



Blogosfera e Espaço Público: blogs, jornais e jornalistas no alargamento do espaço público maranhense¹

Mariana de Abreu Salgado SILVA²
Universidade Federal do Maranhão – UFMA

RESUMO

O artigo analisa o alargamento do espaço público maranhense a partir da introdução dos blogs e da intervenção das empresas jornalísticas e dos jornalistas na blogosfera. Apresenta levantamento das empresas jornalísticas maranhenses presentes no ciberespaço e mapeamento dos *blogs* hospedados nas páginas da versão *online* dos jornais impressos e diários de São Luís (MA). A partir das interações e dos recursos utilizados pelos blogs é possível confrontar as formulações de fragmentação do espaço público e expansão das redes de interlocução. Ou seja, as formas de reestruturação dos espaços públicos instituídos e mediados por produtos/instituições jornalísticas.

PALAVRAS-CHAVE: Blogosfera; Espaço Público; Jornalismo;

Introdução

O desenvolvimento de novas tecnologias da informação e comunicação está transformando as dinâmicas no espaço público maranhense. Ferramentas simples, acessíveis e fáceis de usar possibilitam que mais pessoas expressem opiniões e divulguem informações alternativas. Jornalistas e empresas jornalísticas começam utilizar esses mecanismos como novos métodos de formar opinião pública.

O artigo é resultado do plano de trabalho *Jornalismo e espaço público: blogosfera, regulação e interlocução*, que integra o projeto de pesquisa “Mercado¬ícia: jornal, interlocução e poder em São Luís”.

O projeto de pesquisa iniciou suas atividades em julho de 2010, com o apoio da FAPEMA, e está mapeando as mudanças econômicas, políticas e tecnológicas que estão (re)estruturando o mercado das notícias e, deste modo, as relações de

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação do 8º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da UFMA. E-mail: mariabreu.salgado@uol.com.br. Orientador do trabalho, professor do Departamento de Comunicação Social da UFMA, coordenado do Projeto de Pesquisa “Mercado¬ícia: jornal, interlocução e poder em São Luís” e doutor em Comunicação e Cultura (UFRJ). E-mail: franciscogoncalvesdaconceicao@gmail.com



(re)conhecimento que constituem o campo do Jornalismo a partir dos jornais impressos e diários de São Luís (MA).

O plano de trabalho *Jornalismo e espaço público: blogosfera, regulação e interlocução* é a continuação do plano de trabalho iniciado em julho de 2010, *Jornalismo e blogosfera: estudo da produção de blogs por jornalistas vinculados às empresas jornalísticas concorrentes no mercado da notícia em São Luís (MA)*, que tinha como objetivo principal analisar as particularidades da atuação de jornalistas vinculados ao jornalismo diário e impresso de São Luís (MA) na *blogosfera*, levantando as empresas jornalísticas maranhenses presentes no ciberespaço e mapeando os *blogs* hospedados nas páginas da versão *online* dos jornais impressos e diários de São Luís (MA).

O presente artigo analisa o alargamento do espaço público maranhense a partir da introdução dos *blogs* e da intervenção das empresas jornalísticas e dos jornalistas na *blogosfera*. É um trabalho descritivo que procura mapear e descrever a intervenção dos jornais e dos jornalistas na *blogosfera*.

Para isso foi levantado o número de jornais impressos que circulam diariamente na cidade, aplicado questionário com os gestores dos jornais, mapeado e acompanhado sistematicamente os *blogs* hospedados nos portais dos impressos de São Luís (MA).

Jornais, portais e blogs

A expressão *blog* é uma abreviação da palavra inglesa *weblog*, *Web* é a simplificação de *World Wide Web*, que remete à rede, e *log*, significa um registro cotidiano de atividades. Surgem na última década do século XX, como sítios com a finalidade de indicar e comentar *links* para outras páginas, quando as ferramentas de busca eram muito escassas e pouco desenvolvidas.

Com o surgimento das ferramentas de publicação gratuita, disponibilizadas por alguns servidores (como *Blogger*, *Blig*, *Weblogger*, entre outros), no final da década de 1990, eles se popularizam, pois não era mais preciso dominar as linguagens de HTML para criar e manter páginas na internet.



O atentado ao World Trade Center, Nova Iorque, em 11 de setembro de 2001 se consagra como marco histórico na aproximação entre *blog* e Jornalismo. Durante o ataque terrorista os *blogs* foram os meios de informação mais ágeis e rápidos. Depois disso, têm início os conflitos armados, e surgem os *warblogs*, *blogs* especializados em cobrir a Guerra do Afeganistão, (2001), e a Guerra do Iraque (2003), contando o cotidiano dos jornalistas que cobriam o conflito, fornecendo um ângulo diferente de abordagem das mídias tradicionais e com maior riqueza de detalhes.

Hoje entende-se como uma *home page* atualizada regularmente, sobre um tema da preferência do autor, com espaços para *links* de outros *blogs* com temas semelhantes (formando uma rede) e com possibilidade de comentário por parte dos leitores/internautas (criando uma interação). Essa estrutura tornou os *blogs* em ambiente propício para a troca de informações, para o diálogo e para a construção coletiva da mídia (AGUIAR, 2006).

Os jornais buscam se legitimar pela imparcialidade, objetividade e neutralidade. É a transmissão da informação sem opinião expressa (pelo menos, não de forma explícita). Os impressos precisam lidar com espaço para publicação, hora de impressão e custos de manutenção elevados.

Mesmo com o interesse pela informação factual,

“aquilo que é veiculado em um *blog* não tem a pretensão de ser uma informação ‘neutra’. Ao contrário, existe o pressuposto claro de que alguém escreve e que a informação, corresponde ao relato, à opinião deste alguém sobre o evento” (RECUERO, 2003, *online*).

A liberdade de opinião, a possibilidade de informar, a acessibilidade e a facilidade de utilização popularizaram esse novo mecanismo, que cada vez mais se torna objeto de desejo das empresas jornalísticas. Aproveitando-se da legitimidade, autoridade e credibilidade concedidas pela profissão, jornalistas criaram suas páginas pessoais.

A pesquisa levou aos primeiros dados parciais: atualmente, onze jornais impressos circulam diariamente em São Luís; desses, oito estão presentes no ciberespaço.



Em São Luís, grande parte das empresas jornalísticas ainda estão, lentamente, identificando o potencial da blogosfera, apenas quatro jornais diários têm *blogs* hospedados em suas páginas na internet. São eles: *O Estado do Maranhão*, com 40 blogs; *O Imparcial* possui 17 blogs; *Jornal Pequeno* com 18 blogs e *O Quarto Poder* com quatro blogs em seu site.

Portais de informação

Os jornais que circulam diariamente em São Luís são: *Aqui Maranhão*, *O Imparcial*, *O Estado do Maranhão*, *Jornal Pequeno*, *Tribuna do Nordeste*, *Extra*, *Atos e Fatos*, *O Quarto Poder*, *O Debate*, *Diário da Manhã* e *Correios de Notícias*.

Desses, seis possuem sites e o jornal *Atos e Fatos* possui um blog, sendo que o site do jornal *O Debate* não é atualizado desde o ano de 2007. Os periódicos *Aqui Maranhão*, *Extra*, *Tribuna do Nordeste* e *Diário da Manhã* não estão presentes no ciberespaço.

A pesquisa apurou que as quatro empresas mantenedoras de jornais impressos e diários de São Luís que intervêm na blogosfera, as fazem com diferentes recursos profissionais e tecnológicos. O modo mais eficiente encontrado para isso, a exemplo do que ocorre em outras regiões e países, foi estimular os profissionais a organizarem os seus próprios blogs, com temas de suas escolhas.

Pelo mapeamento se percebeu que os blogueiros hospedados nas páginas online dos jornais impressos da capital, são repórteres, colunistas e colaboradores da versão impressa do jornal, que, na prática, acrescentam mais essa atividade ao seu rol de tarefas, sem a necessária compensação financeira.

Blogs e espaço público

Liberdade criativa, instantaneidade, interatividade e acessibilidade. Essas características difundiram os blogs no ciberespaço. O cidadão tem seu local de fala garantido para formar opinião pública e aproximar emissor e receptor.



A variedade de pontos de vistas gerou um alargamento do espaço público.

Entende-se por espaço público, conforme Jürgen Habermas:

“a esfera intermediária que se constitui historicamente, na época das Luzes, entre a sociedade civil e o Estado. É o lugar, acessível a qualquer cidadão, no qual se reúne um público para formular uma opinião coletiva. O intercâmbio discursivo de posicionamentos razoáveis sobre problemas de interesse geral permite o surgimento da opinião pública” (HABERMAS, 1994)

Espaço público é, para Habermas, uma associação de pessoas privadas, é condição essencial para o desenvolvimento da instância política. O conceito moderno de espaço público (e a noção de público e privado) nasce no Iluminismo, mas enquanto forma é anterior. Iniciou com a *agora* grega, era assim, um espaço físico.

Para os gregos, a cidade (*polis*) é a coisa comum a todos os cidadãos livres e tem limites distintos da esfera privada (*oikos*), que é o espaço de domínio do dono da casa. A *agora* é o local concreto onde todos os cidadãos devem discutir as questões de interesse comum.

A esfera pública burguesa (ou moderna) é um espaço homogêneo onde as pessoas utilizam a razão para a troca de argumentos e ideias. Surge nos chamados salões ou cafés, discutindo literatura, cultura e arte. Depois os burgueses passam a discutir o que diz respeito à vida coletiva, a política. O público burguês formou-se graças a intensificação da transmissão de informação, sendo, assim, capazes de produzir suas próprias opiniões. Observa-se que o povo não participa desse campo de debate, pois não era reconhecida a ele a competência necessária.

Segundo Habermas, a esfera pública burguesa entra em declínio com o início do capitalismo industrial e da democracia de massas. A comunicação dos cafés cede espaço para a comunicação mediatizada.

O conceito de esfera pública é transformado, com a emergência de meios de comunicação de massa, que se tornam grandes indústrias de informação. Os cidadãos recebem uma grande quantidade de informação, mas perde o caráter de debate. Os jornais deixam de ser mero suporte de embates ideológicos, para incluírem sessões direcionadas ao entretenimento. A subjetividade do autor perde espaço, pelo desejo de alcançar o maior número de leitores, o objetivo é chegar ao lucro.



O desenvolvimento de novas tecnologias da informação e comunicação gerou uma multiplicidade de novos espaços públicos. Surgiram oportunidades de divulgar conteúdos críticos de interesse público, exercendo função de vigilância dos meios tradicionais e mais espaço de veiculação de visões alternativas. E são os blogs que oportunizam o que os meios tradicionais ainda não podiam dar: a possibilidade de dar a opinião de forma explícita.

Em muito os blogs se assemelham à esfera pública habermesiana, o subjetivismo, a divulgação de um discurso livre e transparente, o convencimento pela persuasão, não pela força, e a emergência de uma comunidade crítica, que pode originar um debate ideológico. “O conjunto de vozes individuais consegue, assim, promover um debate coletivo onde se acrescenta informação e se desenvolve a interação entre os intervenientes através da troca de argumentos” (RODRIGUES, 2006, p. 22).

Os jornalistas aproveitam de particularidades como, o contato direto com as notícias, a falta de espaço no impresso para divulgar suas opiniões sobre os fatos, técnicas retóricas e a credibilidade conferida pela profissão, para se apropriarem dos blogs como meio de formação de opinião pública. Nessas novas esferas públicas, os jornalistas são vistos como vozes legítimas. As empresas percebem essa tendência e começam a investir em blogs.

Alguns autores definem as divergências de muitas opiniões como “fragmentação do espaço público”. Na blogosfera, prefiro me ater a definição de “alargamento do espaço público”, pois existe uma variedade de pontos de vistas, mas estes não estão isolados, ao contrário, estão conectados em rede. Algumas características peculiares à internet – e aos blogs, como link, hipertextualidade, interação, ratificam a conexão.

Os links são ligações de documentos na internet. O hipertexto, segundo Lawdow (1995), é “uma escrita não sequencial, num texto que se bifurca, que permite que o leitor escolha e que se leia melhor numa tela interativa”, são interconexões de textos através de links.

Há exemplos de hipertexto na imagem abaixo, retirada do blog do jornalista Jonh Cutrim, hospedado no site do Jornal Pequeno.



Blog do John Cutrim
Assinar Feeds

Política

← Plano de Dilma é trocar Sarney por Lobão Tribunal de Justiça mantém suspensão de CPI contra Castelo →

Lobão não descarta substituir Sarney na presidência do Senado

Publicado em 14 de março de 2012 por John Cutrim

Da [Folha de São Paulo](#)

O ministro Edison Lobão (Minas e Energia) disse nesta terça-feira (13) que não descarta voltar ao Senado para substituir José Sarney (PMDB-AP) na presidência da Casa. Ele afirmou não ter sido sondado pela presidente Dilma Rousseff, mas disse que, como é senador, não teria condições de rejeitar eventual pedido.

Esse é o link que encaminha o leitor para a página do site da Folha de São Paulo, onde a matéria foi postada

Sobre o autor

Curta e siga este blog

Blog do John Cutrim - Jornal Pequeno on Facebook

212 people like **Blog do John Cutrim - Jornal Pequeno**

O link encaminha para a página de John Cutrim no Facebook

A interatividade faz com que o leitor/usuário sinta-se como parte do processo, é, de acordo com Jenkins (2001), “uma nova cultura popular participativa, ao conceder às pessoas comuns as ferramentas para arquivar, comentar e fazer recircular conteúdo”. A interação pode acontecer de diversas formas, entre elas, pelo comentário na postagem, em que o usuário pode exprir sua opinião sobre o assunto, ou ainda complementar a informação; pode ainda a troca de e-mails e enquetes. Segundo Machado (1997), até a navegação pelo hipertexto constitui uma sintuação interativa.

No aspecto da interatividade é possível perceber uma característica peculiar, que difere da proposta de espaço público de Habermas, o debate não acontece em presença, tendo assim características próprias. A interatividade não é instantanea (apesar de quase), mas não há delimitação geográfica.

Nos blogs hospedados no site de O Estado do Maranhão, após a postagem do blogueiro há o espaço para comentário do leitor. E é o autor quem regula que comentário será visível a todos.



deixe seu comentário

nome (obrigatório)

e-mail (não será publicado) (obrigatório)

site

código de segurança
 088771

comentário (seu comentário será moderado)

« post anterior

próximo post »

Nos blogs de O Quarto Poder os interautas podem votar em enquetes:

ENQUETE

**Se a eleição fosse hoje, em quem você votaria para
prefeito da Raposa?**

Assub (PMDB)
 Márcio Greyck (PV)
 Vonei (PT)
 Costa Ferreira (PSC)
 Talita Laci (PC do B)

O blogueiro pode ainda listar, em forma de links, uma gama de outros blogs que visita, que tenham haver, ou não, com o tema abordado em seu próprio blog. É uma afinidade eletiva, que une opiniões e leitores. Esses links formam uma grande rede social. Como é possível ver no blog do jornalista do Jornal Pequeno, Garrone.



Blog do Raimundo Garrone
Assinar Feeds

Política

MP tenta salvar provas da Boi Barrica

Publicado em 13 de março de 2012 por garrone

Por Felipe Recondo, de [O Estado de S. Paulo](#)

BRASÍLIA – O Ministério Público recorreu ao Supremo Tribunal Federal (STF) na tentativa de salvar as provas obtidas contra Fernando Sarney, filho do presidente do Senado, José Sarney (PMDB-AP), na Operação Boi Barrica. No recurso, o MP contesta a decisão do Superior Tribunal de

Mais blogs

- Alcinéa Cavalcante
- Blog Bastidores3
- Blog Bequimão Agora
- Blog do Eri
- Blog do Itervaldo
- Blog do JM Cunha Santos
- Blog do John Cutrim
- Blog do Louremar Fernandes
- Blog do Luís Cardoso
- Blog do Marcelo Vieira
- Blog do Robert Lobato
- GI Blogs
- Manoel Santos Neto
- Metendo o bedelho
- Zé Reinaldo Tavares

Essas características denotam a liberdade do internauta, que pode escolher o seu próprio caminho de leitura, ou seja, pode escolher quais opiniões deseja absorver. Assim como pode, através da interatividade, apoiar ou discordar, dando sua própria opinião ao blogueiro. A internet se torna uma grande ágora virtual, com diferentes vozes e olhares expostos, mas que estão “linkados”, conectados em rede.

Conclusão

Esta primeira etapa exploratória permite chegar a algumas conclusões, tais como:

Nas últimas décadas, o intenso avanço tecnológico resultou em significativas mudanças para o campo jornalístico. No cenário local, tem sido determinante nas alterações nos processos de produção, circulação e consumo das informações contidas nos jornais impressos e diários de São Luís (MA), os quais são objeto da pesquisa “Mercado&Notícia: jornal, interlocução e poder”.

Os avanços tecnológicos possibilitaram o surgimento de uma nova plataforma, a internet, onde nascem novas ferramentas como sites e blogs. Apesar da visível migração dos leitores dos jornais impressos para as plataformas digitais na hora de buscar informações, as empresas de comunicação de São Luís, apenas recentemente,



começaram a perceber esse movimento, e a criar versões no ciberespaço, o que ainda acontece de forma limitada, tendo em vista o baixo investimento nessa modalidade jornalística.

As quatro empresas jornalísticas que hospedam blogs em suas páginas na internet têm blogs mantidos por repórteres, colunistas e colaboradores da versão impressa do jornal, apostando na palavra autorizada dos jornalistas, que resulta na credibilidade e fidelidade do leitor.

A blogosfera é um ambiente caracterizado pela liberdade de expressão, o subjetivismo é sua principal marca. O fácil acesso e a simplicidade da ferramenta tornaram os blogs populares. A utilização de links e hipertextos e a interatividade apagaram as barreiras de espaço e tempo. Essas características indicam o surgimento de novos espaços públicos, parecidos, em parte, ao modelo defendido por Habermas. Percebe-se um alargamento do espaço público, são diferentes olhares e vozes sobre determinados assuntos, que estão conectados em rede.

Nos meios tradicionais, o império da objetividade leva a certo distanciamento entre jornalista e leitor, os dois lados estão bem demarcados. Na *blogosfera* a proposta é contrária, o internauta lê um *blog* porque está interessado, direcionadamente, no relato do *blogueiro*. Discussões e debates são travados a partir dos textos publicados. Através dos comentários, o leitor pode interagir com o autor e sua publicação, resultando numa produção coletiva da notícia. Os *links* e comentários indicando outros *blogs* de temas afins conectam esses segmentos formando uma grande rede social.

Os jornais e jornalistas na blogosfera são vozes autorizadas que compõem essa nova esfera pública, apresentando, dotado de subjetivismo, notícias alternativas, promovendo debates e formando opinião pública.

REFERÊNCIAS

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

BARDOEL, Jo e DEUZE, Mark (1999). **Network Journalism**. Online

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz&Terra (3 vols), 1999.



GOMES, W. S.; MAIA, R.C.M. **Comunicação e Democracia: Problemas e Perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública**, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1994.

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

LAWDOW, George. **Hipertexto – la convergencia de la teoróa crítica contemporánea y la tecnologia**. Pídots, Barcelona, 1995.

MACHADO, Arlindo. **Hipermídia: o labirinto como metáfora**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997

RODRIGUES, Catarina. **Blogs e a fragmentação do espaço público**. Covilhã: Livros LabCom, 2006.