



Blogs jornalísticos em Natal: conteúdo inovador ou replicado?¹

Maria Stella Galvão SANTOS²
Universidade Potiguar, Natal, RN

RESUMO

A proliferação de blogs como fontes de informação tem resultado em uma série de mudanças que extrapolam o universo jornalístico e avançam em direção aos processos de produção e difusão informativa. Isso ocorre particularmente em um contexto no qual as pesquisas apontam para um ganho de espaço significativo dos meios de informação online, em detrimento da mídia convencional. Em Natal-RN, os blogs jornalísticos se tornaram uma autêntica febre, evidenciando a interpenetração dos dois universos, o diálogo tenso e a mútua influência entre blogueiros e jornalistas, num cenário em rápida transformação.

Palavras-chave: Blogs; jornalismo online; informação

*

Com o surgimento e a popularização da Internet, a partir da década de 1990, novas ferramentas surgiram de modo a reelaborar os conceitos de comunicação e mídia, significando também um importante meio de democratização das informações. A primeira grande mudança, já em referência ao jornalismo online, está na adoção de padrões que priorizam o imediatismo em detrimento à apuração minuciosa, no que se refere à produção e veiculação de notícias.

Outra grande inovação que a internet trouxe, em termos de jornalismo, é a possibilidade de interação direta entre público e mídia, causando uma reviravolta nos conceitos até então adotados pelas teorias da recepção. A interação sem fronteiras, aliada à relativamente fácil acessibilidade, fez com que as chamadas novas mídias tomassem fôlego e se expandissem descontroladamente, mesmo não servindo essencialmente aos propósitos de empresas jornalísticas. É o caso de muitos blogs, inicialmente criados com a função de relatar vivências dos cidadãos comuns como uma espécie de diário virtual e agora cumprem papel decisivo na veiculação de informações. Muitas vezes gratuitos e de fácil usabilidade, os blogs representam um meio híbrido, onde emissor e receptor de

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Mestre em História da Ciência pela PUC-SP e professora da UnP, email: stellagalvao@unp.br



conteúdo jornalístico muitas vezes correspondem a um mesmo indivíduo. (FRANÇA, 2005)

A grande problemática que envolve a produção jornalística em blogs é a validade de seu conteúdo enquanto de natureza efetivamente jornalística, isto é, muitas vezes tal produção não obedece aos critérios jornalísticos de ética produção noticiosa, uma vez que qualquer cidadão munido de acesso à Internet pode veicular informações a qualquer momento muitas vezes conseguindo até determinado prestígio junto aos leitores , que no mundo virtual ganham o nome de internautas .

Por outro lado, é forçoso constatar que blogs jornalísticos têm funcionado não apenas como versões eletrônicas de colunas impressas, mas também têm sido explorados em outras modalidades, seja como alternativa para profissionais que desejam oferecer coberturas independentes e não atreladas a grandes meios, seja como canal de experimentação de novos formatos e linguagens ou ainda como meios mais ágeis e com conteúdos privilegiados/exclusivos. Portanto, o principal questionamento que instiga este trabalho é aquele que diz respeito à emergência desse novo formato jornalístico. De que forma os blogs jornalísticos democratizam a informação e até que ponto este conteúdo é jornalisticamente válido?

Como a internet proporciona a rápida virtualização da sociedade (LÉVY, 1996), é preciso que analisemos a proliferação de gêneros textuais e a transmutação que antigos gêneros sofrem com o advento da grande rede de informações. No Brasil, assim como em outros países nos quais a internet amplia seu domínio a cada dia, há crescente interesse da sociedade por novas formas de acesso à informação; Os blogs, que seriam, neste aspecto, um gênero emergente já consolidado.

O surgimento de novas ferramentas de comunicação não significa apenas melhorias tecnológicas refletidas em processos imediatamente assimilados, como a rapidez das trocas de informação e a possibilidade de fusão de conteúdos em uma única plataforma, no caso online. Essa é apenas uma das razões pelas quais a prática jornalística sofre impactos significativos quando inserida na internet. Diversas plataformas de publicação de conteúdo reformulam questões e impõem a necessidade de atualizar não apenas as práticas, mas também as formas de se encarar os processos comunicacionais.



Como resume NEVEU (2006), “as habilidades de todo jornalista se desenvolvem e se constroem dentro dos limites de uma estrutura de interdependências com sua hierarquia, seus colegas e suas fontes.” Do ponto de vista do trabalho jornalístico enquanto rotina produtiva, é justamente essa “estrutura de interdependências” que parece ser afetada nos blogs. As grandes redações jornalísticas e suas especificidades dão lugar a uma prática diferente, uma vez que o blogueiro passa a ser figura central tanto na produção quanto na divulgação da notícia.

Na rotina dos jornalistas nos blogs, as pressões explícitas não ditas que existem entre colegas de redação dão lugar a uma espécie de ‘isolamento’ do blogueiro. Este está afastado, ao menos a princípio, das diversas coações presentes nas redações. Contudo, esse isolamento é aparente porque a comunicação praticada no blog instaura uma relação nova entre jornalista e audiência. Esta pode participar do processo por meio de comentários e a visibilidade alcançada pelo público leva a processos comunicacionais antes impossíveis dada a limitação técnica dos dispositivos.

Muitas pesquisas analisam as transformações da atividade jornalística no ciberespaço. MIELNICZUK (2003) denomina o atual estágio de “webjornalismo de terceira geração”, enquanto VARELA (2007) recorre ao termo “jornalismo 3.0”. São termos que enfrentam resistência, mas revelam algo novo: a conversação dentro de um dispositivo. A primeira geração ou jornalismo 1.0 se caracteriza pela mera transposição para o ciberespaço de conteúdos produzidos para outros dispositivos. A segunda geração ou jornalismo 2.0 assegura uma produção voltada para a internet, mas ainda fortemente amparada na instância produtora, sem grandes avanços na interação.

A fase atual – seja ela denominada terceira geração ou jornalismo 3.0 – “socializa esse conteúdo e os próprios meios”. Somente aqui o público foi, de fato, inserido no contexto comunicacional interativo: “quase não há ninguém que queira se manter informado e ficar calado” (Varela, 2007). PRIMO E TRÄSEL (2006, on-line) argumentam que “alguns sites noticiosos, inclusive, podem depender totalmente da intervenção dos internautas. Sem a participação ativa de um grupo em interação mútua, esses webjornais não têm qualquer função”.



Contudo, a conversação era extra-dispositivo. O que os blogs e novos dispositivos tecnológicos permitem é uma interação que de fato se inscreve interior do ambiente onde ocorrem as rotinas produtivas. A conversação aparecia como marca, sejam as aspas que caracterizam os dizeres de entrevistados, o tradicional “povo-fala” ou outros modos de apreender discursos vindos “de fora” da rotina produtiva. Agora os diálogos estão dentro do dispositivo. É possível entrar e participar diretamente, não é necessário esperar o contato do jornalista.

Os blogs estariam, portanto, no emergente rol de “meios sociais de comunicação”. Enquanto os veículos tradicionais se caracterizam pelo monopólio da voz pública a partir de uma difusão centralizada, alguns espaços advindos da comunicação mediada por computador “são meios participativos nos quais a informação, e por associação o jornalismo, define-se como uma conversação” (VARELA, 2007). Os leitores continuam consumindo informação, mas também produzindo significados ao agir diretamente no local de publicação do material jornalístico.

Os blogs alteram o panorama midiático-informacional não apenas porque permitem a conversação interna entre leitores ou entre leitores e blogueiro, mas também porque podem se unir, formar uma rede com objetivos comuns. HEWITT (2007) analisou alguns casos ligados à cobertura política recente nos Estados Unidos para defender a idéia de que os blogs mantidos por jornalistas e amadores podem agir taticamente em rede, como um enxame, para atacar adversários. “A energia destrutiva da blogosfera é terrível quando concentrada” (HEWITT, 2007). Por isso mesmo os blogs também levantam dúvidas constantes em relação ao estatuto profissional do jornalista. Se é tão fácil criar um blog e se este pode servir para tudo, inclusive para a prática jornalística, a atividade do jornalista está fadada à extinção? Claro que não. O blog – e a própria comunicação mediada por computador – não dota qualquer pessoa de um domínio do saber que é próprio da atividade jornalística. WOLTON (2004) defende que “quanto mais há informações, mais os filtros dos saberes e dos instrumentos culturais necessários a sua utilização são importantes”. O blog pode ser visto, então, como um debate permanente.

O objetivo deste levantamento é analisar de que forma os blogs jornalísticos veiculados a partir do Rio Grande do Norte atuam na democratização da produção e disseminação



de notícias e outros textos jornalísticos, conforme vivenciado na atualidade em número crescente. Esta pesquisa também se deterá, naturalmente, no resgate das origens e conceitos vinculados à criação de blogs, sob o prisma comunicacional-metológico, mostrando sua evolução desde o uso como diário virtual até a apropriação do campo midiático. Também será possível conceituar e distinguir o jornalismo público e o jornalismo do público dentro das questões que envolvem a chamada blogosfera, tendo os blogs gerados por potiguares como referência, determinar a importância do profissional de jornalismo atuante nos blogs, em termos de ética e mediação da informação, e ainda apontar as principais consequências desse novo ‘fazer jornalístico’ e a validade do conteúdo por ele elaborado.

Os blogs, como espaço privilegiado de produção e veiculação de informações, têm gerado novas discussões acerca das novas possibilidades do fazer jornalístico. Em um período de crise do jornalismo, a plataforma oferecida pela Internet é uma alternativa interessante de produção e veiculação de material jornalístico de impacto, muitas vezes concorrendo e ‘furando’ os meios de informação tradicionais.

Para melhor avaliarmos as possíveis mudanças geradas por essa nova mídia, optamos na presente pesquisa por analisar o conteúdo gerado por alguns dos principais blogs jornalísticos atualizados diariamente e direcionado aos leitores/internautas potiguares. Este levantamento está sendo realizado por meio de um questionário padrão encaminhado aos blogueiros que foram consensualmente apontados em uma pesquisa informal realizada junto a alguns formadores de opinião (em comunicação e sua interface online) da capital potiguar.

REFERÊNCIAS

ALDÉ, A., CHAGAS, V., ESCOBAR, J. L. **A febre dos blogs de política**. Revista Famecos, n. 33, agosto de 2007.

AMARAL, A. RECUERO, R., MONTARDO, S. (orgs). **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

BLOOD, R. **Weblogs: a history and perspective**. Disponível em [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog%20history.html).



- BRIGGS, A., BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CASTELLS, M. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- FERRARI, P. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.
- FRANÇA Jr., Luis Celestino. **Blogs jornalísticos: da teoria do gatekeeper à materialidade do meio**. III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Florianópolis (SC), 2005.
- HEWITT, H. **Blog: entenda a revolução que vai mudar seu mundo**. Rio de Janeiro: Thomas Nelson, 2007.
- MIELNICZUK, L. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese (Doutorado) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.
- NEVEU, E. **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.
- PRIMO, A., TRÄSEL, M.R. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. I: VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação, São Leopoldo. Anais, 2006.
- SCHITTINE, D. **Blog - Comunicação e escrita íntima na internet**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2004.
- VARELA, J. **Jornalismo participativo: o jornalismo 3.0**. In: ORDUÑA, Rojas (et. al). **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

Lista de blogs que participam desta pesquisa:

- <http://blog.tribunadonorte.com.br/abelhinha>
- <http://blog.tribunadonorte.com.br/panoramapolitico>
- <http://www.blogdocarlossantos.com.br/>
- <http://www.oliveirawanderley.com.br/>
- <http://www.fatorrh.com.br/>
- <http://www.blogdobarbosa.jor.br>
- <http://www.nominuto.com/blog/blog-do-diogenes/>



<http://www.thaisagalvao.com.br/tg/index.php>

<http://www.robsoncarvalho.com/>

<http://www.lauritaarruda.com.br/>

Modelo do questionário:

1. Quando surgiu o blog? O que o motivou a criá-lo?
2. Como ocorre o processo de captação de notícias?
3. Qual a proporção de notícias obtidas com exclusividade pelo blog, e as demais?
4. Quais agências de notícias, jornais online ou outros endereços na web são fontes para as notícias veiculadas pelo blog?
5. O Sr. tem algum parâmetro de medição do número de acesso ao blog? Qual é e qual a média diária de acessos?
6. A interatividade com os leitores/internautas é algo que o preocupa? De que maneira esse retorno influi no teor do blog? Ou não influi nada?
7. O blog é uma atividade remunerada para o Sr., uma fonte de renda?
8. Quais as fontes de renda do blog? Anúncios, clientes que têm interesse em serem veiculados ou algum outro?
9. Na sua opinião, o número de blogs que existe em Natal é excessivo?
10. Qual é a imagem ou posição editorial (ou posicionamento político) que a Sra. imprime ao blog?

Imagens de abertura de alguns blogs, evidenciando-se o caráter extremamente personalista de cada endereço informativo:





blogs

ABELHINHA.COM

por Eliana Lima



blogdobarbosa

barbosa@blogdobarbosa.jor.br



blogs

PANORAMA POLÍTICO

por Anna Ruth Dantas



Blog do Oliveira

oliveiravander@uol.com.br

praticando o bom jornalismo

robson carvalho .com

O Blog Onde
O ESPAÇO É CIDADÃO
Política, Dia-a-Dia e Cidadania