

# A mídia de um homem só: aspectos da utilização de weblogs no jornalismo digital<sup>1</sup>

Media of a single man:  
the use of weblogs in digital journalism

**Daniela Osvald Ramos**

Mestre em Comunicação pela Universidade de São Paulo.  
Docente da Faculdade Cásper Líbero, da Universidade Mackenzie e  
da Universidade Anhembí Morumbi.  
dramos@uol.com.br



## Resumo

*Os Weblogs representam uma quebra no discurso midiático, que passa da esfera das grandes corporações para emissores individuais. Eles seriam um escape livre de informação e um meio alternativo de fazer jornalismo. Assim, discute-se a questão da credibilidade dos weblogs jornalísticos e, por outro lado, as iniciativas de controle e edição de empresas jornalísticas sobre blogs de jornalistas. O artigo, além de analisar uso de weblogs na democratização da informação, também aborda uma experiência de vigilância da mídia, como a The Campaign Desk, da Columbia Journalism Review, que monitorou a cobertura das últimas eleições presidenciais nos Estados Unidos.*

**Palavras-chave:** weblogs, jornalismo digital, mídia individual, crítica de mídia.

## Abstract

*Weblogs represent a break in mediatic discourse, which goes from the realm of large corporations to individual broadcasting means. They might be considered an information getaway and an alternative means of Journalism. Therefore, on the one hand, one must discuss journalistic weblog reliability; and on the other, control and edition initiatives of journalistic companies on journalists' blogs. Besides analyzing the use of weblogs in the information democratizing process, this paper also tackles an experience of media surveillance such as The Campaign Desk, from Columbia Journalism Review, that has monitored the past presidential campaign screening for the United States.*

**Key words:** weblogs, digital journalism, individual media, media critique.

## Resumen

*Los weblogs representan una ruptura en el discurso mediático, que pasa de la esfera de las grandes corporaciones para emissores individuales. Estos serían un escape libre de información y un medio alternativo de hacer Periodismo. Así, se discute la cuestión de la credibilidad de los weblogs periodísticos y, por el otro, las iniciativas de control y edición de empresas periodísticas sobre blogs de periodistas. El artículo, además de analizar el uso de weblogs en la democratización de la información, también trata sobre una experiencia de vigilancia de los medios, como The Campaign Desk, de Columbia Journalism Review, que supervisó la cobertura de las últimas elecciones presidenciales en los Estados Unidos.*

**Palabras clave:** weblogs, periodismo digital, medios individuales, crítica de medios.

## Introdução

A palavra “weblog”, num primeiro momento, pode parecer sem sentido. Mas há muito por se recuperar da união de “web”, que significa teia ou, contemporaneamente, a internet, a rede mundial de computadores e “log”, que pode ser traduzido por: “diário de bordo, registro de voo, registro de desempenho, cortar, cortar em cepos, derrubar árvores, lançar no livro de bordo, atingir determinada velocidade, registrar. Conectar: *to log in, to log out/off*: desligar, desconectar”<sup>2</sup>. Podemos lembrar, ainda, da função logarítmica. Ao contrário da função exponencial, que cresce indefinidamente,

o logaritmo é uma ferramenta matemática que permite encurtar distâncias em um cálculo.

O significado mais imediato de weblog é “logar-se na rede”, mas há outros – o blog (corruptela de “weblog”) também pode significar “cortar”, e verificamos que a divisão do blog em fragmentos textuais é uma das principais características que diferenciam os blogs de

um site, por exemplo, assim como o é o caráter diário e a velocidade de publicação possibilitada pela internet – esta, considerada a revolução tecnológica de maior alcance da informação desde a invenção da imprensa por Gutenberg, em 1440<sup>3</sup>. Podemos perceber que a complexidade do termo que nomeia o objeto deste artigo não é pouca. Também não é pouco o impacto que esta ferramenta de autopublicação pode trazer para o campo da Comunicação e do Jornalismo.

Podemos comparar o blog com um milenar suporte da palavra escrita, o papiro: um imenso rolo de textos que pode ser desdobrado verticalmente. A diferença

para o meio digital é que os textos, em um blog, estão arquivados (com frequência semanal, quinzenal ou mensal – a escolha é do autor) em hiperlinks; assim, é possível uma navegação concreta. Mas, se fossemos montar a estrutura de um blog em papel, teríamos um rolo vertical com o texto mais recente no topo e, logo abaixo, os mais antigos. A internet possibilita, então, uma leitura vertical ao invés da leitura horizontal, como a proporcionada pelos livros e pela imprensa escrita (jornais e revistas).

Ao mesmo tempo que existe algo de ancestral na estrutura dos blogs, certamente o meio que serve de hospedeiro para essa linguagem, a internet, tem uma imagem de inovação e modernidade:

O jornais representam tudo que é velho no Jornalismo: são impressos sobre árvores mortas, distribuídos por adolescentes mal pagos e lidos por pessoas com cada vez mais idade. Os weblogs representam tudo que está em alta no Jornalismo: são escritos em primeira pessoa, acolhem diversas formas de pensamento e são distribuídos em uma plataforma global<sup>4</sup>.

A opinião de Mark Glaser, colunista do Online Journalism Review<sup>5</sup> e um atento observador e analista do impacto dos blogs no Jornalismo nos coloca alguns valores que não podemos deixar de analisar para entender as mudanças pelas quais a mídia passa atualmente: a cada vez mais frequente linguagem individual, que foge às normas tradicionais do texto jornalís-

<sup>1</sup> Este artigo faz parte da pesquisa “A mídia de um homem só: estratégias de comunicação dos blogs jornalísticos, críticos e pessoais”, desenvolvida com bolsa de professora pesquisadora da Universidade Anhembi Morumbi.

<sup>2</sup> Disponível em <<http://uol.com.br/michaelis>>. Acesso em 20 out. 2003.

<sup>3</sup> Ignácio Ramonet. *A tirania da comunicação*, p.7.

<sup>4</sup> Mark Glaser. *Weblogs are pushing the Newsroom Envelope writers' spontaneity*. Disponível em <<http://www.ojr.org/ojr/glaser/1064357109.php>>. Acesso em 24 set. 2003.

<sup>5</sup> Mark Glaser. Disponível em <<http://ojr.org/ojr/glaser>>. Acesso em 06 jan. 2004.



tico, a diversidade de opinião e oferta de informações, e a internet como um meio que possibilita a prática destes “novos” valores.

O indivíduo teria mais possibilidade de ter voz “ativa” (ouvida, ou lida) por um maior número de pessoas em comparação com as mídias tradicionais. No entanto, há o aspecto da “exclusão digital”: a democratização teria que passar, antes, pelo acesso às novas tecnologias de informação. Sobre isso, Dominique Wolton<sup>6</sup> diz que é necessário um projeto político para tornar a internet realmente acessível a todos. Portanto, a verdadeira democratização da informação estaria mais na popularização e barateamento de custos desta nova mídia, do que propriamente nos seus meios de difusão: que já são, por si só, democráticos, visto a facilidade do uso de weblogs.

Mas o uso da internet como meio de autopublicação (e de uma conseqüente democratização de transmissão de informação) não é novo. Em 1996, no começo da popularização da rede no Brasil, já existiam muitas “páginas pessoais”, hospedadas principalmente no então serviço Geocities, gratuito, hoje uma parceria com o Yahoo<sup>7</sup>. “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 linguagens como HTML, FTP, dentre outras, à construção e manutenção de páginas pessoais<sup>8</sup>. A velocidade e a facilidade representam alguns dos fatores que impulsionaram a popularização dos weblogs e seus diversos usos. Uma das hipóteses que encontrei para a diversidade de gêneros dos blogs é a representação do ser humano através do computador, que não está ali naquele momento, mas que esteve ali em uma parte do dia. Por isso o blog pode ser um recurso narrativo que envereda pelo ficcional, diário ou jornalismo – porque carrega a origem da escrita – a ausência<sup>9</sup>. Esta é a diferença principal entre as ferramentas assíncronas na rede,

como o e-mail, que pode ser comparado à carta, e o blog, que se ramifica em várias direções narrativas.

Como uma mídia que agrega também áudio e vídeo, é natural a ramificação de blogs em vertentes que utilizem estes recursos da rede, como os “fotoblogs”, mantidos somente para a veiculação de fotografias, como um “álbum”, e os “audioblogs”, que disponibilizam som. Não vai demorar muito também para a popularização de “videoblogs”, com imagem em movimento. Porém, este tipo de blog tende a ser mais caro, pois é necessário mais espaço em servidores para arquivos de som e vídeo. Talvez por isso, ainda, a leveza, literalmente, da palavra escrita, seja tão mais divulgada e acessada.

## Metodologia

A definição usada para o “weblog” foi baseada na funcionalidade da ferramenta e não no conteúdo dos textos. Assim, uma pessoa que faça um relato íntimo da sua vida através de um site com várias páginas e seções não estará fazendo um blog, mas um site. Um weblog pode ser definido como “um website cujas informações são atualizadas frequentemente e apresentadas em ordem cronológica reversa (novo conteúdo em primeiro lugar)”<sup>10</sup>. Existem também detalhes técnicos para a definição de um weblog, que foram usadas nesta pesquisa, tais como:

<sup>6</sup> Dominique Wolton. *Internet et démocratie*. Disponível em <[http://www.wolton.cnrs.fr/wolton/c\\_internet-democratie.htm](http://www.wolton.cnrs.fr/wolton/c_internet-democratie.htm)>. Acesso em 01 abril. 2005.

<sup>7</sup> Disponível em <<http://br.geocities.yahoo.com>>. Acesso em 05 nov. 2003.

<sup>8</sup> Rosa Meire Carvalho de Oliveira. *Diário íntimo como gênero discursivo e suas transformações na contemporaneidade*, p. 141.

<sup>9</sup> Sigmund Freud considera que “a escrita, em sua origem, é a voz de uma pessoa ausente”.

<sup>10</sup> Matt Welch. “Matt. Blogworld and its gravity. The new amateur journalists weigh in”. In: *Columbia Journalism Review*, Set/out. de 2003, p. 23.

1. É um site de uma página só, no qual os textos são divididos pela data de entrada - se escrevo um texto e publico, ele fica identificado com a data e o horário. A forma de atualização de um weblog é através de um sistema de publicação disponível apenas para este fim, como o Blogger<sup>11</sup>.

2. Os textos podem ser agrupados somente cronologicamente: os arquivos são gerados automaticamente no intervalo de meses ou semanas, de acordo com a preferência do usuário.

3. Cada texto pode ser comentado pelo ciberleitor logo após sua publicação.

4. O weblog pode ser coletivo ou individual.

5. O blog tem várias funções opcionais. É possível inserir um contador de audiência, por exemplo, que passará a gerar relatórios, quantificando o número de acessos, a origem de qual país vem o usuário, qual navegador é usado, através de qual provedor ele acessa a rede e outras funções úteis para quem gosta (ou precisa) monitorar o público. É possível, através desta ferramenta, saber também como

o ciberleitor chegou no blog em questão; se ele procurou em sistemas de buscas e quais palavras usou e, ainda, através de qual link. Assim, pode-se saber se o leitor visitou o blog por um link de outro blog, ou se acessou por meio de uma busca no Google<sup>12</sup>. O usuário também pode inserir links para os sites que achar pertinentes e inserir imagens.

O “design” do site é escolhido através de “templates”- páginas prontas, “pré-fabricadas”, que podem ser adaptadas pelo usuário. Mas, em geral, o design de um blog é simples, pois ele é composto de somente uma página e arquivos.

## Critérios analisados

1. Título
2. Extensão do texto
3. Ilustrações ou recursos fotográficos
4. Links de referência
5. Conteúdo e quantidade de comentários deixados pelos ciberleitores
6. Conteúdo

## Blogs analisados

Os dados da pesquisa foram colhidos em setembro e outubro de 2003, nos seguintes weblogs críticos (autodefinidos como “jornalismo”): *Jornalismo e Comunicação*, weblog coletivo criado no âmbito do Mestrado em Informação e Jornalismo da Universidade do Minho; *Jornalismo Digital*, informações sobre o jornalismo e a internet; *Ponto Media*, weblogs de António Granado. Também foram analisados os weblogs dos seguintes profissionais: Pedro Doria de *No Mínimo*; João Ximenes Braga, Helena Chagas e Tereza Cruvinel de *O Globo*. As URLs dos blogs estão indicadas nas referências ao final deste artigo.

## Monitoramento da mídia: um caso americano

Pedro Dória noticiou, em agosto de 2003 no seu blog “No Mínimo”<sup>13</sup>, a crescente popularidade do então pré-candidato Howard Dean na “blogosfera” e a estratégia de arrecadar fundos através do seu blog. Em fevereiro de 2004, deparei-me com a importância da utilização dos blogs para a campanha americana: a prestigiada Columbia Journalism Review lançou “The Campaign Desk”<sup>14</sup>, site

<sup>11</sup> Disponível em <<http://www.blogger.com.br>>.

<sup>12</sup> Disponível em <<http://www.google.com.br>>.

<sup>13</sup> Pedro Doria. “Presidente blogueiro?”. In: *No mínimo*. Disponível em <<http://nominimo.ibest.com.br/>>. Acesso em 11 ago. 2003.

<sup>14</sup> Disponível em <<http://campaigndesk.org>>. Acesso em 19 fev. 2004.

Cada texto pode ser comentado pelo ciberleitor logo após sua publicação

que monitora a cobertura de todas as mídias americanas (jornais, revistas, TV, blogs) sobre a eleição presidencial. Paralelamente a esta iniciativa, o já citado Mark Glaser noticiou que cidadãos norte-americanos já estavam exercendo a função de observadores de imprensa nos chamados “Watch-blogs”<sup>15</sup> com o lema “adopt a journalist”. A estratégia consiste em pessoas comuns, sem função na mídia, acompanharem a cobertura de um jornalista em especial. Desse modo, seria possível monitorar se determinado profissional está ou não sendo tendencioso em sua cobertura, e se o processo dos seus textos faz sentido.

Os “watchbloggers” queriam evitar a manipulação que o jornalismo americano fez nas últimas eleições, quando George Bush competiu com Al Gore. “A mídia serve como um filtro de como as pessoas vêem os políticos, e se este filtro está distorcido, as pessoas terão um ponto de vista distorcido”, disse Bryan Keefer, editor do CJR, a Mark Glaser. Ou seja, a tecnologia, aqui, também serve para dar continuidade e sentido às reportagens do meio impresso (a já chamada mídia “tradicional”). O registro e a disponibilidade diária das matérias sobre cada político auxiliam a construção de uma memória coletiva no Jornalismo, cuja fama de efemeridade é vasta. Este é um ponto a ser considerado pelos estudos da mídia: a internet é “instantânea”, mas também pode armazenar conteúdo e prolongar a memória<sup>16</sup> (e, assim, dar mais ferramentas de avaliação e crítica para os leitores de jornais.

Questionado, também por Glaser, sobre a credibilidade dos blogs anônimos, Jay Rosen, coordenador do departamento de Jornalismo da Universidade de Nova York, respondeu: “a credibilidade é uma interação, não uma aura”. Se o blog se mostrar confiável no dia-a-dia, o leitor terá ferramentas para julgar a idoneidade daquelas informações. E, se a credibilidade é uma interação, uma relação de

duas vias, temos a internet como suporte para um novo tipo de Jornalismo e de um conceito mais realista de credibilidade, baseado numa relação de verificação frequente, e não numa aura que acompanha instituições desde sempre, porque estas são “tradicionalistas”.

Já Arthur Sulzberger Jr., diretor do *The New York Times*, não acha que os blogs possam ter mais credibilidade que os jornalistas:

O jornalismo consiste em buscar dados, fatos, em recolher e difundir informação, para que os leitores elaborem suas próprias opiniões. Muitos blogueiros e muitas pessoas que se dizem jornalistas na televisão estão simplesmente jogando para a audiência. Não desafiam seu público, dizem apenas o que a audiência quer escutar. Isso não é jornalismo e, portanto, não é um negócio em que queremos estar<sup>17</sup>.

A discussão da credibilidade em termos jornalísticos é complexa, mas se nos ausentarmos do campo de definição da profissão e pensarmos somente na credibilidade, veremos que esta é construída na base da experiência empírica. É fato que o Jornalismo como instituição está em crise, assim como outras instituições (Estado, família): o recado dos blogs passa pelo fato de que é preciso estarmos sempre atentos. É preciso avaliar, constantemente, a qualidade das informações que recebemos, ao invés de nos acomodarmos com rótulos pré-estabelecidos e inquestionáveis que são passíveis de falhas, como é o caso das empresas de jornalismo.

<sup>15</sup> “Watchblog” Put the Political Press Under the Microscope. Disponível em <<http://ojr.org/ojr/glaser.1076465317.php>>. Acesso em 11 fev. 2004.

<sup>16</sup> Para maiores detalhes, conferir Marcos Palacios. “Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória”. In: *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: Gjol Edições e Calandra, 2003.

<sup>17</sup> Arthur Sulzberger Jr. “Diretor do NYT diz que sucesso se deve a reinvestimento de lucros”. Disponível em <<http://www.comunique.com.br>>. Acesso em 24 mar. 2005.

## Controle de blogs de jornalistas: o caso Daniel Weintraub

Em 24 de setembro de 2003, o blog português Ponto Media<sup>18</sup>, de António Granado, registrava:

A decisão do *Sacramento Bee* de editar o weblog do seu colunista David Weintraub, de que falei aqui ontem, está a levantar celeuma. Mark Glaser, na *Online Journalism Review*, analisa o caso: “The blogosphere gets fired up when Daniel Weintraub’s California Insider gets pre-edited after a controversial posting. Should news sites edit their blogs? Here are tips for determining the best practices for online newspaper blogs”<sup>19</sup>.

É fato que o jornalismo como instituição está em crise

A ausência de editores nos blogs jornalísticos parece ser assunto fora da pauta da agenda dos autores do blog e da discussão brasileira, ao contrário do que acontece na mídia americana. Daniel Weintraub, jornalista da área de política, do jornal *The Sacramento Bee*<sup>20</sup>, escreveu um texto polêmico em seu blog e logo após sua chefia resolveu que os textos do jornalista teriam que passar por uma

edição prévia antes de ir ao ar. Como o princípio do blog é a liberdade individual de publicação, o assunto logo foi alvo de análises e noticiado nos blogs “Críticos” analisados nesta pesquisa.

Mark Glaser também escreveu um artigo<sup>21</sup> sobre o assunto, que tenta dar um norte nesta discussão, resumida em uma pergunta principal: blog de jornalista profissional no meio online precisa de editor? Aqui no Brasil, não. Nos Estados Unidos, sim, a discussão é presente e como toda tendência americana no campo do Jornalismo tende a migrar para o Brasil, é possível que tenhamos políticas de controle de blogs jornalísticos, o que nos faz

pensar que todo conteúdo que esteja sob um guarda-chuva de uma empresa passará, sempre, por mecanismos de controles oficiais. A democratização reside, então, em iniciativas individuais, ao mesmo tempo que as empresas precisam valorizar a opinião do seu *staff*, sob pena de remar contra a maré.

## Pontos de partida para análise de blogs jornalísticos brasileiros

No Brasil, a credibilidade dos blogs de Jornalismo migra do meio impresso para o virtual: é o caso dos colunistas do *O Globo*, que já são legitimados publicamente com suas colunas no jornal impresso e que já têm um público cativo off-line. Ainda não há padrões e normas para a publicação de weblogs jornalísticos.

O que um blog deveria cobrir jornalisticamente? Quem deveria escrevê-lo? O colunista do blog deveria indicar links que levem o internauta para fora do site da empresa? O que um blog cobre jornalisticamente depende do autor – é ele quem manda, não seu editor. Como vimos, qualquer um pode criar um blog e escrever notícias. Portanto, não necessariamente um jornalista manterá um blog jornalístico e, finalmente, não há problemas do jornalista indicar links para fora do site da empresa. Ao contrário, parece ser uma prática comum.

Os jornalistas comentam episódios do cotidiano nos seus blogs, que, a exemplo

<sup>18</sup> Disponível em <<http://www.ciberjornalismo.com/pontomedia.htm>>.

<sup>19</sup> A blogosfera pegou fogo quando o texto de Daniel Weintraub foi pré-editado antes da “postagem”. Sites de notícias devem editar seus blogs? Aqui existem dicas para a determinação das melhores práticas para blogs de jornais online. Tradução da pesquisadora.

<sup>20</sup> Disponível em <<http://www.sacbee.com>>.

<sup>21</sup> Mark Glaser. *Weblogs are Pushing the Newsroom Envelope on Writer's Spontaneity*. Disponível em <<http://ojr.org/ojr/glaser>>. Acesso em 25 set. 2003.

dos pessoais, tornam-se espaços de convivência: os colunistas do *O Globo* se desculparam por ficar longe dos leitores, por exemplo, e pedem ajuda ao público, como quando João Ximenes “posta” um texto no qual pede ajuda aos leitores porque perdeu o programa *Saia Justa* exatamente quando Marisa Orth (apresentadora do programa) falou de sua coluna no impresso.

A manutenção da credibilidade do colunista em um blog precisaria de uma vigilância redobrada. Observemos as palavras de Tereza Cruvinel: “Fiquei um pouco sem graça porque havia falado do país deles (Cuba) como se estivesse na intimidade com (sic) vcs, e estava em rede”. Estar em rede significa não ter privacidade – a rede é pública mas a aparência e o formato do blog disfarça; traveste o que é público de privado, inverte e sensação que temos em salas de bate-papos e nos deixa com a impressão de que estamos entrando na intimidade do outro. O que é perigoso, porque pode levar a erros de expressão, como fez Tereza.

Helena Chagas insiste na pergunta: “o que (sic) vcs acham?”. Os blogs jornalísticos são espaço de interação com o público, de forma mais efetiva do que as mídias tradicionais, que demoram a incorporar o diálogo do leitor nas notícias diárias. Os jornais online atualmente apenas reproduzem a edição impressa na internet e não trabalham a linguagem de modo a adaptá-la ao meio. Assim, os blogs suprem, de certo modo, a carência do público por uma interatividade efetiva com os jornalistas.

Assuntos que tendem para a área do entretenimento são os mais comentados. Talvez por isso o blog de João Ximenes Braga seja, dentre os jornalísticos, o que estatisticamente tem mais comentários. Pedro Doria tem um perfil crítico e observador da imprensa, principalmente a norte-americana. Seus textos são construídos com links que remetem às fontes de seus comentários sobre determinado assunto.

Em 22 textos todos têm título, contra metade dos blogs de Ximenes, Cruvinel e Chagas (a metade dos textos postados por estes últimos não tem título): sem dúvida uma evidência que Pedro recorre às normas cultas do texto impresso e jornalístico na sua transposição para a web. Possui um público cativo que, embora evite excessos de comentários, acompanha assiduamente os textos, em geral, não muito longos nem muito curtos.

### **Tendências de comunicação nos blogs críticos**

Os weblogs considerados críticos são agentes de disseminação de referências de informação e crítica dos meios de comunicação e apontam fontes de leitura para os leitores no ciberespaço. Quando comentam algum assunto é de forma sucinta, porém a independência editorial faz com que um fato seja cercado realmente por todos os lados da questão através do hipertexto - função que traz a característica “hiperdimensional” da informação, promovendo reflexão, memória e informação. Estes blogs são pautados pela mídia e fazem o uso do link de uma maneira exemplar dentro do que seria possível no campo do Jornalismo Digital, o que ainda não é praticado pelos meios tradicionais de Jornalismo.

Entre os três blogs analisados há uma rede de “citações”. Geralmente o que um cita, o outro também comenta – mas em forma de texto, não de comentário. Existe realmente intercâmbio de informações entre os países que falam a mesma língua: acontecimentos no Brasil são citados nos blogs portugueses, assim como outros países também, Espanha, França e Estados Unidos. A audiência é perseguida através de redes entre blogs com a mesma tendência, também, com a conquista de leitores através da credibilidade e agilidade em

repercutir determinado assunto. Através do formato de blog crítico, qualquer pessoa pode-se tornar um vigilante dos meios de comunicação.

Observamos no período de março a agosto de 2004, que um blog brasileiro também entrou no circuito da rede que citamos aqui. É o *Intermezzo*<sup>22</sup>, mantido pela jornalista Daniela Bertocchi e colaboradores.

### Considerações finais

Os weblogs profissionais, de uso estritamente jornalístico, tendem a usar linguagem pessoal e mais próxima do leitor, assim como os blogs pessoais, ultrapassando os limites do columnismo. João Ximenes Braga, do O Globo, precisou entrar em discussão com os leitores para justificar sua legitimidade como colunista (apesar de já o ser). A natureza da escrita interativa nos blogs faz com que seja impossível o papel do jornalista que tem a “palavra final”. O blog se configura como

um espaço de intervenção na opinião dos colunistas, eles são “forçados” a reverem posições, sob pena de xingamentos.

Há, sem dúvida, a democratização da informação através dos blogs, no sentido da participação do público na construção da mensagem, e conseqüente contestação do papel legitimado de jornalistas que estão por trás de uma instituição. Na outra ponta, os weblogs coletivos de observação e monitoramento da mídia estão na direção da construção de uma visão crítica dos meios de comunicação, como na experiência americana de vigilância e nos blogs portugueses. Os blogs são instrumentos eficazes para a liberdade de informação na rede (e fora dela), mas estão dentro de um contexto mais amplo, que necessita de uma agenda política mundial de inclusão digital em termos físicos – e não virtuais.

<sup>22</sup> Disponível em <<http://www.intermezzo-weblog.blogspot.com>>. Acesso em 09 mar. 2004.

### Referências bibliográficas

- BARTHES, Roland. **O prazer do texto**. São Paulo: Perspectiva, 2002
- BLOOD, Rebecca. **We've got blog: how weblogs are changing our culture**. New York: Perseus Publishing, 2002.
- FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago, 1997.
- WELCH, Matt. “Blogworld and its gravity. The new amateur journalists weigh in”. **Columbia Journalism Review**. Setembro/Outubro 2003.
- JOHNSON, Steve. **A cultura das interfaces. Como o computador transforma a nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo. O que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.
- OLIVEIRA, Rosa Meire Carvalho de. **Diário íntimo como gênero discursivo e suas transformações na contemporaneidade**. Dissertação de mestrado. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2001.

### Referências eletrônicas

- SULZBERGER JR, Arthur. Disponível em <<http://www.comuniqueese.com.br>>. Acesso em 24 mar. 2005.
- GLASER, Mark. “Weblogs are pushing the Newsroom Envelope nos writers’ Spontaneity”. **Online Journalism Review**. Disponível em <<http://ojr.org/ojr/glaser>>. Acesso em 22 fev.2004.

- \_\_\_\_\_. “Watchblogs Bring Political Press Coverage to Micro Level”. **Online Journalism Review**. Disponível em <<http://ojr.org/ojr/glaser>>. Acesso em 22 fev.2004.
- \_\_\_\_\_. “Google + Blogger = Mainstream Weblog Acceptance?”. **Online Journalism Review**. Disponível em <<http://ojr.org/ojr/glaser>>. Acesso em 18 fev. 2003.
- \_\_\_\_\_. “Weblog Indexes Help Journalists Track Stories – and Boost their Egos”. **Online Journalism Review**. Disponível em <<http://ojr.org/ojr/glaser>>. Acesso em 25 ago. 2003.
- OLIVEIRA, Rosa Meire Carvalho de. “De onda em onda: a evolução dos ciberdiários e a simplificação das interfaces. Biblioteca on-line de ciências da comunicação”. Disponível em <<http://www.bocubi.pt>>. Acesso em 24 out. 2003.
- OUTING, Steve. “Advancing Citizen Blogs on News Sites”. **Editor & Publisher**. Disponível em <<http://editorandpublisher.com>>. Acesso em 20 out. 2003.
- WOLTON, Dominique. “Internet et démocratie”. Disponível em <[http://www.wolton.cnrs.fr/wolton/c\\_internetdemocratie.htm](http://www.wolton.cnrs.fr/wolton/c_internetdemocratie.htm)>. Acesso em 01 mar. 2005.

## **Weblogs analisados**

- Jornalismo e Comunicação.<<http://webjornal.blogspot.com>>.
- Jornalismo Digital.<<http://www.webjornalismo.blogspot.com>>.
- Ponto Media.<<http://ciberjornalismo.com/pontomedia.htm>>.
- Pedro Doria – No mínimo.<<http://nominimo.ibest.com.br>>.
- João Ximenes Braga – O Globo.<<http://oglobo.globo.com/online/blogs/ximenes>>.
- Helena Chagas – O Globo. <<http://oglobo.globo.com/online/blogs/helena>>.
- Tereza Cruvinel – O Globo. <<http://oglobo.globo.com/online/blogs/tereza>>.