



Título: *Newsmaking* nos blogs: aspectos a serem considerados na elaboração de notícias para o jornalismo diário na internet

Autor: Ana Paula Figueiredo Guedes

Resumo

O trabalho busca analisar pontos que devem ser levados em conta na elaboração de notícias para blogs, página virtual que proporciona liberdade ao trabalho jornalístico e que, por ser um meio novo, ainda não foi compreendido em todas as suas possibilidades. Através de um breve histórico sobre o desenvolvimento da internet no campo da comunicação, pretende-se evidenciar inovações e dificuldades que precisam ser estudadas e contornadas para que o objetivo de informar e formar opinião seja atingido com sucesso.

Palavras-chave: Jornalismo; Blogs; Newsmaking.



**Newmaking nos blogs: aspectos a serem considerados na elaboração de notícias
para o
jornalismo diário na internet¹**

Ana Paula Figueiredo Guedes

Estudante de Graduação da Universidade Federal de Juiz de Fora²

O jornalismo na internet já é uma realidade desde o fim do século XX. Com o aprimoramento das tecnologias que facilitaram o uso do computador pessoal e permitiram novas formas de comunicação, os profissionais encontraram todo o potencial a ser explorado e transformado em um novo campo para se fazer jornalismo.

Em um primeiro momento, a Rede Mundial de Computadores (*World Wide Web*, ou WWW) recebeu uma grande quantidade de páginas virtuais que reproduziam fielmente os textos de jornais impressos e de outras mídias. Pouco a pouco, alguns deles perceberam que a internet permitia maior interação entre leitor e texto e menos dependência do conteúdo do *site* (já que com alguns cliques do *mouse* ele poderia encontrar um outro *site* que oferecesse mais possibilidades). Os meios de comunicação via *web* passaram a investir, então, em novas ferramentas, como disponibilizar *links* de e-mail com os jornalistas responsáveis e com outros portais que se relacionassem com o assunto tratado, além de recursos de vídeo e som. Mas os textos ainda dependiam do que era transmitido pelas grandes mídias.

Há pouco tempo (não se sabe a data definida, porque a internet é uma rede imensa e não há um controle total de tudo o que possui), pessoas ligadas ao jornalismo perceberam que a rede é um meio de comunicação independente dos outros e, como tal, precisaria de conteúdos, linguagens e direcionamento próprios. Daí surgiu a terceira fase do jornalismo digital que, segundo Palácios (2003), estaria apenas começando e

¹ Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste;

² Ana Paula Figueiredo Guedes é aluna do 8º período diurno de Comunicação Social da UFJF. Já publicou dois trabalhos em Encontros Regionais de Comunicação, realizados pela UFJF: A importância dos blogs na crítica ao jornalismo atual, em 2005; e Onda Literária: a literatura impressa no rádio, em 2006. Atualmente, é estagiária da Organizações Panorama, afiliada Rede Globo em Juiz de Fora, e monitora de Técnica de Produção Jornalística em Hipermídia.

apresentaria novas características da comunicação via Rede: multimídia, hipertextualidade, interatividade, personalização, instantaneidade de acesso e atualização contínua.

Espaços recentemente criados na *web* reúnem todas estas exigências: os “weblogs”. O primeiro *site* que recebeu esta denominação data de 1997. Segundo Soares (2003, p. 3), o termo “[...]” foi cunhado por John Barger em seu *site* ‘Robot Wisdom Weblog [...]’”. Mas sabe-se que estruturas como a destas páginas (que dinamizam o ato de “postar”, ou seja, publicar pequenos textos e ainda permitir que os leitores deixem recados públicos para quem os escreveu) surgiram alguns anos depois da Internet.

No início, os *weblogs*, ou blogs, como se costuma denominar estas páginas virtuais, serviam como o próprio nome diz: diários na rede (web=rede, log=diário). Mas os jornalistas e outras áreas da sociedade encontraram nestas páginas a possibilidade de divulgar pensamentos, informações e o que mais pudesse ser público e interessante. Como ironiza Monteiro (2002), “[...]” felizmente, a idéia de que eles são ‘diário na rede’ já está sendo ultrapassada. Diferente dos diários de papel, a maior parte dos blogs é escrita para informar e não apenas como forma de desabafo pessoal”.

Os blogs jornalísticos já são uma realidade que cresce a cada dia. É possível entender esta opção dos profissionais por este meio por diversos fatores: eles se tornaram populares após eventos mundiais em que funcionaram como informantes fiéis dos acontecimentos (como o atentado de 11 de setembro, nos EUA, em 2001, e a onda gigante *tsunami* na Ásia, em 2004); para escrever textos e utilizar recursos multimídia não são necessários conhecimentos de informática; são *sites* de fácil visualização; e o mais importante, não possuem restrições quanto ao conteúdo e à linguagem, já que o jornalista é o próprio editor.

Adaptação às mudanças

Devido à grande adesão dos profissionais por esta nova forma de trabalho, é preciso analisar como é feito o jornalismo diário nos blogs; como os profissionais trabalham com a rapidez que as notícias aparecem e precisam ser apuradas e divulgadas; como é receber a resposta do público imediatamente após publicar uma notícia. E ainda,

entender se este novo meio de comunicação é espaço para um jornalismo subjetivo e, ao mesmo tempo, comprometido em informar e formar opiniões na sociedade.

O desenvolvimento da internet foi uma inovação tecnológica que proporcionou novos campos de comunicação e interação entre as pessoas. Este avanço trouxe inúmeras vantagens, como o armazenamento ilimitado de dados, que podem ser recuperados em um curto espaço de tempo, e a conexão entre computadores de qualquer local do globo terrestre, desde que estejam devidamente equipados com periféricos de transmissão de dados (modem). Mas nada adiantaria uma grande memória ou realizar comunicação instantânea via Rede se a interação entre essas ferramentas e o usuário fosse difícil e cansativa.

Por isso, chegou-se à conclusão de que a internet precisaria ser constituída de pequenas partes que se conectariam de acordo com o interesse de cada usuário, para que o uso fosse dinâmico e eficiente. Assim nasceu a estrutura de hipertexto, termo inventado por Theodore Nelson para “[...] exprimir a idéia de escrita/leitura não linear em um sistema de informática”. (LÉVY, 1993, p.29). Este processo é similar ao que acontece na mente humana, já que nosso pensamento não segue uma ordem direta, se faz através de associações. Como Lévy (1993, p. 72) destaca ao falar sobre os processos mentais que acontecem com o ser humano, “[...] dar sentido a um texto é o mesmo que ligá-lo, conectá-lo a outros textos, e portanto é o mesmo que construir um hipertexto”.

A leitura “livre” proporcionada pela internet chamou a atenção pela facilidade, agilidade e alcance a que chega. Em primeiro lugar, porque permite encontrar exatamente o que se procura, já que os conteúdos são divididos e a infinidade de dados permite encontrar a informação desejada. Por ser fragmentada, esta procura é ágil, porque o usuário só vai se atentar para o que lhe interessa realmente. Quanto ao alcance, é como se estivéssemos com o mundo nas mãos, a uma distância de alguns cliques do *mouse* nas páginas virtuais certas. De acordo com Moraes (2001, p. 71), na internet, “O individuo escolhe e consome o que quiser nos horários, nas frequências e nos ângulos de abordagem de sua preferência”.

Com tantas facilidades e independência, a popularização da Rede não tardou a acontecer. Como explica Soares (2003, p.6), a *web* “[...] mostra-se [...] como uma incubadora de novas possibilidades de comunicação, acolhendo até mesmo os antigos formatos de informação existentes”. Por isso, surgiram *sites* de conhecimentos, de ensino, empresariais, comerciais, com informações já veiculadas em outros formatos



(livros, tv's etc.); criaram-se os e-mails, que são uma forma de comunicação rápida, barata e menos trabalhosa que escrever cartas, por exemplo; implementaram as salas de bate-papo, mais velozes que os e-mails, para uma interação em tempo real entre seus usuários.

Percebe-se que a comunicação foi uma das principais funções que a internet assumiu e aprimorou cada vez mais para atender às novas necessidades sociais. Aliando o interesse do grande público a facilidades de uso e ao alcance, diversas profissões encontraram potencialidades a serem explorados no novo meio. O jornalismo foi uma delas, que começou como uma simples reprodução do que já era feito para outros veículos até chegar ao que hoje conhecemos como “webjornalismo”, o jornalismo feito especificamente para a Rede Mundial de Computadores.

Dentre as ferramentas disponibilizadas pela web, os blogs chamaram a atenção dos profissionais de comunicação. Estes *sites* impressionaram o jornalista porque abrem novos caminhos para se escrever e publicar textos. Algumas vantagens importantes: boa parte dos provedores de internet permite que se crie um blog gratuitamente; o usuário cria sua própria página em poucos minutos e divulga textos com a mesma rapidez; além de textos, é possível explorar a multimídia e o hipertexto, divulgando arquivos de imagem e som ou fazendo *links* com outras páginas da internet (independente de serem blogs); o acesso aos blogs é fácil e permite a participação do público, que pode deixar recados para quem escreveu o texto na página. E ainda: são páginas independentes de regulamentações superiores, já que é um domínio pessoal do jornalista. Em suma, os blogs se tornaram uma opção ao jornalismo porque

Na órbita da rede mundial de computadores, flutuam instrumentos privilegiados de inteligência coletiva, capazes de, gradual e processualmente, fomentar uma ética por interações, assentada em princípios de diálogo, de cooperação, de negociação e de participação. (MORAES, 2001, p. 68).

Mas de nada adiantaria tantas facilidades se os jornalistas não encontrassem algo mais que estimulasse seu amor pela profissão. Geraldine (2005, p.2) enumera três pontos que os blogs de notícias incutiram no jornalismo que fizeram a diferença: “[...] a reafirmação da personalidade jornalística, a desconstrução da linguagem objetiva e a agilidade sem superficialidade [...]”. Além disso, incorporou a liberdade na forma e no conteúdo da escrita: “Nos blogs de notícias, o jornalista não tem medo de opinar. [...]”

notícia, interpretação e opinião se completam” (GERALDES, 2005, p.9), o que dá ao profissional a impressão de fazer um jornalismo que reúne todas as vertentes.

Novos desafios

As vantagens do jornalismo nos blogs são muitas, mas os aventureiros neste universo enfrentam alguns problemas. Em primeiro lugar, por ser uma novidade, o público ainda se sente inseguro de confiar em algumas informações divulgadas nos blogs. Até mesmo pela pessoalidade que a notícia assume, como acreditar na fidelidade do que o jornalista diz? A credibilidade já consolidada nos meios de comunicação tradicionais é uma meta para os jornalistas da nova mídia.

A discussão subjetividade x objetividade também precisa ser abordada na análise dos blogs jornalísticos. Primeiro, porque estas páginas possuem caráter pessoal: tudo o que é escrito tem assinatura. Segundo, porque elas não têm regulamentações e, portanto, as informações não passam por nenhuma revisão; o jornalista é o seu próprio editor. Quando há liberdade, invariavelmente deixamos que nossas opiniões sejam declaradas, abertamente ou não, no discurso.

De acordo com Tuchman (1993, p. 74), “[...] a ‘objetividade’ pode ser vista como um ritual estratégico, protegendo os jornalistas dos riscos da sua profissão”. Mas nos blogs o *site* é do próprio jornalista, ou seja, o que ele escrever é de sua própria responsabilidade. Além disso, Chaparro (2004) diz que “[...] não há como relatar fatos, nem como comentá-los, sem a escolha de uma perspectiva valorativa, da qual o repórter fará parte - inevitavelmente!”.

Mas como aceitar o que o jornalista está dizendo, sabendo que sua própria opinião está ali? A solução é confiar no *news judgement* do profissional que, segundo Tuchman (1993, p. 83) “é a capacidade de escolher ‘objetivamente’ de entre ‘factos’ concorrentes para decidir quais os ‘factos’ que são mais ‘importantes’ ou ‘interessantes’”. Este julgamento feito pelo próprio jornalista é uma escolha e, portanto, segue o campo subjetivo. E enquanto nas mídias convencionais esta realidade não é aceita, os blogs podem mostrar que ela existe e que é possível reunir notícia e opinião no momento de informar a sociedade.

Um outro problema é a falta de investimento nos jornalistas "blogueiros".

Poucos são os que vivem do jornalismo feito nas páginas virtuais. E para se divulgar informações de maneira correta e ágil, é necessário dedicação quase que exclusiva para encontrar o fato, apurar e redigir a notícia. Mas como trabalhar em função de um blog, se o jornalista precisa ganhar dinheiro para sobreviver?

As respostas do público também são uma constante a que os profissionais vão ter que se adaptar. Se nas outras mídias a resposta vinha geralmente fraca e desordenada, nos blogs ela ganha força e destaque. O jornalista fica exposto a qualquer tipo de crítica e, muitas vezes, os internautas passam da conta. Moreira (2005) evidencia o problema:

Desde o momento em que os blogs passaram a ser ferramenta de uso corrente na imprensa brasileira, [...] permitiu também o nascimento de uma inesperada faca de dois gumes na mídia nacional: a reação igualmente instantânea dos leitores que, dada a extrema facilidade de resposta aos textos postados, utilizam o recurso dos comentários para despejar opiniões nem sempre elogiosas aos escribas. São expressões, e muitas chegam à sarjeta do decoro, que se não atacam diretamente a integridade moral dos jornalistas tentam detonar a alegada imparcialidade com o que são conduzidos os rumos dos trabalhos de investigação.[...] quem escreve blog, uma ferramenta de comunicação pública, tem de estar preparado para este tipo de invasão.

Castilho (2006) destaca ainda que “Os jornalistas *online* têm que aprender a conviver com a nova realidade criada pela interatividade com os leitores através da qual a crítica passou a ser uma norma e não uma exceção ou agressão”. Mas como isto acontece na prática?

Mesmo com tantas incertezas, o fato é que muitos profissionais já adotaram a web como o novo campo de jornalismo diário, ou mesmo um espaço complementar ao seu trabalho nos outros veículos de comunicação. Eles “deram a cara à tapa” e estão descobrindo o universo de possibilidades e desafios que os blogs proporcionam. Por isso, é importante estudar como é o “fazer jornalístico” na Rede, para que os profissionais saibam até onde se pode chegar no meio.

Como reforça Soares (2003, p.8), “Os *weblogs* revelam-se como um novo campo a ser explorado nas ciências da Comunicação. Ainda é cedo para determinarmos toda a verdadeira extensão desse fenômeno”. Finalizando com Lévy (1993, p. 118), “É mais difícil, mas também mais útil apreender o real que está nascendo, torná-lo



autoconsciente, acompanhar e guiar seu movimento de forma que venham à tona suas potencialidades mais positivas”.

REFERÊNCIAS PRELIMINARES

CASTILHO, CARLOS. Blogs na copa: uma lição de autoria compartilhada. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: < <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/>>. Acesso em: 19 jun.2006.

CHAPARRO, Carlos. Sem ponto de vista não há jornalismo. **Comunique-se**. Disponível em: <<http://www.comunique-se.com.br> <<http://www.comunique-se.com.br/>>. Acesso em: 25 mai.2004

GERALDES, Elen Cristina. A vocação política dos blogs de notícias: possibilidade de reconstituição da esfera pública. In: INTERCOM, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UERJ, 2005. 1 CD-ROM.

LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. Trad.Carlos Irineu da Costa.Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

MORAES, Denis de. Novos paradigmas da comunicação virtual. In: **O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia**. Rio de Janeiro: DP & A, 2001. p.67-92.

MOREIRA, Fábio Leon. Estressados pelas críticas. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: < <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/>>. Acesso em: 26 set.2005.

MONTEIRO, Elis. Blogs de gente grande. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/>>. Acesso em: 19 set.2005.

PALACIOS, Marcos. Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate. **Faculdade de Comunicação - Universidade Federal da Bahia**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em: 4 fev.2007.

RAMOS, Daniela Osvald. Apontamentos para a exploração das possibilidades do texto na internet: o caso dos weblogs pessoais e jornalísticos. In: INTERCOM, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UERJ, 2005. 1 CD-ROM.

SOARES, Letícia Perani. Blogs: Construtores da nova subjetividade. In: ENCONTRO REGIONAL DE COMUNICAÇÃO, 1., 2003, Juiz de Fora. **Anais...** Juiz de Fora: UFJF, 2003. 1 CD-ROM.

TUCHMAN. Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções da objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e histórias**.



Lisboa: Vega, 1993, p. 85.