



Blogs jornalísticos: busca da tipificação ¹

Eliane Cristina Gomes de MEDEIROS²

Cláudio Cardoso de PAIVA³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Os blogs ocupam espaço significativo na produção de conteúdo na internet podendo ser considerado o “meio nativo da rede”. Por isso a blogosfera é a comunidade virtual que mais cresce na Web. Desse modo, a tipificação dos blogs se tornou comum no debate acadêmico, entre elas a classificação de blog jornalístico. O presente artigo busca analisar as principais propriedades da ferramenta blog, revisar os principais conceitos sobre blogs e apontar caminhos para a possível tipificação do blog jornalístico a partir de matriz proposta por Primo (2008).

PALAVRAS-CHAVE: tecnologia; internet; blogs; jornalismo; webjornalismo.

INTRODUÇÃO

A Internet é o principal fruto da revolução tecnológica ocorrida no final do século 20. Mais que o componente técnico, a rede é formada por milhares de pessoas que atuam ativamente no desenvolvimento da internet produzindo conteúdos de forma colaborativa e participativa. O início do Século 21 é marcado pela expansão da Web 2.0, que se diferencia do estágio anterior pela participação ativa dos internautas na inserção e gerenciamento do conteúdo online.

O modelo de comunicação “todos-todos”, originário da popularização da internet e da Web, ganhou força com o desenvolvimento de ferramentas que possibilitam o que Lemos (2002) chamou de “liberação do pólo emissor”, permitindo que qualquer pessoa publique informação na rede, e desse modo, reconfigure o cenário midiático. Hoje, qualquer internauta pode publicar conteúdos através de wikis, blogs, fotologs, videologs, podcast etc.

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPB, email: elimedeiros@yahoo.com.br.

³ Professor doutor do programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPB, email: claudiopaiva@yahoo.com.br.



A tecnologia Web, que tem como característica fundamental o hipertexto, não apenas permite o que Jenkins (2008) chama de convergência digital - ou seja, a possibilidade de diversos meios de diferentes tecnologias como o impresso, rádio ou televisão estarem juntos em um único suporte tecnológico – mas também fornece ferramentas próprias e originais que não tinham qualquer relação com a rede externa (jornais, rádio e televisão). É o caso dos blogs, este “meio nativo da Web” (ORIHUELA, 2007).

Com a Web 2.0 ocorre a ascensão dos blogs que logo caem no gosto dos usuários da rede. “Desde esse instante, qualquer pessoa que saiba ligar um computador, escrever um texto e navegar pela internet pode criar um blog” (ANTÚNEZ, 2007, p. 22). Varela (2007) situa o blog como uma mídia social, um espaço onde os indivíduos estão associados em redes, conectando “idéias, textos e outros conteúdos informativos e de opinião” que vão “estimular a participação dos cidadãos na criação de conteúdos em rede” (VARELA, 2007. p.54).

O blog nasceu em 1992 como uma forma de catálogo de links. Neles, usuários da internet listavam links úteis de interesse de internautas, às vezes incluíam comentários. Desse modo, o blog passou a ser um guia de navegação, um “diário de bordo”, para outros utilizadores da internet. De acordo com Antúnez (2007), no ano de 1999 surgem às ferramentas Pitas e Blogger, estes serviços permitiam a qualquer pessoa criar seu próprio blog usando um formulário simples. Além disso, o serviço era gratuito. O blog surgiu como uma ferramenta de publicação pessoal: ele não só continha links para páginas recomendadas pelo seu autor, mas, acima de tudo, possibilitava a publicação com facilidade do que o autor queria dizer.

Assim, o blog aparece como um meio com características próprias. Neste artigo buscamos analisar as principais propriedades desta ferramenta, buscando esclarecer o papel que o blog pode desempenhar. Embora as utilizações possam ser variadas, vamos nos concentrar sobre uma que, para nós, é mais relevante: os blogs jornalísticos. Antes, porém, é necessário concordar com Alex Primo, para quem “as interações em blogs constituem um fenômeno social emergente, em constante mutação, que escapa a qualquer intenção normatizadora”, (PRIMO, 2008a, p. 125).

BLOG: MEIO NATIVO DA WEB

Como meio nascido na internet, identificar um blog não é difícil: é uma página na internet que segue determinada estrutura de informação. Basicamente consiste em



dois elementos: uma série de anotações ordenadas cronologicamente, do mais recente para o mais antigo, e uma lista de links favoritos, normalmente dispostos no lado direito da janela. Outra característica fundamental do blog é a hierarquia bem definida: o autor tem a última palavra. O blog introduz a possibilidade de um diálogo entre o autor e o leitor através dos comentários, que podem ser deixados pelos visitantes, e as respostas dadas pelo autor. Muitos temas podem ser abordados em um blog, desde os mais pessoais às questões organizacionais, passando pela educação e o entretenimento. Um dos temas possíveis é o caráter jornalístico, o qual nos interessa mais.

As autoras Adriana Amaral, Raquel Recuero e Sandra Montardo (2009), buscando mapear o objeto blog, apontam algumas definições. A primeira delas chamada de definição estrutural, diz que “os blogs foram inicialmente definidos como uma ferramenta de publicação que constituía um formato muito particular”, (AMARAL; MONTARDO, RECUERO; 2009, p.29). A segunda definição é chamada funcional, nela:

Autores (Marlow, 2004; Pedersen e Macafee, 2007) vêm os weblogs a partir de sua função primária como meio de comunicação, (...) uma mídia, que difere das demais pelo seu caráter social, expresso através do seu caráter conversacional tanto dos textos publicados quanto pelas ferramentas anexadas e que hoje são características dos sistemas como os comentários. (idem, 2009, p. 30-31)

Outra definição conceitual apresentada pelas autoras compreende os blogs como artefatos culturais, tal percepção se origina de um olhar antropológico e etnográfico.

Essas três opções conceituais auxiliam-nos a compreender como os weblogs são, atualmente, compreendidos pela literatura especializada. Como artefatos culturais, eles são apropriados pelos usuários e constituídos através de marcações e motivações. Além disso, perceber os blogs como artefatos indica também a sua percepção como *virtual settlement* (Jones, 1997), uma vez que são eles o repositório das marcações culturais de determinados grupos e populações no ciberespaço, nos quais é possível, também, recuperar seus traçados culturais. Como meios de comunicação, os weblogs são compreendidos por meio de sua função comunicativa e dos elementos que dela decorrem. A própria Rebecca Blood (2002), em uma das primeiras obras a respeito dos blogs, explica que a apropriação deles focou o uso do sistema também como forma de conversação. A percepção dos blogs como espaços de sociabilidade, como constituintes de redes sociais, está presente nessa vertente. Blogs como meios de comunicação implicam também sua visibilidade enquanto meios de práticas jornalísticas, seja através de relatos opinativos, seja através de relatos informativos. No conceito estrutural, por outro lado, permite apreender-se o blog enquanto formato, abrindo-se para múltiplos usos e apropriações. (ibid, 2009, p. 32-33)



Para Amaral, Recuero e Montardo (2009), independentemente dos blogs serem interpretados sob um olhar estrutural, funcional ou como artefato cultural, eles consistem em suportes para a comunicação mediada por computador, ou seja, permitem a socialização online de acordo com os mais variados interesses. Outro aspecto relevante da apropriação dos blogs como ferramenta de comunicação é a constituição de estruturas sociais.

Os blogs têm na blogosfera sua estrutura social, para Orihuela (2007), ela faz parte do novo cenário midiático e complementa as funções dos meios de comunicação tradicionais. Se antes dissemos que o blog é um formato de publicação, a blogosfera é um fenômeno social, resultado da interação entre diversos autores de blogs e seus leitores. O termo, empregado para definir o universo dos blogs, foi criado em 1999, por um blogueiro, Brad L. Graham (VARELA, 2007).

Dois significados aparecem quando nos referimos à blogosfera. O primeiro seria a de noção de espaço criado pelos blogs, que se organiza numa estrutura de rede, onde os blogs estão unidos por links. O segundo significado aponta para a cultura que emerge nesse ambiente, que se caracteriza pela interação entre autores e leitores dos blogs. Segundo Orihuela, este espaço não é apenas um encontro social. A blogosfera, como qualquer comunidade online, tem como base interesses compartilhado entre os que circulam no meio, no caso, a Web. Desde sua criação, os blogs “impulsionam um novo tipo de comunidade com base no conhecimento e contribuem para a enorme tarefa de dar sentido e relevância à informação que se encontra disponível na rede”, (ORIHUELA, 2007, p.16).

A diferença fundamental na blogosfera, quando comparadas com outras comunidades colaborativas, é a falta de um objetivo específico. Temos como exemplo a Wikipedia, ou o desenvolvimento do Sistema Operacional Linux, ambos alimentados pelas contribuições de usuários envolvidos para compartilhar conhecimento e contribuir para a construção de um software mais eficiente. Por outro lado, o blog foi aberto ao público em geral, sem objetivo específico para a comunidade, o que autores Blood (2001), Gilmor (2004), Orihuela (2007) chamam de escrita desinteressada.

A nosso ver, é dessa característica de “escrita desinteressada” que se valem alguns blogs de conteúdo noticiosos. É necessário, porém, deixar claro que nem todos os blogs trazem conteúdos noticiosos, embora, com alguma frequência, possam conter notícias. É o caso de blogs que trazem informações sobre acidentes, como a queda do avião da *US Airways*, em janeiro de 2009, no rio Hudson em Nova York; informações



sobre conflitos armados, como o vídeo da iraniana morta durante manifestação contra os resultados das eleições no Irã, em junho de 2009.

POR UMA TIPIFICAÇÃO

A discussão quanto ao fato dos blogs serem ou não uma forma de jornalismo tem acompanhado esse meio desde que ganhou maior visibilidade. Se de um lado há o ceticismo dos jornalistas com relação ao conteúdo dos blogs, por outro há aqueles autores de blogs que se dizem jornalistas (aqui não entra em questão a recente decisão do STF, que dispensou a obrigatoriedade do diploma de jornalismo para o exercício da profissão); o fato é que essa relação tem gerado reflexão e intenso debate.

Em 2001 tem início a aproximação dos blogs com o jornalismo. É nesse ano que o atentado as torres do World Trade Center, em 11 de setembro, é relatado pelos blogs e esses passam a ter visibilidade ao grande público. Em seguida a este episódio, os Estados Unidos da América deflagram guerra contra o Iraque. E novamente os blogs aparecem como espaço de relatos dos dois lados envolvidos na guerra.

Autores como Blood (2002, 2003), Recuero (2003), Gillmor (2004) e Orihuela (2007) consideram que, a partir desse período, os testemunhos pessoais sobre determinados acontecimentos, situações ou lugares, que já correspondiam à grande parte da blogosfera, ganharam maior importância como informação jornalística. Em parte, o caos estabelecido por esses acontecimentos impulsionou milhares de pessoas que estavam nesses locais a compartilhar suas histórias. Do outro lado, número considerável de pessoas ávidas por informações. Gillmor (2004) considera que a intensa busca, no mundo todo, por informação sobre as vítimas do atentado de 11 de setembro foi o “ponto da virada” para o mundo dos blogs.

Acreditamos que as tecnologias, especialmente as de comunicação, não determinam os fenômenos sociais, mas os condicionam. Desse modo, o blog como um nativo da Web, possui uma lógica diferente da mídia tradicional. É por isso que as duas podem complementar-se mutuamente e têm uma relação simbiótica. Por isso também acreditamos existir, tanto no jornalismo quanto nas tecnologias de comunicação, aspectos mais de continuidade que de ruptura.

As características do jornalismo na web aparecem, majoritariamente, como continuidade e potencializações e não, necessariamente, como ruptura com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores. (PALÁCIOS, 2003, p.22)



Se por um lado, pesquisadores de jornalismo buscam compreender o fenômeno dos blogs, no outro o mercado começa a incorporá-los gradativamente. Grandes grupos de mídia contam com blogs de seus colunistas mais experientes ou mesmo de editorias específicas, embora, num primeiro momento, muito deles sejam apresentados como colunas “que mudaram de nome e se tornaram mais dinâmicas, com atualização contínua e a possibilidade de inserção de comentários dos leitores” (PALÁCIOS, 2006).

Isso sem contar os blogs com informações de relevância jornalística que são editados de forma independente, sem vinculação a grandes portais de mídia, que, em países como Estados Unidos e Inglaterra passam a ganhar um espaço cada vez maior, com alguns até disputando a audiência com empresas jornalísticas tradicionais. No Brasil, temos como exemplo disso os blogs dos jornalistas Luís Nassif⁴ e Luís Carlos Azenha⁵, ambos objetos de nossa pesquisa desenvolvida no PPGC da UFPB.

Para Escobar (2009), o jornalismo de blog pode estar se apresentando como a primeira categoria de webjornalismo nascida genuinamente a partir da internet, uma vez que esse novo fazer jornalístico apresenta características muito próprias. Uma delas seria, no que diz respeito à apresentação das informações, o rompimento com padrões criados pelo jornal impresso e de tal forma consolidados que passaram a ser repetidos nos formatos jornalísticos midiáticos subsequentes.

Partindo do entendimento de que as tecnologias não determinam as atualizações das práticas sociais, mas sim as condicionam, o uso que é feito dos blogs pode variar, até mesmo o termo pode ser empregado em três contextos, como apresenta Primo e Amaniotto (2006): o blog como texto, blog como programa (plataformas Blogger ou Wordpres) e por fim blog como lugar (visto apenas como endereço na Web).

Da confusão entre blog/programa e blog/texto decorre boa parte dos estereótipos sobre esse fenômeno da cibercultura. É preciso que fique claro que um blog/programa não determina que o blog/texto deverá seguir um gênero específico. Deve ficar claro que blogs são muito mais que uma simples interface facilitada para a publicação individual, como são frequentemente definidos. Faço tal alerta não apenas para criticar uma definição que se resume à descrição do meio, mas também para lembrar que blogs são espaços coletivos de interação. Ou seja, blogs/espço podem converter-se em um ponto de encontro. (PRIMO, 2008a, p.123)

⁴ <http://colunistas.ig.com.br/luisnassif/>

⁵ <http://www.viomundo.com.br/>



Dito isso, trazemos uma proposta de definição apresentada por Escobar (2009), para quem blogs jornalísticos:

São aqueles cujos endereços são públicos, estando acessíveis a qualquer pessoa com acesso à internet; que se destinem, na totalidade ou na maior parte do tempo, a divulgar acontecimentos reais dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse; e, ainda, cujos blogueiros tenham a preocupação e se esforcem para: a) disponibilizar frequentemente conteúdos novos, ainda que sem periodicidade fixa ou determinada; b) e divulgar seus “blogs/lugares”, tornando-os endereços na web amplamente conhecidos com o intuito de atrair um número expressivo de internautas, ou seja, uma grande audiência (que na internet é expressa por número de *page views*). (ESCOBAR, 2009, p.225-226)

Outro caminho na busca pela definição de blog jornalístico pode ser o apresentado por Primo (2008a e 2008b) que, como resultado de pesquisa acadêmica, apresenta uma matriz para tipificação da blogosfera. O autor considera que não apresenta um modelo novo, “mas sim um conjunto de dimensões que deve ser considerado na elaboração de modelos para a tipificação de blogs em categorias” (2008a). A matriz inicial de Primo classifica os blogs em individuais, que podem ser subdivididos em pessoais e profissionais. Já os blogs coletivos podem ser grupais ou organizacionais.

Primo (2008b) avaliou os 50 blogs mais populares em língua portuguesa. A lista foi fruto do ranking apresentado pelo site *Technorati*⁶, um mecanismo de busca especializado em blogs. Com base na pesquisa anterior, o autor chegou a uma nova versão da matriz, “observando-se condições de produção como número de redatores (e suas relações) e o impacto de condicionamentos profissionais, além do estilo dos textos (reflexivos ou simplesmente informativos), a pesquisa identificou 16 gêneros de blogs”, (PRIMO, 2008b, p.2).

O autor identificou a classificação dos blogs como profissional, pessoal, grupal e organizacional, todos eles subdivididos em auto-reflexivo, informativo interno, informativo e reflexivo. Cada tipificação detém características próprias e foram levadas em conta as condições de produção dessas publicações digitais. Entendemos que a matriz proposta por Primo seja um caminho seguro, do ponto de vista metodológico, para se chegar ao blog jornalístico, já que utilizando a matriz apresentada pelo pesquisador podemos fazer um recorte mais substancial do objeto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

⁶ <http://technorati.com/>



Uma observação freqüente que se faz dos blogs é que qualquer pessoa pode dizer o que quiser, e por isso mesmo pode dizer nada. Se costumamos afirmar que “o papel suporta tudo”, a premissa parece ainda mais verdadeira nos blogs. Prova disso é o número cada vez maior deles. Nem todas as informações e comentários encontrados nos blogs têm o mesmo valor, diante disso estamos presenciando uma realidade que nos pede uma reflexão crítica.

A facilidade ofertada pela ferramenta blog amplia o acesso a publicação. Entretanto, há uma questão fundamental: a leitura de um blog requer a formação do leitor. Do mesmo modo que para ler jornal ou ver televisão, estamos atentando para uma visão crítica do conteúdo, a partir daí é que a informação pode gerar conhecimento. Os blogs abriram a porta para que as pessoas se convertam em protagonista dos processos comunicativos. Mas, mais além dos blogs se estende o fenômeno de todos os meios sociais e isso não é uma moda nem uma tendência, mas uma mudança de paradigmas que não tem mais volta (ORIHUELA, 2006).

A influência da internet nas mais diversas áreas de intervenção humana provocou alterações profundas nas rotinas profissionais e lúdicas dos cidadãos. No campo do jornalismo, a internet influenciou fortemente a atividade profissional, novas rotinas de produção estão em curso e os blogs jornalísticos aparecem como espaços de discussão e interação entre jornalista/leitor que tem como fruto principal uma nova experiência para o leitor e para o jornalista/bloqueiro.

Desse modo, a busca por tipificação dos blogs ganha corpo. Um caminho que nos parece mais confiável é a tipificação apresentada por Primo. A matriz desenvolvida serve de guia para a classificação do blog jornalístico. Para isso, é necessário adotar uma metodologia que avalie o blog como um todo. Desde seu autor, ou grupo de autores, publicações, comentários, imagens, som, vídeos etc.



REFERÊNCIAS

AMARAL, A.; MONTARDO, S.; RECUERO, R. (orgs); **Blogs: mapeando um objeto**. In: Blogs.com – estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento editorial, 2009.

ANTUNEZ, Jose Luis. **O impacto da aparição do sistema de gerenciamento de conteúdo**. In: ORDUNA, Otavio I. Rojas (org). Blogs: revolucionando os meios de comunicação. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BLOOD, R. **Weblogs: a history and perspective**. (2001). Disponível em: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html. Acesso em 05/05/2009.

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0 – como sobreviver e prosperar**. Disponível em: <http://e-periodistas.blogspot.com/2007/12/el-libro-periodismo-20-de-briggs-en.html>

ESCOBAR, Juliana. **Blogs como nova categoria de webjornalismo**. In: AMARAL, A.; MONTARDO, S.; RECUERO, R. (orgs); Blogs.com – estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento editorial, 2009.

GILLMOR, D. **Nós, os media**. Lisboa; Presença, 2004

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMONS, André; CUNHA, Paulo (org). **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre, 2003; PP.11-23.

ORIHUELA, Jose Luis. **Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade**. In: ORDUNA, Otavio I. Rojas (org). Blogs: revolucionando os meios de comunicação. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

PRIMO, Alex; SMANIOTTO, Ana Maria Reczek. **Comunidades de blogs e espaços conversacionais**. Prisma.com, v. 3, p. 1-15, 2006.

PRIMO, Alex. **Os blogs não são diários pessoais online: matriz para a tipificação da blogosfera**. In: Revista Famecos, n° 36, Porto Alegre, 2008a.

_____, Alex. **Blogs e seus gêneros: Avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa**. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom 2008, Natal. Anais, 2008b.

PALÁCIOS, M. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória**. In: MACHADO, E.; PALÁCIOS, M.(orgs). Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.

_____, M. **Blogosfera e jornalismo online no Brasil ou porque Noblat, Josias e cia. não fazem Blogs**. LUPA, FACOM/UFBA. (2006). Disponível em: http://docs.google.com/View?docid=adf4grpvm38_28gc7rm9. Acesso em: 21/04/2009.

VARELA, Juan. **Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0**. In: ORDUNA, Otavio I. Rojas (org). Blogs: revolucionando os meios de comunicação. São Paulo: Thompson Learning, 2007.