



Weblogs: possibilidades para o jornalismo contemporâneo¹

Bruna Ferrari MÁ²

Laisa GRISI³

Universidade Estadual da Paraíba -PB

RESUMO

O presente trabalho, visa discutir a importância dos weblogs e seu valor como uma nova alternativa de informação que se mostra cada vez mais democrática, na medida em que dá chance para qualquer tipo de pessoa expressar-se através da internet. Através dos weblogs, uma nova forma de fazer jornalismo está sendo posta em discussão e debates no âmbito jornalístico. Um novo jeito de levar a notícia ao leitor, mais pessoal, mais direta e menos formal; uma distância menor entre o produtor de notícias e seu público. Nunca nenhuma outra mídia, ofereceu tanto espaço e visibilidade como a internet oferece, e os Weblogs surgem como passaporte para esse novo mundo.

PALAVRAS-CHAVE: Weblogs; internet; jornalismo; notícia;

Jornalismo Online: Uma nova fonte de informação

O jornalismo online vêm aos poucos, tentando criar um novo universo de mídias no Brasil e no mundo.

A internet veio para revolucionar vários âmbitos, um deles, o meio jornalístico. Uma nova maneira de se fazer, contar e aprofundar a notícia foi criada, e junto com ela uma certa reformulação do pensar jornalístico teve que ser criada. Logo no começo, não tínhamos parâmetros, justamente por isso, muita coisa foi criada, de bom e de ruim. Particularmente, acredito que a internet veio mais para adicionar do que para diminuir, pois com ela, novas mídias foram criadas e estabelecidas, e que hoje em dia contribuem para a formação de várias notícias.

O jornalismo online influencia os vários aspectos da realidade jornalística, um desses aspectos é o jornalista, que teve que se reformular e adaptar-se para essa nova mídia.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Estudante de Graduação 3º. ano do Curso Comunicação Social da UEPB, email: brunaferrari.mas@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 3º. ano do Curso Comunicação Social da UEPB, email: lgrisi7@hotmail.com



Nesta linha de idéias, Maria Teresa Sandoval Martín (2000) defende que a Internet não só está mudando os modos de acesso à informação pelos utilizadores, o modelo de comunicação tradicional, a economia mundial e as empresas de comunicação, mas também o perfil do jornalista.

De acordo com Pavlik (2001), são três as mutações no papel do jornalista:

“O Jornalista tem que ser mais do que um contador de fatos, o papel do jornalista com o intérprete dos acontecimentos será expandido e em parte modificado e os jornalistas online terão um papel central na ligação entre as comunidades”.

O papel do jornalista nessa transformação, começa na sua graduação, onde ele tem que aprender a ser multifacetado, sabendo apurar, editar e colocar a notícia nos diversos meios que ela se encaixa, sabendo lidar com as novas mídias, suas especificidades e contratempos que elas certamente criarão por se tratar de algo novo, que não existe ainda muitos estudos.

Segundo Arturo Merayo Pérez (1997), “Todos os meios serão multimeios, a verdadeira especialidade dos futuros profissionais da informação será a capacidade de trabalho em todos eles, selecionando e interpretando informação com a suficiente criatividade para dispor agradavelmente essa informação”.

O jornalismo online requer muito mais atenção aos fatos, pois o profissional se depara com diversas opiniões, diversas ramificações da notícia, por isso, ele tem que criar um filtro de informações, saber lidar com a interatividade e com a rapidez com que os fatos viram notícias, no caso, a instantaneidade.

Weblogs: Popularização da Notícia

Para definir o que são Weblogs podemos começar dividindo a palavra para compreender o seu significado original: Web (rede) e log (diário de bordo). Desse modo, o blog pode ser definido como uma espécie de diário pessoal eletrônico atualizado regularmente onde, segundo Granado (2003), os posts ou conteúdos publicados são, regra



geral, textos curtos organizados cronologicamente, sendo sempre o conteúdo mais recente o primeiro a surgir no topo da página. Calcula-se que já existam mais de um milhão deles e que a cada 40 segundos um novo está sendo criado, segundo dados da revista Newsweek de 26 de agosto de 2002.

Porém, com a dimensão alcançada até hoje os blogs estão longe de serem meros diários virtuais e conseguiram deixar pra trás a impressão de diário de adolescente.

Existem blogs individuais e coletivos, que podem ser temáticos ou generalistas (abordam assuntos diversos de acordo com o interesse do autor). Eles se interligam através dos links formando assim uma comunidade de interesses mútuos. Como refere Dreves (2004), uma grande parte dos blogs contém links para outros blogs, que, na sua maioria, publicam assuntos correlatos, formando uma espécie de corrente. Onde se comunicam e trocam opiniões através dos comentários. Assim podemos entender o weblog como um espaço comunitário, que agrega geralmente pessoas que compartilham do mesmo interesse e opiniões e possibilita a essas pessoas uma interação, uma troca de experiências e idéias e o poder de opinar e argumentar livremente. Deve-se assim o grande sucesso dos blogs.

“O fenômeno do sucesso dos weblogs está intimamente relacionado com a criação de comunidades. Ao contrário do que muitos bloggers consideram, todos os que publicam informação na Internet têm público, ou seja, qualquer autor de um weblog acabará, com o tempo, por ter leitores, mais ou menos fiéis”

Weblogs como ferramenta de ensino

O crescimento do número de weblogs no Brasil só comprova a sua importância no contexto atual. Existem weblogs dos mais variados temas, os que servem de entretenimento, os que noticiam, e até os que educam. A utilização de novas mídias e novos recursos no processo de ensino vem se mostrando eficaz. Muitos professores utilizam o blog como um instrumento para enriquecer a sua aula, para facilitar a comunicação entre professor/aluno. Os alunos, por sua vez, podem contactar mais facilmente e rapidamente os professores e os outros colegas sobre dúvidas, sugestões, comentários, envio de trabalhos etc. Facilita a comunicação com os alunos mais tímidos, que tem dificuldade de falar em público e surge a oportunidade desses alunos mostrar seu interesse e interagir com os demais. Como melhor explica Mario Lima Cavalcante,



“...uma ferramenta com atributos tão fortes como o weblog pode tornar-se ainda mais poderosa se utilizada com o propósito de passar experiências e ensinamentos acadêmicos. A verdade que fala-se muito em weblogs escritos por internautas ou por profissionais da área de Comunicação. Mas seria formidável se começassem a surgir mais blogs criados e mantidos por educadores”.(2003).

Barbosa e Granado (2004) defendem que estas ferramentas podem ajudar alunos e professores a comunicar mais e melhor, sem necessidade de grandes recursos tecnológicos ou financeiros, bastando apenas uma ligação à Internet.

Por ser simples de criar e manusear o blog agrada a qualquer pessoa que deseja contar, opinar e mostrar o que for do seu interesse. Tem autores de blogs que se propõe a escrever e debater questões que antes era tarefas delegadas somente aos jornalistas.

Sem contar que o blog possibilita ainda a utilização de imagens e vídeos, tornando assim, qualquer individuo que produza conteúdo um “jornalista”.

Jornalismo Participativo:

Não demorou muito para que, em meio a tanto barulho, um ruído em especial chegasse, finalmente, aos ouvidos atentos dos profissionais de comunicação, deixando um recado muito claro: acabou a exclusividade do jornalista quanto à divulgação de informações.

O fluxo da notícia, até então um monopólio de profissionais acostumados à via de mão único da comunicação, passa a ter um novo personagem, desafiando princípios consolidados da estrutura midiática e convidando o jornalista para um curioso debate, por que não, com o seu leitor. (BORGES, André, 2007, p.43).

Porém os jornalistas também enxergaram nessa ferramenta a possibilidade de noticiar e garantir audiência. As novas tecnologias de informação e comunicação reconfigura a tradicional relação emissor/receptor.

Com o advento dos weblogs e outras mídias, surgiu o então denominado, *jornalismo participativo ou cidadão*, que é uma idéia de jornalismo na qual o conteúdo (texto + imagem + som + vídeo) é produzido por cidadãos sem formação jornalística, em



colaboração com jornalistas profissionais. Esta prática se caracteriza pela maior liberdade na produção e veiculação de notícias, já que não exige formação específica em jornalismo para os indivíduos que a executam. Para os adeptos e ativistas desta prática, o Jornalismo Cidadão é uma chance de democratizar a informação, a partir do momento em que qualquer pessoa teria acesso à mídia, não apenas como leitor ou espectador, mas colaborando na produção do material veiculado. Também seria, para os defensores do new journalism, uma oportunidade para valorizar a reportagem, incluindo a observação de testemunhas oculares dos fatos. Como tudo que é criado e novo, existem correntes que são extremamente contrárias ao jornalismo participativo, justamente por ele ser democrático demais, por ele ser aberto ao grande público, muitos são os que acham que ele desvaloriza a profissão do jornalista, mas acredito que muito pelo contrário, ele impulsiona a veiculação da informação, de uma maneira clara e sem ter que passar por análises muitas vezes censuradas, de acordo com os interesses de cada veículo.

Pesquisas/Dados

No Brasil, segundo dados divulgados pelo Jornal Hoje, da Rede Globo, em 18 de junho de 2009, o Brasil tem “14 milhões de pessoas que possuem computador, menos de 10 milhões podem acessar sites, fazer buscas, navegar pelo mundo virtual. Somando-se às lan-houses, os internautas brasileiros podem chegar a 40 milhões”.

Em pesquisa realizada por e-mail com 1820 participantes em todo o Brasil, o Instituto de Pesquisas Qualibest indica que 12% do total de entrevistados acreditam totalmente e 86% acreditam parcialmente nas informações que encontram em um diário virtual. Já 72% dos entrevistados afirmaram que, por meio dos blogs, já obtiveram informações que ajudaram a formar uma opinião sobre uma marca ou serviço. O estudo, que teve por objetivo construir o perfil do leitor de blogs no Brasil e avaliar quais são os blogs mais lidos e conhecidos no País, aponta que 89% já acessaram algum, pelo menos uma vez, e a média de acessos diários é de uma para a maioria dos entrevistados, e de duas ou mais vezes, para 25%. Quanto ao tempo de acesso, 60% afirmam que dedicam menos de uma hora a cada acesso e 34% gastam de uma a duas horas. Entre os temas preferidos estão curiosidades (18%), humor (15%), internet (10%), seguidos de notícias e tecnologia em geral (9% cada). Apenas 9% dos entrevistados costumam acessar blogs internacionais. Os sites de busca (48%) e recomendações de outras pessoas (30%) foram apontados como as formas mais citadas para se conhecer um blog novo. A leitura do



conteúdo foi o recurso mais citado (86%), sendo que a maioria dos entrevistados acredita que fotos e vídeos são os recursos mais importantes em um blog. (...)

Cerca de 72% dos internautas brasileiros já obtiveram, em blogs, informações que ajudaram a formar opinião sobre uma marca, produto ou serviço. Os dados são de estudo divulgado recentemente pelo Instituto de Pesquisas Qualibest sobre os hábitos e costumes dos internautas brasileiros, no que diz respeito aos blogs. Entre os entrevistados, 12% acredita totalmente e 86% parcialmente nas informações que encontram em um diário virtual. Além disso, mais da metade apontaram que se lembram de ter visto algum tipo de propaganda em um blog que costumam visitar. No quesito acesso, 89% confirmaram que entraram pelo menos uma vez em algum blog, e a média de acessos diários é de uma para a maioria dos entrevistados, e de duas ou mais vezes, para 25%. Entre os temas preferidos estão curiosidades (18%), humor (15%), internet (10%), seguidos de notícias e tecnologia em geral (9% cada). Apenas 9% dos entrevistados costumam acessar blogs internacionais. Os sites de busca (48%) e recomendações de outras pessoas (30%) foram as maneiras mais citadas para se conhecer um blog novo. A leitura do conteúdo é o recurso mais utilizado (86%) sendo que a maioria acredita que fotos e vídeos são os recursos mais importantes em portal do tipo. A pesquisa foi realizada por e-mail com 1820 participantes em todo o Brasil.

Considerações Finais

Os weblogs são filhos da sociedade de consumo. Uma pequena e privilegiada camada da sociedade, ainda infelizmente é o público-alvo, de uma gigantesca indústria cultural que está por toda parte. Direta ou indiretamente, os blogs manifestam uma voz que pode e deve ser ouvida. Essa ferramenta tenta transformar a padronização e banalização da notícia. Os weblogs são uma alternativa de informação frente aos grandes impérios midiáticos. Livres da pressão de uma redação de jornal, da demora das publicações convencionais, dos limites físicos, onde jamais pensaríamos que poderíamos chegar. Os editores de blogs, são livres e independentes. Os weblogs são uma nova alternativa de informação. Resta saber agora é se nós conseguiremos acompanhar e digerir essa nova realidade, afinal, quem disse que informação é tudo?



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Elisabete e GRANADO, António, Weblogs, diário de bordo, Porto, Porto Editora, 2004.

<http://www.bocc.uff.br/pag/aguaded-baltazar-weblogs-recurso-tecnologico-nova-educacao.pdf>

MOX,Nemo, Da Crônica ao Metajornalismo. In <http://www.burburinho.com>.

CAVALCANTI, Mario Lima, Weblogs como ferramenta de ensino. In <http://www.comuniquese.com.br>.

ANTUNES, Maria João, Eduardo Anselmo Castro, Óscar Mealha (2001)– Tecnologias da Comunicação e Informação na reconfiguração das redes de relações dos sujeitos. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação.

GRADIM, Anabela(2000)–Manual de Jornalismo. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação.