

4

*Blogs, entre o público e o privado**

No início de março de 2008, nas salas do pavimento superior do *Museum für Kommunikation*, em Frankfurt, havia uma imensa coleção de manuscritos. Protegidos atrás de grossas estruturas de vidro, com iluminação indireta, esses papéis eram diários, cadernetas, notas pessoais, relatos acumulados desde o século XVI. Em um dos corredores ficava uma mesa com moleskines, o caderno de notas predileto de Picasso e Hemingway. Ao lado, um Macintosh, aberto em um site pessoal, um diário *online*. O manuscrito e a tela digital, colocados lado a lado, explicavam o nome da exposição – “@bsolut privat!? Vom Tagebuch zum Weblog”, em português, algo como “@bsolutamente particular? Do Diário ao *Blog*”. A presença de um espaço reservado aos *blogs* em uma exposição sobre escrita íntima e diários pessoais mostrava a força de sua existência.

Alguns números e fatos podem explicar essa inclusão. Em 2006, havia três milhões de *blogs* em atividade no mundo, embora algumas estimativas jogassem essa quantidade para cem milhões. Só nos Estados Unidos, imagina-se que ao menos duzentos novos *blogs* são criados todos os dias. Embora muitos sejam páginas pessoais, destinadas a relatos do autor sobre si mesmo e seu universo cotidiano imediato, outros dedicam-se ao tratamento de temas de relevância pública, misturando suas fronteiras com o jornalismo.

Em alguns casos, *blogs* de fato ocuparam o espaço do trabalho da mídia organizada: no episódio do 11 de setembro, em 2001, relatos pessoais ganharam proeminência na busca por informações direto da fonte; da mesma maneira, o jornal britânico *The Guardian* contratou um morador de Bagdá para escrever um *blog* diretamente da zona de conflito durante a invasão do

* Uma versão diferente deste texto foi publicada no livro *Esfera pública, redes e jornalismo*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010.

país pelos Estados Unidos, em 2003. O autor, identificado como Salam Pax, tornou-se rapidamente uma das principais fontes de informação – senão a única – diretamente no centro da invasão a reportar as condições de vida sob a guerra.

Blogs vêm sendo objeto de investigações a partir da Sociologia, dos Estudos Literários e, como não poderia ser de outra maneira, a partir da Comunicação. Nesta última modalidade, os estudos a respeito dos *blogs* passam por discussões a respeito da visibilidade do “eu” como produto de exposição pública, com ecos dos debates sobre *reality shows*, *Big Brother* e as fronteiras da constituição da vida particular no espaço público a partir da mídia. No entanto, talvez mais do que isso, o espaço dos *blogs* na produção de notícias são um tema privilegiado nas discussões sobre a validade e a natureza das informações nos *blogs*, seja em termos macros, como elemento constituinte das discussões virtuais.

A princípio um diário pessoal na internet, os *blogs* logo começaram a explorar a possibilidade serem um novo canal para a divulgação de informações paralelas àquelas divulgadas pelas mídias impressa e audiovisual. Conforme alguns deles reivindicavam para suas informações as características e qualidades até então associadas ao jornalismo, essa impressão parecia ganhar força, e os *blogs* jornalísticos proliferam como fonte de informações paralelas a outros ambientes e mídias. Adicionam às práticas valores e procedimentos consagrados na criação jornalística outros valores-notícia para a seleção de dados, uma vinculação com a mídia que se revela, em alguns casos, mais uma interdependência do que propriamente uma relação linear.

Vale lembrar, de saída, que os públicos dos *blogs* se adequam a esse contínuo. Um *blog* pessoal tende a conseguir um público leitor restrito àqueles interessados na obtenção de dados sobre a vida alheia na ilusão de obter, nos *blogs*, uma narrativa “real”. Já o *blog* jornalístico, por sua natureza, pretende-se um veículo de informação que deve, a princípio, interessar a um público maior do que aquele dedicado às aventuras pessoais. Nesse sentido, o *blog* jornalístico dedica-se a temas outros que a vida pessoal do autor, mesmo quando a interferência e a referência mútua é inevitável. O limite é mais explícito, e os elementos vinculados à vida pessoal/assunto público tendem a ser separados.

Os valores-notícia

Com o risco da hipérbole, o *blog* seria o espaço de sonho de qualquer jornalista, o lugar para usufruir apenas das vantagens da profissão, sem as limitações e os problemas inerentes. Em uma situação limite ideal-típica, os constrangimentos da rotina jornalística estão ausentes no *blog* – não há limite de espaço, não há caracteres a serem cortados. As pautas, definidas pelo autor, não correm o risco de cair diante de algo mais importante senão pelo julgamento de quem escrever. Não há, ou não haveria, um editor para cortar o texto, interferir, criticar ou reescrever, nem uma linha editorial que defina este ou aquele estilo. A ausência de custos também não submete a produção de informações no *blog* às intempéries financeiras que regem as empresas de comunicação – nenhum texto corre o risco de cair porque uma página de propaganda foi cortada ou, em algumas situações, porque determinada reportagem entrava em conflito com um dos anunciantes. Em outras palavras, o espaço do *blog* escaparia, a princípio, da lógica empresarial que rege a prática jornalística e confere a esse ofício algumas de suas principais características.

A organização empresarial de quase todo o jornalismo contemporâneo contrastaria com o princípio do *blog*. A informação produzida reflete parcialmente a diversidade dessas condições, em particular quando se pensa nas vantagens e desvantagens que a institucionalização da prática jornalística traz. E, na comparação, é possível estabelecer algumas das diferenças entre o que se poderia denominar produção institucional de informações, de um lado, e as práticas individuais/coletivas – ou mesmo de guerrilha, como se poderia dizer de alguns *blogs*.

A ética do *blog* depende unicamente do compromisso do autor consigo mesmo e com seu leitor, sem necessariamente pensar a mediação institucional. O atestado de validade do *blog* é legitimado pelo procedimento: a veracidade de uma informação é o único indício da qualidade da próxima. No caso da opinião, a pertinência e a lógica de uma argumentação, ou seu eco no espírito do leitor, é a chancela necessária para o autor do *blog* manter seus leitores.

Uma exceção, nesse aspecto, seriam os *blogs* escritos por jornalistas atuantes em outros veículos de comunicação, a chancela já está dada pela conversão do capital adquirido no campo jornalístico “tradicional” em sua versão *online* – nesse caso, o *blog* se mostra apenas como um novo canal

para a divulgação de informações que não couberam no espaço impresso ou televisivo, por exemplo. Pensando nos exemplos mais comuns do *blog*, a credibilidade não está garantida pela atuação do autor fora do próprio *blog*, mas unicamente pelas decisões exclusivas do autor.

Os “valores-notícia” que orientam a prática jornalística cotidiana modificam-se no universo dos *blogs* – não é necessário ter um “gancho” para se tratar de um assunto: o autor do *blog*, ao se pautar, já seleciona as informações das quais pretende tratar e, como resultado, escolhe os critérios de seleção de notícias conforme sua ética particular – e, nesse sentido, pode dar espaço para temas distantes das pautas tratadas nas empresas de comunicação.

© *Escritas teóricas*

BRAGA, A. *Personas materno-eletrônicas*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

BRUNO, F. “Quem está olhando? – Variações do público e do privado em *weblogs*, *fotologs* e *reality shows*”. In: BRUNO, F. & FATORELLI, A. (orgs.). *Limiares da imagem: tecnologia e estética na cibercultura contemporânea*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

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

SIBILIA, P. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.