



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
www.cecs.uminho.pt

**A explosão dos weblogs em Portugal:
percepções sobre os efeitos no jornalismo ***

Luís António Santos

Assistente

lsantos@ics.uminho.pt

Universidade do Minho
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
Campus de Gualtar
4710-057 Braga
Portugal

* SANTOS, L. A. (2004, no prelo) "A 'explosão' dos weblogs em Portugal: percepções sobre os efeitos no jornalismo", Actas do II Congresso Ibérico de Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 21-24 Abril.

Resumo:

A ‘explosão’ dos weblogs em Portugal, ocorrida a partir de meados de 2003, foi objecto de intensa cobertura jornalística e de amplo debate nos próprios weblogs. Entre o fervor tecno-optimista de alguns e o contrastante cepticismo de outros foi possível identificar algumas questões interessantes sobre a natureza específica da novidade, sobre a sua relevância para o jornalismo e mesmo sobre o seu eventual potencial para vir a constituir (ou, pelo menos, acrescentar valia a) uma nova forma de fazer e de entender a profissão.

Não estando ainda resolvida a dúvida levantada por Eric Zorn sobre o carácter simultaneamente híbrido e autónomo dos weblogs parece, no entanto, já razoável afirmar que algumas das suas aplicações sugerem claros pontos de contacto com o vasto campo de acção do jornalismo, revelando-se, desde logo, um novo espectro de vantagens e um novo conjunto de questões potencialmente problemáticas.

Este texto, produzido no âmbito de um trabalho do Mediascópio sobre os casos em que o jornalismo foi notícia, propõe-se apresentar uma reflexão sobre um debate que está longe de estar encerrado e lançar pistas sobre tendências emergentes no processo.

Palavras-chave:

Weblogs (Weblogues), Blogs (Blogues), Jornalismo, Jornalismo Participativo.

**“A ‘explosão’ dos weblogs em Portugal:
percepções sobre os efeitos no jornalismo”¹**

O ano de 2003 foi o ano da emancipação do weblog como protagonista autónomo de mais uma das potenciais áreas de expansão da já de si tão vasta invenção de Tim-Berners-Lee, a Internet.

A mais popular ferramenta, Blogger, anunciou, logo em Janeiro, ter atingido o primeiro milhão de utilizadores e um estudo desenvolvido pela Perseus, estimava que até ao

¹ *Mediascópio* project, financiado pela *Fundação para a Ciência e a Tecnologia* (POCTI/COM/41888/2001)

Verão de 2003 teriam sido criados 4,12 milhões de weblogs em todo o mundo, dos quais apenas 1,4 milhões poderiam ser entendidos como activos (com, pelo menos, uma actualização no espaço de dois meses)². A AOL começou a oferecer a possibilidade de ‘blogar’ aos seus clientes a partir de Agosto, ao mesmo tempo que a Yahoo fazia uma experiência piloto similar no seu site coreano. Ambas as empresas seguiram os passos de dois outros gigantes, que abriram portas aos weblogs logo no início de 2003 – Google e Lycos. O interesse imediato, dada a gratuidade dos serviços, terá começado por ser a fidelização de clientes, mas a perspectiva de uma utilização comercial terá estado, por certo, presente na elaboração da opção estratégica destas empresas. Um sinal emblemático do despertar desse interesse comercial pelos weblogs – e do eventual fim do ‘carácter puritano’ da actividade, com escrevem os autores da AlwaysOn³ - terá sido a publicação, em meados de Agosto, de um artigo na secção ‘Business’ da conservadora revista britânica *The Economist*, com o título “Blogging, to the horror of some, is trying to go commercial”⁴.

A visibilidade dos weblogs aumentou na proporção directa do seu impacto na agenda informativa e sub-categorias como os warblogs, por exemplo, conseguiram mesmo concentrar em si volumes significativos de atenção em momentos muito específicos da guerra no Iraque. As ferramentas de indexação (Technorati, Blogdex, Daypop, Popdex) afirmaram-se como indicadores do início de um processo de sedimentação estrutural do fenómeno e evoluções tecnológicas permitiram o aparecimento de variantes como os moblogs ou os videoblogs.

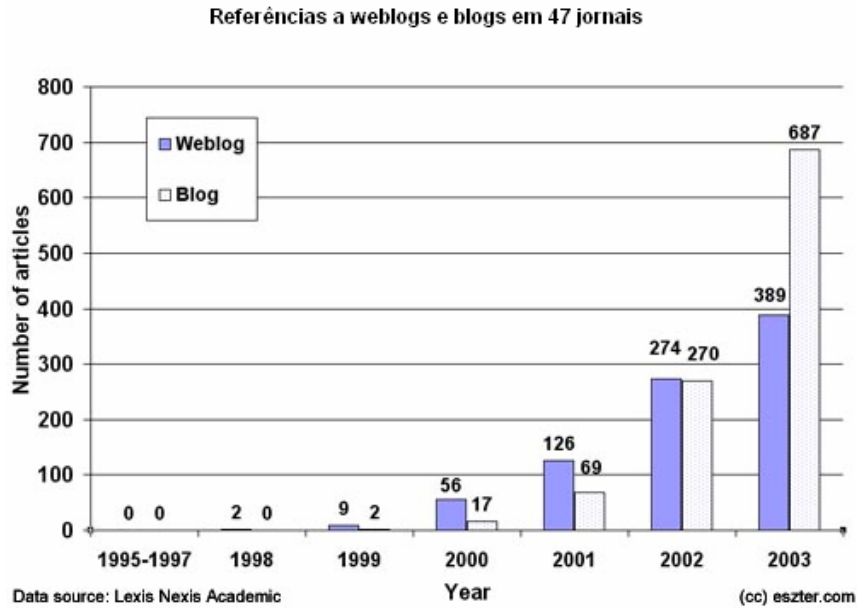
A recolha feita por Eszeter Hargittai⁵, com base no aparecimento das palavras ‘weblog’ e ‘blog’ em 47 jornais diários (incluindo 24 norte-americanos) é muito clara – a partir do ano 2000 o número de referências cresceu sempre a um ritmo muito próximo da duplicação e os dados de 2003 indicam que, em média, cada um dos diários analisados falou no assunto 23 vezes (ver quadro).

² Perseus Development Corporation (03.10.2003). “The Blogging Iceberg - Of 4.12 Million Hosted Weblogs, Most Little Seen, Quickly Abandoned”, White Paper. <http://www.perseus.com/blogsurvey/> (17.10.2003).

³ http://alwayson-network.com/printpage.php?id=840_0_2_0 (10.09.2003).

⁴ *The Economist* (14.08.2003).

⁵ <http://campusgi.princeton.edu/~eszter/weblog/archives/00000275.html> (13.04.2004)



Em Portugal, 2003 terá também sido o ano da grande (a uma outra escala) afirmação dos weblogs. A primeira tentativa consistente de elaborar uma listagem, iniciada em Janeiro, referenciava 174 entradas. Em Maio os weblogs portugueses eram já 400, em Junho mais de 600 e, no princípio de Julho, 905⁶. Neste momento não existe uma única listagem de todos os weblogs escritos por portugueses, sendo certo porém que deverão exceder já os dois milhares.

O directório ‘ptbLOGGERS’, criado em Julho de 2003, registava, no dia 20 de Abril de 2004, 1757 weblogs⁷. Um outro directório, o ‘Apdeites’, acolhia, na mesma data, referências da 2045 weblogs⁸ e um outro, o ‘weblog.com.pt’, incentivador da utilização da ferramenta Movable Type, registava 1120 entradas⁹. À semelhança do que aconteceu à escala internacional, também o maior motor de busca/prestador de serviço nacional, o Sapo, passou a disponibilizar, a partir do início de Novembro de 2003, a possibilidade de criação de weblogs.

A aparente irrelevância, em termos absolutos, destes números é mitigada por um ritmo de crescimento assinalável e, sobretudo, no que nos diz respeito, por uma exposição mediática muito significativa e pela emergência, desde cedo, de espaços (ou momentos) de constante auto-questionamento.

⁶ Altura em que Pedro Fonseca anunciou ser-lhe impossível continuar com a tarefa. <http://blogsemppt.blogspot.com> (17.10.2003).

⁷ <http://www.omeudiario.net/ptbloggers> (20.04.2004).

⁸ <http://apdeites.cedilha.com/numeros.html> (20.04.2004).

⁹ <http://weblog.com.pt> (17.10.2003).

Os weblogs nos media

Sendo 2003 o ano da entrada em força dos weblogs em Portugal, foi-o de forma não muito progressiva. A mudança radical na evolução desse crescimento aconteceu a partir de Junho e terá sido, em grande parte, um reflexo da atenção mediática que lhes foi dedicada. O interesse dos órgãos de comunicação tradicionais identifica-se, aliás, logo a partir de Maio; no dia 4 desse mês, o jornal Público apresentava na sua página de Media, um conjunto de trabalhos sobre a massificação dos weblogs, tendo um dos textos o sugestivo título: “Jornalismo desafiado por um novo formato”. Seis dias depois, o Diário de Notícias anunciava que o euro-deputado do PSD, José Pacheco Pereira, havia aderido à blogosfera (com o seu ‘Abrupto’). No mesmo texto, a um passo listava-se o rol de ‘famosos’ já aderentes enquanto a outro passo se dava conta da variedade de temas que eventuais novos interessados podiam encontrar: política (com campos opostos bem marcados), literatura, comunicação ou humor. Uma semana depois, o Diário Económico titulava já: “Portugal adere em força aos weblogs”, acrescentando que a política seria o tema mais discutido “devido à liberdade de expressão”. Nesse mesmo texto, António Granado (que tem o seu ‘Ponto Media’ activo desde Janeiro de 2002) fazia declarações no sentido de que se estaria a entrar numa nova fase – a fase da descoberta pelos media tradicionais – e que, naturalmente, a cada nova notícia deveria corresponder a criação de “mais umas dezenas” de weblogs¹⁰. Curiosamente, no mesmo dia, o suplemento Computadores, do Público, apresentava textos de um enviado a Viena, Pedro Fonseca, para cobrir o primeiro encontro europeu sobre weblogs, o BlogTalk.

Uma semana depois, o mesmo suplemento voltava a dar atenção especial ao mesmo encontro e já em meados de Junho, o director do Público, José Manuel Fernandes, dedicava um editorial ao fim de um weblog (‘Coluna Infame’). Até mesmo aos que não sabiam ainda da existência do novo formato se dizia, logo na segunda frase: “A blogosfera está mais pobre”. Ao todo, nesse mês de Junho, o Público apresentaria 18 textos sobre ou com referências a weblogs, em espaços editoriais diferenciados (páginas de Media, Suplemento Computadores, Destaque, Editorial, Opinião) e envolvendo

¹⁰ Diário Económico (Media e Pub), 26.05.2003.

jornalistas ligados às áreas da comunicação e da tecnologia, a uma correspondente no estrangeiro, a um enviado especial, ao director e a um dos seus principais cronistas. A crónica em questão – a de Pacheco Pereira, em 19 de Junho, sob o título “Espelho Meu, Espelho Meu” – terá, pela abrangência da análise, pelo peso mediático do cronista e pelo seu próprio empenho pessoal no tema, constituído um dos marcos mais relevantes na construção da imagem mediática dos weblogs em Portugal. Na semana seguinte, a revista *Visão* apresentaria um extenso trabalho, intitulado, “Bem-vindo à blogosfera”. Dois dias depois, José Mário Silva escreveria, no suplemento do *Diário de Notícias*, *DNA*, sobre a sua experiência e sobre as valências dos weblogs, sendo que na revista do *Expresso*, *Única*, desse mesmo dia, 28 de Junho, Paulo Querido entrevistava o responsável por um dos weblogs que, na altura, mais atenções centrava, tanto dentro como fora da comunidade, ‘O meu pipi’. Reforçando um fim-de-semana repleto de referências, o *Correio da Manhã* do dia 29, apresentou também o tema aos seus leitores, como sendo “a nova moda cibernética”. Fez ainda questão de enunciar alguns dos ‘blogotugas’ e de apontar o que considerava serem as ‘blogopérolas’.

O mês de Julho foi marcado pelo anúncio de que a Assembleia da República tinha aprovado, para aplicação a partir da legislatura seguinte, a criação de weblogs dos deputados (o que levou até João Paulo Guerra a opinar, no *Semanário Económico*, sobre o ‘Blogociclo’). Miguel Esteves Cardoso escrevia, no *DNA*, que os weblogs eram uma “aragem nervosa e boa que não se respirava desde os tempos do Punk e da New Wave”¹¹, Ana Sá Lopes, no *Público*, dizia-se atraída pela “blogodependência”¹² e Francisco José Viegas, no *Jornal de Notícias*, dizia estar em curso uma “batalha pela voz”¹³. Pacheco Pereira, na sua coluna semanal no *Público*, mostrava-se, nessa altura, já preocupado com “o ‘depósito obrigatório’ da Internet portuguesa”, dando assim uma expressão mais abrangente a preocupações apontadas em posts no *Abrupto*, quase desde o seu início, relacionadas com a reflexão sobre a própria blogosfera. Uma reflexão presencial - anunciava o *Diário de Notícias* do dia 19 de Julho - aconteceria em Setembro, na Universidade do Minho, com o primeiro encontro nacional de weblogs. O mesmo jornal dedicou ao assunto outros dois trabalhos, nesse mesmo mês, tendo a provedora do leitor, Estrela Serrano, também afluído a questão num dos

¹¹ *Diário de Notícias*, *DNA*, 14.07.2003.

¹² *Público*, 13.07.2003.

¹³ *Jornal de Notícias*, 25.07.2003.

seus textos, a propósito do crescente – na sua opinião – acesso dos cidadãos ao espaço público. O mês terminaria com Eduardo Prado Coelho a falar, no Público, do “Blogue, Blogue” como uma das duas realidades que teriam emblematizado o Verão e a elaborar sobre a novel ausência da “complexa malha de legitimações” para o acesso ao espaço mediático¹⁴ e com Paulo Mendo, no Primeiro de Janeiro, a tecer elogios à “abençoada invasão”¹⁵.

O uso dos weblogs para o ensino do jornalismo – uma experiência iniciada, em Portugal, por Manuel Pinto, na Universidade do Minho – foi o ponto de partida para um extenso trabalho, no jornal Público, no início de Agosto. O Público e o Jornal de Notícias continuaram a fazer referências periódicas ao assunto e o mês terminou com uma notícia sobre o que weblogs de lisboetas diziam das políticas do responsável pelo município¹⁶. É por esta altura que surge um weblog anónimo, que viria a durar pouco mais de um mês, mas que teve um impacto assinalável – o ‘Muito Mentiroso’.

O primeiro encontro nacional de weblogs centrou as atenções dos media, em meados de Setembro, com a particularidade acrescida de que o assunto mereceu, pela primeira vez e de uma forma simultaneamente robusta, lugar de destaque na Rádio, Imprensa e Televisão. Com efeito, o encontro teve direito a figurar nos noticiários de várias rádios nacionais, a uma ligação em directo durante o Telejornal, da RTP1, e ao destaque de primeira página de um dos diários de maior expansão, o Jornal de Notícias.

A partir desse mês – altura em que um outro cronista, Eduardo Prado Coelho, anunciou ter aderido aos weblogs, através da participação numa iniciativa do Partido Socialista de Lisboa, o ‘Forum Cidade’ – os weblogs começaram a deixar de ser apenas espaços virtuais com cobertura mediática; a SIC Radical anunciou que o humorístico ‘Gato Fedorento’ passaria a ser um programa televisivo e, pouco tempo depois, seria feito o lançamento de um livro com uma recolha de posts do anónimo ‘O meu pipi’ (que acolheria, na altura, cerca de 100 mil visitas por mês).

Apontamentos de análise

¹⁴ Público, 31.07.2003.

¹⁵ O Primeiro de Janeiro, 31.07.2004.

¹⁶ Público, 31.08.2003.

Ainda que este seja apenas o momento do lançamento de um primeiro olhar sobre esta relação entre os media portugueses e os weblogs, haverá ideias que importa esquematizar em algum detalhe.

Em primeiro lugar, parte substancial do apelo dos weblogs resulta das suas características intrínsecas. Ferramentas fáceis de utilizar por pessoas com poucos conhecimentos técnicos, conjugam uma estrutura formal rígida como a possibilidade da abertura a uma miríade de conteúdos, comportando-se aqui a blogosfera como uma espécie de um novo ‘ambiente de trabalho’, não já instalado no computador de cada um, mas disponível, para partilha, na web. Uma vez familiarizado com um weblog, qualquer internauta pode, sem grande esforço, procurar informações num outro ou desenvolver o seu. Mesmo tendo em conta as especificidades das diferentes ferramentas disponíveis, a lógica subjacente ao formato é a mesma e o conforto que deriva dessa constância é, por certo, factor de simultânea tranquilização e de renovada confiança, tão necessárias à manutenção de um outro traço distintivo destas novas páginas web – a frequência de actualização. À semelhança do que aconteceu noutros países, com mais ou menos encorajamento dos media tradicionais, o sucesso quase exponencial dos weblogs deve-se, em grande parte, a esta sua potencialidade de abertura a quem nunca antes teve possibilidade de avançar reflexões, comentários ou informações para além do seu círculo restrito de conhecimentos pessoais. A ‘publicação pessoal’, conceito que já havia servido para atrair as pessoas para a própria internet, alcança, com os weblogs, uma mais efectiva expressão. Os weblogs tornaram-se espaços alternativos de comunicação, onde cada um pode ter a tal ‘voz’ que tantas vezes lhe foi prometida. Sendo certo que poderá existir, na participação efectiva na blogosfera, tanto de projecção do ego como de voyeurismo, parece-nos não menos verdade que, apesar disso, as tais ‘vozes’ estão lá, no mais dos casos abertas à discussão e em todos eles disponíveis para escrutínio. Como nos diz Tim Jarrett, “um blogger cria uma voz online com história, cronologia, evolução e contexto”. Mais importante ainda, adianta Jarrett, o acto de publicar num weblog (por oposição a um documento privado) permite que outros escutem a tal ‘voz’: “Se as palavras de um blogger são ouvidas e outros entram no diálogo o blogger deixou de ser um observador passivo da internet para se tornar num criador dela. Isto permite que pessoas – desde adolescentes confusos a programadores de software, a tradutores iraquianos em Bagdade e a avós com uma

paixão pela política – que nunca tenham escrito um texto antes sejam lidos em todo o mundo”¹⁷. Mesmo aceitando que esta asserção final da frase denota alguma fragilidade, sobretudo em face de um crescimento naturalmente desregrado e naturalmente pouco inventariado da blogosfera¹⁸, isso não põe em risco o seu principal ponto de ancoragem e de atracção – os weblogs são espaços pessoais e interpretativos, marcados, em simultâneo, pela subjectividade e por um certo grau de responsabilização.

Em segundo lugar, uma parte significativa da implantação, da visibilidade e da expansão dos weblogs em Portugal terá resultado do estabelecimento de uma relação privilegiada com os media tradicionais. Assim como resulta claro, da pouco exaustiva análise acima apresentada, que um número significativo dos jornalistas envolvidos na escrita dos textos sobre weblogs partia de uma posição de alguma cumplicidade com o formato (seja porque eles próprios eram bloggers, seja porque eram observadores à distância), parece também evidente que a entrada na blogosfera de ‘famosos’, o aparecimento de weblogs polémicos e as discussões internas geradas a propósito destes dois factores e ainda de um terceiro - a distinção entre ‘novos’ e ‘velhos’ bloggers portugueses - tenha sido responsável pela manutenção do interesse jornalístico no tema. A cumplicidade de que se fala deverá ser entendida como resultante das afinidades e das vantagens percebidas no formato, tanto em termos técnicos como de conteúdos. Se pensarmos na vertente técnica, os weblogs parecem encaixar na perfeição com as exigências do tempo jornalístico presente, potenciam um espaço de sinergias multimédia e corporizam um novo conceito de produção de texto apelativo e adaptável às exigências formais do jornalismo. Se olharmos para os aspectos de conteúdo, percebemos nos weblogs menos pontos de contacto com o jornalismo do presente, mas talvez uma eventual visualização do que se lhe pode vir a pedir: texto cuidado, ligação às fontes, formatação menos rígida, estilo mais próximo da ‘voz humana’, maior personalização e menor intermediação.

Publicação individual e jornalismo

¹⁷ Post publicado no ‘Jarrett House North’ sob o título ‘Blogs providing voices’.
<http://discuss.jarretthousenorth.com/2003/10/10/?print-friendly=true>

¹⁸ Apesar de alguns esforços, como é o caso do motor de busca bloogz (www.bloogz.com).

A expansão da blogosfera nacional, no ano de 2003, despoletou discussões acesas sobre o valor acrescentado dos weblogs para o jornalismo, muitas delas replicando debates semelhantes noutros países. Também aqui se perceberam excessos de fé nas potencialidades do novo formato para, quase que por si só, abrir caminho a um novo tipo de jornalismo e, por contraponto, exageros condenatórios, edificados em torno de noções de que a blogosfera seria, sobretudo, espaço de partilha de intimidades e, em muitos casos, lugares de oposição ao jornalismo estabelecido.

Afigura-se-nos seguro indicar que, mesmo no presente, a blogosfera portuguesa tem a sua quota de weblogs sobre jornalismo e de weblogs feitos por jornalistas profissionais¹⁹, mas continua a ter muito poucos exemplos de uma postura próxima da adoptada, noutros países, pelos chamados weblog-jornais. Ou seja, serão muito poucos os que, via weblog, produzem, de forma consistente e com carácter de permanência, trabalho jornalístico reconhecido como tal²⁰.

Ainda assim, parece-nos relevante apontar que a grande visibilidade de alguns weblogs, o activismo militante de outros, a qualidade formal de muito do texto que é produzido e o carácter social e politicamente crítico de grande parte dos posts publicados, quando aliados a uma multiplicação de fontes razoavelmente bem informadas sobre áreas muito específicas poderá estar, ou vir, a induzir alguns efeitos no jornalismo português.

Não teremos ainda chegado a uma fase em que os weblogs dão início a um qualquer movimento com repercussões nos media tradicionais e, em última análise, com efeitos na vida política (como aconteceu com o caso Trent Lott, ou com a campanha eleitoral de Howard Dean, nos Estados Unidos), mas os sinais de penetração do efeito blogosfera no espaço comunicacional são já alguns. Assinale-se o exemplo de um post que levou a uma reacção de um ministro na imprensa, as acções de pendor político que influenciaram o debate sobre actos de gestão autárquica (em Lisboa, por exemplo) e os cada vez mais comuns sinais de que os comentários na blogosfera são usados pela imprensa de forma idêntica aos produzidos no contexto dos media tradicionais.

A consciência de que a blogosfera existe e é particularmente atenta aos que se produz ou veicula nos media poderá funcionar como um motivo adicional de pressão sobre o jornalismo, no sentido da actualização da linguagem, de um maior rigor na abordagem dos temas e, sobretudo, de uma mudança de atitude perante a sociedade. Os bloggers

¹⁹ Em Abril de 2004 surgiu até um weblog que se intitula ‘Diário de uma jornalista no desemprego’.

²⁰ Uma das excepções, embora produzida num ambiente escolar, é o ‘Jornalismoportonet’.

(que são também leitores/ouvintes/telespectadores) questionam formas de actuar, perspectivas, apontam falhas, avançam alternativas e levantam novas dúvidas. Isso, se entendido por todos os jornalistas como uma oportunidade para produzir trabalho mais honesto, consistente e em contacto com as pessoas, pode dar-nos uma indicação mais correcta do eventual novo caminho do jornalismo.

Os weblogs serão, assim, neste momento, muito mais reflexos críticos da actividade jornalística e potenciais fornecedores de informação adicional específica do que concorrentes em pé de igualdade. A seu favor, estes espaços de publicação pessoal terão, naturalmente, o facto de integrarem, sem qualquer adaptação, uma lógica de entendimento da comunicação baseada no indivíduo, como nódulo de redes múltiplas e flexíveis, e não como membro de um qualquer grupo facilmente caracterizável (Wellman e Hogan, 2004). Se mantivermos presente que este modelo serve apenas para explicar o funcionamento de um número muito restrito de indivíduos, mesmo em sociedades ditas desenvolvidas, conseguimos identificar nos weblogs (como no webmail, nos fotologs, ou nos moblogs) o potencial para funcionarem como ferramenta de ligação do indivíduo às suas próprias redes, em situação de absoluto controlo e independentemente da localização espacial onde se encontrem²¹. Talvez por isso faça sentido, neste contexto, citar uma das propostas provocatórias lançadas por Jay Rosen na reunião BloggerConII: “Blogar não é jornalismo mas enquanto que o jornalismo *está* na web, o weblog *é* profundamente da web, estando os bloggers muito à frente dos jornalistas na percepção das vantagens da web e da sua própria ecologia” (16.04.2004). Parece distante o tempo em que optimistas como John Pavlik nos falavam dos weblogs como “uma melhor forma de jornalismo”, graças à sua ligação “a uma audiência cada vez mais desconfiada e alienada” (2001: 5). Essa antevisão não terá, até agora, encontrado concretização generalizada – nem em Portugal nem mesmo em países com uma blogosfera muito mais forte e activa – sobretudo por questões que se prendem com o próprio exercício do jornalismo e não com as potencialidades do novo formato. Os weblogs podem – na feliz expressão de Rebecca Blood – “cometer ocasionalmente actos de jornalismo”, mas isso dependerá mais das circunstâncias particulares dos seus responsáveis do que do próprio meio em si (2003: 62). A actividade jornalística

²¹ A este propósito assinala-se o aparecimento, em Abril de 2004, de um espaço, sediado na Galiza, que se propõe ser isso mesmo – o local onde os indivíduos, podem, a partir de qualquer lugar, aceder ao seu correio, aos seus weblogs e fotologs (www.intper.es).

continuada necessita de algum suporte financeiro e, fundamentalmente, de uma prática de trabalho que passa pela entrevista de pessoas, pela investigação de fundo sobre um tema e, finalmente, pela apresentação desapaixonada, com o auxílio de argumentos substantivos (Macdonald: 18.04.2004).

Mais do que debater se, ainda assim, os weblogs devem ou não aproximar-se do estilo e das práticas do jornalismo (por forma a granjearem respeitabilidade e credibilidade), parece sensato, nesta fase, avançar no caminho de uma colaboração entre as duas actividades, como preconiza Leonard Witt, no seu texto “Citizens can improve your media company”. Witt aconselha as empresas jornalísticas a aproveitarem o contacto com os weblogs para reformularem as regras da aproximação às suas várias audiências. Segundo o autor, as empresas deveriam: reciclar todo o material informativo que recebem (por via de uma mais maleável indexação, por exemplo), apostar – em colaboração com universidades – na criação de centros de cidadania para os media (potenciais berços dos chamados jornalistas hiperlocais) e encontrar formas eficientes de fazer uso da enorme quantidade de informação que circula nos weblogs (14.04.2004).

Uma nota final sobre a publicação pessoal enquanto indicador de uma progressão no sentido de uma cidadania mais participativa. Parece-nos demasiado ambiciosa a ideia de que esta assumpção de poder comunicacional por parte de um grupo crescente de ‘utilizadores-tornados-criadores’ da internet apontaria, desde já, para algo de tão substancial, com a eliminação de algumas barreiras de definição valorativa de conteúdos (gatekeeping) a sinalizar uma alteração da unidireccionalidade dos fluxos e, por consequência, uma democratização da informação. Parece-nos, por oposição, demasiado redutor focar atenções nas desvantagens de uma pulverização de conteúdos, nas fraquezas de uma postura ‘amadora’ dos novos criadores e ainda no carácter precoce de qualquer avaliação que retire demasiado peso à ainda esmagadora unidireccionalidade dos fluxos informativos.

Aceitando que muito do que se produz nos weblogs é ainda reactivo – seja comentário, opinião, ou até mesmo apresentação de novos factos que contrariem algo inicialmente dado a conhecer através de um dos canais de comunicação mais tradicionais - parece-nos claro que a blogosfera se afirma, sobretudo, por ser um espaço de ruptura: há lugar para ideias mais marginais (sobretudo porque a ideia é, ainda assim, mais valorada do

que a sua fonte), há sinais de um novo processo de criação de conhecimento partilhado, há uma maior descentralização na produção e distribuição de conteúdos e há uma reformulação das concepções tradicionais sobre audiência/destinatário/receptor. Isso poderá não ser jornalismo, mas é certamente uma nova forma de interagir com a actividade.

Bibliografia

- AlwaysOn (10.09.2003). “The Economist on Weblogs”. http://alwayson-network.com/printpage.php?id=840_0_2_0 (10.09.2003).
- Amelan, Roni (October 2003). “Communication: From information society to knowledge society”, in *The New Courier*, nº3. UNESCO.
<http://portal.unesco.org/ev> (05.11.2003).
- Ashley, Chris (2002). “Weblogs, part II: A Swiss Army website?”.
<http://istpub.berkeley.edu:4201/bcc/Winter2002/feat.weblogging2.html>
- Ashley, Chris (2001). “Weblogging: Another kind of website”.
<http://istpub.berkeley.edu:4201/bcc/Fall2001/feat.weblogging.html>
- Blood, Rebecca (2003). “Weblogs and Journalism: Do They Connect?”, in *Nieman Reports*, Vol. 57, nº3, Fall 2003. Cambridge MA: Nieman Foundation at Harvard University.
- Blood, Rebecca (07.09.2000). “Weblogs: a history and perspective”.
http://rebeccablood.net/essays/weblog_history.html (02.09.2003).
- Fonseca, Pedro (23.09.2003). “Blogues e jornalismo: do produtor ao consumidor”, comunicação apresentada durante o ‘I Encontro Nacional sobre Weblogs’ (18-19.09.2003). Braga: Universidade do Minho.
<http://cecinespasunblog.blogspot.com/> (17.10.2003).
- Grumet, Andrew (05.2003). “Deep Thinking about Weblogs”.
<http://grumet.net/writing/web/deep-thinking-about-weblogs.html> (02.09.2003).
- Hall, Jim (2001). *Online Journalism – A Critical Primer*. London: Pluto Press.
- Hiler, John (11.04.2002). “Are Bloggers Journalists?”, in *microcontentnew.com*.
<http://www.microcontentnews.com/articles/bloggingjournalism.htm> (01.07.2003).
- Hiler, John (28.05.2002). “Blogsphere: the emerging media ecosystem”, in *microcontentnew.com*.
<http://www.microcontentnews.com/articles/blogsphere.htm> (19.10.2003).
- Hiler, John (20.06.2002). “Blogs as Disruptive Tech”, in *WebCrimson*.
<http://www.webcrimson.com/ourstories/blogsdisruptivetech.htm> (12.06.2003).
- Jarrett, Tim (10.10.2003). “Blogs providing voices” in Jarrett House North.
<http://discuss.jarretthousenorth.com/2003/10/10?print-friendly=true> (02.11.2003).
- Jensen, Mallory (2003). “A Brief History of Weblogs”, in *Columbia Journalism Review*, nº5, Setembro/Outubro. <http://www.cjr.org/issues/2003/5/blog-jensen.asp?printerfriendly=yes> (18.10.2003).

- Kopytoff, Verne (01.09.2003). “Internet giants catch on to blogs – major portals provide services for online journals”, in SFGate.com (San Francisco Chronicle).
<http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?file=/chronicle/archive/2003/09/01/BU307739.DTL&type=tech> (10.09.2003).
- Kovach, Bill e Tom Rosenstiel (2001). *The elements of journalism: what newspeople should know and the public should expect*. New York: Three Rivers Press.
- Lasica, J. D. (ed.) (2003). “We Media – How audiences are shaping the future of news and information” (Thinking paper). Reston, Va: The Media Center at the American Press Institute.
- Lasica, J. D. (31.05.2002). “Weblogs: a new source of news”, in Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958782.php> (22.10.2003).
- Lasica, J. D. (18.04.2002). “Blogging as a form of Journalism”, in Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/lasica/1019166956.php> (22.10.2003).
- Lima, Teresa (07.2003). “O mundo paralelo dos weblogs”, *umjornal*, nº5.
- Macdonald, Nico (18.04.2004). “The future of Weblogging”.
http://www.theregister.co.uk/2004/04/18/blogging_future/ (20.04.2004)
- Mahoney, Dennis A. (22.02.2002). “How to write a better weblog”.
<http://www.alistapart.com/stories/writebetter/> (28.02.2003).
- Mooney, Chris (02.02.2003). “How blogging changed journalism – almost”, in post-gazette.com (05.03.2003).
- Mortensen, Torill e Jill Walker (2002). “Blogging thoughts: personal publication as an online research tool”, in Andrew Morrison (ed.) (2002), *Researching ICT’s in Context*, Oslo: InterMedia Report.
http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching_ICTs_in_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf
- Nogueira, João L. “Weblogs, Cidadania electrónica e esfera pública”, comunicação apresentada durante o ‘I Encontro Nacional sobre Weblogs’ (18-19.09.2003). Braga: Universidade do Minho.
- Pavlik, John V. (2001). *Journalism and New Media*. Columbia University Press.
- Pinto, Manuel (2004). “Um potencial de enriquecimento da vida pública”, in Granado, António e Elisabete Barbosa, *Weblogs-Diário de Bordo*, Porto: Porto Editora.
- Rosen, Jay (16.04.2004). “Journalism and Weblogging in their corrected fullness” in PressThink.

- http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/04/16/con_prelude.html
(17.04.2004).
- Rosen, Jay (2003). “Readers and Viewers – Rich Now in Alternative Sources of News – Are More Assertive and Far Less in Awe of the Press”, in *Columbia Journalism Review*, nº5, Setembro/Outubro. <http://www.cjr.org/issues/2003/5/alt-rosen.asp?printerfriendly=yes> (18.10.2003).
- Santos, Luis António e Fernando Zamith (2004). “Weblogs e Jornalismo: um exemplo de aproximação na universidade portuguesa”, *Comunicação e Sociedade*, NECS-UM.
- Shachtman, Noah (06.06.2002). “Blogging Goes Legit, Sort Of”, in Wired. <http://www.wired.com/news/school/0,1383,52992,00.html> (12.06.2003).
- Siemens, George (01.12.2002). “The Art of Blogging – Part 1”. www.elearnspace.com
(05.03.2003).
- The Economist (14.08.2003). “Blogging, to the horror of some, is trying to go commercial”. http://www.economist.com/printedition/PrinterFriendly.cfm?story_ID=1994135
(10.09.2003).
- Turnball, Giles (28.02.2001). “The state of the blog”, WriteTheWeb. <http://writetheweb.com/Members/gilest/old/107/view> (12.11.2003).
- Tweney, Dylan (14.02.2002). “Weblogs make the Web Work for You”, Business 2.0. <http://www.business2.com/articles/web/print/0,1650,37974,FF.html> (28.02.2003).
- Weinberger, David (2002). *Small Pieces Loosely Joined – a unified theory of the web*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- Wellman, Barry e Bernie Hogan (2004). “The internet in everyday life”, in Bainbridge, William, *Encyclopedia of Human Computer Interaction*, Great Barrington, MA: Berkshire Publishing. <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/index.html> (13.04.2004).
- Wellman, Barry (2004). “The three ages of internet studies: ten, five and zero years ago”, in *New Media and Society*, Vol 6(1), Sage.
- Welsh, Matt (2003). “The New Amateur Journalists Weight In”, in *Columbia Journalism Review*, nº5, Setembro/Outubro. <http://www.cjr.org/issues/2003/5/blog-welsh.asp?printerfriendly=yes>
(18.10.2003).
- Winer, David. “The History of Weblogs”. <http://newhome.weblogs.com/historyOfWeblogs> (28.07.2003).

Witt, Leonard (14.04.2004). “Citizens can improve your media company”, in PJNet Today.

<http://pjnet.org/weblogs/pjnettoday/archives/000182.html> (20.04.2004).

Zamith, Fernando (19.09.2003). “Blog-Jornais: as experiências da Universidade do Porto”, comunicação apresentada durante o ‘I Encontro Nacional sobre Weblogs’ (18-19.09.2003). Braga: Universidade do Minho.

Weblogs portugueses sobre jornalismo consultados:

www.webjornal.blogspot.com (Jornalismo e Comunicação)

www.webjornalismo.blogspot.com (Jornalismo Digital)

www.ciberjornalismo.com/pontomedia.htm (Ponto Media)

www.contrafactos.blogspot.com (Contra Factos e Argumentos)

www.blogclipping.blogspot.com (Blog Clipping)

Jornais portugueses consultados:

Público

Diário de Notícias

Diário Económico

Jornal de Notícias

Expresso