

Internet, jornalismo e *weblogs*: uma nova alternativa de informação

Guilherme de Queirós Mattoso

queiros@gmail.com

Índice

1	Da Arpanet à www – A Trajetória das redes telemáticas	4
1.1	A história	4
1.2	Cibercultura - BBS, IRC E ICQ	10
2	Webjornalismo – Uma nova maneira de informar	17
2.1	A Conversã das mídias	17
2.2	Webjornalismo no Brasil	19
2.3	Características	21
3	Finalmente os <i>weblogs</i>!	27
3.1	Você é o editor	27
3.2	Novos rumos	29
3.3	Webjornalismo e <i>weblogs</i>	34
3.4	Boa Esperança	40
4	Considerações finais	43
5	Bibliografia	44

Resumo

Esta pesquisa visa discutir o valor dos *weblogs* como instrumentos que representam uma nova etapa na construção do jornalismo nas redes telemáticas. Trabalhar e estudar conceitos que envolvem a relação entre jornalismo e como essa ferramenta está sendo usada de forma criativa na produção de conteúdos, fatos e notícias que viajam diariamente pelo mundo todo. Descobrir como os *blogs*, através da comunicação de massa, podem contribuir para uma prática jornalística mais direta e ao mesmo tempo próxima. Também pretende-se mostrar como essa nova maneira de se fazer jornalismo, mais pessoal, crítico e informal pode ser a grande fuga da padronização, pasteurização e banalização da notícia.

Palavras-chave: Internet, cibercultura, webjornalismo, weblogs.

Introdução

Este trabalho visa discutir a importância dos *weblogs* e seu valor como uma nova alternativa de informação que se mostra cada vez mais democrática, na medida em que dá chance para que qualquer pessoa possa expressar-se através da internet. Com pouco mais de cinco anos de existência, essa ferramenta já é usada por milhões e milhões de pessoas em todo o mundo, sendo considerada, portanto, um dos fenômenos mais importantes da cultura digital contemporânea.

Através dos *weblogs*, uma nova forma de se fazer jornalismo está sendo posta em cheque e através da emergência e velocidade da cibercultura, esse canal irá ganhar o mundo, viabilizando uma explosão da apropriação dos *blogs* como meio de expressão noticioso capaz de atender um determinado grupo de pessoas ávidas por um tema, por um jeito mais pessoal de se relatar um fato e

por uma menor distância entre o jornalista e a audiência, melhor definindo: entre o produtor de conteúdos e seu público.

No primeiro capítulo, faço uma viagem no tempo até 1945, ano em que terminou a Segunda Guerra Mundial e logo em seguida começou a Guerra Fria, período onde foi formado o terreno para o surgimento da internet, da microinformática e de toda a cibercultura, uma das marcas que legitimam a era da informação e a sociedade pós-moderna e sua excentricidade. Ao longo desse primeiro bloco, fica clara a percepção sobre como os acontecimentos foram se sucedendo até chegarmos à explosão dos *mass media* e conseqüentemente, dos *blogs*.

Já no segundo capítulo, apresento o webjornalismo com todas as suas peculiaridades e nuances. Como um novo jornalismo começou a figurar nas redes a partir da popularização da internet e da migração de grandes publicações impressas e visuais em mídias eletrônicas. Como o jornalista deve encarar todas as transformações na produção de uma matéria, que na rede ainda está buscando uma linguagem própria e adequada. Por fim, que recursos tornam a produção do webjornalismo mais envolventes e interessantes de serem consumidas: a interatividade, o hipertexto, a multimídia e a customização da notícia.

No terceiro e último capítulo, finalmente chego aos *weblogs* e, então, se segue uma minuciosa análise sobre essa ferramenta: como surgiu, se desenvolveu e se popularizou. Os novos rumos que esses pequenos diários estão tomando através das funções desempenhadas pelos editores, as características que compõe o webjornalismo sendo aplicadas através deles e em qual contexto estão inseridos.

Em uma análise mais específica, quatro *blogs* jornalísticos, com diferentes características foram o foco de uma pesquisa que melhor mostrou como funciona a ferramenta de forma prática. Finalizando, segue-se minha experiência pessoal como editor de um *weblog* jornalístico, o Boa Esperança, criado e desenvolvido justamente para melhor constatar como funcionam os mecanismos

que constituem um *blog* e pôr em funcionamento algumas das características abordadas no presente tema.

1 Da Arpanet à www – A Trajetória das redes telemáticas

1.1 A história

Tudo começou após a explosão da primeira bomba nuclear, em Hiroshima, em 1945. O século XX foi sem dúvida, o período onde a ciência, mais do que qualquer outro fenômeno transformou tanto o nosso mundo quanto o conhecimento e percepção sobre ele. É sob todo esse contexto que a internet¹ nasce: como parte desse conturbado período, quando Estados Unidos e a então União Soviética, super potências emergentes, passaram a disputar cada centímetro de terra para alcançar a sonhada hegemonia.

Terminada a Segunda Guerra Mundial, a aliança entre os dois países se extinguiu. Em 1947, os EUA elaboraram o Plano Marshall oferecendo ajuda econômica, política e tecnológica aos países arruinados, desde que esses concordassem com a ideologia capitalista. Por sua vez, a URSS atacou com o Kominform e o Komecon, planos para integrar a política e a economia das nações que iriam compor o bloco comunista. Em resposta, os Estados Unidos criaram a Organização do Tratado do Atlântico Norte (Otan) e militarizaram o Plano Marshall para poder brigar de igual para igual com a Rússia.

Com o mundo transformado em uma imensa bomba relógio sempre prestes a explodir, as duas superpotências passaram a correr desesperadamente em busca de novos “parceiros” e “aliados” para compor seus respectivos eixos de influência e reter a ameaça inimiga. Assim foi na Guerra da Coreia (1950-1953), Vietnã (1965-1975), na guerrilha no Afeganistão (1981-1988) e com os

¹ União da palavra inglesa *intenetworkings* (ligação entre redes). <http://www.marketingterms.com>. Em 28 de maio de 2003.

governos militares na América Latina (ao longo das décadas de 60 a 80). Todo esse frenesi logicamente também se refletiu em uma desenfreada corrida armamentista que gerou grandes avanços tecnológicos para ambas as nações, como nos diz Eric Hobsbawm (1995: 509): “Isso, por sua vez, acelerou a transformação da ciência de laboratório em tecnologia, parte da qual revelou ter um amplo potencial para o uso diário”. Com a popularização dos aparelhos eletroeletrônicos, houve uma verdadeira revolução de hábitos e costumes, graças a avalanche de novas tecnologias presentes no nosso dia a dia. Do aspirador de pó ao *walkman*, nada passou incólume e o Vale do Silício nunca foi mais o mesmo. A ciência passou a ser tão indispensável na vida das sociedades urbanas industrializadas, podendo ser amplamente assimilada em pequenos detalhes do cotidiano, indo do aparelho de barbear moderno até a automatização das linhas de montagem.

É como consequência de todo esse processo que a *web*² aparece em 1969 com o objetivo de permitir a comunicação entre militares norte-americanos. A gênese da internet surge com a Arpanet, um mecanismo de troca de mensagens criado para assegurar a manutenção das informações vitais trocadas a longas distâncias.

Seu grande trunfo está na não-centralização da informação enviada. Neste sistema, as mensagens são recortadas em pacotes com endereço de partida, destino e posição na mensagem. Por sua vez, computadores roteadores, distribuídos pela rede, sabem ler essas informações e redirecioná-las, mesmo se a linguagem for heterogênea (cabo, rádio, satélite etc.) Se, por acaso, a transmissão em um determinado ponto for interrompido e parte da informação for perdida, os roteadores pedem que o remetente as envie novamente. Os pacotes também podem tomar caminhos diferentes se a transmissão for suspensa. A descentralização e distribuição da informação foram as primeiras vantagens vislumbradas no início das pesquisas. Estudos como os de Roberto Parra exemplificam melhor essa questão da interconexão.

² Do inglês, rede.

"Não menos importante para os estrategistas militares de então era o fato de que a topologia sugerida para essa interconexão permitiria que, sob ataque inimigo, a rede como um todo continuaria a funcionar, mesmo que um ou mais pontos (um ou mais CPDs de uma mesma região geográfica) fossem nocauteados". (2001: 4).

Em tempos de espionagens, serviços secretos, assassinatos e sabotagens, eternizadas no cinema por James Bond, a criação de uma rede de comunicação descentralizada era mais do que pertinente. Nesse sistema, a informação jamais poderia ser destruída e dificilmente encontrada, graças a sua descentralização.

Os primeiros passos para o nascimento da internet aconteceram em 1966 quando Bob Taylor, diretor do Departamento de Projetos de Pesquisa Avançada da Agência de Defesa Americana (DARPA), teve a idéia de unir terminais de computadores em rede. Mas o passo mais importante viria a seguir. Em 1969, na Universidade da Califórnia, em Los Angeles (UCLA), foi criado o processador de mensagens em um minicomputador.

Em 1980, a Darpanet subdividiu-se em duas: a Arpanet (científica) e a Milnet (militar) que continuaram interconectadas entre si e o serviço foi batizado de Darpa Internet e depois apenas internet. Em seguida surgiram as redes cooperativas e descentralizadas para servir não só às universidades, mas também à sociedade em geral. Aos poucos a *web* foi perdendo o caráter exclusivamente militar e se tornando cada vez mais popular. Até meados dos anos 80, importantes redes como a CSNET (*Computer Science Network*) e a Bitnet (*Because it's time to Network*)³ foram responsáveis pelo crescimento e popularização da *web*. A NSFNET substituiu a Arpanet que desapareceu em março de 1990, um ano depois do fim da Guerra Fria, marcada pela queda do Muro de Berlin⁴.

³ Do inglês, Rede de Ciência da Computação e Por que é tempo de estar em rede.

⁴ O Muro de Berlin foi construído logo após o término da Segunda Guerra

Toda a popularização só foi possível através dos avanços tecnológicos na área da micro-informática. No início da década de 70, o desenvolvimento do microprocessador tornou viável o surgimento do computador pessoal. De certo modo, diferente do contexto em que surge a internet, a micro-informática tem seu grande estouro influenciada não pelas forças tecno-militares, mas sim pela contracultura americana, traçando um caminho inverso ao do poder tecnocrático vigente. Segundo Lemos (2002: 107), essa geração, que mantinha os laboratórios em suas garagens, tinha como lema o ideal de “computadores para o povo” (“*computer to the people*”). Diferente da idéia de que tais máquinas eram engenhocas destinadas a operar nos ambientes frios das empresas ou na nas linhas de produção das grandes indústrias, o computador passou a figurar também como um multi-instrumento para os mais variados objetivos imagináveis e inimagináveis. Ele agora poderia estar dentro do lar de qualquer um que tivesse a oportunidade de arcar com os altos custos para a compra de um modelo. O micro passou a ser sinônimo não só de trabalho com cálculos, mas sim de uma ferramenta de criação, comunicação e entretenimento.

“A formação da micro-informática deve-se ao desenvolvimento de domínios científicos a partir dos anos 40: a cibernética (1948), a inteligência artificial (1956), a teoria da auto-organização e de sistemas (dos anos 60), a tecnologia de comunicação de massa (rádio, televisão e telefone) e telemática (de 1950)”. Lemos (op. cit.).

Paralelo à popularização dos PCs (Computadores Pessoais), em 1984 a *web* definitivamente deixou de ser destinada para uso militar sendo aberta para universidades e órgãos de pesquisa nos

dividindo a cidade alemã em duas: Berlin Ocidental ficou sob domínio capitalista e Berlin Oriental com o comunismo. Ambas serviam como vitrine para mostrar suas respectivas ideologias. (N. do A.)

Estados Unidos. Desde então, um número cada vez maior de pessoas, não só na América do Norte, mas como em muitos outros países mundo afora, passaram a trocar informações via internet. No começo da década de 80, quando a rede ainda engatinhava, autores como Giovanni Giovanini previram que:

“... a telemática está destinada não só a abrir horizontes novos no que diz respeito aos meios de comunicação de massa, mas também a incidir sobre nossos próprios conceitos sobre os nossos próprios modelos culturais; toda a sociedade deverá enfrentar os desafios e as oportunidades oferecidas pela sua aplicação”. (1984: 292).

Ele não estava errado. No decorrer das décadas de 80 e 90, as telecomunicações passaram por profundas transformações como consequência dos avanços da microeletrônica, criando campo para que a internet pudesse ganhar o mundo.

A *web* é formada, hoje, por LANs (*Local Area Networks*), MANs (*Metropolitan Area Networks*) e WANs (*World Area Networks*)⁵ que interligados através de cabos, linhas telefônicas, satélites, microondas e fibras óticas, estão aproximando cada vez mais lugares fisicamente distantes como Tóquio e Londres, Nova Iorque e Kuala Lumpur, Rio de Janeiro e Paris, enfim, “acabando” com o tempo linear e o espaço geográfico.

Porém, até meados dos anos 90, difícil mesmo era conseguir “surfear” tranquilamente e chegar ao destino desejado. Até criarem um sistema único de navegação, fazer uma pesquisa era uma missão quase impossível em meio a um imenso caldeirão de informações. O grande problema da rede era a falta de praticidade e acesso ao produto pesquisado. Todo esse quadro de caos sofreu significativas mudanças em 1992, quando o engenheiro Tim Berners-Lee criou a *World Wide Web*⁶ no laboratório suíço CERN

⁵ Do inglês, Redes Locais, Redes Metropolitanas e Redes Mundiais.

⁶ Do inglês, Rede Mundial. É um sistema de hipermídia para se recuperar informações na internet.

(Laboratório Europeu de Física de Partículas). Foi ele que elaborou o sistema de códigos HTML (*Hypertext Mark up Language*)⁷, padronizando a linguagem da *web*, e também o sistema de endereços que permite localizar cada *site*: o *browser*⁸ para navegação. Berners-Lee, que hoje é celebridade entre os internautas, também elaborou as regras para interligação de documentos em computadores conectados à internet. Com isso, estava pronta a WWW, possibilitando introduzir ordem e um crescimento ilimitado no até então caótico espaço em que a rede havia se tornado.

A ferramenta de busca mais popular do planeta permite a pesquisa por páginas de informação através de *links*⁹ que induzem a navegação através de *softwares*¹⁰, levando a informação solicitada até o internauta. Finalmente o grande público ganhou seu passaporte de acesso para o mundo digital e o que se vê, desde a segunda metade da década de 90 até os dias de hoje, é uma revolução sem precedentes.

No Brasil, a internet veio se consolidar definitivamente no ano de 1995. Desde então, a rede vem crescendo de forma espantosa e expandindo sua teia dia após dia. Segundo pesquisas do Comitê Gestor Nacional, o crescimento da *web* no país atualmente é duas vezes maior do que a média anual no mundo¹¹. O Brasil já está em terceiro lugar no *ranking* de países do continente americano com o maior número de computadores conectados, ficando atrás somente do Estados Unidos e Canadá. Mundialmente, o País está

⁷ Do inglês, Linguagem de Marcação Hipertextual. É uma série de comandos que criam as páginas na internet.

⁸ Programas usados para navegar, pesquisar, baixar arquivos, acessar documentos... na internet. Os *browsers* fazem a leitura das páginas que estão codificadas (geralmente em HTML, mas não sempre). Como programas, os *browsers* contêm uma variedade de ferramentas que tornam a navegação na internet muito mais fácil. <http://www.marketingterms.com>. Em 28 de maio de 2003.

⁹ Do inglês, vínculo. É uma conexão entre dois elementos hipertextuais.

¹⁰ O *software* é um programa de computador que consiste em um conjunto de instruções em linguagem de máquina que irão controlar e determinar o funcionamento do computador e de seus periféricos. (Lévy 1999: 258).

¹¹ <http://www.cg.org.br>. Em 23 de setembro de 2003.

na 19^o colocação com quase metade das máquinas com acesso à internet na América Latina, incluindo o México. Como atesta André Manta (2003), calcula-se que o número de internautas brasileiros esteja estimado em cerca de um milhão e ainda há previsões de que até o final do ano de 2003 esse número aumente em 50%.

1.2 Cibercultura - BBS, IRC E ICQ

A popularização da cibernética e da informática, com início na década de 70, resultou na introdução do microcomputador à sociedade pós-moderna. Estabeleceu-se ao longo dos anos 80 e na década de 90 atingiu sua plenitude com as redes telemáticas. Desde então, a sociedade contemporânea e as chamadas novas tecnologias passaram a caminhar de mãos dadas, construindo o que hoje entendemos por cibercultura.

Os avanços tecnológicos advindos da primeira metade do século XX espalharam-se por toda parte em uma enorme velocidade, tornando-se quase onipresentes na vida das pessoas: nas artes, agricultura, economia, política, enfim, junto a todas as atividades práticas contemporâneas. Essa invasão, dentre outros motivos está associada com a preocupação desenfreada do capitalismo em procurar um método técnico mais eficiente em todas as formas práticas de produção: do Toyotismo¹² ao controle remoto, tudo foi planejado visando à praticidade total.

Esse sistema tecnicista vai afetar profundamente a vida cotidiana, montando um quadro de planetarização da sociedade de

¹² Toyotismo: A indústria "tradicional" é conhecida por utilizar o modelo chamado "fordismo- produção em série e em massa. Este modelo é hoje considerado ultrapassado, já que produz em larga escala e, por isso, necessita vender em larga escala o que produziu. O risco de "encalhe" é muito grande. Atualmente, a tendência é o modelo "toyotista- produção sob demanda. Isso significa que o risco de "encalhe" diminui, já que a produção de um determinado objeto, unitariamente, só é iniciada após a venda (na loja) ter sido efetivada. Portanto, vemos hoje a superação do modelo fordista e o surgimento do modelo toyotista de produção fabril. (N. do O.)

consumo e do espetáculo: a pós-modernidade. Este é o terreno fértil para o nascimento da cibercultura.

O conceito de pós-modernidade surge na segunda metade do século XX como sedimentação da sociedade de consumo ligada à falência dos ideais modernos, transformando significativamente os campos científicos, sociais, políticos e econômicos. Isso se refletiu no dia a dia do cidadão comum dos grandes centros urbanos industrializados, nas artes e, principalmente, na comunicação, que segundo John B. Thompson (1998: 138), é a grande responsável pela difusão da “nova ordem” vigente na atualidade. Todo esse movimento vai desembocar na máxima do capitalismo pós-industrial que transforma o planeta é um imenso mercado, chegando, enfim, na era da globalização tecnológica. O homem, em meio ao turbilhão de informações e mudanças, passa a perceber a realidade que o cerca de forma excêntrica, quase paranóica. No campo das artes e da cultura isso se refletirá de diversas formas, unidas pelo denominador comum da idéia de ruptura e anarquia.

Apenas a título de ilustração, na década de 60, a *pop art* de Andy Warhol, anunciou a morte da arte e o acaso da subjetividade. O pop entregou-se a sociedade de consumo e refletiu em suas obras o que todo mundo consome: fotografias baratas, gibis, Coca-Cola, caixas de sabão em pó, personalidades e ícones das décadas de 50 e 60 como Marilyn Monroe, além de sopas enlatadas e imagens distorcidas. A partir desse olhar banalizado, os objetos ganharam reconstituições, séries, ampliações, cópias exatas, miniaturas, sempre atribuindo uma visão crítica e contestadora que, de acordo com Beatriz Sarlo (2000: 97), mesmo quando parecem mais próximos dos objetos que adotam, o pop questiona fortemente a idéia de que a arte transforma tudo o que toca. No século XX, nenhuma outra arte representou tão fielmente a sociedade de consumo e a pós-modernidade como a *pop art* fez e continua fazendo até os dias de hoje.

Outra relevante marca do pós-modernismo a ser apontada é a crise da “idéia de futuro”. Segundo André Lemos (2002: 68), como atestam vários sociólogos e pensadores, se “o ano 2000 era

‘o’ futuro para a geração do começo do século, o ‘aqui e agora’ é a única saída para a geração do século que começa”. O homem pós-moderno, conseqüentemente, torna-se um indivíduo esquizofrênico. Ele tem pressa, como os jatos supersônicos, o trem bala, o *zapping*¹³, a batida do punk e a linguagem de edição dos videoclipes. Ele sonha em livrar-se desse mecanismo criando uma imagem de escapismo, uma nova idéia de *fugere urben*¹⁴, mas ao mesmo tempo já não sabe mais viver de outra forma.

Dentro dessa explosão de conceitos que teve seu estopim na década de 50, a cibercultura é parte integrante da recente história contemporânea e está devidamente contextualizada como peça chave para a compreensão dos nossos dias. Em linhas gerais, Pierre Lévy (2002: 17) define a cibercultura como “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. Este, por sua vez, pode ser considerado como o espaço de comunicação criado pela interconexão de computadores com o surgimento da internet. O termo “cibercultura” foi inventado pelo escritor William Gibson no romance “Neuromancer”, de 1984. Rapidamente a palavra foi transplantada para a informática e logo em seguida, amplamente difundida e usada em outros segmentos da sociedade.

A cibercultura vai nascer na metade da década de 70, junto com a internet. Ambas só foram possíveis graças ao acelerado desenvolvimento da micro-informática e da revolução da alta tecnologia das redes de telecomunicações, como destaca Dênis de Moraes:

“Cada vez mais, a informação viaja à velocidade da luz, como dígitos binários digitalizados, que são simbólicos 1s e 0s representativos de qualquer combinação de informação em voz, vídeo ou impressa. Um

¹³ Derivação da palavra inglesa *zap*. É o ato de mudar os canais da televisão através do controle remoto.

¹⁴ Do latim, fuga da cidade.

cabo de fibra óptica pode transmitir um sinal através dos Estados Unidos em 30 milissegundos”. (1998: 84).

A malha de teleinfocomunicações interliga diferentes formas de relacionamento e troca de informações com qualquer lugar do globo onde um terminal esteja conectado à rede. Pode-se consultar uma infinidade de museus, do cubismo ao impressionismo, nas badaladas galerias de arte virtuais de Paris, ou divertir-se com jogos eletrônicos nos principais portais de entretenimento japoneses. Através das rádios *online*, as novidades da música pop em Londres não parecem ser tão alternativas quanto se pensava. Já o bate papo, o correio eletrônico, e as listas de discussão (que serão analisadas mais adiante), proporcionam a comunicação direta entre um brasileiro e um sul-africano ou um australiano, por exemplo. Até as pesquisas acadêmicas podem ser livremente consultadas nas páginas das principais universidades americanas. Milhares e milhares de negócios são fechados à distância e a cada alta ou baixa em Dow Jones, o economista pode acompanhar cada segundo da cotação do dólar, até o fechamento do pregão.

Querendo ou não, o dia a dia, os hábitos e os costumes da sociedade pós-moderna estão sendo transplantados para o ciberespaço através de circuitos digitais, fibras ópticas, satélites, cabos e computadores. O mundo torna-se cada vez mais desterritorializado. Imagens, sons, textos... tudo está sendo convertido em cálculos binários acessados a partir de programas, disponíveis em toda parte e, ao mesmo tempo, em lugar nenhum. Quase todas as formas de informação podem ser convertidas em números. Imagens são transformadas em *pixels*¹⁵ e sons podem ser transformados em arquivo de mp3. Depois de convertidos e tratados, esses conteúdos serão traduzidos e apresentados na forma de textos, imagens, sons e sensações, tal qual são em suas formas originais.

A cibercultura, através do ciberespaço, e de elementos como

¹⁵ *Pixel* é uma abreviação de *Picture Element*. É a menor unidade de uma imagem eletrônica, seja ela digital ou analógica. (N. do A.)

o virtual e a simulação, vão criar um novo tipo de relacionamento entre o indivíduo e as novas tecnologias produzindo o surgimento de reações da vida pós-moderna perante essa nova sociabilidade: os *ciberpunks*¹⁶, as artes interativas, os *otaku*¹⁷, os *hackers*¹⁸, a música eletrônica, as comunidades virtuais e todos aqueles que de uma forma e outra, estão conectados e interligados à *web*. O ciberespaço vai ser entendido como o lugar onde estamos quando entramos em um ambiente simulado ou como o conjunto de redes de computadores interligados.

O que se nota hoje é o grande crescimento e interligação total entre o indivíduo e as redes telemáticas. Não só os computadores, mas os telefones celulares, carros e até geladeiras estão ligados entre si, tornando cada vez mais fácil o acesso ao ciberespaço criando uma série de relações entre a rede e as maneiras de como os internautas irão se relacionar. A internet, diferente dos demais *media*, não vai isolar ou homogeneizar a sociedade, e sim abrir campo para que ocorram mais interações entre diferentes pontos. Através de diversas ferramentas de navegação que oferecem e virtualizam as mais variadas formas de comunicação, o internauta tem a chance estreitar laços e estabelecer as mais variadas trocas de informações possíveis.

O correio eletrônico é talvez o mais popular e importante meio de se trocar informações no ciberespaço. Similar ao correio convencional, esse sistema funciona a partir de programas ou páginas onde a pessoa cadastrada adquire um endereço individual podendo, portanto enviar e receber mensagens a todos aqueles que, por sua vez, também possuam um. Os correios eletrônicos, junto com os fóruns e listas de discussão são responsáveis pela criação de comunidades que não são necessariamente unidas geografica-

¹⁶ “uma emergente sub-cultura jovem, fusionando antiautoritarismo punk com amor pelas tecnologias de ponta”. LEMOS, André. *Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea*. Porto Alegre, Sulina, 2002.

¹⁷ Fenômeno social de caráter jovem, surgido no Japão, na década de 60, baseado na cultura de consumo e na interação com a cibercultura. (N. do A.)

¹⁸ Especialista em resolver problemas e descobrir furos de segurança na internet. (N. do A.)

mente. Os mais diversos temas unem pessoas de todos os cantos do planeta juntos vão compartilhar informações de interesse comum: música, cinema, arquitetura, ciência. Com temas cada vez mais específicos, os grupos de discussão vão ter seu universo particular delimitado pela sua área de interesse. Existem listas para todos os gostos possíveis e imagináveis. Dos amantes de ferrovias em miniatura até o grupo de estudos de física quântica da Universidade Federal Fluminense (UFF).

As salas de bate-papo também são um outro fenômeno comunicacional que oferecem o diálogo direto, assíncrono e em tempo real entre usuários. Além do pioneiro IRC¹⁹, criado em 1988 por Jarkko Oikarinen, na Universidade de Oulu, na Finlândia, todo mega-portal na internet (Universo Online, Yahoo!, Altavista...) oferece seu próprio serviço de *chat*²⁰ para os internautas cadastrados que, assim como nos *newsgroups*²¹, também subdividem-se por um determinado assunto: sexo, futebol, novela, literatura... os gêneros são incalculáveis. Como destaca Nicholas Negroponte (1995: 143), na era da informação a idéia de *narrowcasting*²² aplicada na rede será fundasectionmental para atingir os desejos e anseios de cada indivíduo em particular.

De certo modo, esses programas acabam refletindo o mesmo tipo de comportamento que a sociedade tem quando organiza-se em tribos e comunidades, partilhando de um ideal comum, ou melhor, na busca de um interesse que possa ser partilhado entre pessoas em diferentes localidades. Hoje, o ICQ e o MSN Messenger são, juntos com o IRC, os programas disponíveis de graça mais populares da internet. Ao cadastrar-se no serviço a pessoa ganha um número ou *nickname*²³ para identificação, uma espécie de identidade, e com esse número, o indivíduo passa a “existir”

¹⁹ *Internet Relay Chat*. Do inglês, conversa e troca de informação via internet.

²⁰ Do inglês, conversa.

²¹ Listas de discussão via correio eletrônico.

²² Emissão programada para atingir um grupo demográfico específico. (N. do O.)

²³ Do inglês, Apelido.

dentro do programa podendo ser facilmente achado pelo seu código de acesso. Com o ICQ e o MSN, o usuário seleciona, através do número de identificação e *e-mail*, respectivamente, as pessoas com quem ele deseja se comunicar delimitando seu círculo de contatos, diferente do IRC e dos demais *chats* onde a troca de informação acontece de forma privada através dos diálogos entre duas pessoas, ou de forma coletiva, quando a comunicação é compartilhada por todos que estão na sala de bate-papo. Modernos, esses programas oferecem atualmente diversos serviços e aplicativos como a troca de textos, imagens, música e arquivos em geral.

Atualmente, grandes portais já descobriram o potencial dos bate-papos e usam-no de forma interativa, realizando encontros entre internautas e as redações de publicações digitais ou promovendo debates com pessoas famosas como artistas de televisão, cineastas, políticos, conjuntos musicais e personalidades em geral. Um modelo de sucesso nesse novo filão é o *chat* do Universo Online (<http://chatter.uol.com.br/batepapo>), contendo um dos maiores números de acessos do gênero no Brasil. (Barbosa, 2003)

Para Fred Evans (2003), o que vai marcar as trocas de diálogo na rede será o fato destas ocorrerem de forma muito mais social ou cognitiva do que geográfica. Se, por exemplo, o fã-clubes da banda irlandesa U2, cria uma sala de bate papo sobre o grupo, a comunidade que se formará entorno do tema será muito mais global do que local. Pessoas do mundo inteiro, de diferentes regiões, poderão compartilhar juntas, informações sobre seus ídolos da música. Elas não terão que ser necessariamente de Dublin ou Cork para poder se reunir e conversar sobre a banda.

Curiosamente, o advento de todas essas formas de comunicação na *web* estão causando uma fusão (Evans, 2003) entre as comunicações escritas e orais. Os *chats* em especial, exigem e exprimem um realismo tal que seus usuários têm a emergência de estar ultrapassando a barreira do virtual para o “real”. Através dos *emoticons*, do inglês *emotion* e *icons* (emoção e ícones), o internauta irá expressar-se com símbolos gráficos que representam seu

estado de espírito, seus sentimentos, seu humor, enfim, juntar-se ao texto e transmitir uma informação completa, ou quase.

Cada vez mais crescente, como provam a popularização da troca de informações *online*, a formação de comunidades, grupos e tribos intrinsecamente ligadas à *web* são uma nova realidade desde o final dos anos 80 com a consolidação das redes telemáticas. Junto com o advento da internet, a sociedade vem assistindo o surgimento e a emergência de uma nova sociedade de redes através dos *cyberpunks*, *hackers*, *crackers*, *otakus*, *cypherpunks* e até das cibercidades, que vão representar um “espaço geográfico des-territorializado” – em verdade, cartográfico. Tal sociabilidade só se dá graças às apropriações e domínio dessas novas tecnologias, não sendo nem melhor ou pior do que outras relações. A cibercultura irá refletir, em diferentes parâmetros, como a sociedade pós-moderna e seus diversos mecanismos funcionam. Pode-se considerar, portanto, que a cibercultura estabelece-se a partir do momento em que a micro-informática é absorvida pela vida social, transformando todo esse mecanismo em uma imensa indústria pronta para servir e ser servida de informação.

2 Webjornalismo – Uma nova maneira de informar

2.1 A Conversã das mídias

Com o surgimento e popularização das redes telemáticas, um novo modelo comunicacional está reorientando a prática jornalística para uma nova fase, talvez o estágio máximo da Revolução da Informação, que vem se transformando desde o telégrafo, do rádio, da fotografia, do cinema e da televisão. Diferente dos exemplos citados, onde a informação segue um modelo “um - muitos”, a internet oferece à “audiência” ou ao “público” (com a ascensão da idéia de interatividade, como veremos a seguir) maior acesso a um grande número de informações disponíveis no formato digital.

O internauta passa a interagir diretamente com o meio, podendo produzir, disponibilizar e discutir suas próprias conclusões dentro da rede, incentivando a relação “muitos - muitos”. Mesmo conservando a essência do jornalismo, essa prática será sensivelmente afetada com a introdução de novas técnicas que marcarão a nova linguagem vigente.

A convergência entre texto, imagem e som tem sido a marca desse novo jornalismo que surge no final do século XX e início do XXI. Por reunir e explorar todas as potencialidades dos demais meios, o jornalismo digital representa uma revolução no modelo de produção e distribuição das notícias. Somando as características do rádio, do jornal impresso e da televisão e transformando-os em recursos multimídia, o webjornalismo poderá alcançar horizontes nunca antes vislumbrados pelos outros veículos de comunicação.

Embora toda as transformações sejam recentes, os grandes meios já perceberam essa nova realidade e estão investindo recursos em *sites* com versões digitais de seu conteúdo. O grande desafio desses grupos é conseguir construir uma linguagem própria do seu meio. Tanto a televisão, como o rádio e o jornal vão desenvolver capacidades específicas – aplicadas somente ao próprio meio – às suas características. A mistura de elementos multimídia permite que o internauta construa seu próprio roteiro de leitura, que, segundo José Messias Canavilhas (2003), acaba obrigando o jornalista a produzir as matérias de forma especial, como um guia de navegação análogo. O repórter passa a ser um produtor de conteúdos que apresenta a informação completa, retratada em variados níveis midiáticos. Algumas previsões já mostram que, no futuro próximo, o jornalista terá que ser cada vez mais multimídia, dominando as mais variadas formas de se produzir conteúdo que sigam as novas “regras” impostas pelas redes telemáticas. Para Thaís de Mendonça (2003), o jornalista do “bloquinho e da caneta” está passando por uma fase delicada, correndo o sério risco de desaparecer, caso não se adapte à emergência e à velocidade da informação que hoje atinge seu auge.

O jornalismo digital nasce em 1981, quando o Columbus Dispatch, nos Estados Unidos, disponibiliza todo conteúdo da edição diária na rede, cobrando uma taxa para os usuários. Como atesta André Manta (2003), ainda na década de 80, experiências com vídeo-texto foram produzidas por grupos como o Time, Time-Mirror e o Knight-Ridder. Logo depois, os poucos jornais digitais passaram a ser mantidos por empresas de serviços *online*²⁴. O primeiro jornal norte-americano a criar um suporte digital foi o San Jose Mercury News, em 1994 e desde então, a transposição dos conteúdos da edição em papel para a edição *online* impera na rede.

Ainda segundo Manta (op. cit.), o advento da *World Wide Web*, em 1992, foi decisiva para o crescimento e consolidação das publicações na internet, “possibilitando uma melhor adaptação de jornais e revistas ao suporte digital. Pela primeira vez, a rede ganhava uma interface gráfica amigável, baseada em hipertexto e multimídia”, permitindo o acesso a qualquer tipo de conteúdo com um simples clique no cursor. A partir do momento que em a internet ficou mais próxima e ao alcance da população, o acesso e o desenvolvimento das publicações *online* deram um salto evolutivo em tempo recorde. Calcula-se que 170.000 páginas estão surgindo na internet diariamente²⁵.

2.2 Webjornalismo no Brasil

No Brasil, a transposição do conteúdo de um jornal impresso ocorre no ano de 1995 quando o Jornal do Brasil (<http://www.jbonline.com.br>) lança a primeira edição completa de um jornal nacional na internet. Antes do JB, a versão digital da Agência Estado já entrara no ar e o Jornal do Commercio, de Recife, colocara seus arquivos na rede. Em seguida surgiram as versões d’O Estado de São Paulo, O Globo, Estado de Minas, Zero Hora, Diário de Pernambuco e Diário do Nordeste.

²⁴ Serviços prestados para internet.

²⁵ <http://www.forrester.com>. Em 25 de setembro de 2003.

Em 1999, foi inaugurada a internet 2 no Brasil, ligando universidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, a uma velocidade de 155 milhões de bits/segundo via satélite, aumentando sensivelmente o potencial de transmissão de dados, fundamental para o desenvolvimento de um jornalismo mais ágil. De acordo com estudos de Thaís de Mendonça (op. cit.), em pouco mais de seis anos, o Brasil atingiu o número recorde de 22 milhões de celulares e a venda de computadores pessoais cresce à razão de 30% ao ano.

No ano de 2000, o provedor IG lançou o primeiro jornal totalmente concebido para a *web*, o Último Segundo, com material de agências de notícias e um time próprio de repórteres. Logo em seguida, os portais roubaram a cena produzindo conteúdos jornalísticos em uma nova escala. Os grandes portais em atividade atualmente são o Universo Online, Terra, IG, Brasil Online, América Online, Globo e Yahoo!. Esses *sites* passaram, desde então, a influenciar um novo rumo dentro das redações. De acordo com Suzana Barbosa,

“... os portais, de fato, produziram uma categoria para o jornalismo online: o jornalismo de portal, marcado por uma dinâmica mais ágil, principalmente pela consolidação do modelo de notícias em tempo real, as chamadas *hard news*...” (2003).

É preciso compreender que a internet trouxe novas formas de se produzir informação, transformando o webjornalismo em um imenso caleidoscópio de possibilidades: a convergência de áudio, vídeo e texto, a não linearidade do hipertexto, a interatividade da multimídia e a velocidade de giro. A transformação de todos esses recursos citados em conteúdos noticiosos de qualidade é hoje o grande desafio do jornalismo no século XXI.

A internet tornou possível a quebra de recepção da informação, levando o repórter para um caminho sem volta. Um caminho de experimentações que findará na descoberta de uma nova linguagem técnica, muito mais livre e rica. Os suportes digitais

oferecidos pelos grandes veículos digitais já começam a explorar de forma inteligente essa gama de opções: além da convergência multimídia, já existem conteúdos encontrados somente nas versões eletrônicas, o uso de *links*, livre acesso a banco de dados, arquivo com edições passadas, notícias em tempo real e uma série de outros serviços. Em seguida, será apresentada uma análise da exploração de algumas potencialidades relacionadas ao jornalismo na rede.

2.3 Características

2.3.1 Interatividade

Na internet, a análise dos fatos jornalísticos tem como aliada – ou inimiga – uma série de recursos que aproximam o repórter do leitor, fazendo com que estes sintam-se cada vez mais parte integrante do processo comunicativo. O crescimento acelerado do webjornalismo está estreitando, de forma incrível, a relação entre o jornalista e o consumidor de notícias. Quando se poderia imaginar que o leitor iria ter seu ponto de vista sobre um determinado fato impresso nas páginas de um jornal? Essa característica não se restringe a um grupo específico nem passa por uma “triagem” de correspondências nas redações. Basta estar conectado na internet que qualquer um tem o acesso para expressar sua opinião e até conversar com o próprio jornalista que redigiu a matéria. A interatividade entre o leitor e o produtor de conteúdos é uma das mais interessantes aplicações que a internet trouxe para dar fôlego ao “novo” jornalismo nas redes.

O termo interatividade surge na década de 60 como derivado do neologismo inglês *interactivity*. A palavra foi empregada nessa época, para denominar o que os pesquisadores da área de informática entendiam como uma nova qualidade da computação interativa²⁶.

²⁶ Glossário do NTA: <http://www.ntaestacio.cjb.net>. Em 11 de novembro de 2003.

A palavra, amplamente usada nas relações de troca e recombinação de mensagens na internet, não é exclusividade apenas da rede. Como aponta Pierre Lévy (1999: 79), “Mesmo sentado na frente da televisão sem controle remoto, o destinatário decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de muitas maneiras...”, ou seja, a interatividade pode ser encontrada, em diferentes graus, em vários tipos de relacionamentos, da conversa pelo telefone à partida de videogame. O fato é que, com o surgimento do webjornalismo, a interatividade tornou-se uma das marcas que legitimam essa nova mídia. *Chats, e-mails, fóruns, pesquisas e sistemas de comentários* são alguns dos recursos mais utilizados na rede que tornam possível a interatividade de forma massiva.

2.3.2 Hipertexto

A possibilidade de conduzir a própria leitura é o que caracteriza o hipertexto. Um sistema de escrita e leitura não-linear comumente encontrado em páginas na internet e CD-ROMs, mas já percebidos em notas de rodapé em um texto ou nas anotações e observações feitas a lápis por um estudante em seu livro de Química. A diferença do hipertexto nos suportes digitais em relação aos exemplos citados acima está na velocidade de transferência de uma informação para a outra. Em questão de segundos, o internauta que lê uma matéria sobre furtos de automóveis na região do Grande Rio, pode checar as referências de uma pesquisa sobre índice de crescimento dos casos de furto ao longo da década.

Como nos mostra Manta (2003), “Em um sistema de hipertexto, cada documento vai conter um ou mais *links* para outros, possibilitando ao usuário construir sua própria trajetória em busca das informações que lhe interessam”. No webjornalismo, a técnica da pirâmide invertida vai por água abaixo, uma vez que um primeiro texto introduz o mais importante da notícia e o restante da informação (gráficos, pesquisas, matérias adicionais, depoimentos...) estaria ligado ao fato principal através dos atalhos de hiperligações. O *link* possibilita o acesso a qualquer lugar de um

determinado documento arquivado em um computador em qualquer outro lugar, permitindo rápido alcance do documento desejado.

Os recursos de hiperdocumentos quando bem usados em uma publicação na *web*, podem disponibilizar atalhos para outras páginas, estimulando uma pesquisa mais aprofundada sobre o assunto referido. Há ainda a possibilidade de integrar diferentes matérias que tenham algum tipo de ligação em comum. Uma matéria sobre os efeitos nocivos dos raios solares na pele humana pode ter um atalho para uma entrevista com um renomado médico dermatologista ou para os dados de uma pesquisa sobre índice de casos de câncer de pele no Brasil, no período de verão. Essas referências podem levar o leitor para textos com o mesmo tema disponibilizados nos arquivos da *home-page*.

Aliado aos recursos multimídia, o hipertexto, segundo Manta (op.cit.), vem trazendo uma nova dinâmica às publicações eletrônicas que têm evoluído de forma significativa na rede. Atualmente, não só as grandes mídias digitais ou os portais, mas também os pequenos *sites* já desfrutam de uma relativa familiaridade com tais recursos. Oferecer *links* em uma leitura não significa somente dividir o texto em diferentes blocos. A leitura não-linear torna-se, então, marca – não exclusiva – dessa nova era dentro do jornalismo e junto com outras características, algumas já citadas aqui, promovem a possibilidade do internauta traçar seu próprio curso, transformando o webjornalismo em uma nova mídia.

2.3.3 Multimídia

Multimedialidade ou convergência de mídias, como o próprio nome diz, trata-se da fusão dos formatos das mídias “tradicionais”: texto, imagem e som em um único fato jornalístico. Através de recursos de áudio, vídeo, hiperligações, *flash*, entre outros, o jornalista passa a ser um produtor de conteúdos multimídia (Canavilhas 2003). O consumidor dessa informação será ao mesmo tempo, ouvinte, leitor e telespectador. Por isso é preciso muita cautela ao

produzir essa nova notícia. Se não houver cuidado, os conteúdos poderão tornar-se redundantes, ou melhor, um imenso bolo naufragando nas profundezas desse oceano informacional. Organizar o conteúdo e recriá-lo de forma atraente e cativante será uma das principais metas do jornalista na *web*.

Em uma visão mais científica relacionada ao termo, temos o conceito de Pierre Lévy, que diz que:

“O termo ‘multimídia’ significa, em princípio, aquilo que emprega diversos suportes ou diversos veículos de comunicação. (...) Hoje, a palavra refere-se geralmente a duas tendências principais dos sistemas de comunicação contemporâneos: a multimodalidade e a integração digital”. (1999: 63).

Ainda segundo o autor, o termo “multimídia” é erroneamente empregado, uma vez que a informação hoje é muito mais calcada na imagem e no som, diferente dos anos 70, quando os computadores estavam distantes da sociedade, porém, mais próximos dos cálculos, dados numéricos e textos. O adequado seria empregar o termo multimodalidade, nomenclatura que remete às modalidades sensoriais como a visão, a audição e as sensações de uma maneira geral. Em contrapartida, o glossário do *site* NTA²⁷ afirma que “em seu sentido mais lato, o termo ‘*multimídia*’ se refere à apresentação ou recuperação de informações que se faz, com o auxílio do computador, de maneira multissensorial, integrada, intuitiva e interativa”.

A página do Clarín (<http://www.clarin.com>), um dos principais jornais impressos da Argentina, é atualmente, um meio que serve de exemplo ilustrativo para melhor compreender uma determinada notícia sob a perspectiva do presente conceito. Em uma única notícia, sobre o incêndio de um prédio em Moscou, na Rússia²⁸, o leitor pode encontrar o texto noticiando o acidente, fotos

²⁷ Glossário do NTA: <http://www.ntaestacio.cjb.net>. Em 11 de novembro de 2003.

²⁸ Em 24 de novembro de 2003.

do local além de um vídeo ao vivo com cenas dos bombeiros controlando as chamadas e a equipe de salvamento socorrendo as vítimas. Aliar texto, som e imagem não é uma tarefa nada fácil para o jornalista que trabalha com a internet. Somando ainda à urgência da informação atual, inerente ao webjornalismo, a produção de conteúdos *online* está sempre correndo o sério risco de cair em erros que prejudicam a matéria e a credibilidade no veículo de comunicação, responsável pela veracidade da matéria.

2.3.4 Customização

De maneira abrangente, a customização da notícia na internet pode ser feita, por exemplo, através de *cookies*²⁹ ou de escolhas feitas pelo internauta ao preencher um cadastro de acesso à página. Essa estratégia está se tornando uma saída para atrair ainda mais o leitor que em muitos casos não sabe por onde começar sua leitura diária. O excesso de informação na rede pode deixar qualquer um à deriva, se não houver um mínimo de objetividade ao procurar uma informação.

As notícias personalizadas também podem chegar até o leitor via *e-mail*. Esse novo sistema, conhecido como *push*³⁰, envia notícias específicas para cada conta de correio eletrônico criando um atalho econômico. André Manta acrescenta que:

“O push tem se apresentado como uma das principais tendências no setor de editoração online. Os grupos editoriais na internet começam a utilizar essa tecnologia em maior escala e basicamente estão atuando em duas frentes: e-mail de texto simples, e-mail em HTML e programas especiais de entrega de conteúdo”. (2003).

²⁹ Pequenos arquivos de texto enviados pelo servidor que permitem obter informações sobre os computadores que o acessam. (N. do A.)

³⁰ Do inglês, empurrar.

Ainda existem *sites* noticiosos, como o da rede CNN (<http://www.cnn.com>), que oferece um serviço que permite a pré-seleção dos assuntos de interesse do leitor. Nesse caso, quando o *site* é acessado por uma pessoa cadastrada no sistema, o mesmo irá abrir uma página obedecendo ao perfil do usuário. Se, por exemplo, em seu cadastro estão selecionadas as predileções por esportes, economia, turismo e música, sempre que acessada, a página pessoal desse internauta terá os tais tópicos periodicamente atualizados e dispostos na tela, de acordo com os temas escolhidos.

Da mesma forma funciona o “MY NME”, serviço de customização de notícias desenvolvido pelo suporte digital do semanário inglês New Musical Express (<http://www.nme.com>). Ao cadastrar-se no sistema, o leitor passa a receber via *e-mail* as notícias de interesse pessoal e uma página personalizada com notícias também de interesse individual.

Sendo assim, se um leitor do jornal, que tem acesso ao *site*, resolve montar seu próprio “MY NME”, colocando em seu perfil as predileções musicais em grupos como os Beatles, Smiths e Coldplay, autores como Jostein Gaarder, Irvine Welsh e Bret Easton Ellis, além de atividades de lazer como cinema, viagem e shows, ele irá receber periodicamente através do seu correio eletrônico, todas as notícias e novidades ligadas ao seu perfil. Da mesma maneira, sempre que entrar na sua página personalizada, ele irá encontrar as fotos, vídeos, promoções e matérias relacionadas ao seu gosto pessoal. A customização, assim como outros recursos muito comuns na internet, servem não como limitadores ou moderadores de informação.

Na verdade, eles orientam e, em alguns casos, poupam o tempo de quem só tem cinco minutos (do metrô ao escritório) para checar no *laptop*³¹ as últimas notícias que lhe são de interesse. A notícia mastigada e reorganizada não dá o tempo necessário para o leitor fazer uma varredura pela informação até encontrar o que procura exatamente, ou seja, por outro lado, o internauta perde a

³¹ Computador portátil.

grande chance de descobrir novos assuntos e explorá-los mais a fundo. Mas quem se importa?

3 Finalmente os *weblogs*!

3.1 Você é o editor

Eles surgiram no final de década de noventa inofensivos, mas em uma velocidade incrível (ainda em expansão), estão tomando a internet de assalto. Calcula-se que já existam mais de um milhão deles e que a cada 40 segundos um novo está sendo criado, segundo dados da revista Newsweek de 26 de agosto de 2002. O advento e popularização dos *weblogs* são, na verdade, um fenômeno social de escala planetária que não pode ser tratado de forma corriqueira. Atualmente, sendo usado como uma ferramenta de comunicação para os mais variados fins, os *blogs* são um potente canal de informação que estão causando uma verdadeira transformação nas redes telemáticas.

Eles surgem trazendo consigo o livre direito de se comunicar via internet, estando disponível e ao mesmo tempo ao alcance de qualquer um. Talvez seja esse o grande diferencial que o sistema tem como chamariz: a acessibilidade para todos. Nunca nenhuma outra mídia ofereceu tanto espaço e visibilidade como a internet oferece e os *weblogs* surgem como passaporte para esse novo mundo.

Ao longo do século XX e no decorrer desse início de século XXI, a informação passou a ser algo vital na vida das sociedades pós-modernas, fonte de alimento e sobrevivência para quem deseja sentir-se parte integrante de um todo. Não é à toa que os *blogs* pessoais em todo mundo vão ganhar maior destaque e estigmatizar a ferramenta como diário de “confidências abertas”. Rótulo que vem abaixo quando se nota que pode ir muito além dos desfiles de egos, criando arte, literatura, humor, jornalismo... a lista é infindável e as opções só dependem da criatividade e qualidade que cada um pode exprimir e canalizar para a tela do computador.

O dicionário *Marketing Terms*³² define o *blog* como um *site* (ou parte de um *site*) onde seus usuários atualizam o conteúdo de forma cronológica, onde os *e-journals*³³ podem atualizar suas informações de forma mais veloz. A nomenclatura *weblog* vem da união das palavras inglesas *web* (rede) e *log* (diário de bordo), ou seja, esses pequenos *sites* funcionam como uma espécie de diário/guia de navegação. Assim, no final da década de 90, os primeiros editores de *blogs*, segundo Paulo Miguel Madeira (2003), eram entusiastas da rede que aprenderam a usar o código HTML³⁴ ou visionários que, sem querer, através de suas páginas pessoais já expunham uma idéia do que viria a seguir. Até meados de 1998, o número desse tipo de página não passava de uma centena, mas dia após dia, novos internautas passaram a criar seus próprios *sites*. Esse crescimento continuou em 1999 com força total até que em junho a empresa Pitas lançou a primeira ferramenta grátis de como se montar seu próprio *weblog*.

Nessa altura, o número de diários pessoais já era enorme. Foi então em agosto do mesmo ano que Evan Williams, da Pyra Labs, de São Francisco, nos Estados Unidos, criou o Blogger (<http://www.blogger.com>). Por ser um serviço gratuito, de fácil manuseio, estando ao alcance de qualquer indivíduo que tenha acesso à internet, o *site* causou uma verdadeira explosão no número de adeptos do serviço.

Em seguida surgiram outros *softwares* como o Velocinews (<http://www.velocinews.com>), Weblogger (<http://www.weblogger.com>), Groksoup (<http://www.groksoup.com>), Edith This Page (<http://www.ediththispage.com>), Grohol (<http://www.grohol.com>) entre muitos outros. Rapidamente a mania se espalhou mundo

³² <http://www.marketingterms.com>. Em 20 de março de 2003.

³³ Publicação eletrônica similar aos *e-zines*. É facilmente encontrada em círculos acadêmicos.

³⁴ *Hypertext Markup Language*: linguagem de marcação hipertextual. Uma coleção de comandos de formatação que criam páginas na internet. Toda a rede é formada por códigos de HTML. Glossário, Carlos Irineu Costa, In Pierre Lévi (1999: 254).

afora e milhares de pessoas passaram a ter sua própria página na internet, podendo atualizá-las quase instantaneamente.

3.2 Novos rumos

De acordo com Rosa Meire Carvalho de Oliveira (2003), “O principal diferencial da nova ferramenta é que ela trouxe velocidade na criação, postagem e atualização dos ciberdiários, democratizando o acesso de não-especialistas em linguagem como HTML, FTP, dentre outras, à construção e manutenção das páginas pessoais”. Os *blogs* simplificam a linguagem da internet tanto para o editor como para o internauta que o visita. Se os *bloggers* não encontram barreiras em editar seus textos, os leitores irão se deparar com uma configuração simples e direta, que oferece uma leitura prática e não-linear, através dos *hiperlinks*.

Até se tornar uma grande febre, os primeiros *weblogs* a entrar no ar funcionavam como um guia de *sites*, que através de *links* para outras páginas, conduziam o leitor em uma navegação de “pilhagem”, que segundo Pierre Lévy (1999: 85), é quando estamos “Vagamente interessados por um assunto, mas prontos a nos desviar a qualquer instante de acordo com o clima do momento, (...) acabando sempre por encontrar alguma coisa, derivamos de site em site, de link em link, recolhendo aqui e ali coisas de nosso interesse”. Estes atalhos sempre vêm acompanhados de um comentário, uma resenha, uma crítica... do editor. Desde reportagens publicadas em um grande portal como o Jornal do Brasil Online (<http://www.jbonline.com.br>) até um obscuro catálogo de moda feminina japonesa (<http://www.livejournal.com/community/gangaru>), tudo pode tornar-se alvo da análise de um editor em seu diário virtual.

Essa seleção de hipervínculos acaba poupando o internauta de uma árdua busca por determinado assunto que, em muitos casos leva o leitor à deriva, sem conseguir encontrar com exatidão a informação que almeja. Como atesta Rebeca Blood em seu ensaio “Weblogs: a history and perspective”:

“Esses weblogs fornecem uma valiosa função de filtro para seus leitores. A rede, na verdade, já foi pré-navegada por eles [os editores]. Apesar da grande variedade de páginas dispostas pelo ciberespaço, os editores de weblogs selecionam os mais difíceis de se imaginar, os mais estúpidos e os mais interessantes”.

(2000)

Os “*filter-style weblogs*” desempenham, portanto, uma dupla função. A primeira, como o próprio nome diz, é a de um filtro de informações, uma peneira que seleciona e poupa o tempo de quem busca um determinado dado. A segunda assemelha-se ao trabalho de *ombudsman*, muito comum nas redações de grandes jornais, ou seja, o editor comenta, argumenta e discute a informação que foi selecionada.

Suponha que uma pessoa, amante de bons vinhos, queira estar mais bem informada sobre os melhores produtores sul-africanos, as espécies de uvas cultivadas para a produção da bebida e as regiões que fazem os melhores vinhos do país. Suponha também que essa pessoa tenha descoberto que um enófilo da Cidade do Cabo mantém um *blog* inteiramente dedicado ao assunto.

Com textos sempre atualizados cronologicamente, *links* indicando páginas especializadas, contato direto através do correio eletrônico, sistema de comentários e referências técnicas dispostas no *layout*, vão tornar o *blog* do enófilo uma grande fonte de informação para aqueles que buscam dados tão precisos e acabam se perdendo pelo labirinto cibernético das redes telemáticas. Como trata-se de uma página mantida por profissional especializado, espera-se encontrar ali uma fonte de vanguarda, atual e rica em informações sobre o tema.

Weblogs usados como fonte de pesquisa e/ou ensino são apenas uma das facetas dessas pequenas páginas pessoais. Um professor que amplia o conteúdo dado em sala de aula para as redes telemáticas cria um vínculo ainda maior com seus alunos e as discussões, dúvidas e curiosidades acerca da matéria dada na instituição de ensino podem ganhar novas dimensões. Ao serem

constantemente debatidas entre os alunos através de um fórum, o *blog* acaba se tornando um forte aliado na fomentação do saber e na manutenção de assuntos previamente pautados pelo professor. Como melhor explica Mario Lima Cavalcanti,

“... uma ferramenta com atributos tão fortes como o *weblog* pode tornar-se ainda mais poderosa se utilizada com o propósito de passar experiências e ensinamentos acadêmicos. A verdade é que fala-se muito em *weblogs* escritos por internautas ou por profissionais da área de Comunicação. Mas seria formidável se começassem a surgir mais *blogs* criados e mantidos por educadores”. (2003).

Ainda de acordo com Cavalcanti (op. cit.), uma ação concreta nesse sentido ajudaria a eliminar o rótulo de “diário virtual de adolescente” que a grande mídia insiste em disseminar. Seria uma tarefa um tanto quanto árdua acabar com tal estigma uma vez que a maior parte dos editores de *weblogs* é, de fato, adolescentes que usam a internet como catalisador de emoções e compartilhamento de segredos e confidências. É fato que milhares e milhares de *blogs*, sejam eles portugueses, ingleses, franceses ou espanhóis, servem unicamente como diário *online* e, incrivelmente, conseguem alcançar bastante notoriedade. Em alguns casos, até mais do que um bom diário dedicado a notícias e crônicas sobre o dia a dia da sociedade brasileira.

Essa fixação, ou como muitos preferem chamar, voyeurismo, não chega a ser uma patologia, mas as pessoas simplesmente têm curiosidade em explorar a vida alheia, não importa como, pelo buraco da fechadura ou pela tela do computador, essa espionagem social faz parte de uma das inúmeras peças que compõem o universo da cibercultura. Não é de se espantar que a maioria dos internautas que mantêm seus diários seja formada, segundo Pierre Lévy (1999: 123), por uma “juventude metropolitana escolarizada” que almeja a criação de comunidades virtuais, inteligência coletiva, interconexão... isso explica o grande número de

blogs pessoais que atualmente infestam a rede e parecem crescer proporcionalmente ao número de computadores que conectam-se à *web*.

Para Rosa Meire Carvalho de Oliveira,

“A estrutura dos blogs permite que o usuário além de tecer sua própria performance, copie e cole *links* na sua página na internet. Isso tem favorecido a interligação dos blogs, cujos editores têm formado verdadeiras comunidades na web (...) É comum quem tem um blog falar e/ou visitar o blog do outro, formando, com isso, verdadeiras vizinhanças dentro da rede”. (op. cit.).

O frenesi, a mania e a explosão dos *weblogs* podem ser encarados como o topo máximo de um gráfico que começou a ser traçado na década de 70, quando um “movimento social” iniciado na Califórnia lutava sob o lema Computadores Para o Povo³⁵. Os jovens cientistas que, no interior de suas garagens, passavam dias e dias elaborando inovações que transformassem as frias máquinas em ferramentas de auxílio no quotidiano, mal sabiam da reação em cadeia que estavam começando a desencadear.

No final dos anos 80, essa “juventude metropolitana escolarizada” já estava muito mais familiarizada com o uso – e abuso – dessas novas tecnologias da informação. A recém nascida internet passou a ser ponto de encontro para compartilhar, produzir e trocar informações. Timidamente, através do BBS, do *e-mail*, dos fóruns de discussão e mais tarde, a partir da segunda metade da década de 90, com as salas de bate papo, o IRC e o ICQ, não só os jovens, mas toda uma multidão de usuários passou a organizar-se em comunidades e a troca de informações via internet saltou de um pequeno fluxo para uma verdadeira enxurrada informacional.

Os *weblogs* surgem sob a luz desse novo conceito. Nada mais natural, portanto, que eles venham a se tornar uma ferramenta

³⁵ Ver o capítulo 1, A História, página 5.

revolucionária que passou a dar a qualquer um o poder e o livre direito de comunicar-se. Não importa se o foco é o dia a dia de uma estudante do ensino médio ou uma tese de doutorado sobre medicina chinesa.

Além do “*filter-style weblog*”, já mencionado no texto, uma nova onda se formou após a explosão da *blog-mania*, na segunda metade de 1999, e trouxe para internet uma nova forma de se fazer jornalismo. Os “*journal-style weblogs*”, segundo os estudos de Rebeca Blood (2000), mudaram o conceito de “lista de *links* com comentários e opiniões pessoais” para um modelo de “*website* atualizado freqüentemente com novos textos postos no topo da página”. A fronteira que divide os dois tipos de *blogs* é bastante tênue, já que o segundo caso, além de dispor de matérias atuais, também pode manter sua função de filtro, facilitando a navegação do *flâneur*³⁶ que não sabe ao certo aonde quer ir.

No ensaio de Rebeca Blood (op. cit.), a construção da idéia do novo formato jornalístico se restringe muito a um conceito mais pessoal, afirmando que a narrativa da página gira apenas em torno de questões pessoais e uma visão de mundo íntima e particular. O que se percebe, portanto, é que no decorrer de 1999 até os dias atuais os *blogs* jornalísticos não apenas imprimem uma visão pessoal sobre um fato corriqueiro, mas centenas de milhares deles irão discutir e debater a notícia, o fato que é trabalhado na grande mídia. Dessa forma, o editor de um *weblog* estará alimentando, mesmo que sem querer, uma prática metajornalística. Aliando tal característica com a grande quantidade de *links* oferecidos para outros *sites*, freqüentemente da grande mídia, o *weblog* pode ser considerado uma espécie de metajornalismo, muitas vezes comentado, com liberdade inclusive para alinhar fontes dis-

³⁶ O conceito de *flâneur* foi amplamente utilizado pelo poeta Charles Baudelaire, no século XIX, e pelo filósofo Walter Benjamin, no século XX. *Flâneur* é uma personagem que passeia, sem compromisso, pelas ruas da Paris do século XIX. Com a cibercultura, surge o termo “ciberflâneur” (ou “cliqueur”): aquele que “flana” pelas redes telemáticas. (N. do O.).

tintas em uma única atualização, citando e confrontando veículos concorrentes ou pontos de vista conflitantes.

O metajornalismo é uma forma de jornalismo que não se baseia diretamente nas fontes de informação, mas nas notícias, nas opiniões e no trabalho realizado pela imprensa em geral. O metajornalismo é praticado por entidades como o Observatório da Imprensa (<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>) e consiste na análise crítica do trabalho realizado pelos *media*. Esta forma de intervenção na sociedade permite aprofundar, corrigir, discutir, expor e criticar as notícias e as idéias que vão sendo produzidas pela imprensa. Politicamente, funciona como um contra-poder aos impérios midiáticos que estão cada vez mais concentrados nas mãos de uns poucos grandes grupos econômicos. Através da comparação de notícias sobre o mesmo acontecimento, produzido por vários órgãos de comunicação e destas com fatos conhecidos, o metajornalismo procura expor contradições, interesses e parcialidades.

3.3 Webjornalismo e weblogs

Com base nisso, pode-se perceber a atual importância dos *weblogs* – que se dividiram, segundo nossa análise, em: *blogs* de entretenimento (com características de diários pessoais) e *blogs* de informação (com características jornalísticas).

Não se pretende criar categorias ou classificá-los em diferentes e variados modelos, mas essa subdivisão permitirá uma melhor compreensão e delimitação das páginas a serem estudadas mais adiante. Em muitos casos, esses dois conceitos acabam misturando-se em um único *site*. Entretanto, o foco de análise do presente texto, pretende ater-se apenas aos *blogs* que, direta ou indiretamente, trabalham com textos jornalísticos, levando para suas configurações os conceitos que emolduram a prática jornalística na *web*.

A internet, como já foi dito antes, está infestada de *weblogs* e a cada dia que passa, milhares e milhares de pessoas criam suas

próprias páginas para os mais diferentes fins. Não é de se admirar, então, que muitas dessas sejam dedicadas a produzir notícias, comentar, resgatar e processar tudo, com a vantagem de oferecer ao público uma escrita mais pessoal e descompromissada. Tanto o formato como o uso que dele é feito torna importante a questão da sua relação com o jornalismo e permite admitir que possa vir a ter algum impacto na forma como este é visto pela sociedade. Atualmente, questiona-se muito sobre a relação entre os *weblogs* e a credibilidade. A ala mais conservadora defende que as pequenas páginas não respeitam a veracidade da notícia, colocando-as no ar sem ao menos procurar checar e apurar os fatos. Acreditam que o jornalismo das redações ainda é a forma mais “coerente” de se produzir boas matérias.

O engraçado, porém, é que são essas as mesmas pessoas que questionam a credibilidade do Jornal Nacional, da Rede Globo, ao “manipular” as eleições ou do Jornal do Brasil, por virar as costas para a Zona Norte carioca em suas matérias. Ora, em quem se pode confiar, então, quando o assunto é informação jornalística?

Na verdade, para o editor de *weblog*, não há mal nenhum em divulgar informações, rumores e especulações, desde que fique bastante claro o que se tem por “verdade”, aquilo que não se tem certeza e o que foi previamente veiculado em outros editores ou mídias. Dentre outros fatores, uma notícia publicada em um *blog* chega mais perto da idéia de diálogo ou uma conversa informal, bem diferente de um registro oficial. Cabe ao leitor ter discernimento sobre aquilo que se lê diariamente na internet. Através dos conceitos que definem a idéia do webjornalismo, somados à transparência, cada vez mais distante dos grandes veículos de comunicação e da proximidade entre editor e leitor, podemos, em parte compreender porquê os *blogs* informativos fazem tanto sucesso atualmente, seja no Rio de Janeiro, Moscou ou Seul.

Vendo a efervescência e eficácia dos *weblogs*, grandes conglomerados não estão perdendo tempo a já começam a criar seus próprios *blogs*, a fim de trazer para si essa relação mais próxima, simples e direta, com uma ferramenta prática e bem convidativa.

O suporte digital do jornal O Globo (<http://www.oglobo.com.br>), por exemplo, mantém desde a primeira metade de 2003, uma seção de *blogs* onde vários jornalistas da casa têm suas próprias páginas pessoais, cada uma dedicada a um tema específico como música, política, economia, televisão, cinema... Assim, O Globo consegue quebrar a frieza e a distância entre quem produz e quem acompanha a notícia. Nesse ponto, a isenção de um sistema de comentários ou atalho para *e-mail* é imperdoável, pois perde tudo o que é proposto na construção e manutenção de um *blog*.

Para estudar, analisar e entender melhor o conteúdo do presente texto foram escolhidos de forma quase aleatória, alguns *we-blogs* de função jornalística que, de certo modo, são pioneiros no incentivo e manutenção desse novo formato. Com características específicas e trabalhos distintos, ambos têm em comum a anatomia e as nuances que dão personalidade própria a esses diários:

- O *layout*;
- O horário que indica quando as atualizações são feitas;
- Os comentários;
- Os próprios *links*.

Estes são apenas alguns itens “obrigatórios”. A princípio foram selecionadas 10 páginas que logo em seguida foram reduzidas para quatro, devido às semelhanças dentre as várias propostas.

Os *blogs* do já citado jornal O Globo (<http://oglobo.globo.com/online/blogs>) estão presentes na análise, assim como o do No Mínimo (<http://www.nominimo.com.br>), importante página, rica em artigos e reportagens. Também foram considerados destaques para a presente análise o *blog* do jornal inglês, The Guardian (<http://www.guardian.co.uk/weblog>), um importante centro informacional tanto para leitores com editores, e o famoso diário pessoal do iraquiano Salam Pax, o “superstar” Where is Raed? (http://dear_raed.blogspot.com), muito comentado e discutido durante a invasão norte-americana no Iraque, no primeiro semestre

de 2003. Logo abaixo seguem as pequenas análises sobre cada um dos *sites* citados anteriormente.

3.3.1 No mínimo

O *site* No Mínimo, cria do extinto No (<http://www.no.com.br>), é bastante conhecido nos entre os profissionais de comunicação social pela qualidade dos seus textos, artigos, reportagens e ensaios fotográficos. Capitaneado pelo jornalista Tutty Vasques, além de todo esse conteúdo, a página também possui seu próprio *blog*, sob o comando do também jornalista, Pedro Doria, que através de bons textos, atalhos e dicas de *sites* interessantes, consegue chegar bem próximo de um modelo ideal de *blog*.

Com um *layout* leve e bem organizado, as notas sempre vêm seguidas de um atalho e espaço para comentários, não deixando margem para qualquer carência de informação. A seleção de *links*, diretamente proporcional ao conteúdo do *blog*, leva o internauta para uma série de *sites* jornalísticos e outros variados temas como ciência, tecnologia, sexo, mídias, humor e, é claro, *weblogs* jornalísticos.

3.3.2 The Guardian

Sob a alcunha de um das mais importantes publicações da Grã-Bretanha, o *blog* do jornal diário e do *site*, The Guardian (<http://www.guardian.co.uk/weblog>) é referência em se tratando de *weblogs* subsidiados por grande empresas de comunicação. Segundo consta em um dos muitos *links* na página, o The Guardian Weblog encaixa-se no conceito dos *blogs* que filtram o que há de mais interessante na internet, comentando e indicando os respectivos atalhos “do que há de melhor no jornalismo na internet”.

O editor do Guardian também tem em sua página uma lista de *weblogs* mantida pelos próprios leitores. Por outro lado, não existem atalhos para que se possa comentar as notícias dispostas na página inicial. Na barra do menu lateral uma lista enorme

de revistas inglesas e internacionais, *weblogs* prediletos e artigos, oferecem ao internauta um leque de opções para passar dias a fio navegando através da informação, seja pelo New York Times (<http://www.nytimes.com>) ou pelo Zimbabwe Independent (<http://www.theindependent.co.zw>).

3.3.3 Where is raed?

“O ocidente venceu o mundo não pela sua superioridade de idéias ou valores ou religião mas muito mais pela sua superioridade em aplicar violência organizada. Ocidentais às vezes não lembram, mas não-ocidentais nunca se esquecem desse fato”. Samuel P. Huntington.

O trecho acima é uma espécie de epígrafe, presente no *we-blog* Where is Raed (http://dear_raed.blogspot.com), do autoproclamado Salam Pax, um iraquiano comum que durante o período de invasão norte-americana em seu país, descreveu – e ainda descreve – sob uma perspectiva bem pessoal, seu ponto de vista e suas experiências vividas no dia a dia dos ataques. Em meio a toda confusão instalada pela falta de precisão vinda de grandes veículos de comunicação tradicionais como a CNN e a Al-Jazeera, sempre conflitando as informações e números da guerra, o jovem Pax tornou-se famoso em todo mundo por oferecer uma alternativa ao jogo de interesses desses grandes grupos.

Além de descrever a situação do seu país de forma bastante particular, ele também falava sobre seu estado de espírito, a perda de contato com seus amigos dentre outros tópicos que deram às notícias uma maior proximidade com seus leitores. Fora da corrida em busca da informação precisa e imparcial, lideradas pelos *mass media*, Where is Raed?, sem querer, saiu na frente mostrando que jornalismo é muito mais do que a busca desenfreada pela informação, podendo ser levemente parcial e opinativo.

O sucesso do *blog* é tão grande que até um livro contendo os relatos de Salam Pax foi lançado em setembro sob o título de

The Baghdad Blog (<http://www.thebaghdadblog.com>), elevando o jovem iraquiano ao título de celebridade internacional, dando inúmeras entrevistas e participando de vários programas. O *weblog* ainda está ativo e atualmente tem seu foco voltado para os atentados dos grupos de resistência iraquianos, que são contra o controle norte-americano no Iraque. Sua configuração é simples (feita com *templates*³⁷ do próprio Blogger), contendo alguns *links* que levam o internauta a outros diários semelhantes e *sites* jornalísticos, inclusive o da CNN e da Al-Jazeera.

3.3.4 O Globo

Através de uma iniciativa pioneira entre os suportes digitais de grandes jornais brasileiros, o jornal O Globo foi o primeiro grande jornal *online* a criar uma seção de *blogs* (<http://oglobo.globo.com/online/blogs>) em seu *site*. Mesmo na edição impressa, o caderno de informática, há algum tempo, já dava um certo destaque ao fenômeno dos *weblogs* através de matérias relacionadas à ferramenta e da coluna de Cora Rónai, por exemplo, que vem promovendo os atributos e vantagens do sistema.

Atualmente, doze colunistas são responsáveis pelos *blogs* d'O Globo. Na página de abertura, um menu com as fotos, títulos e uma frase de impacto, estão dispostos para o internauta decidir por onde começar. Formado por um time de jornalistas como João Ximenes Braga, Patrícia Kogut e Luiz Gravatá, os diários têm um mesmo padrão estético, *time stamp*, *e-mail* de contato e comentários.

Uma das grandes vantagens desses diários é o fato destes estarem sempre ligando suas pautas com informações produzidas pelo jornal. As matérias, os filmes, as músicas, as novelas, enfim, tudo o que veiculado pela Globo está sob o alvo dos editores que, sem papas na língua, analisam, criticam e até ironizam o próprio

³⁷ O *template* é o visual que compõe a página de um *blog*. Existem milhões deles disponíveis na internet além de ferramentas que ensinam passo a passo como montar o seu próprio projeto gráfico personalizado. (N. do A.)

conglomerado. Pela primeira vez, muitos colunistas estão tendo a possibilidade de criar um diálogo mais próximo do leitor. Um diálogo menos frio, distante e formal. O leitor passa da passividade em relação à informação e mergulha de cabeça no debate e questionamento de um determinado assunto.

3.4 Boa Esperança

Com o propósito de melhor entender como funcionam os mecanismos que constituem um *weblog* e pôr em prática algumas das características abordadas no presente tema, resolvi criar minha própria página pessoal.

Assim, até o momento presente, pude experimentar todas as peculiaridades e nuances que compõe a prática. Sem nenhuma experiência em informática e *webdesign*, além de pouca intimidade com a internet, optei pelo Blogger (<http://www.blogger.com.br>) ao escolher o *site* para hospedar o *blog*. Desde 2002, quando chegou ao mercado brasileiro através da Globo (<http://www.globo.com>), o Blogger, como no resto do mundo, firmou-se no País como um dos principais administradores de *blogs* de língua portuguesa. Ainda existem outras opções como o Bliq, do portal IG (<http://www.ig.com.br>) e o Weblogger, do portal Terra (<http://www.terra.com.br>) que oferecem o serviço no Brasil.

O primeiro passo dado, antes de criar qualquer endereço, foi conceber o conceito do que seria o *blog*. Como é de praxe, em muitas páginas pessoais o editor cria um alter-ego e até mesmo uma outra realidade que serve de cenário para suas críticas, notícias e divagações. Comigo não foi diferente. Fui buscar referências no século XIX para compor meu personagem: Bento Ribeiro de Castro. Meu *ghost writer* é um produtor agrícola e da sua fazenda, Boa Esperança, observa o dia a dia no século XXI, fazendo comentários, críticas e imprimindo uma visão particular sobre assuntos ligados à sociedade carioca/ brasileira, à cibercultura e webjornalismo, de uma maneira mais abrangente, sempre recheados de muito bom humor.

Sendo assim, no dia 04 de setembro de 2003, inaugurei o *blog* Boa Esperança (<http://www.boa-esperanca.blogspot.com.br>) com o intuito de diariamente levar ao leitor pequenas pílulas, variando de duas a três atualizações diárias, de acordo com a demanda e tempo disponível para a manutenção do administrador. A primeira providência tomada foi acrescentar um atalho com meu *e-mail* sob a assinatura das mensagens e um sistema de comentários, aditivos completamente indispensáveis para que se possa praticar alguns dos preceitos que compõem o conceito de interatividade na *web*³⁸. Principalmente através dos comentários do internauta, o editor pode fomentar e enriquecer uma discussão baseada no conteúdo disponibilizado em seu *blog*. Dessa forma um *weblog* dá a chance ao internauta passar de audiência para público, que participa e interage junto da informação.

A segunda medida foi tomada a partir de uma visão de “*marketing* pessoal”: mandei uma mensagem através do correio eletrônico para minha lista de endereços, avisando sobre a criação do *site*, do que se tratava. No final, eu pedi para que visitassem e deixassem a opinião sobre o conteúdo, o formato, enfim, se gostaram ou não da proposta. A troca poderia se dar através do *e-mail* ou dos comentários, na página. Além disso, também visitei dezenas e dezenas de *blogs* deixando minhas opiniões, reflexões e críticas, além de comentar sobre o meu próprio. Foi só a partir daí que as pessoas passaram a visitar o Boa Esperança. Através do *link* para a página, sempre em evidência nos comentários feitos nos outros diários, outros editores e mesmo “ciberflêneurs”, passaram a visitar e imprimir suas opiniões, aprovações, protestos e elogios. Entre anônimos, amigos e parentes, logo formei meu público que desde então vêm acompanhando as atualizações frequentes ao longo dos dias.

No começo, mantive-me fiel à proposta editorial, apenas escrevendo pequenos textos, de no máximo meia lauda, fazendo uma espécie de metajornalismo, recheando as notas de *links* e in-

³⁸ Ver o capítulo 2, Interatividade, página 18.

dicando mp3s³⁹ para serem baixados. Porém, aos poucos, resolvi inserir algumas pílulas ortodoxamente não tão jornalísticas assim, como comentários diretamente ligados aos familiares ou amigos que acompanham semanalmente o *blog*. Para minha surpresa, esses pequenos textos, além de fotos e ilustrações, foram os mais bem comentados, gerando discussões e conflito de opiniões.

Apesar de ter um público alvo relativamente homogêneo, formado por estudantes universitários (a maioria de escolas de comunicação), as mensagens que tratavam de assuntos “sérios” não se tornaram muito populares, a não ser que estas fossem sobre atualidades: a má campanha do time de futebol do Fluminense no Campeonato Brasileiro, o crescimento do cinema nacional, o último escândalo envolvendo uma celebridade, os crescentes engarrafamentos nos horários de pico ou a política externa do governo. Assuntos que estão nas manchetes dos jornais, aqueles que a mídia nos cerca de todos os lados, são sempre bem-vindos nas discussões do *blog*, da mesma maneira que um grupo de amigos conversa na mesa de um bar ou quando dois vizinhos se encontram no elevador. Imagens e animações também sempre são motivos para comentários e não trabalhar com esse tipo de comunicação, muitas vezes pode significar naufrágio, visto que a linguagem na internet ainda é muito mais visual do que textual. Prova disso é o sucesso que os *flogs* têm feito atualmente.

Também conhecido como *fotolog*, essa ferramenta, na verdade, não passa de um *blog* de fotos. Foi criada nos Estados Unidos, em 2002, e no Brasil, 17 mil pessoas já são adeptas do sistema que junto com os *weblogs* vêm reforçando a filosofia “*do it yourself*” através da internet. A maioria dos usuários encontra-se no eixo Rio-Belo Horizonte-São Paulo, mas em todo País não param de aparecer novos adeptos que diariamente atualizam seus *flogs* das mais variadas formas: com desenhos, exposições virtuais e fotos triviais. Assim como nos *blogs*, os comentários são a mola propulsora que impulsiona o sucesso ou o fracasso de uma dessas páginas.

³⁹ Arquivo compacto de áudio.

Um pouco diferente de sua proposta inicial, o *weblog* Boa Esperança continua ativo, como muitas descobertas a serem feitas e novas possibilidades a serem exploradas. Longe de ser um “movimento” corriqueiro ou fugaz, os *blogs* ainda estão engatinhando dentro do ciberespaço, com um longo e instigante caminho a ser seguido pela frente.

4 Considerações finais

O surgimento, expansão e massificação dos *weblogs* não são um fenômeno comunicacional isolado. Inserida em um intrincado contexto, intimamente relacionada ao desenvolvimento da micro-eletrônica, do computador pessoal, da internet e da cibercultura, essa ferramenta é reflexo da condição pós-moderna, enraizada de vez no dia a dia das sociedades urbanas. Os *blogs* também são o reflexo da emergência pós-moderna, do “tudo aqui e agora” que alimenta uma imensa máquina produtora de informação. Informação essa que hoje está cada vez mais desvirtuada e perdida. Motivos não faltam e soluções também não estão escassas. Então o que explicaria todo esse crescimento e aposta em um sistema que não oferece garantia de veracidade ou credibilidade? Por que apostar em uma prática jornalística próxima ao jornalismo opinativo e ao jornalismo *gonzo*⁴⁰ ?

Os *weblogs* são filhos da sociedade de consumo. Eles abastecem o sistema e seus editores, uma pequenina e privilegiada camada da sociedade são o público-alvo de uma gigantesca indústria cultural que está por toda parte. A mesma internet que serve de veículo para essa expansão é a mesma que tanta devolver ao sistema tudo aquilo que é empurrado goela abaixo. Mesmo que indiretamente ou até passivamente, os *blogs* manifestam uma voz

⁴⁰ O jornalismo *gonzo*, criado pelo americano Hunter S. Thompson na década de 70, não é uma fórmula que possa ser aplicada a um texto. É muito mais uma atitude diante do mundo e do jornalismo. É possível, no entanto, perceber algumas características no *gonzo*. A primeira delas é um ataque radical à teoria da objetividade jornalística (N. do A.).

que pode e quer ser ouvida. Junto – e parte integrante – da cibercultura, essa ferramenta tenta transformar, como uma revolta da vida pacífica e, de certo modo silenciosa, a lógica da padronização da informação, solidificada através de conceitos e convenções que dia após dia se diluem no oceano do ciberespaço. Não há dúvida, portanto, quando se afirma que os *weblogs* são uma alternativa de informação frente aos grandes impérios midiáticos. Livres de limitações físicas, da demora das publicações convencionais e da pressão dos veículos de comunicação, os editores de *blogs* são independentes de tudo o que os impede de criar, por outras vias, uma nova opção de informação. Através da linguagem do webjornalismo, com seus *links*, recursos multimídia, a customização da notícia, a interatividade, o hipertexto, os editores desses diários estão contribuindo de forma significativa para a construção de um modelo informacional que sempre estará em constante metamorfose, junto com a velocidade dos avanços tecnológicos, do clique do mouse e dos microprocessadores. Resta saber agora é se nós conseguiremos acompanhar e digerir essa nova realidade, afinal, quem disse que informação é tudo?

5 Bibliografia

Livros

BAUSCH, Paul; HAUGHEY, Matthew; HOURIHAN, Meg, *We Blog: Publishing Online with Weblogs*. New York, John Wiley & Sons, 2002.

CASTELLS, Manuel, *Sociedade de Rede*. São Paulo, Paz e Terra, 2000.

DIZARD, Wilson, *A Nova Mídia: A comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1998.

HOBBSAWM, Eric, *Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.

LEMOS, André. *Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea*. Porto Alegre, Sulina, 2002.

LÉVI, Pierre, *Cibercultura*. São Paulo, Ed. 34, 1999.

MORAES, Dênis (org.), *Globalização, Mídia e Cultura Contemporânea*. Campo Grande, Letra Livre, 1997.

NEGROPONTE, Nicholas, *A Vida Digital*. São Paulo, Cia. das Letras, 1995.

ORTIZ, Renato, *Mundialização e Cultura*. São Paulo, Editora Brasiliense, 199?

THOMPSON, John B, *A Mídia e a Modernidade – Uma teoria social da mídia*. Petrópolis, Vozes, 1995.

Revistas

BECHARA, Adriana, *Fotolog Mania*, In Domingo, Rio de Janeiro, n°. 1425, 28 de agosto de 2003.

LEVY, Steven, *Living in the blog-osphere*, In Newsweek, New York, n°. 9, 26 de agosto de 2002.

VASCONCELOS, Lia, *Caleidoscópio Virtual*, In Isto É, São Paulo, n°. 1755, 21 de maio de 2003.

Páginas na Internet

BARROS, Sebastião Amoêdo, *A Resiliência da Cultura*, in <http://www.bocc.ubi.pt>. Em 23 de maio de 2003.

BLOOD, Rebeca, *Weblogs: a history and perspective*. In http://www.rebecablood.net/essays/weblog_history. Em 20 de outubro de 2003.

- CANAVILHAS, João Messias, *Webjornalismo – Considerações gerais sobre jornalismo na web*. In <http://www.bocc.ubi.pt>. Em 01 de maio de 2003.
- CAVALCANTI, Mario Lima, *Weblogs como ferramenta de ensino*. In <http://www.comunique-se.com.br>. Em 17 de setembro de 2003.
- EVANS, Fred, *Cyberspace and the concept of democracy*. In <http://www.firstmonday.dk>. Em 22 de setembro de 2003.
- FILHO, J. P. Sartori, *O Que é Blog?*, In <http://www.sobresites.com/blog>. Em 27 de março de 2003.
- HAURIHAN, Meg, *What We're Doing When We Blog*. In <http://www.oreillynet.com>. Em 13 de junho de 2003.
- MADEIRA, Paulo Miguel, *Empresas Preparam Possibilidade de Massificação dos "Weblogs"*. In <http://jornalpublico.pt/publico>. Em 04 de maio de 2003.
- MOX, Nemo, *Da Crônica ao Metajornalismo*. In <http://www.burbrinho.com>. Em 29 de abril de 2003.
- OLIVEIRA, Rosa Meire Carvalho de, *De Onda Em Onda: A Evolução Dos Ciberdiários E A Simplificação Das Interfaces*. In <http://www.bocc.ubi.pt>. Em 14 de outubro de 2003.
- PARRA, Roberto, *Pequena História das Comunicações por Computador*, In <http://www.guiadaimprensa.com.br>. Em 08 de julho de 2001.
- REYNOLDS, Glenn Harlan, *The Good, The Bad And The Blogly*. In <http://techcentralstation.com>. Em 18 de junho de 2003.