



Marcos e diferenças: comparando o desenvolvimento da blogosfera nos Estados Unidos e no Brasil ¹

Guilherme FELITTI²
Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, SP

RESUMO

A popularização dos blogs do seu surgimento em 1996 até os dias de hoje, atraindo perfis de usuários além dos entusiastas e profissionais de tecnologia, nos apresenta novos tipos de aplicações da plataforma que extrapolam as definições iniciais de filtros de links ou diários pessoais na internet. Este artigo desfiará o histórico da blogosfera nos Estados Unidos, intercalado com detalhes do desenvolvimento do fenômeno no Brasil, mostrando como a adoção brasileira é consequência direta do movimento norte-americano. A comparação será dividida em três categorias: Pioneiros, Ferramentas e Visibilidade.

PALAVRAS-CHAVE: blog; blog no Brasil; blogosfera; história da internet.

Introdução

Antes de começarmos a detalhar o desenvolvimento da blogosfera no Brasil, traçando comparações com o fenômeno nos Estados Unidos e indicando semelhanças e disparidades, precisamos rever como se deu o desenvolvimento das primeiras comunidades digitais no país. Para tanto, precisaremos rememorar como a internet começou no Brasil.

A primeira conexão de internet no Brasil foi realizada em setembro de 1988, quando o Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC), ligado ao Centro Nacional de Pesquisas (CNPq), conectou-se ao sistema de mensagens Bitnet (sigla para Because is Time to Network - “já que é tempo para se conectar”, em tradução livre do inglês), operado pela Universidade de Maryland, nos Estados Unidos. Um ano antes, uma reunião na Universidade de São Paulo, envolvendo outros centros de pesquisa espalhados pelo Brasil, discutiu a implementação de uma rede nacional para troca de informações acadêmicas.

Nos anos seguintes, a Rede Nacional de Pesquisa (RNP), criada em setembro de 1989, seria responsável não apenas pela parte técnica, coordenando a instalação da estrutura necessária e distribuindo pontos de acesso a universidades, mas também pela evangelização de centros de pesquisa e pesquisadores sobre os benefícios da internet,

¹Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas (DT5 - Multimídia) no XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital da PUC-SP. Email: gfelitti@gmail.com.



como esclarece Vieira (2003, p.9). Em 1992, a rede montada pelo órgão já interconectava institutos em Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Brasília, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Florianópolis e Porto Alegre.

O aumento na procura (principalmente longe das universidades) se alinhou à política de privatização do então nascente governo Fernando Henrique Cardoso para que a Embratel perdesse o monopólio no acesso comercial à internet. Parte da Telebrás, a Embratel já dava os primeiros passos no acesso comercial à internet antes mesmo da posse de Cardoso – em 20 de dezembro de 1994, o provedor lançou o Serviço Internet Comercial em caráter experimental até abril do ano seguinte.

A quebra no monopólio estatal nas telecomunicações brasileiras, aprovado em 15 de agosto de 1995, permitiu o florescimento de um mercado rico de provedores de internet. A Embratel continuava a operar a infraestrutura para as conexões, mas seus clientes agora seriam os provedores de acesso. A variedade de planos disponíveis a qualquer usuário, aliado ao novo posicionamento da RNP para prover infraestrutura fora do ambiente acadêmico, deu o empurrão inicial necessário para a internet comercial no Brasil.

Sem qualquer surpresa, a primeira comunidade virtual estabelecida no Brasil nasceu dentro da academia - em 21 de agosto 1990, o engenheiro Demi Getschko e o químico Francisco Antonio Doria criaram um grupo dentro da Bitnet para discutir ópera em inglês, chamado Opera-L.

No conseqüente desenvolvimento da internet comercial registrado nos anos seguintes no Brasil, destacam-se dois tipos de comunidades digitais adotadas pelos brasileiros: os BBS (Bulletin Board System, ou “sistema de quadro de avisos”, em tradução livre para o português), que têm como pioneiro e principal exemplo o engenheiro Aleksandar Mandic, cujo MANDIC BBS atingiu 70 mil usuários no ápice em 1998; e as salas de *chat*, bastante populares entre os portais, como o UOL, o BOL (inaugurados em abril de 1996 e com operações congregadas em setembro do mesmo ano), o ZAZ (nascido em dezembro de 1996 da parceria entre o grupo de mídia RBS e a empresa de *softwares* NutecNet) e o iG (lançado em janeiro de 2000 por iniciativa dos fundos GP Investimentos e Banco Opportunity).

Pioneiros



Segundo Rosenberg (2009, p.27), o blog nasceu em janeiro de 1996, quando o então estudante norte-americano Justin Hall aceitou o desafio de amigos e resolveu publicar com frequência diária novos conteúdos (links e informações pessoais, majoritariamente) dispostos de maneira cronológica reversa em seu *Justin's Links from the Underground*³. O primeiro *post* de Hall dava indícios da frequência com a qual a ferramenta seria usada: “pensamentos diários, uma noção útil [...], parece uma boa ideia para mim, acho que terei algo novo no topo do www.links.net todo dia.” (HALL, 1996).⁴ A questão, no entanto, é polêmica, já que o próprio Justin admite que seu blog foi inspirado por outro site de atualizações constantes em ordem reversa, o *Ranjit's HTTP playground*,⁵ em que o engenheiro de som Ranjit Bhatnagar registrava informações diárias como suas refeições.

Por mais que Hall seja descrito como fundador do blog pessoal pelo *New York Times* ou Dave Winer, criador de um blog para o *24 Hours of Democracy Project* em fevereiro de 1996, se apresente como o responsável “que detonou a revolução dos blogs”⁶, não foi nenhum deles o responsável por cunhar o termo “*blog*”. Em dezembro de 1997, o termo que denominaria a ferramenta apareceria pela primeira vez no seu formato original. Jorn Barger criou o termo “*weblog*” como junção das palavras *web* e *log* (ou registro) para o seu *Robot Wisdom*, algo que denominava o conjunto de *links* publicados pelo programador ao encontrar conteúdos interessantes ao navegar.

Quase dois anos depois, “*weblog*” foi abreviado e se tornou o “*blog*” usado hoje. A abreviação veio pelas mãos de Peter Merholz, que, brincando com o termo, acabou transformando “*weblog*” em “*we blog*”, algo como “nós blogamos”, em tradução livre para o português. “Eu decidi pronunciar a palavra '*weblog*' como '*wee-blog*', ou '*blog*', para abreviar”, afirmava Merholz em seu blog em outubro de 1999.⁷ O termo foi usado, pela primeira vez no *Peterme.com* e, conseqüentemente, na blogosfera de maneira geral.

Dois anos após Justin Hall publicar o primeiro *post* no seu *Links from the Underground*, a gaúcha Viviane Vaz de Menezes, então com 17 anos, estreou uma versão digital do seu diário, chamado de *Delights to Cheer*, “entre a última semana de janeiro [e a] primeira semana de fevereiro de 1998”. O primeiro *post*, de tom altamente

³ <http://www.links.net>

⁴ <http://www.links.net/daze/96/01/10/>

⁵ <http://www.moonmilk.com/previous/playground.html>

⁶ <http://www.webword.com/interviews/barger.html>

⁷ <http://web.archive.org/web/19991013021124/http://peterme.com/index.html>



confessional, seguiu à risca a maneira como outros blogueiros, que ainda não se designavam assim, publicavam seus textos: editando as páginas que seriam postas online diretamente no HTML. Em entrevista ao autor, Viviane rememora a parte técnica do processo, que exigia trabalhosa dedicação para que o *post* estivesse pronto para ser publicado.

Na época haviam muitos '*journals*', diários mesmo, online, estrangeiros. Eu já tinha um desses desde início de 1997. As atualizações eram quase diárias, longos textos, praticamente uma vez por dia, atualização manual mesmo, criar páginas HTML, adicionar *links* pro dia anterior e seguinte e tal. Havia uma comunidade grande lá fora. Quando surgiu o sistema de *weblogs*, as pessoas passaram a fazer tudo de forma automática e muitas vezes por dia e havia uma moça de Seattle que me inspirou muito, Zannah. (MENEZES, 2009)

O problema é que Viviane pode ser considerada a primeira blogira brasileira, mas não pode assumir o posto de responsável pelo primeiro blog em português - até o ano seguinte, todos seus *posts* no *Delights to Cheer* eram em inglês. Em março, no entanto, o Brasil ganhou seu primeiro blog escrito em português. O responsável foi Renato Pedrosa Junior, que assumiu a persona online de Nemo Nox (“ninguém” e “noite” em latim, respectivamente), e, em 31 de março daquele ano, iniciou seu *Diário da Megalópole* citando trechos de músicas de Frank Sinatra e Caetano Veloso para comentar sua mudança de Santos, onde nasceu, para São Paulo.

Nascido como “um espaço mais descompromissado para contar as minhas descobertas na cidade”,⁸ o *Diário* enfrentava a mesma rotina trabalhosa que Viviane e outros blogueiros pioneiros tinham na hora da publicação dos *posts* com formatação de páginas em HTML, e durou oito meses.⁹ Atualmente, tanto Viviane quanto Renato mantêm blogs atualizados com frequência, embora nenhum deles mantenha ativo aqueles onde começaram a escrever. Viviane é responsável pelo *nakanaide.net*, enquanto Renato mantém o *Por um Punhado de Pixels*, ganhador do prêmio de melhor blog do planeta em 2004 pelo júri popular do *The Best Of the Blogs* (BOBs), concurso promovido pelo conglomerado de mídia alemão Deutsche Welle.

Vale observar como todos os pioneiros citados aqui têm relações com o mercado

⁸ http://www.terra.com.br/istoegente/236/diversao_arte/internet.htm.

⁹ <http://idgnow.uol.com.br/internet/2007/04/02/idgnoticia.2007-04-01.6432298876/>.



de tecnologia, reiterando o processo histórico de apropriação da ferramenta blog por entusiastas antes da sua popularização entre usuários sem conhecimentos técnicos. Justin trabalha na desenvolvedora de *games* GameLayers; Winner já foi editor da revista *Wired* e é o criador do padrão de sindicalização de conteúdo RSS 2.0; Jorn Barger pesquisou inteligência artificial na Universidade de Northwestern e é usuário voraz de canais da Usenet; Peter Merholz fundou a Adaptive Path, empresa especializada em interfaces de programação; Viviane se transformou em *webdesigner*; e Renato, até agosto de 2009, ocupava o cargo de diretor de experiência interativa da Case Foundation, nos Estados Unidos.

Ferramentas

O envolvimento dos pioneiros com tecnologia não é aleatório: a apropriação da ferramenta por um público mais amplo foi a grande responsável para que se registrasse a ascensão de diferentes conteúdos que tirassem da plataforma a imagem restritiva de filtro de *links* e, posteriormente, diário pessoal.

Serviços como o Blogger automatizavam suficientemente processos de publicação para que a atividade não se restringisse apenas aos que dominavam linguagens de programação, como o HTML. Os primeiros dias da blogosfera foram possíveis pela publicação de novas páginas para cada *post*, formatadas direto do HTML para que links fossem integrados, interfaces fossem editadas e efeitos básicos incluídos.

O primeiro serviço que apresentou algumas das ferramentas que seriam tomadas como padrão em plataformas de blogs foi a Open Diary, lançada em outubro de 1998 pelo desenvolvedor Bruce Ableson. Inovações incluíam a organização retroativa de novos conteúdos, a capacidade de leitores poderem publicar comentários sobre o texto postado e uma lista chamada *Favorites* onde as atualizações mais recentes de amigos do blogueiros eram mostradas ordenadas cronologicamente.

Em janeiro de 1999, a Pyra Labs lança no mercado o serviço online para blogs Blogger, com ferramentas que facilitavam a definição da lista de contatos, também chamada de *blogroll*, o *link* permanente para cada uma das postagens, a capacidade de alterar o visual do blog e o acesso ao HTML das páginas. O Blogger seria comprado quatro anos depois pelo Google, que o transformaria na sua plataforma oficial de blogs e o integraria a outros de seus produtos, como a plataforma de publicidade AdSense e o serviço online de fotos Picasa.



A popularização do Blogger ajudou também a fazer com que o termo “*blog*” fosse melhor aceito e mais usado. E-mails trocados¹⁰ por Barger, responsável por cunhar o termo “*weblog*” e Meg Hourihan, cocriadora do Blogger, apontam que foi ideia do outro cocriador, Evan Williams, substituir todas as menções à mídia de “*weblog*” para “*blog*” dentro do serviço, dos botões de formatações às explicações básicas.

Nos quatro anos seguintes, vimos uma série de outras opções surgindo no mercado de *softwares* para blogs, como LiveJournal (outubro de 1999),¹¹ Xanga (novembro de 2000), Movable Type (fevereiro de 2001),¹² e b2 (junho de 2001).¹³ Em maio de 2003, a Automattic divulga a primeira versão do WordPress, plataforma de blog aberta feita a partir do código-fonte da plataforma b2/cafeolog.

A abertura do WordPress permitia que a ferramenta fosse adaptada de maneira mais simples para diferentes usos, seja pela capacidade de alterar os arquivos oferecidos pela Automattic como pela integração de *plug-ins*. No caminho contrário ao trilhado pelos blogueiros na década de 1990, esta abertura permitiu que muitos *webmasters* transformassem uma ferramenta originalmente concebida para gerenciar *posts* em um sistema de publicação de conteúdo (conhecida também tecnicamente como CMS) usada em sites ou portais.

No Brasil, vemos um caminho diferente, centrado principalmente na atuação dos portais. Não que faltassem ferramentas independentes para blogs: o problema era sustentá-las financeiramente a partir de um certo ponto de adoção. Exemplo disso é o Desembucha, criado em maio de 2001. Primeiro serviço de blogs criado genuinamente no país, o Desembucha saiu do ar cinco meses depois pelo excesso de procura dos brasileiros em contraste com a falta de investimento necessário para que o serviço despontasse.

Segundo seu cofundador, Gustavo Coelho, o Desembucha nasceu pela vontade de criar blogs sem que a exigência de reprodução de publicidade pelo Blogger o agradasse. Explorando a infraestrutura do buscador focado em turismo Te encontro pelo mundo, Coelho investiu apenas o registro de domínio, o plano de hospedagem padrão e seu tempo livre para criar a ferramenta.

¹⁰ <http://listserv.linguistlist.org/cgi-bin/wa?A2=ind0804C&L=ADS-L&P=R16795&I=-3>.

¹¹ <http://news.livejournal.com/1999/10/22/>

¹² <http://www.movabletype.com/info/>.

¹³ <http://cafelog.com/index.php?m=200106>.



A idéia original não era criar uma ferramenta para ser usada em âmbito nacional. Embora a divulgação “boca-a-boca” tenha sido importante no início, acredito que o boom dos acessos ocorreu quando algumas publicações começaram a falar de blogs (ou “diários virtuais”, como gostavam de chamar na época), e citaram o *desembucha.com*. (COELHO, 2009).

Em setembro de 2001, a alta procura pelo *Desembucha*, que atingiu 4 mil blogs criados e 9 mil usuários cadastrados em seu ápice, junto ao idealismo de Coelho (“Como não queríamos *banners* nos *blogs*, como no Blogspot, não explorávamos a publicidade online. Assim, não tínhamos retorno financeiro com o site”), fizeram com que não valesse mais a pena financeiramente manter o serviço no ar. Coelho e seu sócio, Guilherme Rocha, mantinham negociações com a Globo.com, mas o portal preferiu fechar contrato de licenciamento com o Google pelo Blogger, exatamente a ferramenta que o *Desembucha* tentava neutralizar.

Quase que simultaneamente ao fechamento do *Desembucha*, quatro brasileiros se inspiraram explicitamente nas ferramentas, no visual e até mesmo no nome do Blogger para lançar em agosto de 2001 o Weblogger,¹⁴ ferramenta gratuita de blogs que fecharia parceria pouco mais de um ano depois com o portal Terra,¹⁵ bancado pela operadora Telefônica. A única diferença entre o Blogger e o Weblogger era o tempo máximo exigido entre as publicações dos *posts*: o segundo apagava blogs que não eram atualizados, pelo menos uma vez, em 90 dias. Em 2003, o Weblogger ganharia uma versão paga, o Plus.¹⁶

Em novembro de 2001, a primeira ferramenta genuinamente criada por um portal brasileiro apareceu no mercado. O iG, bancado então pela operadora Brasil Telecom, colocou no ar o Blig¹⁷, plataforma gratuita desenvolvida internamente que oferecia três opções de publicação - público, privado ou em grupo -, permitia edições pontuais no HTML, oferecia até 50 *templates* pré-definidos e, tal qual o Weblogger, deletava diários sem atualizações em 90 dias.

Assim como foi o primeiro portal a oferecer uma ferramenta própria de blogs, o iG foi o primeiro a abrir mão da tecnologia desenvolvida internamente para adotar uma plataforma aberta e mais customizável que sua própria – em agosto, o portal

¹⁴ <http://info.abril.com.br/aberto/infonews/092002/03092002-17.shl>

¹⁵ http://evillage.blogspot.com/2002_09_01_evillage_archive.html#85408417

¹⁶ <http://info.abril.com.br/aberto/infonews/072003/07072003-5.shl>

¹⁷ <http://info.abril.com.br/aberto/infonews/112001/23112001-16.shl>



abandonava o Blig em nome do WordPress,¹⁸ mesma razão pela qual o Terra também descartou o Weblogger.

Em agosto de 2002, a *Globo.com*, braço online das Organizações Globo, preferiram o desenvolvimento interno de uma ferramenta de blogs e fecharam um acordo por preço não revelado com a Pyra Labs para nacionalizar o Blogger.com no Brasil, no único tipo de acordo de licenciamento da plataforma em todo o mundo.

Nos meses anteriores ao lançamento, a *Globo.com* testou a interação do Blogger com a primeira edição do *reality show Big Brother Brasil*, permitindo que alguns espectadores criassem blogs voltados a acompanhar o programa. O Blogger da *Globo.com* trazia vantagens em relação à plataforma da Pyra Labs. Era possível, por exemplo, publicar imagens em *posts* de forma automatizada, algo não disponível no serviço original. Gratuito, o Blogger Brasil permitia também a criação de rascunhos de *posts*, algo permitido apenas para usuários pagos do serviço norte-americano.

Para alavancar o lançamento do Blogger Brasil,¹⁹ as Organizações Globo criaram dois blogs, alimentados por redatores para contextualizar detalhes da trama, que seriam usados por dois personagens da novela *O Beijo do Vampiro*, de veiculação iniciada em 26 de agosto na TV Globo: o vampiro Bóris Vladescu,²⁰ interpretado por Tarcísio Meira, e o estudante Zeca,²¹ interpretado por Kayky Brito.

Último dos portais a lançar uma ferramenta, o *UOL* estreou seu UOL Blog em janeiro de 2004 após criar um publicador para que o apresentador Marcelo Tas tivesse seu blog vinculado ao portal. O UOL Blog estreou aberto para quem era e para quem não era assinante do serviço de provedor do portal, com diferença na quantidade de espaço disponível para publicação - 100 MB para assinantes e 1 MB para quem não era cliente do *UOL*. A ferramenta contava com formatação básica de fontes, sistema de notas para o blog e 40 diferentes *templates* para customização automática.

A adoção já citada do WordPress por *Terra* e *iG* é um dos lados de uma tendência que três dos quatro grandes portais brasileiros já exploram: a de abandonar o desenvolvimento próprio de ferramentas. A *Globo.com*, em julho de 2009, tirou do ar sem alarde seu Globolog, criado internamente pelo portal em maio de 2005. Nas palavras do diretor geral da *Globo.com*, Juarez Queiroz, “não faz sentido investir em ferramentas quando se tem opções melhores lá fora” (2009).

¹⁸ <http://idgnow.uol.com.br/internet/2008/08/19/blig-adota-plataforma-do-wordpress/>.

¹⁹ <http://info.abril.com.br/aberto/infonews/082002/20082002-8.shl>.

²⁰ <http://boris.blogger.com.br/>

²¹ <http://zeca.blogger.com.br>.



Visibilidade

Brasil e Estados Unidos guardam semelhanças na maneira como o blog rompeu o setor dos interessados em tecnologia para atingir o público em geral. Em ambos os países, o primeiro grande caso que deu visibilidade aos blogs explorou escândalos políticos reverberados na mídia já estabelecida, muito embora os desdobramentos de cada um deles tenha tomado caminhos bastante diferentes.

Em janeiro de 1998, o *Drudge Report* chamou a atenção dos jornais e canais de TV norte-americanos estabelecidos em janeiro de 1998, quando acusou a tradicional revista semanal *Newsweek* de descartar a história de um suposto caso do então presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, com uma estagiária da Casa Branca.

Matt Drudge, o conservador responsável pela lista paga de mensagens criada quatro anos antes e que inspirou uma versão em site, se aproveitou da displicência para escrever um *post* em 17 de janeiro acusando a publicação de derrubar, pouco antes da impressão da revista, a reportagem apurada pelo repórter Michael Isikoff afirmando que Clinton cultivava, há mais de dois anos, um caso com uma estagiária de 23 anos da Casa Branca.²²

Além de dar detalhes sobre a relação entre a estagiária e o presidente, o *post* também se focava nos bastidores da imprensa estabelecida, questionando as causas que fizeram a *Newsweek* derrubar a matéria e citando como concorrentes, como a *Time*, tentaram remediar o furo da rival buscando suas próprias informações com fontes políticas.

A história de Drudge foi o principal propulsor da popularidade dos blogs a partir de 1998, atraindo atenção do grande público à plataforma, independente do conteúdo publicado junto a um dos primeiros artigos sobre a ascensão do fenômeno na revista eletrônica *Salon.com*.²³ Nele, Rosenberg expressa surpresa ao perceber o quanto os ainda chamados “*weblogs*” se aproveitavam dos *links* para dar o mínimo de ordem ao caos instaurado pela livre criação na internet, enquanto a imprensa tradicional via o ato de dar *links* para conteúdos externos aos seus como algo ruim.

O caso brasileiro aconteceu três anos depois, em 2001, e serviu mais à popularização dos blogs do que como gatilho de uma crise política – a situação explorava, e não iniciava, uma. Em junho, Sérgio Faria, do *Catarro Verde*, acusaria o

²² http://www.drudgereportarchives.com/data/2002/01/17/20020117_175502_ml.htm.

²³ <http://www.salon.com/tech/col/rose/1999/05/28/weblogs/index.html>.



então senador Antônio Carlos Magalhães (PFL-BA) de plagiar trechos inteiros de uma fala de outro político brasileiro no seu discurso de renúncia após admitir que havia fraudado o painel de votação do Senado²⁴ quando era presidente da casa para descobrir quais senadores haviam votado contra e a favor da cassação do também senador Luiz Estevão (PMDB-DF).

As palavras em muitos dos momentos de maior impacto da renúncia do senador baiano pertenciam, na verdade, ao deputado federal Afonso Arinos de Melo Franco (UDN-MG). No seu discurso, feito 15 dias antes do suicídio do então presidente Getúlio Vargas, Arinos protestava contra o assassinato do major da Aeronáutica, Rubens Floretino Vaz, e pedia a renúncia de Vargas.

Caralho! Descobri que nem mesmo no discurso de renúncia o ACM foi honesto: plagiou um discurso do Afonso Arinos, da antiga UDN, em que este pedia a renúncia de Getúlio Vargas após o famoso atentado a Carlos Lacerda na Rua Toneleros (RJ). O discurso está no livro/álbum *Grandes Momentos do Parlamento Brasileiro* (Senado, 1998, vol. 1, pg. 16 e CD correspondente) e foi copiado sem que o pilantra citasse a fonte. Detalhe: a apresentação desse livro/álbum foi feita pelo próprio ACM, em 98. Muita cara-de-pau. O plágio começa já no primeiro parágrafo do discurso de renúncia. (FARIA, 2001).²⁵

O *post*, então, trazia na íntegra dois trechos, praticamente semelhantes, escrito por Afonso e usado por ACM. Mais que isso: a descoberta do *Catarro Verde* fez com que veículos da imprensa tradicional estabelecida apontassem também outros plágios de ACM em seu discurso de renúncia²⁶ - o trecho que cita o diplomata Joaquim Nabuco vem de outro discurso do deputado mineiro, revelou *O Estado de São Paulo*²⁷.

O *Catarro Verde*, porém, não foi o primeiro veículo a divulgar o plágio. Quatro dias antes do *post* de Sérgio, o jornal paulista *Diário Popular* revelava que o senador havia copiado conteúdo de Arinos, sem, porém, comparar na íntegra os trechos que apontavam o plágio ou oferecer o áudio do discurso, como fez posteriormente Sérgio. A divulgação do *post* do *Catarro Verde* na lista de discussão Palíndromo, da qual participava o apresentador Marcelo Tas, do *Vitrine*, da TV Cultura, fez com que o escândalo se alastresse.

²⁴ <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u20590.shtml>.

²⁵ http://www.catarro.blogspot.com/2001_06_01_archive.html#3932361

²⁶ <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u20577.shtml>.

²⁷ <http://www.estadao.com.br/arquivo/nacional/2001/not20010606p38198.htm>.



Vale notar que, mesmo quase dois anos após a primeira vez em que o termo “*weblog*” foi citado, a maioria dos veículos brasileiros que acusaram o plágio de ACM usando o *post* de Sérgio como base classificava o *Catarro Verde* como “site” ou “diário”, decorrência direta do infeliz uso de metáforas na classificação inicial dos blogs pela mídia estabelecida que Boyd (2006, p.6) aborda.

A visibilidade dos blogs no Brasil também tem relação intrínseca com a centralização do desenvolvimento do fenômeno dentro dos portais. A maneira pela qual portais adotaram como blogueiros jornalistas ou personalidades vindas de outras mídias já populares, como TV, rádio e jornal, mostra como, no Brasil, a popularidade dos blogs é decorrência direta da alta penetração de mídias analógicas.

Outros marcos da blogosfera brasileira passam por portais. Em janeiro de 2003, os blogs de relativo sucesso *Mundo Perfeito*, de Daniela Abade, e *Eu Hein*, de Nelito Fernandes, começam a ser hospedados e divulgados pelo Terra. Pelo acordo firmado, o portal espanhol bancava os custos de hospedagem de ambos os blogs e dividia com eles a receita dos *banners* de publicidade, o que fez com que Fernandes se tornasse o primeiro blogueiro brasileiro a receber algum dinheiro por causa do seu blog.

Em registro feito pela jornalista Cora Ronai em abril de 2003²⁸, Fernandes recebeu um cheque de 1,5 mil reais pela veiculação de publicidade de empresas como GM, Fiat, Editora Globo e Brasil Telecom no seu *Eu Hein*, blog especializado em piadas visuais.

A postura pode ser ainda observada na maneira como portais (iG, principalmente) procuram blogs relevantes em suas respectivas categorias para acordos de parceria publicitária: o portal usa a audiência dos blogs para entregar anúncios publicitários, que rendem quantias variadas aos blogueiros. Exemplos incluem *Jovem Nerd*, *Brainstorm #9*, *Tiago Dória* e *InterNey Blogs* no iG, *Jacaré Banguela* e *Instante Posterior* na Globo.com e *MacMagazine*, *Goma* e *Zumo* no UOL.

Pode-se argumentar que o tratamento dado a jornalistas experientes como blogueiros (observado facilmente na maneira como jornais distribuem blogs para repórteres relevantes ou editorias inteiras) criou uma “barreira simbólica” no tratamento de notícias jornalísticas inéditas, conhecidas como furos no meio: a blogosfera brasileira não criada dentro das redações quase não tem furos jornalísticos para se gabar, ao contrário da norte-americana.

²⁸ <http://cora.blogspot.com/2003/04/meu-blog-meu-tesourofinalmente-algum.html>.



Em enquetes verbais conduzidas durante a pesquisa desta dissertação com blogueiros brasileiros, o fato jornalístico de maior relevância nascido da blogosfera citado com maior frequência foi a descoberta da garota de programa Bruna Surfistinha pelo blogiro (e também jornalista de redação) Pedro Dória, dentro do famoso site *No.com.br*. Após ser descoberta por Dória como a mais popular no site de relacionamentos GP Guia²⁹ (voltado à classificação de garotas de programa), Bruna se tornou presença frequente em reportagens de jornais e canais de TV e rádio, escreveu dois livros e será tema de um filme, inspirado livremente em ambas as obras.

A própria adoção inicial dos blogs por jornalistas tem relação direta com as redações – foi a já citada Cora, então editora de tecnologia do jornal carioca *O Globo*, a primeira jornalista brasileira a ter um blog. O *InternETC* nasceu em agosto de 2001 dentro do Blogger como forma de Cora abordar assuntos relacionados à tecnologia que não cabiam em sua função no *O Globo*, como comentar a participação do presidente da Microsoft, Steve Ballmer, no programa *Roda Viva*, da TV Cultura³⁰.

O internETC começou como um blog principalmente de tecnologia, em que eu reunia notas publicadas no *Globo Online* com observações sobre a vida em geral e sobre os gatos em particular. Com o tempo virou uma espécie de diário virtual. Não quis incorporá-lo ao site do *Globo* porque gosto de atualizá-lo com fotos em tempo real, e testar umas brincadeiras de vez em quando, e a ferramenta do jornal é mais fechada, por questões de segurança. (RONAI, 2009).

Se nos Estados Unidos temos exemplos de blogueiros que foram adotados por veículos tradicionais como Ana Marie Cox, ex-editora do blog político *Wonkette* contratada pela tradicional revista *Time* para editar sua sessão online de política, ou Michael Arrington, cujo *TechCrunch* fechou contrato de licenciamento de conteúdo com o jornal *Washington Post*, no Brasil a relevância jornalística de blogs mantidos não por jornalistas experientes é bastante questionável.

Por outro lado, são variados os exemplos daqueles que, projetados por seus blogs, foram empregados em programas de TV com viés humorístico, como é o caso de Antônio Tabet, responsável pelo *Kibe Loco* (colaborador do *Caldeirão do Huck*, na TV Globo) ou Marco Aurélio, responsável pelo *Jesus Me Chicoteia* (redator do CQC, na

²⁹<http://www.gpguia.net/phpbb/phpbb2/>

³⁰<http://cora.blogspot.com/2001/08/steve-ballmer-melhor-do-que-encomenda.html>



TV Bandeirantes). Não que não existam exemplos da transição jornalística: a fictícia Jackie Miller (codinome de Flávia Cintra) levou seu *Jackie Miller Conta* para o tradicional *Jornal do Brasil* em junho de 2001, assinando a coluna Conexão Blogger, na editoria chamada Internet. blog e coluna condensavam notinhas sobre blogueiros em uma espécie de coluna social da blogosfera.

A visibilidade dos blogs no Brasil foi ajudada também pela veiculação na grande mídia de casos envolvendo tanto problemas na justiça com blogueiros como iniciativas que exploram comercialmente os blogs. Pelo primeiro, os exemplos mais retumbantes são o do *Bangu1*, criado pelos amigos Derly Prado, Diego Lopes e Lúcio Leonardo, e do *Imprensa Marrom*, criado em 2001 pelo advogado Fernando Gouveia.

Em fevereiro de 2004, a Justiça do Rio de Janeiro tirou do ar o blog satírico, criado em HTML pelos três amigos, alegando que a publicação de posts que satirizavam a crise na segurança pública carioca, assinados pelos blogueiros “Elias Eunuco”, “Ranca Toco” e “Paraíba Ninja” se encaixava nos crimes de apologia e formação de quadrilha e bando.

A Secretaria de Estado de Segurança do Rio de Janeiro acusou o blog de “apologia ao tráfico de entorpecentes, bem como [veiculação de] notícias de Bangu 1 e possibilidade de contatos com os internos via e-mail” e de, “estando hospedado em servidores [sic] nos Estados Unidos”, oferecia links para fornecedores de drogas internacionais. Dois meses após ser bloqueado, em 5 de abril de 2004, o *Bangu1* voltou ao ar por decisão da juíza Sirley Abreu Biondi, da 21ª Vara Criminal do Rio de Janeiro, que cancelava a ação judicial original³¹.

Em 2004, uma decisão da Justiça tirou o *Imprensa Marrom* do ar pela publicação de um comentário anônimo que ofendia nominalmente o sócio de uma empresa de recrutamento. A crítica acontecia no post em que Gouveia, sem citar nomes, atacava os métodos usados por serviços de recrutamento que supostamente prometiam vagas milagrosas. O post foi ao ar em janeiro de 2004, mas a decisão da Justiça (e a consequente desconexão temporária do blog) aconteceu apenas em setembro. Segundo Gouveia, a liminar tirou do ar todo o conteúdo do blog sem audiência, além de exigir o pagamento de indenização de dez salários mínimos³². Atualmente, o processo corre na Justiça brasileira.

Nos anos seguintes, o Brasil envolveu outros blogueiros em ações legais, menos

³¹ http://www.conjur.com.br/2004-abr-13/blog_satirico_volta_ar_determinacao_judicial

³² <http://www.overmundo.com.br/overblog/como-meu-blog-foi-condenado-por-um-comentario-1>.



noticiados que o caso do *Imprensa Marrom* pelo pioneirismo da situação, como os processos movidos separadamente pelos jornalistas Políbio Braga³³ e Felipe Vieira³⁴ contra o blog político *A Nova Corja*; a ação ganha pelo senador José Sarney (PMDB-AP) contra a blogira Alcinéa Cavalcante³⁵; o processo iniciado por Rosana Hermann³⁶ contra um comentarista anônimo em seu próprio blog, o *Querido Leitor*, após a publicação de acusações antisemitas; e a ameaça de uma fabricante de bebida alcólica que fez com que Alessandra Félix, do *Amarula com Sucrilhos*, mudasse o nome do seu blog para *Licor de Marula com Flocos de Milhos Açucarados*.

Considerações finais

As comparações feitas nas três categorias abordadas por este artigo nos permitem algumas conclusões sobre marcos similares e movimentações próprias da forma como o blog se desenvolveu no Brasil em comparação aos Estados Unidos.

O primeiro deles é a dependência que o Brasil tem das ferramentas e tecnologias desenvolvidas nos Estados Unidos, desdobramento direto do papel norte-americano de, como Castells chamou, “milieux da inovação” (1996, p.65): a concentração espacial de centros de pesquisa, instituições de educação, investidores e outros fatores dá ao mercado norte-americano a liderança no desenvolvimento de patentes e inovações tecnológicas.

Na criação de serviços e avançar do fenômeno dos blogs, não foi diferente. É possível notar que, em ambos os mercados, os pioneiros no uso dos blogs têm relação direta com o mercado de tecnologia, sejam interessados no assunto ou profissionais.

O desenvolvimento dos blogs no Brasil é impactado diretamente pela principal característica da formação do mercado online no país: o papel dos portais como pilares da internet, atraindo investimentos (vindos tanto de operadoras de telefonia como de conglomerados de comunicação) e oferecendo novidades para suas bases de assinantes e usuários, como explicou Vieira (2003).

Em um primeiro momento, os portais apostam em ferramentas próprias, claramente inspiradas nas soluções estrangeiras, como fizeram Terra, UOL, iG e até Globo.com, mesmo com o acordo fechado para representar o Blogger no Brasil. O custo de desenvolvimento e a competição com soluções melhores e gratuitas leva à tendência

³³http://www.novacorja.org/?page_id=4145

³⁴<http://www.novacorja.org/?p=4991>

³⁵<http://alcinea-cavalcante.blogspot.com/2007/08/sarney-na-veja-o-santinho.html>

³⁶<http://idgnow.uol.com.br/internet/2007/10/31/idgnoticia.2007-10-31.5043639670/>



recente de migração coletiva a plataformas estrangeiras – no caso, o WordPress.

Pode-se notar que a falta de investimentos para empresas nascentes, um dos fatores citados por Castells, condenou pelo menos uma startup (o Desembucha) que apostou no setor e fechou não por falta de interesse dos usuários, mas por não conseguir investir o necessário para sua evolução. Entre os fatores que deram visibilidade, nota-se como dois escândalos políticos serviram de “guia” para que os blogs – Drudge Report nos EUA e Catarro Verde no Brasil – ganhassem projeção dentro da mídia estabelecida, servindo como evangelizadores da tecnologia além dos entusiastas ou profissionais da tecnologia.

O impacto jornalístico de ambos os casos também remete a questões que merecem apreciação mais profunda e análises futuras que podem usar este estudo como referência: a blogosfera brasileira produz conteúdos jornalisticamente menos relevantes que sua semelhante norte-americana? A circularidade de informações digitais no Brasil se diferencia à norte-americana no que diz respeito à produção de conteúdo jornalístico relevante longe dos grandes centros?

REFERÊNCIAS

BARGER, Jorn. **Weblog resources**. 1999. Disponível em <http://www.robotwisdom.com/weblogs>

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. **We Media** – How audiences are shaping the future of news and information. The Media Center at the American Press Institute, 2003. Disponível em www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

BOYD, danah. **A blogger’s blog: exploring the definition of a medium**. 2006. Disponível em <http://reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml>

CASTELLS, Manuel. **The rise of the network society**. Malden: Blackwell, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet** – Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. São Paulo. Jorge Zahar Editora, 2003.

CIPRIANI, Fábio. **Blog corporativo**. São Paulo: Novatec, 2006.

ROSENBERG, Scott. **Say everything** - How blogging began, what it's becoming, and why it matters. Nova York: Crown, 2009.

STANTON, Michel. **A evolução das redes acadêmicas no Brasil: Parte 1 - da BITNET à Internet**. 1998. Disponível em <http://www.rnp.br/newsgen/9806/inter-br.html>

VIEIRA, Eduardo. **Os bastidores da internet no Brasil**. São Paulo: Manole, 2003.