

UMA NOVA PROPOSTA DE CATEGORIZAÇÃO PARA JORNALISTAS BLOGUEIROS¹

Claudia Nonato²

RESUMO: Os primeiros blogs surgiram ainda nos anos 1990, primeiro como diários virtuais (SCHITTINE, 2004), sendo mais tarde apropriados por profissionais de diversas áreas, principalmente por jornalistas. A grande quantidade de pesquisas, levantamentos e categorizações publicadas nos últimos anos demonstra que os blogs tornaram-se importantes meios de comunicação, que abalaram as rotinas produtivas dos meios de massa (QUADROS, ROSA e VIEIRA, 2005). A partir de um levantamento documental e bibliográfico, observa-se que a maior parte das categorizações acadêmicas feitas até aqui, partiram do *blog* como referência e distinção, e não do *blogueiro*. Desse modo, baseados na tipologia criada por Alex Primo (2008; 2010), pretendemos, com este artigo, apresentar uma nova categorização de jornalistas blogueiros.

PALAVRAS-CHAVE: *Blogs, Blogueiros, Jornalistas, Categorização.*

ABSTRACT: The first blogs were still in the 1990s, first as virtual daily (SCHITTINE, 2004), and later appropriated by professionals from diverse areas, mainly by journalists. The large amount of research, surveys and categorizations published in recent years demonstrates that the blogs have become important means of communication, which shook the productive routines of mass media (QUADROS, ROSA AND VIEIRA, 2005). From a documentary survey and bibliographic, notes that the greater part of academic categorizations made up here, and they went on the blog as reference and distinction, and not the blogger. In this way, based on the typology created by Alex Primo (2008; 2010), in this article we hope to present a new categorization of journalists bloggers

KEYWORDS: *Blogs, Bloggers, Journalists, Categorization.*

¹ Artigo apresentado durante o 11º Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo (SBPJor) em 2013.

² Jornalista, doutoranda em Ciências da Comunicação da ECA/USP, Professora de Comunicação na FIAM-FAAM e pesquisador do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA/USP).

INTRODUÇÃO

Os blogs, que nasceram no início do século XXI como “diários virtuais” (SCHITTINE, 2004), foram, ao longo do tempo, apropriados por diversos tipos de especialistas e profissionais, caindo especialmente no gosto dos jornalistas. Para Martino, “os blogs desestabilizam algumas certezas da prática jornalística e colocam em questão algumas ideias consagradas a respeito do interior da profissão” (2009, p.272). A sensação de autonomia, de fazer um jornalismo ético e comprometido com os princípios da profissão, como há muito não se via, desvinculado do poderio das empresas de comunicação, conquistou os profissionais, inclusive os já consagrados; mas o preço dessa conquista é alto, e nem todos os jornalistas estão dispostos a pagar.

As primeiras pesquisas acadêmicas sobre o tema apresentaram diversas categorizações de blogs, como referência e distinção, e não do blogueiro. Neste artigo, pretendemos, a partir da tipologia criada por Alex Primo (2008; 2010), propor uma nova categorização, baseada nos tipos de *jornalistas blogueiros*. Para isso, mostramos a origem e os gêneros de blogs, sua aproximação com os jornalistas, para finalmente chegar às categorias, chamadas de *Hóspedes*, *Independentes* e *Militantes*, com alguns de seus representantes.

ORIGEM E GÊNEROS DE BLOGS

Os blogs surgiram nos anos 1990, primeiramente como sites que reuniam e divulgavam links de interesse (AMARAL, RECUERO e MONTARDO, 2009). O termo “*weblog*” foi usado pela primeira vez em 1998 pelo norte-americano Jorn Barger para descrever a atividade que, segundo as autoras, “eram poucos e quase nada diferenciados de um site na web”.

Em pouco tempo os blogs foram apropriados pelos usuários como diários pessoais virtuais, onde qualquer pessoa poderia relatar experiências, expressar opiniões e pensamentos, “todos com a necessidade de compartilhar uma ideia ou contar uma história para qualquer internauta disposto a participar ou não com comentários”, afirmam Quadros, Rosa e Vieira (2005). Para Denise Schittine, que preferiu chamar o blog de “novo diário íntimo”, o novo meio gerou um relacionamento em via dupla,

entre um autor disposto a expor a sua vida a um público desconhecido e que se propõe a ler e também a comentar essa vida, possibilitando a cumplicidade com esse novo público, “que têm sentimentos e segredos parecidos com os do diarista, mas que ele nunca conheceria se não se expusesse pela internet” (2004, p. 71).

Alex Primo discorda dessa definição de blogs como diários íntimos online. Para ele, essa é uma visão reducionista do meio, que é bastante heterogêneo, e a principal distinção entre diários e blogs se opõe de maneira inconciliável: “diários pessoais se voltam para o intrapessoal, tem como destinatário o próprio autor. Blogs, por outro lado, visam o interpessoal, o grupal”, afirma (2008, p.122). O autor apresenta o termo “blog” com três conotações diferentes: como programa, como espaço e como texto. E lembra que os blogs “são espaços coletivos de interação”. (PRIMO, 2008, p. 123)

O espanhol Antonio Fumero (2005) define o blog como uma página web que apresenta uma série de funções distintas, com uma dinâmica peculiar e uma frequência de atualização relativamente alta, onde os conteúdos se organizam em ordem cronológica inversa, aparecendo em primeiro lugar os mais recentes. Amaral, Recuero e Montardo (2009) fizeram um mapeamento sobre as diversas definições de blogs, e apontaram três conceitos para defini-los: estrutural, funcional e como artefatos culturais. O estrutural é, segundo elas, o mais utilizado, baseado na estrutura da publicação resultante do uso do blog, ou seja, “a partir de textos organizados por ordem cronológica reversa, datados e atualizados com alguma frequência”. É também a que mais se aproxima da definição de Fumero, citada anteriormente. O conceito funcional reúne autores que pensam os blogs como mídia, meio e/ou ferramenta de comunicação mediada pelo computador, utilizada apenas “para publicar informações para uma audiência”. O conceito de artefatos culturais apresenta, para as autoras, uma percepção vinda da antropologia e da etnografia, onde os blogs “são apropriados pelos usuários e constituídos através de marcações e motivações”.

A instantaneidade, o conteúdo, a atualização constante das informações e a credibilidade, tanto da notícia como do blogueiro, são os principais fatores de sucesso dos blogs (PENTEADO, SANTOS e ARAÚJO, 2009). Além disso, são espaços para novas redes de produção, circulação, transmissão e debate de informações, com a formação de comunidades de blogueiros de interesses comuns que administram um público receptor, que está em busca de fontes alternativas de informação. Também permitem que os usuários façam comentários, seja para elogios e, muitas vezes, para críticas e discussões. Para Rodrigues (2006), a blogosfera é um espaço caracterizado

pela liberdade de expressão, movida pelo motor da opinião. “A publicação simples e acessível é apenas uma vantagem destes dispositivos que, tal como muitas outras ferramentas proporcionadas pela internet, apagaram as barreiras de espaço e de tempo”.

Para estudar e analisar o fenômeno, diversos autores procuraram classificar e tipificar os blogs. Em 2003, Raquel Recuero observou que haviam duas grandes categorias de blogs fáceis de distinguir e uma terceira, que seria o híbrido das categorias anteriores: a) os diários eletrônicos, com pensamentos e fatos da vida pessoal; b) as publicações eletrônicas, destinadas principalmente à informação; e c) as publicações mistas, que misturam a vida pessoal do autor com informação. Foi o primeiro passo para a categorização do meio.

Baseadas na tipologia apresentada em 2004 pelo escritor D. Traves Scott, as pesquisadoras Claudia Quadros, Ana Paula Rosa e Josiany Vieira ampliaram esse quadro em um artigo publicado em 2008 na revista da Compós³. Para Scott, os blogs podem ser divididos em protótipos, “quando era necessário conhecer a linguagem HTML e não havia preocupação com a temática” e contemporâneos, em que “a preocupação está no enredo e existem inúmeros programas gratuitos na rede para facilitar a sua disponibilização na web” (p. 5). Baseadas nessas ideias, as autoras criaram um quadro dividido em protótipo de blogs (com as subcategorias diários pessoais e diários instrutivos) e blogs contemporâneos (com as categorias diários pessoais, coletivos, instrutivo, informativos e mistos).

Para as autoras, o avanço tecnológico permitiu e ampliou o acesso do público, facilitando o desenvolvimento dos blogs contemporâneos. A partir daí houve uma proliferação de blogs, pessoais, coletivos e instrutivos. Os diários pessoais, graças aos recursos midiáticos, incentivaram a autopromoção e também a publicação de comentários dos leitores. Os diários informativos conquistaram espaço não só entre jornalistas, mas entre especialistas dos mais diversos temas, que podem ser analíticos, noticiosos ou mistos.

Diante da multiplicação de subtemas na categoria “mistos” e do surgimento de novas temáticas, o pesquisador Alex Primo (2008, 2010) propôs um novo método para tipificar os blogs, chegando a 16 tipos de gêneros diferentes. Partindo de Bakhtin (2005, p. 279) para afirmar que “gêneros de discurso são tipos relativamente estáveis de enunciados, que eles têm um impacto sobre a organização da fala e que textos são

³ Sigla para Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.

situados social e historicamente”, o autor desenvolveu uma matriz para classificação dos blogs, levando em conta a produção individual ou coletiva, em um eixo horizontal. Nesse eixo, o blog individual pode ser do tipo profissional ou pessoal, e cada blog coletivo pode ser grupal ou organizacional. Os quatro tipos de posts podem variar de acordo com o objetivo do conteúdo.

Do cruzamento da matriz criada pelo autor, resultaram 16 tipos de gêneros de blogs. Na amostra estudada, o autor observou que os blogs “profissional” e “organizacional reflexivo” eram aqueles que atraíam o maior número de comentários. Segundo Primo, os gêneros de blogs podem ser individuais (profissionais ou pessoais) ou coletivos (grupais e organizacionais). Neste artigo, interessa-nos particularmente os profissionais, que são individuais, postados por um especialista na área em que escreve e que também atua. Ao assinar os textos, o especialista “reconhece que a credibilidade de seus textos reflete a reputação construída no tempo, em virtude do sucesso de suas ações como profissional” (2010, p. 131). Esses blogueiros podem ou não obter rendimento com seus blogs; são jornalistas, professores, arquitetos e advogados que se expressam estritamente dentro do seu papel de profissional, sem manifestações de sua subjetividade. “As enunciações em um blog profissional carregam consigo um argumento de autoridade, um conhecimento aprofundado sobre os temas abordados. A validade dessa posição depende de como o blogueiro se expõe em cada texto” (p. 134).

O pesquisador divide os blogs profissionais em quatro gêneros, chamados de autorreflexivo (onde o profissional reflete sobre as próprias atividades de sua especialidade); informativo interno (no qual o blogueiro descreve informações sobre suas práticas, como um bloco de notas on-line); informativo (onde o blogueiro divulga textos sobre a sua área de atuação) e profissional reflexivo (com opiniões e críticas sobre temas relacionados à área de atuação do blogueiro).

A APROXIMAÇÃO COM O JORNALISMO

Para Escobar (2009) os blogs apresentam um novo formato de hierarquização da notícia, em que a mais recente é, quase sempre, a mais importante. Além disso, o meio proporciona autonomia ao profissional do jornalismo, que interfere diretamente na produção e nas decisões e, abre ainda, um canal de comunicação com o público leitor, que não só interage como também tem a opção de conhecer opiniões divergentes de

leitura. Enfim, por apresentar características muito próprias, os blogs podem ser, segundo a autora (p.13), “a primeira categoria de webjornalismo nascida genuinamente a partir da internet”. Para ela,

Em sua pesquisa, sobre blogs como nova categoria de webjornalismo, a autora considera que a tecnologia condiciona, mas não determina as atualizações das práticas sociais e, ao estudá-las, “é preciso considerar as apropriações que delas fazem os agentes humanos, conscientes de que são sempre processos complexos que geram influências recíprocas”. Nesse sentido, ao considerar a perspectiva de desenvolvimento do jornalismo e das tecnologias de comunicação como aspectos de continuidade (e não de ruptura) de um novo processo, concordamos com a autora que, a partir do momento que reúne atributos do jornalismo clássico, o blog pode ser considerado como veículo jornalístico. Ou, como afirma Palácios (2003, p. 22), “as características do Jornalismo na web aparecem, majoritariamente, como Continuidades e Potencializações e não, necessariamente, como Rupturas com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores”.

Diante do que foi discutido até aqui, partimos da premissa de que os blogs são novas ferramentas de informação e meios de comunicação. A grande quantidade de pesquisas, levantamentos e categorizações publicadas nos últimos anos demonstra que os blogs tornaram-se importantes meios de comunicação, que abalaram as rotinas produtivas dos meios de massa (QUADROS, ROSA e VIEIRA, 2005). Além disso, proporcionam um novo ambiente de interação social, em que leitores podem deixar seus comentários, elogios e críticas, além de interagir com o blogueiro e com seus visitantes. São novos espaços públicos de debate que significam, muitas vezes, um movimento de mão dupla. Embora a maioria dos blogueiros manifeste o desejo de escrever um texto jornalístico (SCHITTINE, 2004), foram os jornalistas que melhor se apropriaram dos blogs. O novo meio causou verdadeiro fascínio para estes profissionais, seja pela sensação de liberdade que promove, pela revitalização que trouxe à profissão, ou pela mudança na produção e na plataforma discursiva do jornalismo.

O novo meio revitalizou o jornalismo, trazendo fôlego para aqueles profissionais que estavam cansados das rotinas produtivas dos meios de comunicação tradicionais. Por meio dos blogs, esses jornalistas impactaram a sociedade, trazendo à tona debates em torno da ética, corrupção, gastos e política pública, divulgando e denunciando fatos que não se vê na mídia tradicional. Para os leitores, trouxe novas visões da notícia, além da possibilidade de interpretação, escolha e até discussão. E, para as empresas de

comunicação, um novo desafio. Ao hospedar os blogs nos portais dos grandes jornais brasileiros, esses veículos reconheceram a importância dos blogs e procuraram “se adequar à nova realidade de um mercado de concorrência que se renova sem cessar” (Adghirni, 2008).

OS TIPOS DE BLOGS DE JORNALISTAS E OS TIPOS DE JORNALISTAS BLOGUEIROS

Adghirni e Pereira (2006, p.3) consideram que “o nome *blogs jornalísticos* remete a um conjunto de publicações on-line, atualizadas por jornalistas que recorrem a um formato e a ferramentas, partilhada pelo universo dos *weblogs*”, ou seja, o “jornalístico” do nome estaria ligado à identidade e legitimidade do autor, excluindo outros tipos de blogs, como os diários virtuais, por exemplo. Para comprovar essa hipótese, os autores propuseram a distinção dos blogs relacionados ao jornalismo em dois tipos: *blogs jornalísticos* e *blogs sobre jornalismo*. Os *blogs sobre jornalismo* têm como principal característica o nome do jornalista responsável no título, “em geral um nome famoso que confere um ‘lebel’ ao espaço na web”. Os *blogs sobre o jornalismo* limitam-se a comentar e publicar temas da atualidade por meio de artigos de crítica da mídia, mas sem procurar o chamado “furo jornalístico”.

Observamos, no entanto, que essa distinção foi feita a partir dos tipos de *blogs jornalísticos* e decidimos então, para melhor condução da pesquisa, criar uma nova categorização, baseada nos tipos de *jornalistas blogueiros* (como os chamaremos daqui em diante). A partir da tipologia sugerida por Primo (2010), consideramos aqui os blogs jornalísticos como profissionais reflexivos e dividiremos os blogueiros em *Hóspedes*, *Independentes* e *Militantes*, sendo que cada tipo possui duas subcategorias, conforme o quadro a seguir. Como ponto de partida, destacamos que a maioria dos profissionais citados vem de uma carreira consolidada nas mídias tradicionais, principalmente no impresso e na televisão, e conseguiram levar o mesmo sucesso para os blogs. Lembramos também que, para criar essas categorias, não levamos em conta o modo de produção desses blogs, nem o tamanho das equipes (se individuais ou não) que o fazem.

NOME	TIPOS	REPRESENTANTES
Blogueiros Hóspedes	Blogs hospedados em sites e portais de grandes jornais e empresas de comunicação, geralmente de jornalistas que já atuavam como repórteres e/ou colunistas da própria empresa.	Josias de Souza, Juca Kfour, Reinaldo Azevedo.
	Blogs hospedados em sites e portais de grandes jornais e empresas de comunicação, que pertencem a jornalistas que criaram o seu blog de modo independente e, diante da repercussão/alcance, foram posteriormente contratados por grandes portais de empresas de comunicação.	Ricardo Noblat, Ricardo Kotscho.
Blogueiros Independentes	Jornalistas que mantêm blogs fora dos portais e dos veículos de comunicação, e que não mantêm vínculo empregatício com empresas da mídia tradicional.	Luís Nassif
	Jornalistas que mantêm blogs fora dos portais e dos veículos de comunicação, mas que mantêm vínculos com empresas da mídia tradicional.	Paulo Henrique Amorim, Rodrigo Vianna, Luiz Carlos Azenha, Fábio Pannunzio (extinto em 2012).
Blogueiros Militantes	Jornalistas independentes que mantêm uma causa e militância, geralmente de esquerda, com vínculo com veículos de comunicação.	Renato Rovai, Cynara Menezes.
	Jornalistas independentes que mantêm uma causa e militância, geralmente de esquerda, sem vínculo com veículos de comunicação.	Altamiro Borges (Miro)

Figura 5 – Tipos de jornalistas blogueiros (Cláudia Nonato, 2013).

BLOGUEIROS HÓSPEDES

Nesta categoria, estão jornalistas que já mantinham vínculo com veículos da mídia tradicional; criaram seus blogs, por diversos motivos, e acabaram sendo agregados por grandes portais de comunicação, como o UOL (Folha de S. Paulo), G1 (Globo) e R7 (Rede Record), entre outros⁴. Estes jornalistas foram pioneiros na blogosfera, mas já eram famosos no papel e levaram a sua experiência para o mundo virtual. Para Adghirni (2008), “a notoriedade se confirma quando já se tem um nome e esse nome está ligado a uma empresa jornalística”. Neste grupo estão, como exemplos, Josias de Souza, Juca Kfour, Reinaldo Azevedo, Ricardo Noblat e Ricardo Kotscho.

Com quase trinta anos de profissão, dos quais 25 anos atuando na “Folha de S. Paulo”, Josias de Souza, 51 anos, hoje está na confortável situação de ser um dos cinco blogueiros do portal UOL, a escrever sobre política. O “Blog do Josias”, criado em 2005, segue claramente a linha editorial da empresa onde sempre trabalhou, com a publicação de *posts* curtos, charges e vídeos. O blogueiro possui 46.874 seguidores no

⁴ Para incluí-los nesta lista, levamos em consideração a quantidade de acessos: Azevedo e Kfour, por exemplo, figuram entre os blogueiros mais acessados do país.

Twitter, e não informa se produz o blog sozinho ou como uma equipe; também não sabemos se ele tem vínculo empregatício com o UOL/Folha de S.Paulo, mas nota-se que sua página está repleta de anunciantes. Desse modo, podemos concluir que o jornalista não tem problemas financeiros para sustentar o seu blog; também não tem (ou não divulga) processos judiciais contra ele.

De orientação política assumidamente conservadora, Reinaldo Azevedo⁵, 52 anos, autodefine-se como “de direita, liberal e democrática”⁶. Também é assumidamente católico e crítico de temas aborto e casamento entre homossexuais, por exemplo. Em sua carreira, trabalhou em grandes jornais e foi articulista da revista *VEJA*, onde hoje hospeda o blog com seu nome desde 2009. No topo da página do seu blog, Azevedo escreve que faz “análises políticas em um dos blogs mais acessados do Brasil”; em seu *Twitter*, com 62.195 seguidores, afirma que “é jornalista, escreve o que quer ainda que não queiram”. Declara que recebe mais de 150 mil acessos diários, e é mais um exemplo de jornalista que trabalhou durante muitos anos no mesmo veículo e o deixou para ter o próprio blog. E, embora tenha deixado de publicar artigos na revista impressa, continua hospedado no site e mantendo a mesma linha editorial da *VEJA*. Entende-se que tenha vínculos empregatícios com a empresa. Além disso, dispõe de grandes anunciantes, o que nos leva a acreditar que o jornalista também não tenha problemas financeiros para manter o seu blog.

O “Blog do Juca Kfoury”⁷ não atua na área política-econômica; seus *posts* são todos sobre a área esportiva, principalmente a respeito do mundo do futebol. Em 2009 chegou a ter 50 milhões de visitas em apenas um fim de semana e, no mesmo ano, foi considerado pela segunda edição do livro “*Google Marketing*”, como o 38º blog mais indicado do país. Segundo o próprio Juca Kfoury informa em seu blog, ele é formado em Ciências Sociais na USP e passou por diversas mídias. Atuou na *Folha de S.Paulo* até 2005, época também que migrou para o blog, dentro do *UOL Blogosfera*.

Bastante experiente na área, Kfoury, 63 anos, publica posts curtos e de linguagem acessível a seus leitores. Não se limita a comentar jogos de futebol; frequentemente dá furos na grande imprensa e comenta bastidores da política do esporte. A interatividade com os leitores no Blog do Juca Kfoury é intensa, com um grande número de comentários. Embora siga as regras do portal UOL, cujo texto afirma

⁵ <http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/>

⁶ Em entrevista ao Instituto *Millenium* (2007), disponível em http://wn.com/reinaldo_azevedo_forum_democracia#/videos

⁷ <http://blogdojuca.uol.com.br/>

que “os comentários não representam a opinião do portal; a responsabilidade é do autor da mensagem”, aparentemente não há filtros, pois é possível verificar o grande o número de opiniões publicadas, contrárias à opinião do blogueiro.

O blogueiro coleciona mais de cinquenta processos acionados pelo ex-presidente da CBF (Confederação Brasileira de Futebol), Ricardo Teixeira. Perdeu duas, ganhou 35 e, segundo ele, “deve haver umas dez ou doze em andamento”⁸. Há, no blog, uma relação de sites e outros blogs recomendados por Juca Kfourir, além de diversos anunciantes de grande porte, o que nos leva a considerar a situação financeira favorável do jornalista. Acreditamos também que, pelo estilo próprio de seus posts, Juca Kfourir não dispõe de uma equipe para auxiliá-lo e conta com 97.625 seguidores em seu Twitter.

Ainda neste grupo, encontram-se aqueles jornalistas que também já possuíam uma carreira consolidada, mas que, ao criar o blog, não estavam ligados a nenhum veículo, sendo contratados depois da (boa) repercussão do meio. É o caso de Ricardo Noblat, 64 anos, que passou pelos principais jornais brasileiros; criou o seu “Blog do Noblat”⁹ em 2004, primeiro ligado ao portal IG. Posteriormente, seu blog foi incorporado ao portal G1 (das Organizações Globo) para só depois passar a escrever uma coluna semanal para o jornal “O Globo”.

O jornalista criou o seu blog de política durante o período em que tentava uma nova colocação nos veículos de comunicação tradicionais e acabou ficando no veículo. Hoje seu blog, um dos mais acessados do país segue, na prática, a mesma configuração dos jornais tradicionais: com editorial e artigos divididos por editorias (geral, política, economia), além de vídeos, músicas e entrevistas. Com 236.882 seguidores no *Twitter*, Noblat declarou em entrevista (FREITAS, 2010) que é contratado pela empresa que publica o portal e o jornal “O Globo”, e, juridicamente, os vínculos e responsabilidades estão delimitadas em contrato específico; no caso do jornalista publicar um comentário que fira a legislação, será ele quem vai responder, em caso de eventual processo, na justiça.

O veterano Ricardo Kotscho, 65 anos, é mais um exemplo de jornalista que foi contratado a partir do blog para trabalhar, no seu caso, em um portal de notícias e uma emissora de televisão. Segundo seu próprio texto, Kotscho trabalhou em praticamente todos os principais veículos da imprensa brasileira. Ganhou três vezes o prêmio Esso,

⁸ Entrevista em <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/o-calo-de-ricardo-teixeira/>

⁹ <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/>

entre outros. Em 2008, foi um dos cinco jornalistas brasileiros contemplados com o Troféu Especial de Imprensa da ONU. Tem vinte livros publicados, e atualmente é comentarista do *Jornal da Record News* e repórter especial da revista *Brasileiros*.

Seu blog, o Balaio do Kotscho¹⁰ foi criado em 2008, hospedado no portal IG; três anos mais tarde, o jornalista foi convidado a migrar para o portal de notícias da Rede Record de Televisão, o R7, onde está até agora. Além do vínculo com a emissora, seu blog possui as empresas Petrobrás e Odebrecht como anunciantes. Kotscho mantém no blog a mesma postura e estilo próprio que conduziu ao longo de sua carreira, mantendo um público fiel também na rede, onde possui 2.789 seguidores no Twitter.

BLOGUEIROS INDEPENDENTES

Este primeiro grupo dentro da categoria *Blogueiros Independentes* reúne apenas jornalistas que mantêm blogs *fora* dos portais e dos veículos de comunicação, e que *não* mantêm vínculo empregatício com empresas da mídia tradicional. É o caso de Luís Nassif, 63 anos, que mantém um portal e um blog (Luís Nassif Online¹¹) desde 2010. Formado em jornalismo pela ECA/USP, ele iniciou a carreira profissionalmente em 1970 na revista *VEJA*, trabalhou no extinto *Jornal da Tarde*, onde foi pauteiro e chefe de reportagem, até criar a seção *Seu Dinheiro* e o caderno *Jornal do Carro*. Em 1983 foi para a *Folha de S.Paulo*, onde teve várias passagens; criou a seção *Dinheiro Vivo* e participou do projeto de criação do Datafolha, entre outros. Paralelamente, Nassif também tem experiências na televisão (*TV Gazeta* de São Paulo, *Bandeirantes*, *Cultura* e *TV Brasil*) e no rádio (*Bandeirantes*).

O jornalista criou o primeiro blog em 2006, no portal IG, passando pouco tempo depois (por questões ideológicas) para o *UOL*, onde também era contratado como colunista do jornal *Folha de S.Paulo*. Em 2010 criou o seu blog pessoal, o *Luis Nassif Online*, ancorado em seu próprio portal. Além de não ter vínculos com nenhuma empresa ou portal de comunicação, o blog de Nassif diferencia-se dos demais, pela gestão participativa que ele exerce no meio. Explica-se: Nassif trabalha com grupos, chamados de comunidades, que partilham textos, informações, opiniões, elogios e críticas no blog. É um público selecionado, que precisa se pré-cadastrar e receber

¹⁰ <http://noticias.r7.com/blogs/ricardo-kotscho/>

¹¹ <http://www.advivo.com.br/luisnassif>

autorização para interagir na comunidade do blog, tornando a participação e as discussões mais ricas e interessantes. Os temas são diversificados, mas circulam entre a política, a economia e a cultura. Desse modo, seu blog talvez seja o mais democrático dos citados até aqui.

Para administrar o blog e o *Twitter*, no qual têm 84.353 seguidores, Nassif conta com um assistente e ainda o respaldo dos funcionários de sua empresa, a agência *Dinheiro Vivo*. Há, em sua página apenas um anúncio, da Caixa Econômica Federal. O jornalista ainda organiza encontros entre as comunidades e ministra palestras. Enfim, sua opção não lhe dá uma situação financeira tão confortável quanto os blogueiros do grupo anterior. Além disso, Nassif coleciona inimigos e processos judiciais. Até junho de 2011¹², havia seis processos judiciais contra ele, sendo cinco da revista *VEJA* e um de Ali Kamel, executivo da TV Globo.

Ainda na categoria *Blogueiros Independentes*, está um segundo grupo, de jornalistas que consideram os seus blogs como independentes, mas que ainda mantêm vínculo empregatício com grandes empresas de comunicação. É o caso de Paulo Henrique Amorim, 71 anos, que possui o blog *Conversa Afiada*¹³, sem estar vinculado a nenhum portal. Além disso, o jornalista é contratado pela *Rede Record*, onde apresenta o programa *Domingo Espetacular*.

Amorim é formado em Sociologia e Política pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo e, foi repórter das revistas *Manchete*, *Fatos & Fotos*, *Realidade* e *Veja*, onde se tornou o primeiro correspondente internacional, em Nova York. Passou pela revista *Exame*, pelo *Jornal do Brasil*, e pela *Rede Globo* em Nova York, onde permaneceu até 1996. Um ano depois, foi trabalhar como apresentador na *Rede Bandeirantes*; em 1999, foi contratado pela *TV Cultura*, onde apresentou o *talk-show* *Conversa Afiada*. E, desde 2003, o jornalista está trabalhando na *Rede Record*. O blog *Conversa Afiada*, focado em política, foi criado em 2006; ficou hospedado no portal *IG* durante dois anos e, após uma conturbada saída, Amorim, relançou, no mesmo ano, o blog em portal próprio. Hoje ele é um dos jornalistas mais polêmicos da blogosfera; ao mesmo tempo, é o que acumula mais processos judiciais (aproximadamente 40, sendo 18 de Ali Kamel, executivo da Rede Globo).

O blog reproduz o estilo de Amorim: os títulos são chamativos, com letras grandes; seus textos são opinativos, e dividem espaço com charges, enquetes e frases do

¹² Ano em que o jornalista nos concedeu uma entrevista

¹³ <http://www.conversaafiada.com.br/>

dia. A equipe que auxilia o jornalista a fazer o *Conversa Afiada* é pequena, formada pela jornalista Geórgia Pinheiro (diretora do blog) e pela assistente de produção Andréa. O jornalista possui 46.498 seguidores no Twitter e o blog é aberto a comentários, desde que não sejam ofensivos.

Na mesma categoria de Paulo Henrique Amorim, está Rodrigo Vianna, 43 anos, atualmente vinculado a uma emissora de televisão. Vianna é formado em História pela USP e trabalha como jornalista há vinte anos. Em sua biografia estão passagens pela *Folha de S. Paulo*, *TV Cultura* e *Rede Globo*, onde foi repórter entre 1995 e 2006. Hoje, ele está na *Rede Record*, onde atua como repórter especial do *Jornal da Record* e apresentador do programa *Entrevista Record-Mundo*.

Seu blog, *O Escrevinhador*, foi lançado em 2008. A capa possui chamadas para três matérias principais. Não há regras explícitas em relação a comentários, mas percebe-se que os leitores são assíduos e condizentes com a linha oposicionista seguida pelo blogueiro. Vianna sustenta o blog com poucos anunciantes, como *VISA*, *Café Azul Sites* (topo da página), *Johnson & Jonhson*, *Millenium* e *Mundi Turismo* (na lateral). Atualmente, ele tem 14.869 seguidores no Twitter.

Este ano, o jornalista Luiz Carlos Azenha, 55 anos, editor do blog *Viomundo* – o *que você não vê na mídia*¹⁴ quase desistiu de manter o seu blog. Azenha é formado em jornalismo na ECA/USP; foi repórter especial e correspondente, nos Estados Unidos, das Redes Manchete, SBT, Globo, além de colaborador da *Folha de S. Paulo*, da rede norte-americana CC, da rede canadense CBC e correspondente da rádio Jovem Pan, entre outros. Criou o blog em 2007 e, desde 2008 está na Rede Record de televisão.

Em março de 2013, Azenha se despediu dos leitores em suas páginas do *Facebook*. Afirmando estar no limite, o jornalista justificou a decisão: seria por causa dos processos movidos contra ele em razão das críticas direcionadas à Rede Globo e ao seu diretor de Jornalismo, Ali Kamel. Em carta publicada no blog¹⁵, Azenha detalhou a decisão, afirmando que o *Viomundo* havia sido calado, “por Ali Kamel e pela Globo”. Diante do anúncio, houve grande comoção, não só por parte dos leitores, como também de outros jornalistas blogueiros, que fizeram um movimento pela manutenção do blog. A solução encontrada, por enquanto, foi coletiva: a criação de um fundo de apoio a blogueiros, cuja verba seria destinada a custear processos judiciais. Além disso, em seu

¹⁴ <http://www.viomundo.com.br/>

¹⁵ Texto completo em <http://www.viomundo.com.br/denuncias/globo-consegue-o-que-a-ditadura-nao-conseguiu-extincao-da-imprensa-alternativa.html>

blog, Azenha mantém uma página para doações. Atualmente, o Viomundo conta com os seguintes alguns grandes anunciantes e, no microblog *Twitter*, o blog conta com 33.056 seguidores.

O apresentador da *Rede Bandeirantes* de televisão, Fábio Pannunzio, 51 anos, anunciou, em setembro de 2012, a “morte do *Blog do Pannunzio*”¹⁶, por, segundo ele, “pressões judiciais”. O blog existia desde 2008 e era usado pelo jornalista para denunciar diversos abusos cometidos pelas polícias civil e militar de São Paulo, motivo pela qual foi processado oito vezes. Antes do blog, o jornalista afirma ter sido processado apenas uma vez. Em setembro de 2012, o *Blog do Pannunzio* foi submetido a “censura preventiva”¹⁷ e retirado do ar, levando o jornalista a tomar tal decisão.

Pannunzio é formado em jornalismo pela Cásper Líbero. Iniciou sua carreira na rádio Jovem Pan, em São Paulo, e logo migrou para a televisão, onde atuou nas principais emissoras do país. Atualmente, ele faz cobertura política para a Rede Bandeirantes de Televisão, além de apresentar eventualmente o *Jornal da Noite*, *Jornal da Band*, e ser apresentador titular do Canal Livre, exibido pela mesma emissora. No “*Blog do Pannunzio*”, não havia anunciantes. Recentemente, o jornalista conseguiu uma vitória na justiça e voltou a publicar o blog.

O último grupo, dos *Militantes*, reúne jornalistas que se auto-intitulam independentes e mantém uma causa e militância, geralmente de esquerda, e vínculo com veículos de comunicação também contra-hegemônicos. Em seus blogs, não há anunciantes, apenas um link com a rede de parceiros e/ou colaboradores. Nesse grupo está o jornalista Renato Rovai, que mantém o “*Blog do Rovai*”¹⁸ e também é editor da revista *Fórum*. Não há informações pessoais sobre ele no blog e nem em sites de busca. No *Twitter*, onde dispõe de 12.140 seguidores, ele se define como Renato Rovai, “jornalista, mestre em comunicação, editor da Revista *Fórum*, midialivrista e blogueiro”. Os comentários são abertos (a partir de uma identificação) e geralmente alinhados ao pensamento do blogueiro. Não há informações sobre processos judiciais contra ele.

Ao receber o prêmio *Troféu Imprensa Mulher* na categoria “Jornalista de Mídias Sociais”, a jornalista baiana Cynara Menezes, 46 anos, afirmou que “queria fazer um

¹⁶ <http://www.pannunzio.com.br/>

¹⁷ Quando um único juiz, antes mesmo do exame de mérito de causa, pode exigir que um blog ou site retire do ar determinadas informações, mesmo que estejam disponíveis em outros locais.

¹⁸ <http://revistaforum.com.br/blogdorovai/author/renatorovai/>

blog assumidamente de esquerda”¹⁹, mantendo uma plataforma com posição política clara. Conhecida por não ter medo de se expressar, a jornalista trabalhou no *Jornal da Bahia*, *Folha de S.Paulo*, *Estadão*, *Istoé*, *VEJA*, *VIP* e atualmente está na *CartaCapital*, em Brasília. Em seu blog, *Socialista Morena*²⁰, Cynara escreve sobre temas diversos, por vezes polêmicos, recebe comentários, críticas e, muitas vezes, responde aos interlocutores. A jornalista mantém 17.996 seguidores no Twitter. E o blog *Socialista Morena* possui um único anunciante: a revista *Carta Capital*, local de trabalho da blogueira.

Fechando o grupo *Militantes*, estão os jornalistas militantes sem vínculo com veículos de comunicação. Note-se que, mesmo com posicionamento contrário aos meios hegemônicos e sem anunciantes, o grupo anterior possui vínculo empregatício com meios de comunicação alinhados ao pensamento dos blogueiros. Este não é o caso do jornalista Altamiro Borges, presidente do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, secretário nacional de Questão da Mídia do PC do B e que mantém o “Blog do Miro”²¹ desde 2008, sem estar vinculado a nenhum meio de comunicação. Utilizando no alto de sua página o slogan “uma trincheira na luta contra a ditadura midiática”, Miro, como é conhecido, dispõe apenas de força de vontade, um pequeno anunciante de produtos orgânicos e uma extensa relação de parceiros. Não há informações sobre processos judiciais contra o jornalista ou seu blog.

Neste primeiro contato com os jornalistas blogueiros, vale destacar que, embora nem todos escrevam sobre os mesmos temas, eles tem em comum o fato de trazerem a credibilidade já consolidada na carreira de jornalismo. Nessa classificação, não levamos em consideração o posicionamento político-ideológico de cada um, apenas citamos o que é publicamente sabido. É possível notar nessa breve leitura que, aqueles que estão vinculados a portais de grandes empresas de comunicação estão em situação financeira mais estável, além de não ter processos judiciais contra o seu blog. Os anunciantes estão presentes em quase todos os blogs, e apenas os “militantes” abrem mão desse recurso para sustentar o meio. Dentro do universo da blogosfera, é muito difícil quantificar o número de cliques diários de cada um dos blogues. Aqui, optamos por aqueles reconhecidos por serem os mais acessados do País, além de informar o número de

¹⁹ Disponível em

<http://portalimprensa.uol.com.br/noticias/brasil/57140/queria+criar+um+blog+assumidamente+de+esquerda+diz+cynara+menezes>

²⁰ <http://www.socialistamorena.com.br/>

²¹ <http://altamiroborges.blogspot.com.br/>

seguidores dos blogueiros no microblog *Twitter*, para termos outra dimensão da quantidade de possíveis leitores diários para os blogs.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Independentemente de posicionamento político e ideológico adotado pelos jornalistas blogueiros citados, o grupo é representativo para demonstrar as mudanças que estão ocorrendo no jornalismo contemporâneo em decorrência dos blogs. Eles migraram para o novo meio com uma carreira já consolidada nos veículos tradicionais, conseguiram levar o seu público e ainda conquistaram novos leitores. Também é interessante notar como cada um desses jornalistas lida com o seu público leitor. O embate diário e direto com a audiência foi um dos desafios enfrentados por eles, assim como a adaptação ao novo modo de fazer e viver o jornalismo. Conseguiram liberdade diante das empresas de comunicação, mas encontraram novas formas de censura e controle.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRNI, Zélia L; PEREIRA, Fábio Henrique. “Perfil profissional no ciberjornalismo: o blog como espaço de autoria e identidade na web”. *Anais do IV SBPJOR*, Porto Alegre, 2006. Disponível em http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/coord3_zelia_adghirni_e_fabio_pereira.pdf

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. Blogs: mapeando um objeto. In: _____. (Orgs). *Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009, p. 27-54.

ESCOBAR, Juliana. “Blogs como nova categoria de jornalismo”. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. (Orgs). *Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009, p.217-236.

FUMERO, Antonio. “Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog”. In: TELOS – *Cuadernos de Comunicación y Innovación*. Octubre – diciembre 2005, n. 65. Disponível em <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=1&rev=65.htm> Acesso em 04/04/2013.

NOBLAT, Ricardo. Entrevista. In FREITAS, Eduardo L. V. *Política e internet: quatro jornalistas (blogueiros) em novos tempos*. Tese de doutorado em Ciências Sociais – anexos - PUC/SP – 2010. Disponível em <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp141550.pdf> Acesso em 09/04/2013.

QUADROS, Claudia; ROSA, Ana Paula; VIEIRA, Josiany. “Blogs e as transformações do jornalismo”. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (E-Compós)*, v. 3; 2005. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/38/38>. Acesso em 04/04/2013

PALÁCIOS, M. “Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória”. In: MACHADO, E.; PALÁCIOS, M. *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra, 2003.

PENTEADO, Cláudio L. de C.; SANTOS, Marcelo B. P. dos; ARAÚJO, Rafael de P. A. “Metodologia de pesquisa de blogs de política. Análise das eleições presidenciais de 2006 e do movimento ‘Cansei’”. *Revista de Sociologia Política*, v. 17, n. 34, p. 159-181, out. 2009. Disponível em <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/rsp/article/viewFile/29356/19119> Acesso em 04/04/2013

PRIMO, Alex. “Blogs e seus gêneros: avaliação estatística de 50 blogs em língua portuguesa”. *Revista Matrizes – ECA/USP*, v. 4; n.1; 2010. Disponível em <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/171>. Acesso em 04/04/2013

_____. “Os blogs não são diários pessoais online: matriz para a tipificação da blogosfera”. *Revista FAMECOS*. Porto Alegre, n. 36, agosto de 2008. Disponível em http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/revista_famecos.pdf Acesso em 04/04/2013

SCHITTINE, Denise. *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.