



Blogs e *ethos* jornalístico: o que há de novo?¹

Juliana Escobar²

Embrapa Informação Tecnológica

Resumo: Tendo como base um estudo de caso sobre o Blog do Noblat, o presente artigo traz considerações sobre a apropriação jornalística que reconhecidos profissionais da área fazem do blog (entendido como ferramenta web que gera um modelo específico de site). Questiona se tal apropriação exerce alguma influência sobre o *ethos* profissional destes jornalistas, alterando em alguma medida o que entendem por “ser jornalista” e por “fazer jornalismo”. Considerando o que Nelson Traquina denomina de pólo ideológico da profissão, o artigo busca identificar alguns traços próprios do “fazer jornalístico de blog” e novos questionamentos que pode estar inserindo na constante discussão em torno do *ethos* profissional dos jornalistas.

Palavras-Chave: *Ethos* jornalístico; Webjornalismo; Blogs.

1. Introdução

Este artigo é fruto de um esforço no sentido de dar continuidade a algumas questões suscitadas na dissertação de mestrado que defendemos em maio de 2007 no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ (*Deu no post - Blogs como nova categoria de webjornalismo: um estudo de caso do Blog do Noblat*). O aspecto trabalhado é a influência que a utilização jornalística do blog pode exercer sobre o *ethos* profissional. Nosso foco é o uso jornalístico do blog por profissionais conhecidos e reconhecidos por fontes, público e colegas. O artigo tem como base a pesquisa que deu origem à nossa dissertação, considerando o *corpus* analisado (todos os *posts* publicados no Blog do Noblat em três meses – abril maio e junho de 2006), além da entrevista em profundidade, aberta e semi-estruturada, realizada com Ricardo Noblat em janeiro de 2007.

Em outros casos vimos blogueiros de sucesso tornando-se colunistas em meios impressos tradicionais. Um exemplo é o do famoso Salam Pax, um blogueiro de Bagdá que, após relatar em seus posts o dia-a-dia da invasão de tropas americanas no Iraque,

¹Trabalho apresentado na NP Jornalismo, do VIII – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Mestre em Tecnologias de Comunicação e Cultura / PPGC / UERJ. Jornalista da Embrapa Informação Tecnológica. ju.lucia@terra.com.br



tornou-se colunista do jornal *The Guardian*. Outro é o do (a) blogueiro (a) Jackie que foi convidado (a) pelo *Jornal do Brasil* para se tornar colunista do veículo impresso, tendo, no entanto que abandonar o blog³.

Nosso interesse recai sobre o fenômeno em que ocorre um movimento no sentido inverso: profissionais que construíram uma sólida carreira jornalística atuando na chamada mídia tradicional (ou seja em veículos impressos, de rádio ou de televisão), que migraram para o universo web e nele alcançaram destaque. Nosso foco são, portanto, casos em que jornalistas de status e prestígio resolveram usar o blog, essa nova tecnologia de comunicação, para continuar fazendo jornalismo.

Escolhemos o blog de Ricardo Noblat para nosso estudo de caso porque este profissional pode ser considerado um representante exemplar deste fenômeno. Isto permite-nos considerar que as análises realizadas podem aplicar-se a casos semelhantes, ainda que com nuances distintas. Esta migração para o ambiente web a partir do uso jornalístico do blog ocorreu com outros profissionais prestigiados como Jorge Bastos Moreno (que começou a escrever um blog antes mesmo de Noblat), Josias de Souza, Juca Kfourri, Pedro Dória, Carlos Henrique Amorim, Mino Carta e Luiz Nassif, sendo que nem todos deixaram de atuar em outros meios.

O Blog do Noblat dedica-se na maior parte do tempo a divulgar, discutir, interpretar, comentar e opinar a respeito de acontecimentos reais, atuais e novos, referentes à política nacional, geograficamente situada em Brasília, a capital federal, e seus bastidores — nicho jornalístico em que o colunista atua. Noblat manteve, no blog, o tratamento jornalístico com o qual havia construído e consolidado seu nome como marca ao longo de mais de trinta anos de carreira. E este foi, acreditamos, um fator crucial para que o jornalista trilhasse uma bem-sucedida trajetória como blogueiro.

Uma das principais constatações a que chegamos ao final da nossa dissertação é que a personalização é o grande diferencial deste mecanismo de publicação de conteúdos web. São as escolhas que o agente humano faz ao se apropriar da tecnologia que definem desde a caracterização de um blog como jornalístico até em que nível ele será utilizado para promover diálogos ou escritas coletivas, podendo se tornar um espaço de trocas entre as pessoas. E é nisso que habita a principal potencialidade do blog como tecnologia capaz de alterar, em alguma medida, tanto a relação entre

³ Jackie é um pseudônimo e, além da verdadeira identidade, não se sabe nem mesmo o sexo do (a) blogueiro (a). (Cf. SCHITTINE, 2004, p.179.)



jornalistas/blogueiros e leitores/internautas quanto o que os próprios jornalistas entendem por “ser jornalista” ou “fazer jornalismo”.

2. O “ser jornalista” ou o “fazer jornalismo”

O blog jornalístico e, notadamente, o de política ganhou visibilidade nos últimos anos no Brasil devido a escândalos de corrupção. Conforme lembram os organizadores da obra “Jornalismo Político – Teoria, História e Técnicas”:

[...] o jornalismo, nos seus primórdios, atinha-se a um só tema: o fato político. É interessante notar que, no Brasil, a imprensa surge no início do século XIX, justamente quando o país ensaia os primeiros passos rumo à separação de Portugal. O jornalismo político, portanto [...] confunde-se com a história do jornalismo brasileiro. (2006, p. 8)

E gostaríamos ainda de lembrar o papel que há muito é atribuído ao jornalismo frente à atividade política:

[...] com a profissionalização da atividade jornalística no século XIX e o desenvolvimento de uma tradição de jornalismo investigativo, a publicação de escândalos e de comentários sobre eles tornou-se uma atividade que corresponde exatamente à imagem que algumas pessoas que trabalham na mídia têm de si mesmas. A revelação de segredos ocultos do poder é vista por alguns jornalistas como uma forma de exercer sua missão de guardiões do interesse público (THOMPSON, 2002, p. 60).

No caso brasileiro, esta auto-concepção profissional, que atribui à mídia em geral e, por extensão, ao jornalista a função de revelar os meandros do poder, expondo atos ilícitos e condutas moralmente reprováveis está muito presente (Cf. ALBUQUERQUE, 1989; LATTMAN-WELTMAN, 2003; ALDÉ, 2004).

O jornalismo é visto por alguns como uma profissão de fé, sendo, por vezes, comparado a uma espécie de sacerdócio. Outra idéia muito associada à profissão é a de missão, que podemos encontrar de forma explícita em falas e escritos de profissionais como Clóvis Rossi, que em seu livro “O que é jornalismo”, afirma:

O dever fundamental do jornalista não é para com seu empregador, mas para com a sociedade. É para ela e não para o patrão que o jornalista escreve. [...]



Fazer bem e honestamente o seu trabalho é uma exigência, não para agradar os empregadores, mas para cumprir a sua missão (2000, p. 77).

Jorge Cláudio Ribeiro, na introdução do seu “Sempre Alerta”, diz:

Para o conjunto da sociedade o jornalista, assim como os escoteiros, deve estar sempre alerta e disposto a realizar uma missão voluntária, comprometida com o Bem e que faça uma boa ação todos os dias. Dentro da mística da profissão, cabe ao jornalista estar atento, onde quer que esteja, à possibilidade de irrupção de um fato noticiável. [...] Em sua identidade ética, ele convive com o desconforto perante os desvios da sociedade — aí incluído o jornal em que trabalha (1994, p. 14).

Um dos capítulos do livro do jornalista e professor é “A 'religião' do jornalismo”, em que constata, através de depoimentos de colegas de profissão, a idéia de missão comumente atribuída ao jornalismo, por muitos equiparado ao sacerdócio. O autor afirma ter percebido uma tênue consciência de que o jornalismo tem uma missão superior a cumprir em vários dos depoimentos que colheu.

Para Franklin Martins, reconhecido colunista político ⁴, em caso de conflito, entre todas as lealdades a que o jornalista responde (às fontes, aos colegas, à categoria, aos chefes, à empresa em que trabalha, à carreira, à sociedade etc.) deve sempre colocar em primeiro lugar sua lealdade à sociedade. “Pode parecer piegas, mas o jornalismo só existe como missão: informar a sociedade para que ela, bem informada, possa tomar suas próprias decisões da melhor maneira possível.” (2005, p. 34)

Já Ricardo Noblat acredita que “a missão de um jornalista é informar” (2003, p. 37) cumprindo seu dever para com a sociedade:

Por mais que soe ingênuo, pueril e até mesmo fora de moda, afirmo que o dever número um do jornalista é com a verdade — mesmo que ela não seja algo claramente identificável.

O dever número dois é com o jornalismo independente.

O número três é com os cidadãos. Não se deve ter vergonha de tomar partido deles (NOBLAT, 2003, p.22).

A idéia do jornalismo como missão pode ser encontrada já nos primórdios da imprensa brasileira. Alguns autores dos primeiros panfletos e libelos que circularam por

⁴Convidado pelo presidente Lula, o jornalista assumiu o cargo de Ministro-Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, em março de 2007, no qual se mantinha no momento de finalização deste artigo, em junho de 2008.



volta de 1820 pelo Rio de Janeiro, então capital brasileira, expressavam em seus editoriais de estréia a missão pedagógica que acreditavam estar desempenhando, educando e preparando o povo para o regime liberal que se instalaria com a república.

O processo de independência acentuou esse caráter missionário: o intelectual considerado como artista cede lugar ao intelectual considerado como mentor da sociedade, voltado para a aplicação prática das idéias. A imprensa foi o meio privilegiado de sua ação (LUSTOSA, 2000, p. 33).

A referência à imprensa como “Quarto Poder” data historicamente do século XIX e teria origem na estreita relação entre jornalismo e democracia. Para os fundadores da teoria democrática o papel do jornalismo não era apenas o de informar mas também o de ser o guardião (*watchdog*) do governo num sistema de divisão do poder em poderes (*checks and balances*) (TRAQUINA, 2005a). Tais idéias fazem parte do pólo ideológico dessa prática social, que muitas vezes entra em conflito com seu pólo econômico, termos usados por Traquina para nomear, de um lado, os valores que povoam o campo jornalístico e, do outro, os elementos que o constituem como um negócio cuja mercadoria a ser vendida é a notícia.

Enquanto empresas de comunicação podem ser vistas como representantes do pólo econômico da atividade jornalística, o jornalista seria a personificação do pólo ideológico, podendo ser considerado como “um intermediário autorizado que processa para o leitor as informações cotidianas e as tornam inteligíveis para eles” (ALDÉ; CHAGAS, 2005).

A auto-concepção profissional é um aspecto fortemente presente quando consideramos a relação do blog jornalístico com o pólo ideológico desta atividade. Com um blog, o jornalista tem a possibilidade de expressar-se mais livremente, não estando tolhido por uma série de imposições a que está normalmente submetido quando atua em outro meios, como submissão hierárquica; limitação temática de acordo com a área de cobertura em que se enquadra (política, cultura, esportes etc.); limitações espaço-temporais; restrições quanto ao tratamento dado aos textos e ao gênero jornalístico em que devem se enquadrar (informativo, interpretativo, opinativo); maior comprometimento com a busca pela objetividade, por exemplo, tendo que seguir regras de estilo e redação (*lead*, pirâmide invertida etc.).

Antes dos blogs já se falava das possibilidades de personalização oferecidas pelos sites. No entanto, o enfoque mais comumente abordado é do ponto de vista do internauta, do seu acesso aos conteúdos. Com os blogs, a personalização passa a existir do ponto de vista do produtor da informação, o blogueiro, que não se prende a regras, horários, temas. O blog é extremamente personalista: é um site de uma pessoa, falando sobre o que ela deseja, da maneira como preferir, na hora em que bem entender. A partir dessas constatações é que o uso do blog como veículo jornalístico nos leva a abordar a questão: “o que é ser jornalista?” e, mais especificamente, o que o blog traz de diferente para o “ser jornalista” e o “fazer jornalismo”?

A legitimidade do uso do blog para fazer jornalismo passa por um entendimento do que é ser jornalista, pois segundo Traquina:

A existência de uma identidade profissional implica, por sua vez, a definição de como ser jornalista e como estar na profissão, isto é um *ethos* profissional

[...]

Seja “função” ou “papel”, ambos os conceitos apontam para a existência de uma clara definição do que os jornalistas deveriam ser, uma definição que é partilhada tanto pelo “corpo social” como pelos membros do “grupo profissional”; e a definição é importante para a legitimidade social do jornalismo. (2005a, p. 97-98)

Acreditamos que os blogs podem ser um campo fértil para a retomada do jornalismo partidário e panfletário que teria perdido espaço com a profissionalização do ofício e a construção do conceito de objetividade (Cf. TUCHMAN, 1993). No entanto, conforme constatamos ao final do nosso estudo de caso sobre o Blog do Noblar, a adesão à imparcialidade, um valor caro ao jornalismo, pode ser uma forma de o jornalista se resguardar.

Ainda que alguns profissionais cheguem a admitir tanto a impossibilidade de alcançar a verdade dos fatos e de expressá-la em seus relatos, quanto a dificuldade de serem totalmente imparciais, estes objetivos continuam sendo valores prezados por esta comunidade. Integram uma lista de atributos próprios do que os jornalistas entendem como seu *ethos*, ou seja, um conjunto de características que permitem a distinção destes profissionais dos demais e que permitem o reconhecimento por parte da sociedade de qual seria sua função, seu papel.

O esforço para manter-se imparcial e objetivo pode, portanto, servir de argumento na defesa do papel desempenhado pelos profissionais num ambiente em que, em tese, qualquer pessoa pode produzir conteúdo, seja publicando um blog, seja integrando



iniciativas de jornalismo participativo. A defesa e manutenção de práticas, valores e princípios estabelecidos formal e culturalmente pelos profissionais da área seria uma maneira dos jornalistas demonstrarem que continuam tendo um papel a desempenhar, uma missão a cumprir e que não se eximem dela ao apropriarem-se de uma nova tecnologia.

Este comportamento foi uma das constatações que fizemos ao final de nossa análise do Blog do Noblat. Ao mesmo tempo em que reconhece que a internet e, mais especificamente o blog, podem fazer de qualquer leitor um produtor de conteúdos, Noblat deixa escapar em seu discurso que acredita haver, sim, distinção entre quem é jornalista e quem não é, e o que pode diferenciar um do outro. E apesar de ter liberdade para agir de forma diferente, no blog, o colunista segue defendendo e adotando alguns princípios da atividade jornalística, tais como a idéia de que o profissional deve manter-se independente e buscar a verdade dos fatos, esforçando-se por ser objetivo e imparcial. Em diferentes ocasiões, Noblat explicita o que acredita ser o seu papel — o do jornalista — e o que os leitores — a sociedade — pode e deve esperar dele. Reforça algumas crenças, como a de que é a imprensa (os jornalistas, por extensão) quem saberia distinguir o “interesse público” do “interesse do público”, e não o leitor.

Em alguns posts de Noblat que integram o *corpus* da nossa análise observamos um exercício de auto-reflexão incentivado pelo caráter dialógico do blog. Assim, algo de novo que o blog pode estar trazendo para a discussão sobre o *ethos* jornalístico pode ser o fato de funcionar como um “humildificador” para os profissionais da área (Cf. CHAGAS, 2006). O termo foi cunhado pelo colunista do jornal O GLOBO, Joaquim Ferreira dos Santos, em uma de suas crônicas. Em entrevista ao site Observatório da Imprensa explica que “O humildificador é um exercício para qualquer atividade. É a maquininha que te sussurra, 'menos, meu camarada, menos pose, menos empáfia, menos seriedade, menos onda, menos autoridade, menos tudo que soe pretensão e pompa’”⁵.

Ser mais humilde é uma das coisas que Noblat lista em artigo cujo título é justamente “O que um blog pode ensinar”:

Ensina a ser mais humilde.

O leitor do blog não quer nem saber: baixa o pau no que você escreve. E as críticas dele, procedentes ou não, ficam registradas. Eu, pelo menos, não as

⁵On-line em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=356AZL002>>. Acesso em 28 de jan. 2008



elimino. Se o fizer, estarei na contramão do espírito democrático da internet. E elas aparecerão novamente. Não tem jeito. ⁶

Opinião reforçada na entrevista que nos concedeu ao responder se o fato de lidar, diariamente, com a crítica do leitor o tornou um jornalista diferente:

Eu acho que sim. Eu levo muito mais em conta a opinião dos leitores. [...] Acho que muda. Se você quer fazer direito, e se você quer exercer honestamente tua profissão — o que passa por levar em conta a opinião das pessoas — e abandonar o antigo entendimento. O jornalismo que se fazia antes da internet era um jornalismo onde eu era a figura ativa nessa relação e você, leitor, passivo. Você recebia o que eu te oferecia. E ponto. Quer você gostasse ou não gostasse. E eu pouco tava me lixando pra sua opinião. Primeiro, porque eu nem tinha acesso a ela direito. Segundo porque eu tava mesmo me lixando. Na internet, não. (E.A) ⁷

Ao afirmar que caso eliminasse as críticas dos leitores de seu blog estaria indo “na contramão do espírito democrático da internet”, Noblat aparenta ter um entendimento de que o jornalismo e os blogs devem propiciar o debate de idéias e a circulação de diferentes opiniões.

No entanto, nem todo jornalista que se torna blogueiro pensa como Noblat. Josias de Souza, titular do blog “Nos bastidores do poder” da Folha Online, questionado sobre o que a relação com os leitores lhe ensina, responde:

Não ensina nada, não. Acho que no futuro pode-se evoluir para algo mais edificante. Sinto que há uma demanda por interatividade — o próprio fenômeno dos blogs mostra isso. Os leitores querem participar. A dúvida é como disciplinar essa vontade, tornando-a útil. [...] A gente faz um esforço extraordinário para levar bom jornalismo aos leitores, põe no blog informações em primeira mão sempre que possível, trabalha feito um louco até de madrugada, aí vem um idiota e deixa um comentário que não tem nada a ver com nada, xingando, usando palavrão. Eu tinha parado de ler. Mas tive de voltar a filtrar depois que Justiça impôs a condenação pecuniária a outro blog por conta de um comentário considerado injurioso. ⁸

Estando aberto para o diálogo, o blogueiro/jornalista assume a postura não mais de um produtor de conteúdo que entrega a informação pronta e acabada mas, sim, de um

⁶On-line em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=314ENO002>>. Acesso em 28 de jan. 2008

⁷Como aqui, ao longo deste trabalho, as iniciais E.A ao final de citações referem-se a declarações de Ricardo Noblat em entrevista à autora, realizada em janeiro de 2007.

⁸On-line em <http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2006/11/29/imprensa8637.shtml> Acesso em 22 de jan. 2008.



interlocutor que toma parte num processo comunicativo em que sempre há, no mínimo, dois interagentes envolvidos e no qual deve haver troca de papéis entre quem fala e quem ouve.

No blog, a posição do jornalista, ao contrário, é humilde e subjetiva, pois *depende* do retorno dos leitores. Um blog que não provoque reações e comentários perde sua razão de ser. Assim, vemos os jornalistas iniciando comentários sobre fatos políticos com frases que convidam ao diálogo, como “eu não sei se vocês concordam, mas acho que...” (ALDÉ, CHAGAS, 2005).

Por mais de uma vez Noblat convidou seus leitores a se manifestar sobre determinado assunto. Durante a série de debates entre os presidenciáveis nas Eleições de 2006, após os primeiros embates em que publicava sua opinião sobre quem teria se saído melhor, Noblat convidou seus leitores a opinarem antes que ele escrevesse algo a respeito.

3. Enfim, um novo “ser jornalista”? Um novo “fazer jornalístico”?

Além de o simples fato de exercer a profissão já conferir ao jornalista, potencialmente, um papel social de decodificador da realidade, também existe, dentro da própria categoria, uma hierarquia. “As redações fabricam seus próprios astros, modelos de *grande jornalista* cujos textos, opiniões e atitudes são continuamente copiados” (RIBEIRO, 1994, p. 150). No que o autor chama de “geografia do poder”, o editor é quem “recebe os melhores salários e os melhores convites para outros empregos, é quem eventualmente tem seu nome reconhecido, faz viagens a serviço e conhece gente importante” (*Ibid.*, 1994, p. 152).

As edições diárias de um jornal são um fluxo perene, no qual o que conta é o trabalho feito hoje: a acumulação de prestígio profissional é muito residual. Cada um vale tanto quanto o seu trabalho mais recente. É necessário, portanto, esforçar-se para aparecer com frequência, criar uma marca: o próprio nome (*Ibid.*, 1994, p. 158)



Segundo esta lógica, a assinatura da matéria é um dos meios de obter visibilidade. Assim é que na “linha de montagem da indústria jornalística”, colunistas ocupam lugar de destaque. Titulares de espaços sempre assinados, são profissionais que já transformaram seus nomes em marcas.

Portanto, é interessante notar que jornalistas que já atingiram o patamar de colunistas como o próprio Ricardo Noblat, Jorge Bastos Moreno, Josias de Souza, Luiz Nassif e Juca Kfourri, por exemplo, tenham optado por usar o blog para atuar profissionalmente. Justo eles que, na hierarquia da profissão, já gozavam de maior status e, conseqüentemente, maior liberdade frente aos demais colegas.

Nós temos algumas suposições quanto ao que poderia atrair estes profissionais para a blogosfera. A primeira delas é a liberdade permitida pelos blogs. Como afirma o próprio Noblat, o blogueiro é um profissional mais livre: “Eu não tenho satisfação a dar pra ninguém. Eu não tenho nenhum patrão, nenhum chefe me dizendo faça assim, não faça assado” (E.A.). Tal liberdade permite ao próprio Noblat, por exemplo, intercalar posts com as notícias da política nacional com outros, referentes ao nascimento de sua primeira neta, com os quais seus leitores começaram a se deparar nos últimos meses de 2007. Um segundo aspecto a ser considerado é o fato de o jornalista ter a chance de personalizar o conteúdo. Pode abordar temas que mais lhe agradem; tratar de um assunto em três ou trinta linhas; usar som, imagem e texto ou apenas texto, se assim o preferir. E ainda outro fator a ser considerado é que, como blogueiro, o jornalista pode estar livre do jugo do editor e do proprietário do veículo — ao menos em tese e em maior nível. Embora, por outro lado, possa estar mais submetido ao jugo do leitor. Juca Kfourri contou, durante o seminário “Blogs: uma revolução no jornalismo” que naquele dia, após ficar sete horas sem publicar um novo post, deparou-se com comentários dos leitores como “Escuta aqui, você está de férias?”⁹. Encontramos alguns exemplos também em nossa análise do Blog do Noblat. No entanto, apenas aqueles que, como Noblat, transformam seus blogs em espaços abertos para trocas e influências mútuas com seus leitores poderiam estar, em alguma medida, sob esse novo jugo.

Se, conforme Ribeiro, nas redações de jornais “repórteres e redatores procuram direcionar seus textos de acordo com o enfoque dos editores” (1994, p. 151) num universo em que muitas vezes jornalistas acabam escrevendo para os próprios

⁹ Evento realizado no Rio de Janeiro em 11 de maio de 2006, pelo GLOBO ONLINE que comemorava 10 anos. Contou com a presença dos jornalistas/blogueiros Ricardo Noblat, Cora Rónai, Jorge Bastos Moreno, Pedro Dória, Juca Kfourri e do publicitário Antônio Pedro Tabet, do blog Kibeloco.



jornalistas não tendo em mente os leitores, com o blog, isto pode ser alterado. Ao se abrir para o diálogo, ouvindo e considerando opiniões de leitores e respondendo seus questionamentos, o jornalista pode alterar sua auto-concepção profissional pois pode receber novos estímulos que acabam por influenciar a sua idéia do que é “ser jornalista” e “fazer jornalismo”.

Desafio, experimentação e liberdade parecem ser os grandes atrativos exercidos pelos blogs para profissionais conceituados que vêm nesse mecanismo de publicação de conteúdo on-line a possibilidade de exercer o jornalismo de maneira personalizada. Contato mais direto com leitores e meios de saber seu julgamento a respeito da própria atuação, são riscos a que se expõem alguns deles a depender da atitude mais ou menos aberta ao diálogo que adotam ao apropriar-se do blog, essa nova tecnologia de comunicação.

4. Quase um último post

Diferentemente da publicação contínua tão comum aos blogs, este artigo precisa ganhar uma conclusão. No entanto, grande parte das implicações do uso dos blogs como veículos noticiosos para o *ethos* jornalístico ainda está no campo das possibilidades. Sem condições de afirmar algo categoricamente quanto às influências que pode estar exercendo no entendimento do que é “ser jornalista” e “fazer jornalismo”, acreditamos que o blog possa representar para os profissionais da área, neste momento, uma tomada de posição que, em nossa dissertação, equiparamos metaforicamente a uma trincheira, (posição de defesa). No entanto, ainda recorrendo ao universo bélico, *front* (posição de enfrentamento) parece ser a metáfora mais adequada – de acordo com a opinião de Fernando Resende, integrante da banca de defesa da nossa dissertação, com a qual passamos a concordar.

Jornalistas com sólidas carreiras, prestigiados e reconhecidos, que se tornam blogueiro e estabelecem uma relação de troca mais constante com seus leitores, estariam partindo para o *front* pois optam por encarar de frente questões polêmicas, como o papel do jornalista perante a sociedade e que função teriam a desempenhar, eles mesmos, num contexto em que produzir e divulgar conteúdos é algo cada vez mais acessível. Aspectos que, em última análise, dizem respeito ao *ethos* profissional. Neste posicionamento, mais aberto ao diálogo, pode-se notar uma alteração no que diz respeito ao lugar de fala em que o profissional se coloca.



Ainda há, é claro e incontestável, uma divisão hierárquica, já que o jornalista detentor do blog é quem determina a pauta, autoriza quem vai ou não postar comentários, destaca ou não as intervenções dos leitores. Cabe a ele dizer o que é ou não importante, digno ou não de ser comentado ou colocado em debate. Mas acreditamos que ao abrir espaço para que os leitores expressem suas opiniões, troquem idéias entre si e mesmo com ele próprio, o jornalista assume um outro lugar de fala: o do mediador de um processo de troca de idéias e opiniões e não o de detentor da informação e da palavra final sobre determinado assunto.

Ainda que não altere essencialmente o que o jornalista entende por “ser jornalista” e “fazer jornalismo”, o blog pode levar alguns profissionais a relativizar o papel que exercem como intermediários no processo de aquisição de informações, funcionando como o “humildificador” de Santos.

Assim é que manter um blog jornalístico pode ser visto, metaforicamente, como a atitude de partir para o *front*, se colocar na linha de frente. Recorremos a este termo para expressar a idéia de enfrentamento que o blog pode representar para os jornalistas no contexto atual que, embora não chegue a ser uma situação de guerra, pode causar algumas apreensões uma vez que questionamentos sobre qual seria o futuro do jornalismo vêm vindo à tona com certa frequência.

5. Considerações finais

Com os blogs, o jornalista possui o máximo de liberdade que já teve até hoje, podendo expressar sua opinião praticamente sem restrições. Não estando mais tolhido pelos mitos da imparcialidade e da objetividade, no entanto, é a eles a que recorre, como forma de preservar o status e prestígio adquiridos perante leitores e fontes. O *ethos* jornalístico mantém-se em sua essência já que o jornalista/blogueiro continua sendo visto, por si e por outros, como um formador de opinião e mesmo um missionário, ou ainda como o *wachdog* a quem se delega o chamado “Quarto Poder”. Com este novo mecanismo de publicação, o “fazer jornalístico” e o “ser jornalista” pode até sofrer alterações mas estas se enquadram num processo gradativo, sucessivo e constante que vem se desenrolando desde que a atividade se consolidou.



Por outro lado, o blog também apresenta alguns riscos para o jornalista. Sua própria configuração ajuda a intensificar a histórica submissão destes profissionais à tirania do tempo, da rapidez, da velocidade, da instantaneidade. A facilidade e rapidez de publicação oferecidas pelo blog aliadas à ânsia do profissional por divulgar logo uma informação que pode ser um furo aumentam os riscos de se cometer erros. Uma das principais conseqüências disto é que muitos consideram os blogs, por definição, e mesmo os jornalísticos, como veículos não confiáveis, que se prestariam mais à divulgação de boatos e informações não confirmadas.

Recorremos à personalização para argumentar que tal pensamento é equivocado. Cabe ao jornalista/blogueiro, e a ele somente, a decisão sobre como e quando publicar uma informação. E é ele o único pai dos erros cometidos. O fato de ser um blog, por si só, não pode ser suficiente para classificar um veículo jornalístico como mais ou menos confiável. A responsabilidade, a postura e as decisões tomadas pelo agente humano é que devem ser a base para a credibilidade depositada em qualquer veículo jornalístico, independente de seu formato midiático.

Quanto ao *ethos* profissional, o que o jornalismo de blog teria a acrescentar à discussão sobre o que é ser jornalista e fazer jornalismo, acreditamos, seria a exposição mais explícita diante do público das questões com as quais estes profissionais se deparam historicamente. Mas isto não seria também algo próprio do jornalismo de blog. O máximo que se pode notar é que, como a própria ferramenta favorece o diálogo mais freqüente entre leitor e jornalista, o assunto esteja mais presente porque o canal de troca está constantemente aberto, admitindo, muito mais do que nos outros veículos, que o leitor/internauta insira-se na discussão e expresse suas opiniões, instigando o jornalista a expor seus posicionamentos. Podemos observar então uma elaboração discursiva pública, ausente nos demais meios jornalísticos, mesmo nos demais formatos de jornalismo na web.

Por fim, gostaríamos de esclarecer que nos alinhamos àqueles para os quais o jornalismo mantém-se como uma prática social relevante, que segue tendo um papel a desempenhar mesmo num contexto social-tecnológico que facilita a produção e divulgação de conteúdos, em tese, por qualquer pessoa. Afinal, é preciso dar atenção ao questionamento de Dominique Wolton, crítico da internet e sobretudo de suas potencialidades democráticas: num ambiente de livre produção de conteúdos como a *web* e no mar de blogs que cada vez mais rápido se proliferam, se todos falam, quem



está ouvindo? Ou, dito de outra forma: quem está sendo ouvido? Uma resposta plausível é: os jornalistas. Estes articulistas que consolidaram seu *status* de intermediários e tradutores da complexa realidade que nos cerca antes mesmo do surgimento da internet como tecnologia de comunicação, continuam sendo ouvidos, lidos e tendo suas opiniões consideradas.

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. **Aqui você vê a verdade na TV: a propaganda política na televisão**. Niterói: UFF. Publicação do MCII - Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação, 1999.

ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

_____. CHAGAS, Viktor. **Blog de política e identidade jornalística** (transformações na autoridade cognitiva e na relação entre jornal e leitor). Artigo apresentado na V Bienal Iberoamericana de la Comunicación. México, set. de 2005. (Cortesia dos autores)

CHAGAS, Viktor. **A Blague do Blog** (interatividade, subjetividade e horizontalidade nos blogs jornalísticos de política). Rio de Janeiro, 2006. Monografia de conclusão do curso de graduação em jornalismo. (Facom/UERJ)

DÍAZ NOCI, Javier. **La escritura ciberperiodística. 1, 2 e 3**. Curso “Escrever para jornal on-line: prática e pesquisa” ministrado em dezembro de 2005, no PPGC da UERJ – Rio de Janeiro. Disponível em

<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos1.pdf>
<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos2.pdf><<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos1.pdf>> <
<<<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos1.pdf>>
<<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos3.pdf>> Acesso em 22 de jan. 2008.<<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos1.pdf>> <
<<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos1.pdf>> <

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**. Como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora UFC. Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira: 2005.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. **Mídia e transição democrática: a (des) institucionalização do *panopticon* no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2003.

LUSTOSA, Isabel. **Insultos Impressos** – a guerra dos jornalistas na Independência. 1821 – 1823. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Contexto, 2005.

MORAIS, Larissa. Como fazer – e manter – um blog político. 2006. Observatório da Imprensa, 30 out. 2006 Entrevista com Ricardo Noblat. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=405ENO001>> Acesso em 19 de jan. 2007.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. **O que é ser jornalista** – memórias profissionais de Ricardo Noblat. Rio de Janeiro: Record. 2006.



PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias e PALÁCIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2005.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. **Sempre Alerta: condições e contradições do trabalho jornalístico**. São Paulo: Brasiliense/Olho D'água, 1994.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

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

SEABRA, Roberto. SOUZA, Vivaldo de. (Orgs.) **Jornalismo Político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

THOMPSON, John B. **O Escândalo Político: poder e visibilidade na era da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAQUINA, NELSON. **Teorias do Jornalismo**. Vol. I. Porque as notícias são como são. Florianópolis, Insular: 2005a

_____. **Teorias do Jornalismo**. Vol. II. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis, Insular: 2005b

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas”. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídia. Porto Alegre: Sulina, 2003.