



Documento padrão para submissão de trabalhos ao V Congresso Nacional de História da Mídia

Blogs: uma opção democrática? Um estudo sobre as formas de sociabilidade na Internet.¹

Beatriz Pedrosa Borges

Universidade Presbiteriana Mackenzie

Orientadora: Cicélia Batista Pincer²

Aluno-pesquisador: Beatriz Pedrosa Borges³

Resumo

O trabalho analisa a Internet como uma esfera pública tecnológica e como ganha visibilidade dentro da sociedade contemporânea. O blog do jornalista Ricardo Noblat, por tratar de assuntos políticos, foi escolhido para exemplificar esta relação dialógica. Através dos comentários dos leitores foi possível compreender como essa comunicação é realizada, quais os temas tratados e se pode ser considerada uma esfera pública no espaço virtual, ou seja, uma nova dimensão de sociabilidade. Constatou-se que o blog em questão foi um pouco além do exemplo desejado – um local de debate entre as diferentes esferas, provocando o trânsito de informações, assuntos públicos e de opiniões livremente - sendo também um campo aberto para o diálogo privado.

Palavras-chave

Internet, blogs/weblogs, esfera pública.

Corpo do trabalho

Introdução

As novas formas de sociabilidade ganharam força e expressão com o surgimento de novos ambientes, principalmente tecnológicos. Os meios de comunicação também se transformaram, e hoje possuem diversos canais de interatividade com o público – que exige uma via de mão dupla, e não um monólogo. A televisão, o rádio e os jornais

¹ Trabalho apresentado ao GT de Iniciação Científica, do V Congresso Nacional de História da Mídia, Facasper e Ciec, São Paulo, 2007.

² Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia, UFBA, Brasil. Atualmente é Docente do Centro de Comunicação, curso Jornalismo. cicelia@mackenzie.com.br

³ Graduada em jornalismo pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Iniciação Científica concluída em junho de 2006. Aprovada com o trabalho de Conclusão Interdisciplinar: Voz Ativa, uma história de contadores de história. Livro-reportagem sobre comunicação comunitária. beatriz.borges@gmail.com



imprensa tradicionais incluem agora vias de acesso, principalmente pelo telefone e Internet, para que o leitor possa se comunicar com o jornalista. O desenvolvimento não foi apenas em relação aos meios tradicionais, mas nas próprias mídias digitais, onde ocorreram saltos, talvez maiores que os vistos em outros veículos.

Inicialmente, os chats e programas de conversação – como MIRC, ICQ, e hoje MSN – ganhavam o crédito de serem o máximo da interatividade oferecida pela Internet. Hoje, sabemos que webcams, VoIPs⁴ e outros meios que ainda estão por vir, caracterizam novas formas de comunicação e, conseqüentemente, de sociabilidade. Os blogs⁵ se inserem nesta atmosfera, representando um novo fenômeno em comunicação, onde cada cidadão pode ser seu próprio editor, ou como diz Gillmor, *Jornalismo pelas pessoas, para as pessoas* (GILLMOR, 2006).

Dessa forma, um blog sobre política, no caso, o do jornalista Ricardo Noblat – www.blogdonoblat.com.br, representa uma nova esfera pública. A pesquisa iniciou-se na efervescência da CPI dos Correios, caminhando pelo “Mensalão” até chegar à cassação de José Dirceu. O trabalho foca nos três dias: o que antecedeu, o dia da cassação, e o dia após, analisando além das matérias postadas no blog⁶, os comentários a respeito das mesmas.

A análise da bibliografia a respeito do tema foi bastante vasta – desde livros tradicionais sobre mídia e sua relação com a política e as novas tecnologias, até textos de alguns “meta blogs”, como é o caso de Mark Glaser, que escreve em seu blog sobre as atividades e os novos desafios ao jornalismo on-line. Assim como Glaser, outros jornalistas têm buscado alternativas frente aos meios, tanto que é bastante comum ver profissionais que têm seu trabalho em algum veículo tradicional, mas que mantém concomitantemente um blog para “esvaziar” sua mente e colocar informações relevantes e de interesse público – que pelo limite imposto pelos formatos, não foi possível leva-las ao conhecimento geral.

Referencial Teórico

Os modelos de comunicação foram sendo adaptados conforme a evolução dos meios, para explicar a relação entre comunicador e receptor. Antes do século XX, a sociedade tinha um modelo de comunicação baseado em grandes veículos centralizados nas mãos

⁴ Voz por IP: telefone pela internet, basta conectar-se.

⁵ Páginas pessoais de conteúdos diversos, onde cada pessoa pode escrever o que desejar tornar público.

⁶ Em anexo, alguns exemplos dessa cobertura.



de famílias, unidirecionais e verticais, de forma que a hierarquia da empresa ditava a estrutura das notícias e sua ordem pelos interesses do dono.

O *Ethos*, pela definição de Muniz Sodré⁷, é um lugar que sediava as relações humanas e as disputas sociais, uma espécie de Praça Pública que servia de exemplo para esse modelo de comunicação dos séculos XVIII e XIX. Teoricamente, os meios de comunicação deveriam representar esse conceito, dando visibilidade às discussões sociais.

Após essa época, os meios eram caracterizados por deterem além do poder informacional, o poder sobre o jornalista, colocando seus interesses acima da ética moral do mesmo. O *ethos*, proposto pelo autor, agora é midiaticizado e não existe mais fisicamente, mas institucionalmente, já que a sociedade tinha reconfigurado sua estrutura e seu sentido.

O termo esfera pública foi utilizado quando houve a necessidade de conceber um novo modelo para a comunicação, já que agora as instituições influenciavam diretamente as informações que circulavam pela imprensa, e vice e versa. O sentido de comunicação, a partir dos anos 60, foi amplificado (ou perdeu parte de seu significado original), passando da esfera individual para a pública. Comunicação agora faz parte dos ambientes comerciais (grandes empresas, jornalísticas ou não), e não somente das relações interpessoais.

O conceito muito bem definido por Habermas⁸ é um pouco mais amplo que o de *Ágora* grega, espaço onde as discussões ocorriam e ganhavam visibilidade na antiguidade clássica. Esfera pública é uma idéia que envolve as instituições sociais e a imprensa, numa relação dialética de legitimação e visibilidade.

Essas considerações sobre os meios, sempre relacionando-os ao poder que tinham como instituições e suas influências sobre a sociedade, são tomadas desde sempre. Os sistemas de comunicação não costumam contemplar a sociedade como ator principal dessa discussão. Pode-se citar a teoria de Shannon⁹, que foi base para muitos estudos sobre a comunicação de massas. Depois outros teóricos pensam num modelo circular, de retroação, como o proposto por Winner¹⁰. Jakobson¹¹ propõe um modelo sobre as relações entre emissor e receptor, simplificando todos os outros, desconsiderando os

⁷ Muniz SODRÉ, *O Ethos Midiaticizado*.

⁸ Jürgen HABERMAS, *Mudança Estrutural da Esfera Pública*.

⁹ SHANNON, *Teoria Matemática da Comunicação*.

¹⁰

¹¹



ruídos e interferências na decodificação de uma mensagem. Assim, todos eles iam se aproximando do que hoje conhecemos como estudo social dos meios, ou as ciências humanas contemporâneas.

As teorias foram se adaptando às mudanças tecnológicas. Para o telégrafo, tinha-se um modelo (unidirecional). Quando a “galáxia de Gutenberg” surgiu, outro entrou em vigência para explicar a relação do homem com o meio impresso. McLuhan, na construção desse mosaico sobre o homem tipográfico, chega até a consideração de que o meio é a mensagem¹².

Esse limiar evolutivo, do pensamento que os meios de comunicação (rádio e televisão, principalmente) eram extensões do homem, cria uma nova perspectiva de análise sobre os veículos. Eles eram as próprias mensagens que produziam; elas carregavam toda uma estrutura midiática característica, a imparcialidade ficava cada vez mais distante da realidade informacional.

A vida social agora implicava não somente nas relações entre instituições e meios de comunicação, mas entre a realidade e a virtualidade. A virtualização é uma mutação em curso, não uma revolução, como muitos teóricos pensaram. Não podemos chamar de revolução se o paradigma das estruturas informacionais não mudou, somente os suportes e as ferramentas evoluíram. Virtualizar é redefinir¹³, a realidade, as grandes redes de comunicação, os mediadores e o território que esse novo ambiente tecnológico ocupa.

O pensamento filosófico da época reconhecia o individualismo desta sociedade capitalista como uma identidade coletiva, e os meios acompanharam essa evolução. Não produziam mais conteúdos que visassem à massa, voltavam-se para o indivíduo.

A mídia agora não é mais somente responsável por legitimar todas as esferas e atores sociais, além disso, institui e legitima essa cultura individualista, da “virtualidade real”¹⁴. Esse é seu grande dilema, ficar entre o conflito das grandes instituições tão fortemente questionadas pelo seu poder, e o público que deseja ter sua singularidade manifestada pela imprensa.

Essa nova dimensão de realidade e virtualidade só é possível entender se levamos em consideração a rede, como parâmetro eletrônico. Entra-se assim em uma outra discussão, sobre a tecnocultura, que se iniciou com as discussões de Edgar Morin sobre

¹² Marshall MCLUHAN, *Os meios de comunicação como extensões do homem*.

¹³ Pierre Lévy, *O que é o virtual*, p. 18.

¹⁴ Manuel Castells, *O Poder da Indentidade*.



a aldeia global. Essa poderia ser definida por um espaço virtual de aproximação e campo fértil para expressões diversas de culturas que antes estavam restritas a pequenas aldeias, agora, de alcance mundial pela internet e grandes redes. É o culto à tecnologia e o início de uma alienação do real e da vivência em um mundo virtual (idéia bastante exemplificada no filme Matrix).

Como já dito acima, novas configurações exigem novos modelos. Paul Virilio e Jean Baudrillard, por exemplo, fizeram e fazem reflexões sobre esse novo ambiente tecnológico, que não necessariamente assume o posto de esfera pública, dadas as mudanças na sociedade e a emergência de meios tecnológicos mais modernos. Suas colocações sobre o assunto foram: “assassinato do real pelo virtual”¹⁵ ou ainda no fim do “espaço-tempo”¹⁶.

No entanto, apesar de idéias significativas sobre o virtual e a cibercultura, propostas por Pierre Lévy e a relação entre o homem e a rede por Manuel Castells, poucas puderam explicar o que surge a partir da era digital. Essas teorias apenas se detiveram ao que foi extinto por essa nova era cibernética. A internet foi responsabilizada pelo fim das relações interpessoais, contato humano; questionada por sua democracia que na verdade pode ser também excludente; considerada o não-lugar, a desterritorialização do mundo. Todos esses paradigmas previam o fim de algo, mas não definiram pontualmente o início desse novo sistema de informação e relação virtuais. Também não lhe nomearam, como fez Habermas, ao fenômeno social que identificara na sociedade do século XVIII. O intuito deste estudo é compreender o que surge a partir de então, o quê significa socialmente esse novo espaço de comunicação, quem o legitima e como o jornalismo pode utilizar este para dar visibilidade às suas caracterizações, como a interação e a amplitude.

A pesquisa sobre a emergência de uma nova esfera se justifica, portanto, pelo contexto desta virtualidade real e viva, que salta como um dos principais temas dentro da sociologia da comunicação.

Todos os estudos aqui analisados levam em consideração a imprensa, ou o próprio jornalismo, como fonte de discussão sobre novos modelos que se adaptem à realidade desta era cibernética em que se vive. “A internet é, antes de tudo, uma criação

¹⁵ Baudrillard JEAN, *A ilusão Vital*, p.59.

¹⁶ Paul Virilio. Conceito desenvolvido em diversos volumes que trataram sobre a realidade definida sobre a virtualidade e a velocidade tecnológica, e não mais pela relação espaço-temporal.



cultural”¹⁷. Com essa prerrogativa é possível pensar sobre os fenômenos sociais que dela se originam, como os blogs. Estes indicam que o espaço cibernético tem uma efervescência peculiar, que foge aos tradicionais meios de comunicação jornalísticos.

Os blogs fazem parte de um ambiente à parte na rede. Nem todos que utilizam a internet como ferramenta de pesquisa conhece blogs e os freqüentam. Blogs são sítios com um público muito diversificado, porém, restrito. Primeiramente porque só é possível conhecer ou criar um se tem acesso à Internet. E muitas vezes eles não são considerados fontes de informação, porque foram estigmatizados como “diários”. Não que hoje tenham deixado de ser. Também se transformaram e hoje têm outras faces que não eram muito exploradas anteriormente.

Uma dúvida muito freqüente é quanto ao formato do blog. Ele difere de um site porque todo o conteúdo do dia fica armazenado na primeira página; é possível fazer um comentário e este não depender de um moderador para ser publicado; os arquivos ficam guardados por apenas sete dias, havendo um banco de dados apenas das matérias, não dos comentários. Todo blog possui seus arquivos armazenados, o que nem sempre ocorre num site, onde a informação publicada é em seguida descartada porque já está “velha”.

As notícias são regulares, retiradas de outros jornais impressos, de e-mails recebidos pelo jornalista Ricardo Noblat (que geralmente foram enviados por outros jornalistas, especialistas ou fontes oficiais do Governo) e produzidas na própria redação do blog. A postagem fica identificada pela data e horário de envio daquela informação, com a assinatura de quem a escreveu e com um espaço para comentários relativos à matéria que está acima.

Os comentários identificam a interação entre fornecedor da informação e receptor, muitas vezes contestando o conteúdo publicado e/ou completando seu sentido para outros leitores. Alguns diálogos entre leitores não dizem respeito à matéria, mas aos próprios comentários postados. Assim o diálogo acontece entre leitores, e entre estes e o blog.

O tema mais recorrente das matérias é política, basicamente o cenário brasileiro atual. Esfera pública é o espaço de debate entre população e as outras esferas da sociedade, como instituições públicas e privadas. Ela deixa de ser “livre” a partir do século XVIII e passa a ter como mediador a mídia, inicialmente, jornais e rádio. Com o advento da

¹⁷ Manuel Castells, *A Galáxia Internet*.



internet, a relação entre mídia e política se estreita. Ela é um dos meios que o Cenário de Representação Política¹⁸ usa para ganhar visibilidade.

A mídia, no Brasil, sempre foi dominada por um pequeno grupo de famílias, que tinham propriedades cruzadas: eram ao mesmo tempo donas de TVs, rádios, jornais, revistas, agências de notícias, etc. Assim, o domínio oligárquico de meios e informações era o que prevalecia no cenário nacional. Com o advento da internet, muitos jornais que não tinham projeção, apesar de existirem, começam a despontar como fonte alternativa de informação. A população que acessa, atualmente, tem uma vasta opção de meios para obter a informação desejada, não necessariamente tendo de recorrer aos tradicionais veículos. É claro que nisso entra uma discussão sobre a credibilidade destes meios, o que não vem ao caso nesta pesquisa, já que o blog analisado possui fiéis leitores, pela credibilidade do jornalista autor deste sítio, constituída em jornais impressos na década de 70 e 80, no Rio de Janeiro.

Isto posto, vê-se que o Cenário de Representação Política ganha um novo espaço: a rede. Os meios de comunicação são responsáveis por serem o palco desse e muitos outros cenários de representação. As discussões são mediadas por eles e tudo nele se legitima. Isso pôde ser comprovado em maio/2005, durante a clipagem no blog mencionado. Foi possível identificar a influência das discussões on-line no âmbito político da esfera Pública pelo ato do Senador Eduardo Suplicy em acatar a CPI dos Correios¹⁹ influenciado pela opinião pública, representada pelos comentários dos leitores do blog de Ricardo Noblat. Essa citação veio do próprio Noblat, durante a exibição do programa do Jô, na Rede Globo e, posteriormente, por diversas confirmações da própria assessoria do senador em releases enviados a alguns veículos. O próprio site se torna um Cenário de Representação Política²⁰, portanto, passa a ter um papel fundamental na construção do imaginário social e na cultura política da sociedade. Os blogs são espaços de relacionamento, um lugar dentro do ciberespaço onde as pessoas se encontram, e entram com determinada frequência para se encontrarem. Isso comprova que a Internet está carente de “lugares”, porque é tão ampla e permissiva que provoca uma sensação de vazio àqueles que freqüentam. Por isso essas pessoas buscam esse lugar, que tem um nome, um público selecionado e diferenciado – porque também

¹⁸ Venício LIMA, *Mídia Teoria e Política*.

¹⁹ Em anexo, a matéria publicada no site Espaço Cívico.

²⁰ Venício LIMA, *Mídia: teoria e política*.



pode ser crítico e existe na rede, porque tem visibilidade dentro dela. O público é seletivo e tem capacidade de dialogar mantendo um certo nível de conhecimento compartilhado.

A consciência de que esse fenômeno mudou o jornalismo também é um resultado bastante evidente da pesquisa, já que é a partir da internet que se rediscute todas as bases do jornalismo – o compromisso com o leitor, a necessidade de interagir, a difusão democrática, a universalização da linguagem utilizada, etc - e afinal, é nela em que todas essas características podem ser finalmente encontradas e desenvolvidas. Esse ciclo está em evolução, e a produção de idéias e novas dialogias com as mais diversas áreas do conhecimento torna a investigação mais instigante.

A sociedade da informação se define por alguns conceitos²¹: globalização, conhecimento, inovação, digitalização, virtualização, interconexão, prolecularização, imediatez, convergência (computação, comunicação e conteúdos). Informação atomizada por bits, parágrafos curtos, leitor viajante, informação por e-mail, leveza visual voltada para cada tipo de público, contra o kitsch digital. Justamente são esses que regem o formato de um blog.

O jornal *The Economist*²² fez uma série de reportagens analíticas sobre essa nova ferramenta de comunicação, ou lugar, como preferem alguns autores. “*Among the audience*”, uma das matérias do caderno, trata da evolução dos meios e considera os blogs uma nova ferramenta midiática que revolucionou o mundo – assim como os tipos móveis de Gutemberg.

Segundo os artigos, os blogs vão muito além de páginas pessoais, do interesse público pelo privado, mas de ferramentas de regulação da própria mídia e que permitem uma visão mais ampla da pluralidade e oferta de meios onde buscar as informações. Levanta a questão de ser uma ferramenta usada, majoritariamente, por jovens, o que levanta algumas desconfianças pelos adultos.

Um dado interessante é a atualização anual de dicionários, que a cada ano acrescentam palavras como podcast²³, em 2005, e coloca outras palavras como “Wikis” e “vlogs”²⁴ sendo as próximas a entrarem na lista de novos vocábulos.

²¹ Don TAPSCOTT, livro sobre economia digital.

²² Caderno especial “New Media” publicado em 20 de Abril de 2006 na versão impressa, encontrado no link <http://mail.google.com/mail/?view=att&disp=attd&attid=0.1&th=10bb46770ba978ba> Acessado em 01 de junho de 2006.

²³ Podcast é um mecanismo para receber informações no Ipod, ferramenta criada pela Apple para armazenar arquivos em MP3. Com ele é possível ouvir a notícia que se deseja em qualquer local, em qualquer hora, basta apenas carregar o arquivo, ou seja, fazer um download da internet.

²⁴ Wikis são sites de bases de dados onde qualquer pessoa pode alterar o conteúdo disponibilizado na página, como é o Wikipedia, uma enciclopédia online que tem seu conteúdo construído pelos usuários.



Da mesma maneira que o Wikipedia e blogs jornalísticos podem conter informações equivocadas, as TVs, rádios e jornais impressos também. E, segundo depoimento do diretor do Yahoo!, não necessariamente quem “bloga” está fazendo jornalismo, pode estar simplesmente ranqueando os restaurantes que já comeu ou os filmes que já viu. Talvez por isso não possam ser considerados uma ameaça aos grandes veículos de comunicação.

A dinâmica do mercado comunicacional também mudou depois dos blogs. Ao invés de grandes conglomerados que competem entre si, encontramos hoje uma rede extensa de colaboradores. O público é mais selecionado e muito mais específico, o que justifica a oferta de veículos de comunicação.

Agora é a vez de a audiência dizer o que lhe interessa, e, porque não, escrever sobre isso como alternativa às informações dos grandes meios. Não existe mais consumo passivo, mas sim uma participação ativa e reconstrutora constantemente. O fenômeno dos blogs é algo social e não mercadológico e relativo somente ao mundo das publicações.

O que resta aos jornais é fazer seus leitores se atraírem pelo conteúdo oferecido on-line. E é o que fez uma das maiores empresas de jornais dos EUA, a News Corporation. Pensaram que seria fundamental atrair os blogueiros para um espaço onde houvesse diálogo, e foi aí que surgiu o My Space, um blog que permite vários álbuns de fotos, além dos textos.

Outras experiências não tiveram tanto sucesso, e acabaram fechando o “espaço de diálogo”. Ainda assim, alguns jornalistas insistem que esse é o único jeito de se aproximar do público e conhecer quem são os leitores. Uma dica é acabar com as barreiras. Ninguém vai buscar um conteúdo muito além se todo o tempo se requisita a senha e o login, ou se a área é restrita. Os grandes meios devem criar mecanismos de disponibilizar conteúdos gratuitamente na versão on-line.

Um ponto interessante é a arquitetura dos hipertextos e links. Deve-se assumir que o leitor pode entrar no espaço vindo de qualquer lugar, e, portanto, deve saber a que site pertence aquela informação e o que mais ele pode ter daquele lugar. Craig Newmark, da Craigslist, diz que o jornalismo deve se “tornar um serviço comunitário ao invés de um centro de lucros”. Democracia e imprensa livre significam mais ou menos isso.

Alguns tecnólofos dizem que pode ser possível que esses novos mídias estejam alimentando o individualismo, e impedindo que se aceite as diferenças e se discuta



diferentes pontos de vista. É uma dinamite social, afirma Paul Saffo²⁵. Diz ainda que estão arruinando os bens intelectuais que mantinham a sociedade unida. “Corremos o risco de regredirmos às tribos definidas por preconceitos compartilhados.”

Uma visão mais otimista, afirma que os internautas serão melhor capacitados a discernir argumentos porque “visões contraditórias são hiperlinks distantes” e é isso o que a mídia participativa permite hoje, uma oferta infindável de hiperlinks.

Muitos autores tentam convencer que existem pontos positivos e até saudáveis na exposição e uso contínuo da internet, pois permite que o adolescente lide melhor com as telas informativas, visto que têm de se organizar diante uma tela conturbada de imagens e informações simultâneas. Além do filtro que se desenvolve, e identifica o que interessa e o que pode ser descartado, em alguns segundos de exposição.

Metodologia

A análise do blog foi concomitante com a pesquisa bibliográfica. Isso permitiu que um paradoxo guiasse a pesquisa, fazendo com que o blog permitisse concordar – ou não – com o que havia sido lido.

As entrevistas com os cientistas foram descartadas pela pesquisa ter priorizado a análise comparativa e, principalmente, considerado os debates promovidos nos Congressos em que participei²⁶, que trouxeram novas e relevantes informações, resultantes de diálogos entre cientistas num âmbito mundial.

Outro procedimento também foi descartado, pela obviedade da entrevista que viria a se realizar com os criadores do blog. As perguntas se centrariam no que foi diagnosticado apenas com uma participação diária no blog. Seu funcionamento é definido pela frequência dos leitores e dinamicidade de conteúdo.

Foi incluído apenas um novo procedimento metodológico, a busca de pesquisas similares pelo país, para troca de informações. Obteve-se contato diário o grupo de estudos sobre o blog do Noblat da Universidade Feredal do Rio de Janeiro, que levantaram pontos importantes acerca da relação que se desejava comprovar com esta pesquisa.

Resultados

Além das definições necessárias para a compreensão do veículo analisado, foi possível levantar novas dinâmicas, e que provavelmente guiarão outras pesquisas sobre o tema.

²⁵ Especialista em internet entrevistado pelo The Economist para a série de matérias. Link acessado em 10 de junho de 2006 http://www.economist.com/surveys/displaystory.cfm?story_id=6794240

²⁶ Congresso de Iniciação Científica, Congresso de Periodismo Digital, ALAIC, que ainda acontecerá.



Diferenças e semelhanças

Blog difere de um site porque todo o conteúdo do dia fica armazenado na primeira página; é possível fazer um comentário e este não depender de um moderador para ser publicado; os arquivos ficam guardados por apenas sete dias, havendo um banco de dados apenas das matérias, não dos comentários.

As notícias são regulares, retiradas de outros jornais impressos, de e-mails recebidos pelo jornalista Ricardo Noblat (que geralmente foram enviados por outros jornalistas, especialistas ou fontes oficiais do Governo) e produzidas na própria redação do blog. A postagem fica identificada pela data e horário de envio daquela informação, com a assinatura de quem a escreveu e com um espaço para comentários relativos à matéria que está acima.

Os comentários identificam a interação entre fornecedor da informação e receptor, muitas vezes contestando o conteúdo publicado e/ou completando seu sentido para outros leitores. Alguns diálogos entre leitores não dizem respeito à matéria, mas aos próprios comentários postados. Assim o diálogo acontece entre leitores e entre estes e o blog.

O tema mais recorrente das matérias é política, basicamente o cenário brasileiro atual, sempre relacionando diversas opiniões e publicações de outros jornalistas, muitas vezes trazendo os comentários do próprio ator envolvido no assunto.

Esta relação complexa só pôde ser melhor compreendida quando ligada às noções de esfera pública (teoria de Habermas) e cenário de representação política (teoria de Venício de Lima).

Histórico

Esfera pública é o espaço de debate entre população e as outras esferas da sociedade, como instituições públicas e privadas. Ela deixa de ser “livre” a partir do século XVIII e passa a ter como mediador a mídia, inicialmente, jornais e rádio. Com o advento da internet, a relação entre mídia e política se estreita. Ela é um dos meios que o Cenário de Representação Política usa para ganhar visibilidade.

A mídia, no Brasil, sempre foi dominada por um pequeno grupo de famílias, que tinham propriedades cruzadas: eram ao mesmo tempo donas de TVs, rádios, jornais, revistas, agências de notícias, etc. Assim, o domínio oligárquico de meios e informações era o que prevalecia no cenário nacional. Com o advento da internet, muitos jornais que não tinham projeção, apesar de existirem, começam a despontar como fonte alternativa de



informação. A população que acessa, atualmente, tem uma vasta opção de meios para obter a informação desejada, não necessariamente tendo de recorrer aos tradicionais veículos. É claro que nisso entra uma discussão sobre a credibilidade destes meios, o que não vem ao caso nesta pesquisa, já que o blog analisado possui fiéis leitores, pela credibilidade do jornalista autor deste sítio, constituída em jornais impressos na década de 70 e 80, no Rio de Janeiro.

Isto posto, vê-se que o Cenário de Representação Política ganha um novo espaço: a rede. Os meios de comunicação são responsáveis por serem o palco desse e muitos outros cenários de representação. As discussões são mediadas por eles e tudo nele se legitima. Isso pôde ser comprovado em maio/2005, durante a clipagem no blog mencionado. Foi possível identificar a influência das discussões on-line no âmbito político da esfera Pública pelo ato do Senador Eduardo Suplicy em acatar a CPI dos Correios influenciado pela opinião pública, representada pelos comentários dos leitores do blog de Ricardo Noblat. O próprio site se torna um Cenário de Representação Política²⁷, portanto, passa a ter um papel fundamental na construção do imaginário social e na cultura política da sociedade.

Sobre os comentários

Através da análise dos comentários e das próprias matérias postadas pelo Noblat, foi possível diagnosticar a existência de uma espécie de esfera pública, porém, que nem sempre cumpre este papel, porque também possui outras funções. O blog é um espaço para debate, mas também serve como um porto seguro aos leitores, que comentam não somente sobre o assunto levantado, mas sobre suas vidas, trazendo seus repertórios individuais e conhecimentos específicos às discussões e comentários. Por isso o blog também é considerado um fenômeno cultural.

Discussão

Os blogs são uma tendência, especialmente após a onda de fechamentos sucessivos de empresas ponto com²⁸. Qualquer um pode montar criar um blog porque a internet oferece as ferramentas necessárias, como sites que disponibilizam modelos de páginas²⁹ para blogs pessoais ou informativos. De qualquer forma, existe uma padronização do formato, o que cria uma identidade para esse novo veículo.

²⁷ Venício LIMA, *Mídia: teoria e política*.

²⁸ Querido Diário – texto publicado na rede, em diversos sites especializados da Espanha.

²⁹ www.e-blog.com, www.blogger.com



Hoje o fenômeno não é mais o das páginas pessoais abrigadas em um grande portal, mas de profissionais com credibilidade em diversas áreas, que utilizam este veículo para expor suas opiniões e descrever sua atuação no trabalho, o que muitas vezes é de curiosidade de leitores – o interesse pela intimidade, pela exposição dentro de uma esfera pública do que é privado: sua vida.

Em espanhol, blogs são bitácoras, que significa um caderno pequeno onde anotamos os acontecimentos durante uma viagem, inicialmente pelo mar. Hoje, blogs são sinônimos de diários, porém, existem os informativos, que contém a opinião de quem escreve sobre determinado assunto, podendo abranger matérias relativas ao assunto que se deseja pautar – como é o caso do blog do Noblat.

Os blogs tiveram seu momento de destaque durante pontuais acontecimentos³⁰: como fonte de informação alternativa durante a Guerra do Iraque³¹; durante a devastação provocada pelo furacão Katrina; e durante as enchentes em New Orleans. Cada cidadão que vivia no ambiente de difícil cobertura midiática acabou sendo fonte de informações para o público em geral, e principalmente para os jornalistas que não tinham a quem recorrer.

O modelo mais comum de blog, no Brasil e possivelmente no mundo, são os diários pessoais. Neles, as pessoas contam seu dia, angústias, conquistas, colocam fotos de si, dos amigos, enfim: fazem da página uma maneira de externar suas vidas, de uma forma narcisística e egocêntrica – visto que tudo é colocado em primeira pessoa e só o que interessa a ela será colocado em pauta. O elemento surpresa, no entanto, fica com os comentários, que são postados on-line sem que autorização seja necessária, e que, portanto, podem gerar uma discussão ou até mesmo um constrangimento.

Da mesma forma, um blog jornalístico, que contenha artigos analíticos, matérias interessantes, recortes sobre mídias e novidades o tempo todo, gera comentários. O que não significa que eles sejam a respeito do que foi publicado. Neste ponto, a idéia de esfera pública digitalizada fica um poço à mercê da idéia inicial, porque apesar de haver discussão, nem sempre o assunto gira em torno de política. Muitas vezes é sobre um filme que está em cartaz, ou sobre os motivos que levaram determinado usuário a “sumir” por uma semana das discussões. E isso foi constatado durante o

³⁰ Informação discutida no Congresso de Periodismo Digital, com a participação de teóricos de diversos países.

³¹ www.back-to-iraq.com



desenvolvimento da pesquisa. Na verdade o que acontece é a participação de leitores que nem sempre estão atentos ao que está colocado em discussão.

O blog pode ser considerado um espaço de debate, não necessariamente um debate crítico, interessante e relevante. Pode ser considerado também um lugar, um ponto de encontro dessas pessoas dentro da rede.

A pergunta: e por quê elas não se encontram em um chat ou MSN? Porque elas vão até este lugar para reaver essas pessoas com quem dialogam, elas não querem se ver no espaço cibernético, sem uma identidade e livres de qualquer tipo de segmentação – mesmo que essa seja por idade, assuntos de interesse ou sexo. Ela quer falar com alguém dentro de um espaço público, porém que dê a ela uma sensação de segurança, de estar se encontrando com pessoas que entendem o que ela diz e retribuirão no mesmo nível. O público que frequenta e comenta em blogs é bem segmentado e, pode-se dizer, selecionado. Pela análise do blog, é possível perceber que as pessoas têm um certo nível de escolaridade, apesar de não discutirem muitas vezes sobre o tema tratado, quando o fazem não deixam a desejar. A discussão, quando realizada, têm um nível, um senso crítico que muitas vezes não é encontrado em uma conversa dentro de um site qualquer, um chat por exemplo.

Outra hipótese sobre o por quê do leitor buscar o blog para se comunicar sobre assuntos diversos - que não se relacionam com o assunto que foi colocado em pauta pelo moderador - tem a ver com a criação de uma identidade, um relacionamento de comunhão de idéias, posicionamento e gosto pelo estilo do blog.

Uma das grandes contradições dentro do mundo dos blogs é a necessidade da maioria daqueles que são diários em afirmar que o conteúdo ali exposto é absolutamente particular. O que muitos não entendem é que a Internet é um espaço público, que tudo o que for exposto lá será de livre acesso a todos e não é possível frear a reação do público que lê e deseja comentar algo que foi escrito naquele espaço.

Dessa maneira, o conceito de esfera pública é bem colocado. Porém, ao contrário do que se previa inicialmente sobre o blog jornalístico do Noblat, nem sempre o debate tem o nível que se espera e, muitas vezes, nem acontece porque as pessoas que comentam estão mais interessadas em discutir assuntos externos à matéria a ser debatida.

O jornalismo blogueiro dedicado a postagem de notícias atualizadas transformou o fazer jornalismo cibernético. O blog é visto como uma nova forma de informar em Internet. A semelhança com uma coluna jornalística se dá pela linguagem subjetiva e pela ligação com outros links e assuntos relacionados. Pela informação sempre ser colocada de modo



a acrescentar o que já foi dito anteriormente, principalmente pelo formato de um blog – onde todas as matérias do dia ficam expostas na mesma página, numa seqüência da mais nova para a mais velha – que dá uma idéia de fluidez no texto. Hoje os blogs são considerados fontes alternativas e complementares de informação.

A explosão desse tipo de conteúdo levou à criação também de alguns de baixa qualidade e tediosos. Não é por uma página ter formato de blog que ela terá bons conteúdos. É preciso usar os atributos das novas tecnologias, sem abusar das mesmas, mas a internet ainda não chegou a esse ponto de equilíbrio.

Conclusão

O objetivo inicial da pesquisa era de entender a internet como um novo espaço de sociabilidade, sendo uma nova esfera pública tecnológica. O blog analisado pode ser caracterizado como esse espaço: discute temas de interesse comum a toda a sociedade, conecta o leitor à fonte e permite que ele discuta com o que a própria fonte disse – geralmente através de e-mails de senadores e deputados, enviados ao blog, que são publicados no mesmo espaço das matérias. Os usuários que comentam o fazem com propriedade e já foi constatado que acrescentam e reformulam o que foi publicado com as novas informações que trazem. E isso é dialogia, é o que faz a Internet diferente dos outros meios e os blogs diferentes de outros veículos de comunicação.

O blog também é um novo lugar, onde quem frequenta tem hora certa para ir, para se encontrar com “amigos” virtuais. Isso é um efeito direto da desterritorialização e do individualismo, que retiram o ser humano de seu centro real e o colocam na esfera virtual. O que provoca uma necessidade de encontro, de descoberta, de um espaço que se pareça com o real - e o que mais identifica este espaço é a frequência de pessoas. Da mesma maneira que um canal de notícias tem como principal característica a atualização constante, o blog tem na frequência e fidelização de seus usuários uma ferramenta de visibilidade do seu papel dentro do meio on-line.

Por outro lado, as discussões entre os usuários não possuem, necessariamente, uma linha de raciocínio, e muitos comentários caem no vazio dos bytes: nem sequer levantam uma polêmica. Mas este blog consegue concentrar as características mínimas de visibilidade – ou talvez a máxima, já que são poucos os blogs reconhecidos e respeitados pela opinião pública. Ele dialoga com a sociedade e com as esferas políticas, e ainda é o elo entre elas. É a partir dos questionamentos dos leitores que muitas matérias e correções são publicadas, reformuladas. Se os comentários não fossem



relevantes eles não suscitariam reação alguma do moderador. E vão além: dialogam com Noblat, com outros jornalistas e com atores políticos.

Os comentários que não têm relação com o material publicado foram considerados ruídos de comunicação, que acontecem em todo e qualquer ambiente público, e por que não em um ambiente tecnológico? Os comentários desconexos não desqualificam o blog como uma nova esfera pública, pelo contrário, comprovam sua dinâmica.

Recentemente, no caderno Mais!, do jornal Folha de S. Paulo³², a capa foi dedicada à uma discussão latente: sobre os rumos democráticos na Internet, visto os mais novos acontecimentos: o bloqueio do site da BBC no Irã, a auto censura do Google para entrar na China e a suspensão do site da Wikipedia³³ por dois dias na Alemanha. Esses eventos mostram que a Internet está se adaptando ao mundo e ele a ela. A democracia deste meio tem duas faces: a acessibilidade por todos usuários – não excluídos por classe ou renda – e o acesso às informações múltiplas – o que foi negado à China, ou como o próprio jornal coloca, “O meio sem a mensagem”. Nesse contexto atual os blogs também são de certa forma, ameaçados. A livre circulação de informação e conteúdos está intimamente relacionada a interesses econômicos e políticos. Um exemplo claro é a discussão sobre a disposição de livros inteiros na rede.

Cada nova ação envolve uma nova esfera e a discussão só tende a crescer. Da mesma forma que a Internet é uma rede, tudo que diz respeito a ela também está colocado nesse formato. Isso pode ser considerado um indício democrático, e também o oposto: a livre informação pode ser seu próprio fim.

Referências Bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. *A ilusão vital*. São Paulo: Editora Civilização Brasileira, 2001.
_____. *Tela Total: mito-ironias da Era do Virtual e Imagens*. São Paulo: Editora Sulina, 1997.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet*. São Paulo: Editora Jorge Zahar, 2003.
_____. *A sociedade em rede*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2002.
_____. *O poder da identidade*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2001.

CAVALCANTI, Mário Lima. *Diário de bordo para blogueiros*.
_____. *Fim de jogo, início de cobertura*.

³² Dia 29 de janeiro de 2006, domingo.

³³ A maior enciclopédia on-line, altamente volátil e com conteúdos que se alteram diariamente. Propõe a construção do conhecimento a partir da dialogia, com informações divergentes e complementares, geralmente oferecidas pelos próprios usuários. O site já está traduzido para mais de cem línguas.



DUPAS, Gilberto. *Economia global e exclusão social*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

GILMOR, Dan. *We the media: grassroots journalism by the people for the people*. USA, O'Reilly Media, 2006.

GLASER, Mark. 'Watchblogs' *Put the Political Press Under the Microscope*.

HABERMAS, Jurgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. São Paulo: Editora Tempo Brasileiro, 1984.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2000. 260 p.

_____. *O que é o virtual?*. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2003.

LIMA, Venício A. *Mídia: Teoria e Política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

MCADAMS, Mindy. *Teaching Online Journalism: How to Build the First College-Level Course*.

MCLUHAN, Marshall. *A galáxia de Gutenberg*. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.

_____. *Os meios de Comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Editora Cultrix, 2002.

MORIN, Edgar. *Para sair do século XX*. São Paulo: Editora Nova Fronteira, 1986.

PINHO, J. B. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação online*. São Paulo: Editora Summus, 2003.

Porque é que os weblogs não são uma moda e como poderemos dar-lhes novo impulso – texto resultante do Encontro de Weblogs, Universidade do Minho, Braga (Portugal), 18 y 19 de septiembre de 2003.

RAMOS, Daniela Osvald. *Mídia de um homem só: aspectos da utilização de weblogs no Jornalismo Digital*.

_____. *Blogs são diários adolescentes, mas podem ser Jornalismo*.

REBELO, Paulo. *Blogueiros na mira da justiça*. Publicado na Folha de Pernambuco.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e cultura – a experiência cultural na Era da Informação*. Lisboa, Editora Presença, 1999.



SCHITTINE, Denise. *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. São Paulo: Editora Civilização Brasileira, 2004.

SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo, Editora Cortez, 2002. 335 p.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho – uma teoria da comunicação linear e em rede*. São Paulo: Editora Vozes, 2002.

STONE, Biz. *Who Let the Blogs out?: A Hyperconnected Peek at the World of Weblogs*. EUA: Editora Griffin, 2004.

VIRILIO, Paul. *O espaço crítico e as perspectivas do tempo real*. São Paulo: Editora 34, 1993.

Sites utilizados para pesquisa sobre a dinâmica dos blogs e textos sobre internet:

Blog do Noblat www.blogdonoblat.com.br

Blogger www.blogger.com

Cobertura Iraque www.back-to-iraq.com

Columbia Journalism Review www.cjr.org

Direitos Autorais Compartilhados www.creativecommons.org

Revisão do Jornalismo Americano www.ajr.org

The Economist www.economist.com

Universidade de Sevilla www.us.es