



Comunicação Política na blogosfera: o caso dos Blogs de Políticos¹

Luiz Humberto Viana²

Centro Universitário de Brasília – UniCEUB

Resumo

A mídia ocupa um espaço de centralidade nas sociedades contemporâneas, alterando várias atividades humanas, inclusive a política. Partindo desta afirmação, o trabalho aqui apresentado discute a possibilidade de utilização dos blogs como ferramenta para a Comunicação Política. A partir de uma revisão bibliográfica, é apresentada uma caracterização destes espaços midiáticos produzidos e controlados por políticos profissionais, que este artigo denomina como Blogs de Político. Por fim são apresentadas perspectivas de análise e um quadro com exemplos de Blogs de Políticos.

Palavras-chave

Comunicação Política; Blogs de Políticos; Internet; Webmídias; Blogs

Introdução

Atualmente, é possível perceber uma reconfiguração da atividade política em face da importante posição ocupada pela mídia nas sociedades contemporâneas. Um ponto comum na área é que, tradicionalmente, os agentes do campo político necessitam dos meios de comunicação de massa para que seus atos, característicos da atividade pública que exercem, ganhem visibilidade (GOMES, 2004).

A evolução estrutural da mídia permitiu que ela alcançasse um espaço de poder, graças à sua capacidade de difusão de conteúdos e mensagens dentro da sociedade. Neste contexto, as zonas de fronteira entre os dois campos aqui estudados – Comunicação e Política – obedecem às transformações sociais e tecnológicas, como o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), com destaque para a rede mundial de computadores: a internet.

A reconfiguração tradicional das noções de emissor e receptor é uma entre as novidades fornecidas pela internet. As TICs permitem a qualquer cidadão conectado à rede mundial tornar-se produtor e difusor de conteúdos, a custos, operacionais, financeiros e intelectuais, reduzidos. Sobre este tópico, Bernardo Kucinski (2005: 80) argumenta que a web barateia o custo de produção e fragmenta o espaço midiático com grande intensidade, devolvendo, assim, a autonomia ao produtor de informação.

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Estudos Interdisciplinares de Comunicação, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste.

² Aluno do 8º semestre do curso de Comunicação Social do UniCEUB, bolsista do Programa de Iniciação Científica (PIC) de 2007-2008. Aluno do 3º semestre de Sociologia da Universidade de Brasília (UnB). Email: luiz.prisco@gmail.com



Uma das ferramentas ofertadas para a produção de conteúdo na internet é o blog: páginas da internet utilizadas para se publicar conteúdos online. A palavra é a abreviação do termo, de origem inglesa, *weblog*. *Log*, em inglês, significa diário³, já a expressão *web* é uma menção ao formato World Wide Web (www), utilizado para navegar na rede.

Dados mostram que em média são criados 75 mil novos blogs diariamente (FERRARI, 2006). O sucesso desta nova ferramenta está ligado à facilidade em se criar uma. Na rede mundial de computadores existem diversos sites especializados em fornecer ao usuário blogs *prêt-à-porter*, ou seja, prontos para uso⁴. Em questão de minutos, o indivíduo já tem um acesso ativo acesso à blogosfera.

Com a expansão da blogosfera⁵, surgiram variadas classificações e categorias como blogs jornalísticos e blogs pessoais. Segundo dados da pesquisa IBOPE/NetRatings de 2008⁶, um dos principais temas discutido na blogosfera é a Política, de forma que é possível identificar a existência de diversos blogs com conteúdos políticos. Todavia, na imensidão de *weblogs* sobre política há um fenômeno comunicacional que merece um olhar mais atento. A utilização desta ferramenta por parte de agentes políticos⁷ tradicionais, criando assim uma nova categoria de análise, que este trabalho denomina de *Blogs de Políticos*. Desta maneira, este trabalho⁸ busca analisar a utilização desta ferramenta como um instrumento dedicado à Comunicação Política.

Inicialmente, apresenta-se um panorama sobre a Comunicação Política e suas relações com a internet. Em um segundo momento, expõe-se uma caracterização do que aqui chamamos de *Blogs de Políticos*, mostrando também alguns exemplos de utilização da ferramenta por alguns atores políticos.

Comunicação política on-line: internet como ambiente político

A política contemporânea, então, vê em seus atores – partidos, governos e políticos – a necessidade de uma adaptação a nova realidade social, que é estruturada e

³ Segundo o dicionário online Cambridge: “um registro escrito completo de uma viagem, um período de tempo ou um evento”.

⁴ Entre os mais populares estão os sites *Wordpress* e *Blogger*. Este último pertence ao site de buscas Google.

⁵ Termo utilizado para definir o coletivo de *weblogs* na rede

⁶ Informação presente na reportagem *É hora de se comunicar*, publicada no jornal Correio Braziliense, no dia 10 de março de 2009.

⁷ Para fins metodológicos, este trabalho utiliza os termos agentes e atores políticos como sinônimos de sujeito(s) político(s).

⁸ Este trabalho é baseado na monografia de conclusão de curso intitulada *Blogs de Políticos na esfera pública: um olhar sobre o Blog do Zé Dirceu* produzida pelo autor, com orientação da professora Mônica Prado Email: pradamonica2004@yahoo.com.br.



ambientada na centralidade da mídia (Gomes, 2004; Rubim, 2000; Weber, 2006). Uma dessas transformações, é que, atualmente, ocorre uma aproximação, moldada pela transparência gerada pela visibilidade via mídia, entre as esferas políticas e a sociedade. A ferramenta utilizada para tal é a comunicação midiaticizada, que hoje é apontada como o espaço visível da política (WEBER, 2006: p.131) e, conseqüentemente, apresenta-se como um importante centro de disputas de e pelo poder.

Isso acontece porque na democracia, é a esfera civil o *locus* de onde emana o poder que legitima a atividade política contemporânea, em outras palavras, a legitimação – ofertada por meio do voto – só pode ser concedida pela sociedade, pelo povo. Portanto, a busca de legitimidade perante à sociedade é o objetivo das principais ações e intenções dos agentes políticos (GOMES, 2004: p.362). E o espaço de visibilidade ofertado pela mídia é arena contemporânea para essas ações. Como bem define Rousiley Maia (2008: p.172, *grifo no original*), este espaço é “constituído pelo conjunto de emissões dos *media*, em suas diversas modalidades”. É por meio dele, então, que os atos políticos (assim como as instituições, fatos e sujeitos) tornam-se visíveis ao público, à sociedade.

Desta forma, pode-se argumentar que uma das principais tarefas da comunicação política é publicizar para a sociedade civil, as informações – assim como opiniões, análises e proposições – dos atores políticos. Assim, diminuem-se os espaços invisíveis da prática política, fato que possibilita um aprimoramento da democracia, à medida que contribui para uma maior transparência dos atos do Estado e também aumentam o grau de conhecimento dos cidadãos sobre o funcionamento da esfera política. Entende-se, portanto, que o acesso da sociedade a este tipo de informação configura um importante instrumento de consolidação da cidadania e da prática política (voto, participação, fiscalização etc) no mundo atual.

A comunicação política é, portanto, a ferramenta utilizada para divulgar as informações oriundas do universo político. Segundo Angelo Panebianco (2007: p.200), este tipo de comunicação é responsável pela circulação de mensagens dentro de um sistema político, que abarca desde as demandas da sociedade às respostas do sistema referido. A partir do conceito do autor referido, pode-se entender que a comunicação política é a forma de mediação entre atos, ações e discursos da esfera política e seu receptor: a sociedade civil. Este entendimento remonta aos primórdios da democracia ocidental na Grécia Clássica. Nesta organização política existia um espaço, a *ágora*, que era dedicado à aproximação e à comunicação do universo político (público), com os



homens livres (privado) que compunham a sociedade política – uma zona intermediária capaz de manter conectadas e unidas as esferas públicas e privadas (BAUMAN, 2000: p.93). A informação política, então, pode funcionar como um dos instrumentos para diminuir a distancia entre representante e representado, aumentar o interesse dos cidadãos nas questões de públicas e também disponibilizar essas informações à sociedade civil (BEZERRA, 2008).

Como argumenta John Thompson (2002), as formas como os políticos se apresentam à sociedade foi alterada por conta das transformações proporcionadas pelos meios de comunicação. Argumentos e discursos característicos da política passaram a ser ouvidos por muitas pessoas, não necessariamente presentes em um mesmo espaço físico, ou no mesmo dia e hora em que a ação discursiva foi executada (*idem*: p.68). Essa diferença presente na visibilidade midiática, portanto, pode ser entendida como uma das ferramentas de maior exposição da esfera política para um número infinitamente maior de cidadão quando comparado com as ágoras gregas. É o caso dos telejornais, por exemplo, que são capazes de transmitir um ato público a mais de 94% da população brasileira⁹.

Tomando como base as formas tradicionais de relação do universo político com o mundo midiático, pode-se entender a falta de controle que os atores políticos têm em relação à esfera da visibilidade. Para inserir e tornar visíveis temas no debate público, o político comporta-se como fonte de informação – opina, divulga, comenta e explica – proposições particulares das esferas políticas, institucionais ou não. Na batalha pela construção da imagem pública, o político é assunto dos meios de comunicação e, como tal, nem sempre é uma visibilidade positiva, por exemplo, um senador que é acusado na imprensa de corrupção. À audiência é repassada uma representação negativa que causa impactos importantes na vida e na atividade pública.

A Comunicação Política tem sofrido algumas alterações devido ao surgimento e a evolução das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), com destaque para a internet (BLANCHARD, 2006). A rede mundial de computadores foi desenvolvida a partir do final da década de 1960 do século XX como um projeto militar/acadêmico e popularizou-se a partir de 1994¹⁰, constitui atualmente, do ponto de vista midiático, um

⁹ Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2007, o número de domicílios brasileiros com aparelhos de televisão é de 94,7%.

¹⁰ A popularização deve-se, em boa medida, a criação do formato World Wide Web (www) – pelo físico Tim Berners-Lee –, em 1989, que possibilitou a criação de navegadores e um desenho da internet mais parecido com o que temos atualmente. Para mais detalhes, ver Castells (2005) e Lévy (2005).



aumento das fontes e canais de informação – tanto para o uso quanto para o consumo – dos agentes políticos. Por conta dos baixos custos, técnicos e financeiros, é possível administrá-la como uma ferramenta, ou mesmo um meio, de comunicação e de prática política.

A internet é referenciada, no âmbito da comunicação midiaticizada, por diversos termos: como novas tecnologias, novas mídias, cibernéticas e outras. A maioria das denominações tem em comum a utilização do adjetivo “novo” para caracterizar o substantivo. Todavia, como já foi dito acima, a o surgimento do formato mais popular da rede mundial de computadores, o World Wide Web (www), ocorreu em 1989, o que dá a ela 20 anos dentro da sociedade. Dessa forma, a web não é tão nova, mesmo sendo chamada assim referenciada por muitos. Para tratar da mídia internet, e suas conseqüentes sub-mídias, este trabalho, por razões didáticas, utiliza o termo “webmídias”¹¹. A escolha se dá porque se entende que tal expressão é capaz de abarcar a pluralidade de ferramentas de comunicações concentradas na web. Tais como os sites, blogs (vídeosblogs e fotoblogs), salas de bate-papo, fóruns de discussão e outros.

Apesar de chegar somente a 34% dos brasileiros (45 milhões em números absolutos) (BALBONI, 2008), atualmente, a internet é uma realidade que movimentos sociais, agentes políticos, instituições estatais e o próprio governo já utilizam como ferramenta de comunicação (BEZERRA, 2008; LÉVY, 2005; CASTELLS, 2005; BLANCHARD, 2006). As webmídias, nesse contexto, são uma das ferramentas para disseminação da informação por parte dos atores acima citados que, ao longo das últimas décadas, eram dependentes da mídia tradicional para tornar publicamente visível seus argumentos, pleitos e pontos de vistas sobre as mais variadas questões. A partir destes argumentos, pode-se defender que a rede mundial de computadores fornece, então, novas maneiras para a prática da comunicação, mais diretas, nas quais o sujeito político pode falar com o cidadão/eleitor sem as formas de mediação tradicionais dos meios de comunicação de massa.

Dessa forma, é possível argumentar que as webmídias alteram as formas de mediação, tendo o internauta como definidor da sua agenda, à medida que ele se torna responsável pela construção de sua pauta de informações. A internet, então, é um espaço mais livre, marcado pela relação direta do usuário com a informação. Seguindo esta

¹¹ O termo webmídias é proposto pelo filósofo Pierre Lévy (2005, p. 369), no texto *Pela ciberdemocracia*. A opção deste trabalho é baseada no fato de que a expressão, além de não carregar o adjetivo “novo”, é capaz de sintetizar a pluralidade de formas de comunicação presentes na internet.



linha, coloca-se que os cidadãos com acesso à rede mundial de computadores podem, por exemplo, abdicar de profissionais específicos do campo da comunicação midiaticizada (jornalistas, editores etc), assim como de outros mediadores, e chegar diretamente à informação política original (LÉVY, 2005: p.376), disponíveis on-line.

Essas alterações causadas pelas webmídias colocam em xeque o próprio papel da mídia no cenário político/econômico atual. Para elucidar de maneira mais clara esta questão, julga-se necessário, e válido, recorrer a uma longa citação do autor Roger Silverstone, que discute o tema:

Enquanto no passado podíamos pensar no papel político da mídia como um papel dominado, mais ou menos exclusivamente, pelos ideais de uma imprensa livre e de uma radiodifusão de serviço público, já não podemos fazê-lo. A fragmentação e o fraturamento do espaço midiático, a liberalização dos mercados midiáticos, como também a destruição digital da política da escassez do espectro; as oportunidades possibilitadas pela queda do custo de entrada na mídia, de um lado, e as restrições impostas pela alta dos custos do sucesso numa cultura midiática global, de outro – tudo isso aponta um novo tipo de espaço midiático que terá profundas implicações para o exercício do poder e também para as oportunidades de participação pública na vida política (SILVERSTONE, 2005: p.264).

O argumento de Silverstone apresentado acima começa a delinear as alterações trazidas pelas webmídias, com foco na vida política. Além das fronteiras borradas e, até mesmo, diluídas entre audiência e produtores, pode-se problematizar uma transformação exclusiva no pólo da emissão, que neste trabalho é representado pelos agentes políticos. A referida fragmentação do espaço midiático permite um contato direto entre o cidadão e seu representante eleito. Do ponto de vista comunicacional, tal fato torna-se interessante ao pensar que o político, então, altera sua relação tradicional com a mídia e passa a ser não somente fonte, assunto e cliente e se torna um ator informativo, atuando como produtor e difusor de seus próprios conteúdos.

Assim, é possível problematizar um dos principais focos de poder da mídia tradicional: a capacidade de publicizar e, conseqüentemente, omitir fatos. O pesquisador Antônio Albino Canelas Rubim (2002: p.83) lembra que o campo da política, hodiernamente, necessita da publicização midiática de seus atos e, portanto, busca maneiras de controlá-lo ou manipulá-lo. Com as webmídias, os agentes políticos, então, passam a dominar – de maneira legal – uma esfera de publicidade de seus atos, já que, como se sabe, na internet o espectro é praticamente infinito. O fluxo de informações passa, portanto, a ser controlado pelos próprios atores político e os conteúdos por eles



ofertados no ciberespaço configuram-se uma fonte alternativa de conhecimentos e dados em relação à imprensa tradicional (BEZERRA, 2008: p.417). Diante deste cenário, pode-se colocar que a ação política discutida acima é uma ferramenta, também, de pluralização dos conteúdos midiáticos, à medida que torna público um número maior de informações. Com as webmídias, portanto, os sujeitos políticos recuperam parte – pois a mídia tradicional ainda possui forte presença na sociedade – do controle da divulgação de informações políticas, produzindo uma quebra de monopólio da imprensa sobre a esfera de visibilidade pública.

Um acontecimento recente que demonstra as relações entre a atividade política e as webmídias foi a disputa eleitoral para a presidência dos Estados Unidos da América (EUA), em especial, o caso do candidato vitorioso, Barack Obama. O primeiro presidente negro da história daquele país apostou em uma campanha que utilizou a internet, como ferramenta de divulgação de idéias, sem as formas tradicionais de mediação, e para estimular a participação da sociedade e do eleitorado, por meio de ferramentas de discussão e de arrecadação de dinheiro para a empreitada (COIMBRA, 2008). As inovações chegaram, também, à Casa Branca – prédio que abriga o governo e representa o poder institucional nos EUA – com a criação de um *weblog* do governo Obama¹².

Portanto, pode-se apontar que as webmídias aparecem como um espaço para a prática da comunicação política, em sua versão on-line, que passa ao largo da mediação tradicional das mídias tradicionais. Argumenta-se, então, que esta ferramenta gera uma prática na qual o agente político se comunica diretamente com o cidadão e, também, a baixo custo operacional. Ao tornar visíveis atos, argumentos e opiniões políticas, os agentes deste campo podem desenvolver uma prática comunicacional que visa introduzir um maior número de conteúdos públicos na esfera da visibilidade midiática, dada as características da própria rede mundial de computadores. Após as discussões apresentadas acima, acredita-se que a internet oferta uma fragmentação do acesso à mídia, à medida que amplia quase que infinitamente os canais de informação. Ao perceber este fenômeno, os sujeitos políticos detentores de mandatos eletivos ou não – que buscam a visibilidade proporcionada pela mídia – passam da condição de fonte de informações à condição de produtores dela, em um movimento que altera as formas consagradas de veiculação de conteúdos e influência da opinião pública no Brasil.

¹² www.whitehouse.gov/blog



Blogs de Políticos: em busca de um lugar próprio na blogosfera política

A tecnologia relaciona-se de maneira dependente e transformadora com a sociedade. Dependem, porque as evoluções tecnológicas somente acontecem e existem por conta das ações humanas, já que são frutos desta. Mudam as relações sociais, pois seus usos e aplicações dão início a diferentes formas de sociabilidade. Da prensa de Johann Gutenberg, no século XV, à sociedade da informação atual as técnicas da informática, microeletrônica e telecomunicações aperfeiçoaram-se e alteraram as maneiras como as pessoas se comunicam, interagem e acompanham a realidade. Este cenário, portanto, permite argumentar que a tecnologia, tal qual a entendemos, começa a ter sentido a partir de seus usos sociais¹³.

Um exemplo do uso por parte dos agentes que compõem a sociedade de um novo meio de comunicação para entender e discutir a realidade é a blogosfera política – que é a “nuvem”¹⁴ de *weblogs* espalhados pela rede mundial de computadores. Os blogs são apenas uma das webmídias disponíveis, porém uma das mais populares, como já foi dito acima. Essa ferramenta, utilizada para discutir o cenário político entre outros assuntos, baseia-se em um conceito da informática chamado *log*, que se trata da função de registrar as atualizações de alguns dados e construir um histórico destes. Os blogs, de maneira geral, são caracterizados por possuírem textos/mensagens, conhecidos como *posts*, um espaço para adicionar vídeos e fotografias e um local destinado a interação com os leitores, por meio de comentários deixados em cada *post*.

Assim, coloca-se que a blogosfera política é formada pelos inúmeros blogs que discutem o tema, configurando um uso político das webmídias. Tal cenário configura uma ação política, pois as tecnologias da comunicação são objetos materiais que somente são eficazes mediante os atos dos indivíduos (Silverstone, 2005: p. 268). Desta maneira, pode-se argumentar que estas novas ferramentas são, portanto, espaços para a prática política contemporânea, na medida em que é utilizada pela sociedade como uma forma para discutir as questões públicas e ter acesso à esfera política, além de torná-la visível.

As webmídias, assim, fragmentam o espaço midiático aumentando os canais de acesso. Essa é uma característica presente na blogosfera política: a pluralidade de atores

¹³ Lévy (2005: p.368) apresenta discussão semelhante. O autor diz que: “em uma dada sociedade, a forma e o funcionamento do espaço público são condicionados pelo sistema os meios de comunicação social...A esfera pública moderna apóia-se em uma informação ‘publicada’ em jornais, revistas e livros”

¹⁴ O termo nuvem é utilizado para designar uma quantidade muito grande, praticamente imensurável de coisas, espalhadas pela internet.



sociais que nela produzem conteúdo. Os blogs são, por sua vez, produtos de uma configuração social caracterizada por novas direções nos fluxos comunicacionais, com possibilidades interativas ainda não plenamente conhecidas (PENTEADO *et al.*, 2006). Neste contexto, é possível observar que jornalistas, cidadãos comuns, grupos da sociedade civil, pesquisadores, cientistas sociais e os próprios políticos profissionais emergem como atores midiáticos. Para este estudo, escolheu-se como objeto o último dos citados acima. Políticos podem ser definidos como aqueles que ocupam e operam profissionalmente – em outras palavras, é esse o trabalho destes agentes – o espaço público (BAUMAN, 2000: p.19)¹⁵.

O ex-ministro da Casa Civil, José Dirceu de Oliveira e Silva, é um exemplo deste tipo de agente público. Zé Dirceu é bacharel em Direito e nasceu na cidade de Passa Quatro, Minas Gerais, no dia 16 de março de 1946. Foi um dos principais líderes estudantis durante a ditadura militar, sendo preso, em 1969, durante o 30º Congresso da União Nacional dos Estudantes (UNE), em Ibiúna (SP)¹⁶. Zé Dirceu também foi exilado e voltou ao Brasil clandestinamente por duas vezes, até a anistia em 1979. Como político profissional, ocupou os cargos de secretário de Formação Política do Partido dos Trabalhadores (PT) (1981-1983), secretário-geral do Diretório Regional do PT de São Paulo (1983-1987), secretário-geral do Diretório Nacional do PT (1987-1993), presidente do PT (1995-2002), deputado estadual por São Paulo (1986-1990), deputado federal (1990, 1998, 2002), candidato ao governo do estado de São Paulo (1994) e ministro da Casa Civil (2003-2005)¹⁷. A trajetória do ex-ministro da Casa Civil torna possível classificá-lo como um político profissional, aquele que, como dito acima, tem como trabalho operar na esfera política.

A partir deste ponto, julga-se necessário definir as distinções entre os diversos tipos de blogs contidos na blogosfera política. Pesquisadores da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) têm se dedicado a estudar a blogosfera política brasileira. Os autores utilizam seis grandes categorias para estruturar a análise. Entre estas, eles classificam os blogs de política quanto ao perfil de quem escreve: o blogueiro. Assim, segundo os pesquisadores, têm-se aqueles escritos por jornalistas, por acadêmicos, por pessoas desconhecidas, por candidatos a cargos políticos e, por fim, por

¹⁵ Habermas (2003: p.98) traz uma conceituação similar, o autor denomina estes agentes públicos de cidadãos do Estado e os define como sendo aqueles que são os “titulares da esfera pública política”.

¹⁶ O XXX Congresso da UNE foi invadido pela polícia em 12 de outubro de 1968, prendendo entre 750 a 1500 estudantes, encarcerando e depois exilando as, à época, grandes lideranças do movimento estudantil, como José Dirceu e Franklin Martins (VENTURA, 2006: p. 245-271)

¹⁷ Informações retiradas do *Blog do Zé Dirceu* (www.zedirceu.com.br)



políticos (PENTEADO *et al.*, 2006). De acordo com o estudo citado, tais espaços são marcados pela expressão da opinião pessoal do sujeito político, com relatos de suas experiências e idéias, transformando-se em outro meio de interface comunicacional entre o político e a sociedade (*idem*, 2006).

No entanto, os autores acima citados buscam somente averiguar o perfil da blogosfera política brasileira, constatando uma tipologia de autores. Não há a intenção de avançar na discussão sobre os impactos e usos desta nova realidade comunicacional por parte dos atores políticos. Vale ressaltar, então, que esta é uma opção metodológica, já que os pesquisadores se propõem a utilizar este aspecto como uma categoria para classificar um tipo de *weblogs* presente na rede mundial de computadores. A pesquisa aqui desenvolvida, entretanto, busca, além de verificar a existência destes espaços, debater sobre as possibilidades ofertadas por esse tipo de ferramenta na prática política contemporânea – mesmo que em uma análise restrita à comunicação política. Portanto, julga-se que o termo “blogs escritos por políticos” pode ser insuficiente para analisar o fenômeno, já que trata exclusivamente de uma observação sobre a profissão do proprietário do *weblog*. Opção que pode ser problematizada, já que aparenta excluir da avaliação a maneira como a ferramenta é utilizada e as possíveis conseqüências deste uso para a sociedade e para a prática política, pois se atém majoritariamente ao perfil do emissor e não à investigação sobre o conteúdo público/político dessas mensagens.

A pesquisadora Zélia Adghirni (2008) estuda a blogosfera jornalística brasileira e aponta para uma categorização dos espaços aí presentes. A autora, então, argumenta que é possível dividir os *weblogs* nas seguintes categorias: blogs jornalísticos e blogs sobre jornalismo. Este argumento aponta para a existência de dois espaços, sendo um dedicado à discussão das práticas jornalísticas, produzidos por acadêmicos, cidadãos e profissionais da mídia, e outro pertencente a jornalistas, que são pautados pelos ritos da profissão (apuração+seleção+hierarquização+publicação), pela produção de notícias, ou seja, que são utilizados para o objeto final do jornalismo (ADGHIRNI, 2008). Evidentemente, a discussão apresentada não se refere ao objeto de estudo da pesquisa aqui desenvolvida, todavia, traz um caminho conceitual para que se consiga definir aquilo que este estudo denomina de Blogs *de* Políticos.

O termo blogs de política (PENTEADO *et al.*, 2006; ALDÉ *et al.*, 2006) apresenta uma conotação geral, abarcando uma quantidade imensa de assuntos. Seriam webmídias produzidas por jornalistas, movimentos sociais, cidadãos e outros que falassem sobre a política e os diversos temas que podem ser relacionados a ela, como



corrupção, debate de projetos de lei, reforma agrária, legalização do aborto, reforma política, direito à saúde e à educação e outros. Portanto, esta palavra tem um sentido amplo e contém uma série de alternativas. Por exemplo, da mesma forma que o *Blog do Zé Dirceu* pertence a esta categoria, pode-se colocar também o *Blog do Protógenes Queiroz*¹⁸, delegado da Polícia Federal (PF) que comandou a operação Sathiagraha¹⁹. Este é um *weblog* de um policial que discute temas políticos e assuntos corporativos da PF. Desta forma, entende-se que a denominação blogs de política atende então aos espaços virtuais que falam sobre assuntos políticos, tornando-se uma grande categoria, na qual existem subdivisões que delimitam mais claramente o campo de análise.

Com intuito de tornar mais clara a distinção acima apresentada, julga-se válido recorrer à seguinte exemplificação: os espaços que aqui chamamos de Blogs de Políticos fazem parte desta grande categoria que são os blogs de política. Entretanto, trazem uma especificidade – o fato de serem produzidos por políticos profissionais – que os diferenciam dentro deste grupo maior, por exemplo, de um jornalista que escreve sobre os temas do cotidiano da atividade política. Do ponto de vista conceitual, tal distinção também se aplica, na medida em que se discutem os diferentes significados entre *política* e *político*. Segundo Rubim (2000: p.18), aquela nasce para regular e moderar as questões geradas pelo poder deste último. A pluralidade do termo política está presente em seu surgimento, já que a palavra tem origem no termo grego *politikós*, e abarca tudo que se refere à cidade, que é urbano, civil, público e social (BOBBIO, 2007: p.954). Ou seja, esta definição mostra a dimensão plural presente no conceito, enquanto *político* pode ser entendido, por sua vez, como um substantivo que alude aos agentes que compõem e atuam profissionalmente na esfera pública. Segundo o dicionário Aurélio (1993: p.430), aqueles que tratam ou se ocupam da política e os “indivíduo(s) que exerce(m) ou procura(m) exercer a política”. Políticos, para Bourdieu (2007: p.169), é o profissional que tem um compêndio de competências específicas e o monopólio dos recursos para atuar, operar e participar dos meios de produção política.

Baseado nas distinções conceituais acima apresentadas, este trabalho opta por utilizar o substantivo político para designar a especificidade dos blogs operados por políticos profissionais. Tal distinção é importante, pois se nota que a categoria blog de

¹⁸ www.blogdoprotogenes.com.br.

¹⁹ A operação Satiagraha investigou crimes de desvio de verbas públicas, corrupção e lavagem de dinheiro. A ação da PF culminou com a prisão de agentes do campo econômico, como banqueiros, investidores e diretores de bancos. Entre estes, estava presente o banqueiro Daniel Dantas, um dos principais nomes da esfera político-econômica do Brasil.



política é o grande guarda-chuva teórico que abriga os Blogs de Políticos e outras derivações que tratam de temáticas públicas. Tais espaços, é válido ressaltar, são distintos dos outros *weblogs* que discutem assuntos políticos, justamente por serem produzidos pelos próprios participantes do campo político profissional – transformando-se em uma ferramenta para a prática de comunicação política midiaticizada diferente das formas tradicionais, que utilizam meios como jornais, rádios e televisões. Como os blogs jornalísticos são aqueles feitos por jornalistas – membros da imprensa e legalmente legitimados para exercer a profissão –, pode-se argumentar que os Blogs de Políticos são aqueles feitos por sujeitos políticos – profissionais da área, que atuam nesta atividade, fazendo dela, em outras palavras, o seu “ganha pão”.

Com base na discussão acima, pode-se propor uma caracterização mais completa – todavia, ainda não definitiva – da tipologia de *weblogs* utilizada neste trabalho. A partir da argumentação até aqui apresentada, defini-se os Blogs de Políticos como um espaço político e midiático na internet produzido e administrado por um determinado tipo de integrante do campo político, os políticos profissionais, configurando, para a Política, um espaço comunicacional paralelo às formas tradicionais de mediação da Imprensa.

Considerações finais

Segundo levantamento feito por este trabalho, 09 políticos profissionais possuem um *weblog* para se comunicar diretamente com seus eleitores. Abaixo segue um quadro com os Blogs de Políticos encontrados:

Político	Blog
Zé Dirceu (PT/SP)	www.zedirceu.com.br
Roberto Jefferson (PDT/SP)	www.robetojefferson.com.br
César Maia (DEM/RJ)	www.cesarmaia.com.br
Anthony Garotinho (PMDB/RJ)	www.blogdogarotinho.com.br
Cristovam Buarque (PDT/DF)	www.cristovam.org.br
Álvaro Dias (PSDB/PR)	www.blogalvarodias.com
Fernando Gabeira (PV/RJ)	www.gabeira.com.br/blog
Manuela d’Ávila (PCdoB/RS)	www.eaibeleza.com.br
Chico Vigilante (PT/DF)	chicovigilante.wordpress.com



Apesar de ser um número reduzido de políticos utilizando blogs como ferramenta de comunicação direta, é possível notar uma base variada que oscila entre atores locais e nacionais, de diferenças matizes ideológicas e pertencentes a distintos estados brasileiros. O quadro mostra, também, que a ferramenta é utilizada por este tipo de ator público, fato que comprova que a denominação Blogs de Políticos pode ser utilizada como uma das especificidades da blogosfera política.

Desta forma, estes espaços são uma plataforma – ainda não completamente explorada – para a prática de uma Comunicação Política sem a mediação dos meios de comunicação de massa tradicional e com características próprias dos blogs, como a interatividade, baixo custo, multimidiatismo e instantaneidade. Considerados como “tipos ideais”²⁰, os Blogs de Políticos, ao tornarem visíveis atos, argumentos e opiniões políticas dos agentes do campo político podem desenvolver uma prática comunicacional que visa introduzir um maior número de conteúdos públicos na esfera da visibilidade midiática, promovendo uma prática com potencial para melhorar a própria vida democrática brasileira.

Este artigo, no entanto, traz apenas uma parte do trabalho, basicamente a questão teórica, desenvolvido tendo como objeto de estudo os Blogs de Políticos. Os avanços desta pesquisa buscam mostrar a utilização por parte dos políticos destes espaços comunicacionais. Outro ponto a ser avaliado é, também, como são desenvolvidos os padrões de Comunicação Política nos *weblogs* já citados. Tais questionamentos serão objeto de pesquisa dos trabalhos futuros que se busca realizar, ficando, neste momento, como sugestões de abordagem.

Referências bibliográficas

ADGHIRNI, Zélia Leal (2008). *O sagrado e o profano na blogosfera jornalística*. Trabalho apresentado no VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. São Bernardo do Campo.

ALDÉ, Alessandra *et al.* (2006). *A febre dos blogs de política*. Trabalho apresentado ao GT: Comunicação e Política, do XV Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Bauru.

BALBONI, Mariana (2008). *Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas 2007*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil.

²⁰ A noção de tipos ideais é uma categoria utilizada por Max Weber (1991) para definir tipos puros, que servem mais como parâmetro de análise do que propriamente como uma representação dos acontecimentos sociais reais.



BAUMAN, Zygmunt (2000). *Em busca da política*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

BEZERRA, Heloisa Dias (2008). *Atores políticos, informação e democracia*. Campinas: Opinião Pública, vol. 14, nº2, p. 414-431.

BLANCHARD, Gersende (2006). *O uso da internet a serviço da comunicação do partido*. Líbero. São Paulo: ano IX, nº 18, p. 9-17.

BOBBIO, Norberto (2007) *Política*. In: BOBBIO, Noberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de política*. 13ª edição. Brasília: UNB, p. 954-962.

BOURDIEU, Pierre (2007). *A representação política: elementos para uma teoria do campo político*. In: BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 10ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, p. 163-203.

CASTELLS, Manuel (2005). *Internet e sociedade em rede*. In: MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, p. 255-287.

COIMBRA, Marcos (2009). *Organizando o Brasil*. Correio Braziliense. Brasília: 22 março, p. 6.

FERRARI, Pollyana (2006). *Jornalismo digital*. 3ª edição. São Paulo: Contexto.

GOMES, Wilson (2004). *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.

_____ (2008). *Da discussão à visibilidade*. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, p. 117-162.

HABERMAS, Jürgen (2008). *Comunicação política na sociedade mediática: o impacto da teoria normativa na pesquisa empírica*. São Paulo: Líbero, ano XI, nº 21, p. 9-21.

_____ (2003). *Direito e democracia: entre facticidade e validade*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, v.2.

HOLANDA, Aurélio Buarque de (1993). *Minidicionário da língua portuguesa*. 3ª edição. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

KUCINSKI, Bernardo (2005). *A revolução antiindustrial da internet*. In: KUCINSKI, Bernardo. *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo: UNESP, pp. 71 – 86.



LIMA, Venício Artur de (2004). *Cenários de representação da política, CR-P*. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). *Comunicação e política*. Salvador: Edufba, p. 9-40.

LÉVY, Pierre (2005). *Pela ciberdemocracia*. In: MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, p. 365-384.

MAIA, Rousiley (2008). *Visibilidade midiática e deliberação pública*. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, p. 165-194

_____ (2002). *Democracia e a internet como esfera pública virtual: aproximando as condições do discurso e da deliberação*. In: MOTTA, Luiz Gonzaga et al. (orgs.) *Estratégias e culturas da comunicação*. Brasília: UnB, p. 107-127.

PANEBIANCO, Angelo (2007) *Comunicação Política*. In: BOBBIO, Noberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de política*. 13ª edição. Brasília: UNB, p. 200-204.

PENTEADO, Cláudio Luis de Camargo et al. (2006). *Blogs de política: caminhos para reflexão*. Trabalho apresentado ao GT: Internet e Política, do I Congresso anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política. Salvador.

PRADO, Mônica; VIANA, Luiz Humberto (2008). *Produção e recepção de informações no Blog do Noblat*. *Communicare*. São Paulo: vol. 08, nº 2, p. 66-75.

RUBIM, Antônio Albino Canelas (2000). *Comunicação e política*. São Paulo: Hackers Editores.

SILVERSTONE, Roger (2005). *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Edições Loyola.

THOMPSON, John B. (2002). *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes.

WEBER, Maria Helena (2006). *Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política*. In: CASTRO, Maria Céres Pimenta Spínola; MAIA, Rousiley. *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: UFMG, p. 117-136.

WEBER, Max (1991). *Os três tipos puros de dominação legítima: dominação racional, dominação tradicional, dominação carismática*. In: WEBER, Max. *Economia e sociedade*. Brasília: UnB, v.1.

VENTURA, Zuenir (2006). *1968: o ano que não acabou*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.