

## **Blog de política e identidade jornalística (transformações na autoridade cognitiva e na relação entre jornal e leitor)<sup>1</sup>**

Alessandra Aldé<sup>2</sup>  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Viktor Chagas<sup>3</sup>  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

### **Resumo**

Este trabalho procura abordar os blogs de opinião mantidos na internet por jornalistas como objeto analítico. Vemos os blogs como um novo campo de produção jornalística, que coloca questões para a autoridade e identidade dos jornalistas: ao mesmo tempo em que orientam os leitores na busca de conteúdos, construindo percursos cognitivos, abrem um espaço de interação em que a opinião é elaborada à vista e com a participação dos leitores. Um dos aspectos deste gênero informal e cotidiano de jornalismo é a conotação positiva do debate e da argumentação, recuperando o posicionamento político negado pelos paradigmas objetivistas.

### **Palavras-chave**

Blog de opinião; jornalismo e internet; identidade jornalística.

### **Introdução**

Este trabalho pretende contribuir para o debate sobre as formas pelas quais a tecnologia de comunicação em rede transforma o fazer jornalístico. A pesquisa em que se insere tem como objeto de investigação mais abrangente a influência das tecnologias da comunicação nas formas de sociabilidade e inserção pública dos indivíduos<sup>4</sup>. Acreditamos que o uso

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 02 – Estudos de Jornalismo, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> Jornalista, mestre e doutora em Ciência Política pelo IUPERJ (Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro), onde defendeu em 2001 a tese “A Construção da Política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa”, publicada em 2004 pela Editora FGV. Professora visitante e bolsista PRODOC (Capes) do Departamento de Teoria da Comunicação – FCS/UERJ. Pesquisadora associada do Doxa (Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública), IUPERJ. E-mail: a.alde@uol.com.br

<sup>3</sup> Estudante de graduação em Comunicação Social, pesquisador voluntário da pesquisa “Novas tecnologias e sua apropriação: histórias de vida e cidadania”. E-mail: viktor@contoaberto.org.br

<sup>4</sup> Este trabalho apresenta resultados preliminares da pesquisa “Novas tecnologias e sua apropriação: histórias de vida e cidadania”, no âmbito da bolsa PRODOC (Capes) concedida ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da

específico que certos grupos tendem a fazer das novas tecnologias digitais pode ter implicações particularmente relevantes para sua apropriação social, cultural e política. É o caso de jornalistas, militantes, professores e outros profissionais da internet, envolvidos no uso cotidiano e especializado das tecnologias da informação, que contribuem para sua divulgação de acordo com certos padrões e expectativas. Atores influentes na dinâmica das opiniões públicas, os jornalistas recorrem crescentemente à internet como fonte de informação, o que torna a rede um novo campo de disputa social e política. A maneira como suas apropriações práticas modelam as possibilidades abertas por uma tecnologia é fundamental para a circulação, na rede e nos demais meios noticiosos de massa, da informação e comentário político publicamente disponível.

A investigação das práticas jornalísticas de produção das notícias leva, portanto, à discussão da materialidade das tecnologias da comunicação, cujo uso habitual e dependência profissional transformam constantemente o jornalismo. 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, inclusive políticas. Para além da acessibilidade a uma gama nova e diversificada de fontes de informação, por sua própria especificidade técnica, ou seja, sua materialidade tecnológica, a internet reconfigura as possibilidades e expectativas da produção jornalística.

A estrutura da comunicação em rede que a caracteriza traz diferenças fundamentais para cada elemento do processo comunicativo. 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; na internet, os recursos

necessários para publicar são significativamente menores que em qualquer outro meio de comunicação anterior, com possibilidades inéditas de interação e participação.

As instituições e organizações políticas, em seus diferentes níveis e com graus diferentes de poder, têm condições privilegiadas de emitir, e procuram estratégias para dar conta do novo campo em disputa. É assim que temos notícia, por exemplo, do investimento do governo chinês em um sistema de persuasão “virtual”, criando e treinando uma "força especial de comentaristas on-line" com a missão de influenciar anonimamente a opinião dos usuários de internet, nos fóruns de discussão e salas de bate-papo, com relação a temas políticos controversos, em um universo de 100 milhões de internautas<sup>5</sup>. Nos regimes democráticos, os contextos eleitorais têm se mostrado especialmente profícuos para a observação da internet como campo de disputa política. Os governos, partidos e candidatos procuram oferecer informação persuasiva e atrair o interesse dos cidadãos – e também dos jornalistas; outros atores podem imaginar recursos e iniciativas para interferir neste processo de construção da agenda pública. Assim, vimos hackers invadirem e picharem as páginas da prefeitura de São Paulo, às vésperas das eleições de 2004; acompanhamos sites e blogs de notícias anteciparem resultados nas eleições americanas de 2002, influenciando mesmo a cobertura das redes de televisão.

Portanto, além de ser um importante meio de comunicação direta, quadro de referência de uma elite cognitiva qualificada justamente devido a seu acesso especializado aos meios de comunicação de massa, a internet contribui para o acesso especializado de divulgadores, como os jornalistas, que monitoram conteúdos em busca de histórias e eventos noticiáveis, contribuindo para o imaginário tecnológico que envolve a rede, seja entre seus usuários diretos, seja fora dela. Imersos em uma situação de trabalho em que a internet está quase sempre disponível, em frente aos monitores conectados da redação, os jornalistas passam a

---

<sup>5</sup> Publicado no jornal chinês Nanfang Zhoumou (19/5/2005), segundo a agência Reuters, reproduzida no jornal Folha de S. Paulo (20/5/05). Este recurso mais persuasivo do governo chinês vem completar uma estratégia de controle caracterizada pela repressão violenta à expressão da opinião política na internet, com bloqueio de sites e prisão de usuários.

funcionar de acordo com a lógica do meio, baseada na interatividade, acessibilidade e atualização constantes.

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 outros (GOMES, 2001).

É importante notar, no entanto, que este potencial encontra limitações na capacidade dos usuários de processar informação, e nos mecanismos que usam para escolher o que acessar e ler. Não é possível dar conta deste excesso de informações disponíveis sem algum tipo de orientação e guia (GRABER, 1988; PALÁCIOS, 2003). Virtualmente, está tudo online; na prática, devido às limitações de tempo e interesse, cada usuário acessará somente algumas destas informações e sites. Os jornalistas, então, cumprem esta função de organizadores autorizados da informação online. Como muitos outros filtros, têm sua credibilidade originada fora da web, na medida em que os usuários procuram sites de instituições “confiáveis”, como os de universidades e da própria imprensa, por já conhecê-las e avaliá-las a partir de parâmetros estabelecidos externamente.

Assim, o caráter aparentemente ilimitado da informação disponível on-line, ao mesmo tempo tecnologicamente acessível, mas cognitivamente distante, na verdade, coloca um problema para o usuário, que se vê obrigado a delegar parte do trabalho de processá-la, seja a agentes técnicos, como buscadores (ver BRUNO e VAZ, 2002), seja a organizadores avalizados do conhecimento, como os jornalistas.

Se pensarmos em termos logísticos na estruturação da rede, o papel do jornalista, em si, assemelha-se de modo muito próximo ao de um agente, entendido como um dispositivo de busca na rede. A informação avalizada desse profissional pode abrir acesso aos dados (links relacionados) procurados pelo receptor. Nesse sentido, o jornalista atua como um portal, que filtra e oferece informações confiáveis ao usuário. Se, por um lado, é possível projetar uma diminuição do domínio dos produtores profissionais de notícias sobre o debate e agenda pública (DEUZE, 2001 e outros), é preciso também atentar para esta nova demanda, a responsabilidade de encontrar conteúdo e orientar leitores, organizando a dispersão característica da web.

### **Blog como gênero jornalístico.**

As mudanças propostas pela tecnologia em rede ao jornalismo são variadas, bem como a série de questões analíticas que se segue. Não incorreremos, no entanto, na tentação de um determinismo de acordo com o qual cada tecnologia traria inevitavelmente as mesmas conseqüências; ao contrário, são justamente as apropriações parciais e contextualizadas das tecnologias que indicam de que modo estão sendo usadas e reproduzidas pela sociedade e pela cultura. O jornalismo online incorpora as possibilidades tecnológicas abertas pela comunicação em rede de várias maneiras, veículos diferentes privilegiando ora a velocidade do tempo real, como sites de notícias constantemente atualizados; ora a interatividade, em que o feedback do receptor é avaliado de maneira a aperfeiçoar o produto, ou mesmo propor novas metodologias de trabalho.

Neste sentido, nos interessa especialmente a interatividade, vista como característica central do jornalismo online.

Os blogs de opinião são um formato jornalístico que ilustra esta possibilidade de interação: um espaço mais livre, pessoal e descompromissado que, no entanto, muitas vezes tem como titulares colunistas respeitados provenientes das páginas mais opinativas dos jornais. Os colunistas e seus leitores podem ser considerados parte de uma elite cognitiva, cujas

explicações e atitudes diante do mundo público têm importante influência na circulação das expectativas e avaliações dos cidadãos sobre o governo e a política (ALDÉ, 2004).

Entendemos que uma mudança fundamental propiciada pela estrutura de informação em rede é a constituição de uma esfera pública renovada, ao menos potencialmente, pela pluralidade das possibilidades de emissão. Trata-se de um ambiente informativo denso, uma arena conversacional que reduz os custos da participação coletiva (MAIA, 2002). Assim, os jornalistas, embora desempenhem papel importante na legitimação e difusão de temas e prioridades políticas, passam a participar de um espaço opinativo mais permeável à interação entre emissores e receptores. Em termos de debate público, tal transformação tende a horizontalizar e pluralizar as relações de conhecimento e autoridade presentes na construção das opiniões e atitudes políticas dos cidadãos. Para Wilson Gomes, um dos elementos na definição contemporânea de *opinião pública* é a *opinião publicada*, isto é, a que circula publicamente. Os blogs desses jornalistas alçam os leitores a contribuintes nesse (ciber)espaço privilegiado de construção da opinião política. Também podem ser elementos do que ele chama de política de opinião, ou seja, os esforços intencionais, mais ou menos conscientes, dos diferentes atores políticos para entrar no debate público.

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, nosso objeto neste trabalho, caracterizam-se pela espontaneidade e personalismo; enquanto diários públicos (CARVALHO, 2000), 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.

Neste ponto, é importante ressaltar a diferença entre blogs de política patrocinados pelos meios ditos tradicionais, que podem ser acessados e são publicizados na própria página do jornal online, e os que são mantidos de forma independente por jornalistas da grande imprensa, às vezes até assinados com pseudônimos que impedem a identificação do autor como jornalista. Estas diferentes modalidades de blog implicam também diferentes

percepções em relação à autoridade jornalística, bem como à liberdade possível na observação e comentário dos fatos políticos. Alguns jornais controlam as atividades jornalísticas online de seus empregados, como é o caso do New York Times, que proíbe seus jornalistas de manter blogs relacionados à sua área de atuação e, ainda que sobre outros assuntos, têm que ser previamente aprovados pela redação. Os blogs mantidos pelos colunistas políticos de grandes jornais, portanto, podem ser compreendidos como um gênero híbrido entre o jornalismo-de-opinião e a sua contraparte noticiosa.

De uma forma ou de outra, mesmo os blogs autorizados pelo espaço do jornal, veículos que são da grande imprensa, representam uma mudança substantiva nas possibilidades interativas entre jornalista e leitor, uma vez que criam um ambiente opinativo, no qual o leitor é expressamente convidado a participar. Um blog que não suscite reações por parte dos leitores não é visto como bem sucedido. Aí, portanto, rompe-se, de certa maneira, a expectativa do jornalista como um intermediário autorizado que processa para o leitor as informações cotidianas e as torna inteligíveis para eles, situados que estariam em um degrau menos privilegiado na escala do conhecimento. No blog, a posição do jornalista, ao contrário, é humilde e subjetiva, pois *depende* do retorno dos leitores. Um blog que não provoque reações e comentários perde sua razão de ser. Assim, vemos os jornalistas iniciando comentários sobre fatos políticos com frases que convidam ao diálogo, como “eu não sei se vocês concordam, mas acho que...”

No entanto, o blog ainda oferece essa mescla entre um subgênero do jornalismo opinativo e a notícia claramente vinculada ao seu caráter cotidiano. São construções efêmeras, provisórias, que podem ter seu fim decretado, seja pela falta de interação, quando os leitores não alimentam o debate, seja pelo esmorecimento de seus temas centrais como assunto da pauta jornalística, no caso de blogs “de evento”. É o caso de *O blog de Bagdá*, mais tarde transformado em livro por seu autor, Salam Pax, construído concomitantemente à II Guerra do Golfo; ou do blog sobre o Vaticano durante as atividades do funeral de João Paulo II, publicado e mantido pelo Universo Online (UOL), que encerrou suas atividades

com o argumento de que "o assunto 'papa' já abandonou as manchetes [...] e isso quer dizer que [...] o blog especial sobre a cidade da sucessão papal, termina aqui".

Outro elemento característico do jornalismo online, a personalização dos conteúdos, também está presente nesta relação, não exatamente no registro da "customização" em que é geralmente entendido, mas na proximidade do diálogo. No blog jornalístico, o leitor assíduo e participativo torna-se personagem da narrativa, sendo nomeado e tendo seus comentários incorporados pelo titular da página. Além dessa característica, o usuário tem acesso aos bastidores da notícia, acompanha seu processo de produção, sua origem e apuração; neste sentido, as idas e vindas que, na mídia tradicional, antecedem a publicação são aqui *públicas*, dando nova transparência à atividade do jornalista. "Numa matéria, não cabe o bastidor. O repórter não é notícia, ele tem que se distanciar e deixar os entrevistados aparecerem. Ficaria até cabotino falar dos bastidores em uma reportagem. No blog, faz parte" (ALMEIDA, 2004). Ora, esta revelação das técnicas e procedimentos jornalísticos, propiciada pela informalidade e coloquialidade do blog, desmistifica o papel do jornalista. 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.

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. Um blog que mantivesse distância do leitor, provavelmente, não o atrairia. Mas essa proximidade, sobretudo se patrocinada pelo próprio veículo, pode confundir o leitor menos habituado dos círculos bloguísticos. De acordo com Alexandre Cruz Almeida, colunista da Tribuna da Imprensa que mantém um blog particular, em dada ocasião, uma leitora chegou

mesmo a enviar um e-mail à redação do jornal criticando a informação postada no blog e que jamais havia sido publicada no jornal.

A despeito dos constrangimentos editoriais, um outro fator relevante é o de que a limitação de espaço que condiciona o texto no jornal impresso deixa de existir na internet. A publicabilidade, justamente, é característica central do jornalismo online, pois o seu custo é obviamente irrisório. Os jornais online, com isso, podem ampliar o universo de leitores do jornal impresso, uma vez que, em muitos casos, seus leitores são eximidos de qualquer cobrança, bastando-lhes o acesso à rede.

Mas o acesso potencialmente universal das informações a que nos referimos acima pode ser relativizado se levarmos em conta o fato de que a busca por esses dados é seletiva, ou seja, o leitor interessa-se prioritariamente pelo que anteriormente já lhe despertava interesse. Imaginamos que o leitor interessado em política o suficiente para postar mensagens em um blog sobre o tema seja minoritário dentro do universo geral dos leitores do jornal online. Para Dominique Wolton, a internet é especialmente caracterizada, ao contrário dos meios de massa, pelo particularismo, em que os interessados em cada assunto podem buscar informações específicas e contato com as pessoas que compartilham seus mesmos interesses. Ao contrário, por exemplo, de meios como a televisão que, para atingir públicos mais universais, se vêem forçados a encontrar denominadores comuns. O público destes meios de massa, por outro lado, é confrontado com as diferenças, ou seja, com conteúdos produzidos não necessariamente para ele, de forma que o emissor confia na possibilidade de o seu conteúdo informacional despertar interesse em determinada audiência, ainda que restrita ou longínqua.

De acordo com Denise Schittine (apud ALMEIDA, 2004), alguns jornalistas caem na rede exatamente para fugir das obrigações da profissão, optando por escrever poesias, romances e contos, sem se verem cerceados pela rigidez da rotina jornalística.

A mediação que altera a rotina jornalística bilateralmente tem apontado ainda novas tendências no processo de apuração e redação jornalísticas. O jornal pós-blog se apropria dessa ferramenta para traçar o seu próprio *modus operandi*. Recorrendo à interatividade e à relação de proximidade com o leitor, o jornalista que mantém o blog pode optar por lançar uma pré-pauta aos blogueiros, na expectativa de testar, via comentários de seus debatedores no blog, a recepção do público do jornal diante do assunto tratado. Depois de publicada a coluna, o leitor ordinário do jornal tem em mãos a possibilidade de acessar o blog, mesmo porque muitos dos endereços são publicados logo abaixo do espaço dedicado à coluna, e tecer suas críticas e comentários. Essa experiência contribui para que o jornalista entenda o alcance de suas notícias e o impacto gerado na audiência.

Considerando o blog como esse espaço de discussão mais acalorada da pauta jornalística e, sobretudo, como ponto de expressão de subjetividades e idiosincrasias, percebemos, numa abordagem preliminar, diferenças importantes em relação aos princípios já tradicionais, de tão repetidos, da objetividade e neutralidade jornalísticas. Os blogs 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. Emblemático, neste sentido, que um blog se chame “O livro dos insultos”, em que as mensagens postadas como comentários são contabilizadas como “insultos”. Esta valorização do posicionamento político e da polêmica pública remete a outros contextos jornalísticos, distantes do lead e da objetividade investigativa, e mais próximos da paixão e verve política presentes, por exemplo, na linguagem jornalística do início do século passado, pró e contra a República (ver LUSTOSA, 2000).

A autoridade jornalística (cf. BRAVO, 2005) nos meios de comunicação de massa fundamenta-se na capacidade do jornalista de estabelecer critérios e prioridades, formulando agendas do que é publicável ou, em outras palavras, publicamente importante. Assim, encontramos nestes blogs a opinião política dos jornais em estado de construção, à vista dos leitores. Estes, por sua vez, encontram-se habilitados e estimulados a participar e debater com os colunistas e outros leitores.

Na internet, os próprios jornalistas-blogueiros funcionam como um guia assumido do conteúdo, do circuito de blogs aprovado, quando não diretamente citado com link. As listas de sugestões de sites ou links reforçam, justamente, o cultivo dos leitores, brandindo certas afiliações e participando dos fóruns uns dos outros. Quem procura blogs de política, por exemplo, encontrará um site, feito por um jornalista, que se intitula “o seu guia de blogs na internet”.

### **Considerações finais**

Entendemos os blogs de política, portanto, como uma oportunidade valiosa de investigar na prática o conceito de materialidade tecnológica da comunicação, tal como vem sendo discutido no âmbito do Grupo de Pesquisa em Novas Tecnologias e Imaginário, no Programa de Pós-Graduação da UERJ. A política nos parece um campo cognitivo especialmente relevante para analisar estas mudanças, já que se trata de um tema visto como distante e complexo pela maioria das pessoas, e os jornalistas são invariavelmente avaliados como competentes para realizar a mediação de modo a torná-lo acessível. Assim, os colunistas de política dos grandes jornais impressos partilham esta autoridade cognitiva na construção de agendas coincidentes e enquadramentos predominantes. No entanto, a partir do momento em que estes colunistas disponibilizam no sítio do próprio jornal um blog, passam a abrir a elaboração deste debate para a participação de um público mais abrangente.

Tais colunistas são considerados especialistas, autorizados a opinar sobre a política, devido a sua posição profissional nos jornais tradicionais, impressos. O blog, por outro lado, é um espaço geralmente associado à intimidade e cotidianidade, essencialmente informal. Os blogs independentes de jornalistas, geralmente, trazem opiniões sobre assuntos variados, dicas, crônicas, críticas versando sobre temas culturais, políticos, profissionais ou pessoais. O tom é coloquial e a exposição pessoal de gostos e preferências é valorizada. Na medida em que os próprios jornais disponibilizam, em suas versões online, blogs de seus principais

colunistas, criam um espaço que foge a lógica da autoridade cognitiva dos jornalistas. Nesse espaço, eles são provocados e questionados pelos leitores; respondem, muitas vezes, individualmente; os próprios leitores têm a oportunidade de debater entre si, com ou sem a mediação do colunista. Cada blog terá seus frequentadores mais assíduos, que se tornam uma espécie nova de leitor, em comunicação direta com o jornalista<sup>6</sup>.

As reflexões apresentadas procuram abrir caminho para uma abordagem empírica, envolvendo três modalidades de blogs de política mantidos por jornalistas: os que estão diretamente vinculados a um veículo de massa tradicional, como os do jornal carioca *O Globo*, patrocinados e acessíveis a partir da página oficial; os vinculados a um portal informativo exclusivamente digital, como o UOL; e os que são mantidos independentemente por jornalistas conhecidos e reconhecidos nos meios convencionais de massa, desvinculados de sua inserção profissional e institucional. Acreditamos que a análise sistemática desses blogs e dos textos produzidos por seus autores (e aqui entendemos como autores tanto os jornalistas, seus titulares, como os leitores que participam escrevendo) pode iluminar uma nova e relevante faceta da relação entre comunicação e política.

## **Bibliografia**

ADGHIRNI, Zélia Leal. *Jornalismo on-line e identidade profissional do jornalista*. Trabalho apresentado no GT de Jornalismo do X Encontro Nacional da Compós, Brasília, 2001.

ALDÉ, Alessandra. *A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2004.

\_\_\_\_\_ e BORGES, Juliano. *Internet e eleições 2002: pautando notícias em tempo real*. *Revista Logos*, FCS/UERJ, no. 21, 2004.

ALMEIDA, Alexandre Cruz. *Os jornalistas e os blogs. Blog do Editor*. Sobresites, 2004. Disponível em: <<http://www.sobresites.com/blog/artigos/jornalistas.htm>>.

---

<sup>6</sup> Nem sempre, é preciso que se diga, com o agrado dos jornalistas blogueiros, que parecem sentir-se um pouco frustrados, diante da grandeza de possibilidades dadas pela tecnologia interativa, com a timidez e precariedade da interação propriamente dita. Para uma boa sátira do sentimento destes autores diante das reações dos seus (poucos) leitores, veja o artigo de Alexandre Soares Silva, "Polêmicas", em <http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=837>.

- ALTHAUS, Scott L. e TEWKSBURY, David. Patterns of Internet and Traditional News Media Use in a Networked Community. *Political Communication*, vol. 17, n. 1, 2000.
- BRUNA, Fernanda e VAZ, Paulo. *Agentes.com: cognição, delegação, distribuição*. *Revista Contracampo*, MCII/IACS/UFF, v. 7, 2002.
- CARVALHO, Rosa Meire. *Os íntimos na era digital: diários públicos, mundos privados*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/>>.
- DEUZE, Mark. "The Internet and its Journalisms, Part I: A Typology of Online Journalism", posted: 2002-07-11, modified: 2003-01-27.
- GOMES, Wilson. *Opinião pública na internet*. Universidade de Brasília, 2001. Disponível em: <[www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/2001.html](http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/2001.html)>.
- \_\_\_\_\_. *Opinião política pública, uma investigação preliminar*. Universidade Federal da Bahia, 2001. Disponível em: <[www.facom.ufba.br/etica/txts/opiniaopolitica.pdf](http://www.facom.ufba.br/etica/txts/opiniaopolitica.pdf)>.
- GRABER, Doris. *Processing the news: how people tame the information tide*. Lanham, University Press of America, 1988.
- GUMBRECHT, H.U. e PFEIFFER, K.L. *Materialities of Communication*. Stanford: Stanford University Press, 1994.
- LUSTOSA, Isabel. *Insultos impressos: a guerra dos jornalistas na independência (1821-1823)*. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.
- MACHADO, Elias. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador, Editora Calandra, 2003.
- \_\_\_\_\_. e PALÁCIOS, Marcos. *Modelos de jornalismo digital*. Salvador, Edições GJOL/Calandra, 2003.
- MAIA, Rousiley. *Redes cívicas e internet: do ambiente informativo denso às condições da deliberação pública*. In: EISENBERG e CEPIK (Orgs.), *Internet e política: teoria e prática da democracia eletrônica*, Belo Horizonte, Editora UFMG, 2002.
- MEYROWITZ, J. *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. New York, Oxford University Press, 1987.
- VILCHES, Lorenzo. *A migração digital*. São Paulo, Edições Loyola, 2003.