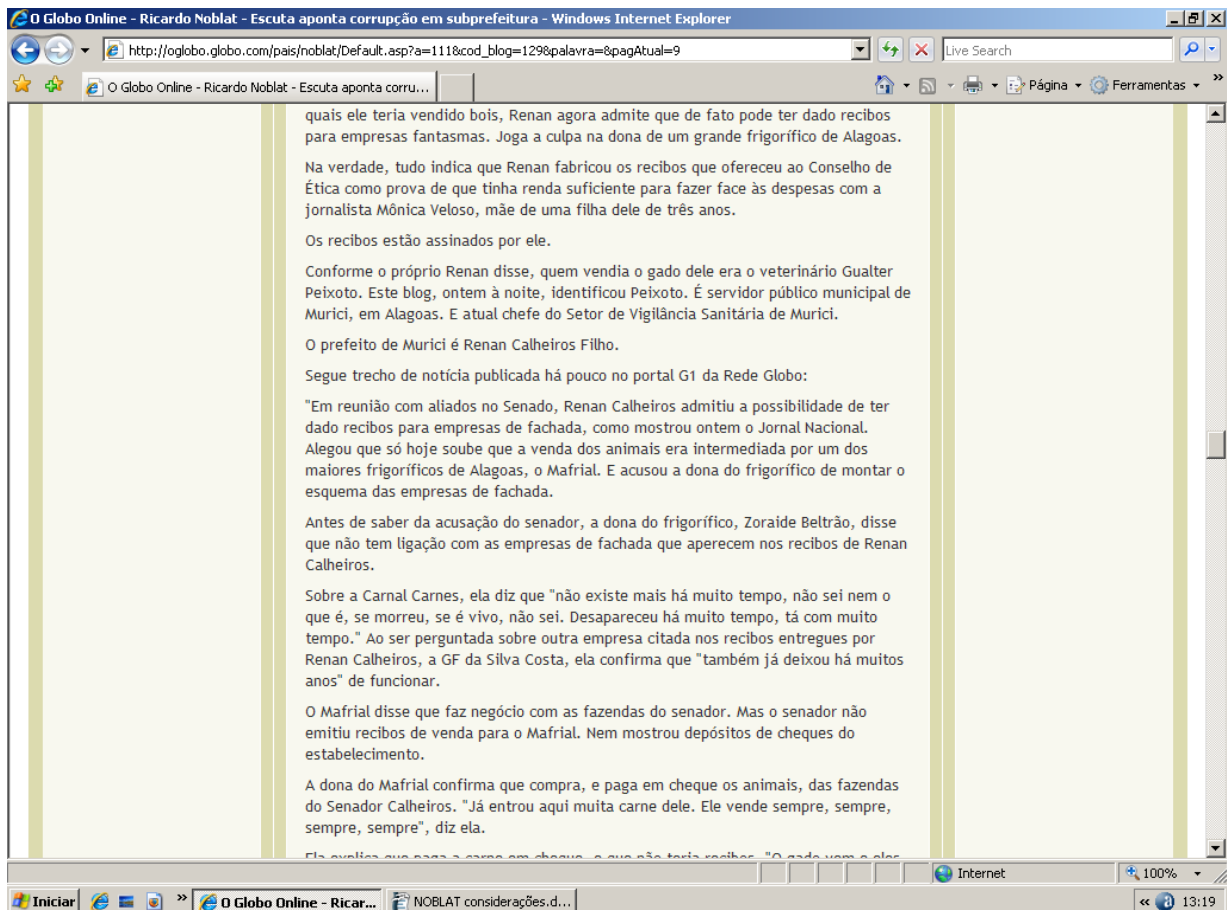
An update is provided: "(Atualização: 16:58: O voto do corregedor do Senado, Romeu Tuma (DEM-SP), está sendo contabilizado pelos que defendem a continuidade das investigações contra Renan. Assim, o placar amanhã seria de 8 a 7. Porém, do outro lado, os defensores de Renan confiam que Tuma não vai seguir o partido e votará pela absolvição imediata do presidente do Senado. O placar então seria 9 a 6)".

Below the main text, there is a section titled "Vale a pena acessar" with a graphic illustration of a person's face and a book.

The right sidebar contains a "BIBLIOTECA" section with links to various content types: Crônicas, Discursos, Documentos, Editoriais, Frases de 2006, Histórias exemplares, Notas Oficiais, and Reportagens. There is also a "COBERTURAS ESPECIAIS" section with links to "A história da reeleição" and "Copa do Mundo 2006".

The bottom of the browser window shows the Windows taskbar with the "Iniciar" button, several open applications, and the system clock showing 13:01 on 6/14/2007.

Anexo G – Exemplo de análise



O Globo Online - Ricardo Noblat - Escuta aponta corrupção em subprefeitura - Windows Internet Explorer

http://oglobo.globo.com/pais/noblat/Default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=&pagAtual=9

O Globo Online - Ricardo Noblat - Escuta aponta corru...

quais ele teria vendido bois, Renan agora admite que de fato pode ter dado recibos para empresas fantasmas. Joga a culpa na dona de um grande frigorífico de Alagoas.

Na verdade, tudo indica que Renan fabricou os recibos que ofereceu ao Conselho de Ética como prova de que tinha renda suficiente para fazer face às despesas com a jornalista Mônica Veloso, mãe de uma filha dele de três anos.

Os recibos estão assinados por ele.

Conforme o próprio Renan disse, quem vendia o gado dele era o veterinário Gualter Peixoto. Este blog, ontem à noite, identificou Peixoto. É servidor público municipal de Murici, em Alagoas. E atual chefe do Setor de Vigilância Sanitária de Murici.

O prefeito de Murici é Renan Calheiros Filho.

Segue trecho de notícia publicada há pouco no portal G1 da Rede Globo:

"Em reunião com aliados no Senado, Renan Calheiros admitiu a possibilidade de ter dado recibos para empresas de fachada, como mostrou ontem o Jornal Nacional. Alegou que só hoje soube que a venda dos animais era intermediada por um dos maiores frigoríficos de Alagoas, o Mafrial. E acusou a dona do frigorífico de montar o esquema das empresas de fachada.

Antes de saber da acusação do senador, a dona do frigorífico, Zoraide Beltrão, disse que não tem ligação com as empresas de fachada que aparecem nos recibos de Renan Calheiros.

Sobre a Carnal Carnes, ela diz que "não existe mais há muito tempo, não sei nem o que é, se morreu, se é vivo, não sei. Desapareceu há muito tempo, tá com muito tempo." Ao ser perguntada sobre outra empresa citada nos recibos entregues por Renan Calheiros, a GF da Silva Costa, ela confirma que "também já deixou há muitos anos" de funcionar.

O Mafrial disse que faz negócio com as fazendas do senador. Mas o senador não emitiu recibos de venda para o Mafrial. Nem mostrou depósitos de cheques do estabelecimento.

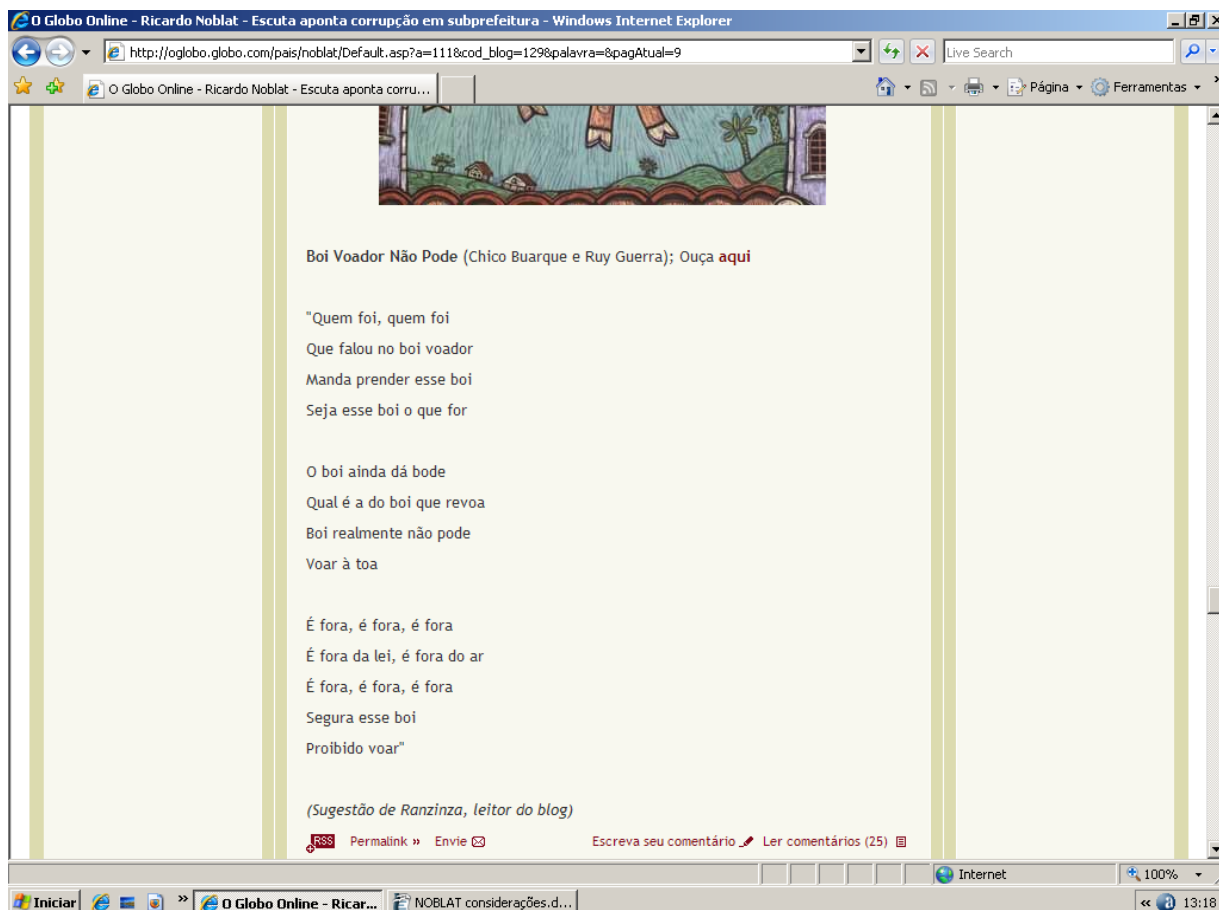
A dona do Mafrial confirma que compra, e paga em cheque os animais, das fazendas do Senador Calheiros. "Já entrou aqui muita carne dele. Ele vende sempre, sempre, sempre, sempre", diz ela.

Ele avalia que para a carne em cheque, e que não teria recibos. "O gado vem e ele...

Internet 100% 13:19

Iniciar O Globo Online - Ricar... NOBLAT considerações.d...


Anexo H – Post a partir da sugestão de um visitante



O Globo Online - Ricardo Noblat - Escuta aponta corrupção em subprefeitura - Windows Internet Explorer

http://oglobo.globo.com/pais/noblat/Default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=&pagAtual=9

O Globo Online - Ricardo Noblat - Escuta aponta corru...



Boi Voador Não Pode (Chico Buarque e Ruy Guerra); Ouça [aqui](#)

"Quem foi, quem foi
Que falou no boi voador
Manda prender esse boi
Seja esse boi o que for

O boi ainda dá bode
Qual é a do boi que revoa
Boi realmente não pode
Voar à toa

É fora, é fora, é fora
É fora da lei, é fora do ar
É fora, é fora, é fora
Segura esse boi
Proibido voar"

(Sugestão de Ranzinza, leitor do blog)

Permalink » Envie ☰

Escreva seu comentário ✍ Ler comentários (25) 📄

Internet 100%

Iniciar O Globo Online - Ricar... NOBLAT considerações.d...

13:18

Anexo I – Exemplo da personalização de conteúdo

O relator do processo contra Renan Calheiros no Conselho de Ética, Epirociano Caldeira (PTB-MA), não aceitou o acordo proposto pelos demais integrantes de adiar a conclusão do caso para a próxima semana. Com isso, quer colocar em votação seu parecer, pela absolvição de Renan, ainda hoje. E ameaça deixar o Conselho caso o relatório não seja votado imediatamente.

Permalink » Envie ✉ Escreva seu comentário ✎ Ler comentários (40) ▢

Enviado por Ricardo Noblat - 15.6.2007 | 13h16m

Palhaçada!

É impagável o esforço dos aliados do senador Renan Calheiros (PMDB-AL) no Conselho de Ética de vender a idéia de que Renan é tão generoso, tão equilibrado no exercício do seu papel de presidente do Senado, tão preocupado com a imagem da instituição, que ele mesmo prefere que nada se decida agora sobre a abertura de processo para cassação do seu mandato por quebra de decoro parlamentar.

Conversa para boi dormir.

Renan pintou e bordou esta manhã para obter maioria no Conselho de Ética e arquivar o pedido de abertura de processo contra ele. Como não deu, conformou-se com a idéia de o Conselho transferir qualquer decisão para a próxima terça-feira. Espera conseguir até lá a maioria de votos que perdeu depois da reportagem divulgada ontem pelo Jornal Nacional (veja [aqui](#))

Permalink » Envie ✉ Escreva seu comentário ✎ Ler comentários (21) ▢

Enviado por Ricardo Noblat - 15.6.2007 | 13h09m

Sugestão

EFEITO MARTA

{1 item(ns) restante(s)} Fazendo o download da imagem http://oglobo.globo.com/blogs/arquivos_upload/2007

Internet 100%

Iniciar O Globo Online - Ricar... NOBLAT considerações.d... 13:16