

# Internet e mediamorfose: o impacto dos blogs nos jornais

Paulo Serra

Universidade da Beira Interior

## Índice

1. Introdução	1
2. A relação entre blogs e jornais	2
3. Jornalismo e agendamento	5
4. Os blogs e a questão do agendamento	7
5. Modalidades de agendamento dos blogs	9
6. A incorporação dos blogs nos MSM	11
7. Conclusão	12
8. Referências	14

## 1. Introdução

A mediamorfose – o processo mediante o qual se dá a transformação dos meios de comunicação numa determinada sociedade – assenta, segundo Roger Fidler, num princípio que se traduz em duas afirmações complementares: “os novos *media* não surgem de forma espontânea e independente – emergem, gradualmente, da metamorfose dos velhos *media*”; e “quando surgem as formas mais novas dos meios de comunicação, as formas mais velhas habitualmente não morrem – elas continuam a evoluir e a adaptar-se”. Deste princípio decorre, por sua vez, um importante

corolário: o de que “as formas estabelecidas de meios de comunicação *devem* mudar em resposta à emergência de um novo meio – a sua outra única opção é morrer”.<sup>1</sup> Tendo como base este quadro conceptual, Fidler analisa a mediamorfose que, em cada um dos três domínios mediáticos fundamentais, o interpessoal, o da difusão e o documental, está a ser provocada pela “revolução digital” – um processo que, tendo no seu centro a Internet, está longe de a ela se reduzir.

Tentando prolongar o intento mediamórfico de Fidler, o presente trabalho analisa a forma como os blogs, um dos elementos centrais da chamada Web 2.0.,<sup>2</sup> estão a transformar os jornais<sup>3</sup> – ou, o que é o mesmo, a

<sup>1</sup> Cf. Roger Fidler, *Mediamorphosis. Understanding New Media*, Thousand Oaks, Pine Forge Press, 1997, p. 23 (salvo indicação em contrário, a tradução dos textos citados neste trabalho é da minha inteira responsabilidade).

<sup>2</sup> Cf. Tim O’Reilly, “What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software”, *O’Reilly*, 30/09/2005, [www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html](http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html).

<sup>3</sup> Entendemos aqui jornal no sentido amplo que lhe dá Otto Groth, e que António Fidalgo delimita da seguinte forma: “A materialidade do jornal, o seu método de produção, são extrínsecos à essên-

forma como os jornais estão a transformar-se em virtude da influência dos blogs e a evitar, desse modo, o seu eventual “medicínio”.<sup>4</sup> Centramo-nos, para isso, numa questão essencial ao jornalismo: a questão do agendamento.

## 2. A relação entre blogs e jornais

A questão da relação entre blogs e jornais centrou-se, praticamente desde o início dos primeiros,<sup>5</sup> na pergunta “São os blogs jornalismo?”.

cia do jornal. A essência ou a identidade de um jornal mantém-se a mesma, independentemente da sua materialização, seja em papel impresso, em letras escritas numa parede ou nas palavras de um rádio. É por isso que podemos chamar jornal a um jornal impresso, a um jornal radiofónico e a um telejornal.” António Fidalgo, “Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth”, *Pauta Geral*, S. Salvador da Bahia, 2004, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt>.

<sup>4</sup> Cf. Rosental Calmon Alves, “Jornalismo digital: Dez anos de *web*... e a revolução continua”, Manuel Pinto, Luís António Santos (Coord.), *Comunicação e Sociedade*, Nº 9–10, sobre “Jornalismo e Internet”, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, 2006, p. 95.

<sup>5</sup> Dave Winer – que criou, em 1997, o *Scripting News*, considerado como um dos primeiros blogs e o mais antigo ainda em funcionamento – defende que o primeiro blog terá sido o primeiro sítio Web, construído por Tim Berners-Lee em 1992, no CERN. Cf. Dave Winer, “The History of Weblogs”, *Weblogs.Com News*, 11/16/01, <http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOfWeblogs>. No entanto, foi apenas em Dezembro de 1997 que John Barger cunhou o termo *weblog* para designar a sua página *Robot Wisdom* e em 1999 que surgiu o *software* livre que facilitou a criação generalizada dos blogs – o *blogspot.com*, da Pyra Labs, a que se seguiu o *blogspot.com*, do Google, em 2000.

Sem queremos ressuscitar aqui o debate suscitado por esta pergunta,<sup>6</sup> faremos referência a alguns autores que podem ser considerados como representativos das duas posições extremas que foram assumidas nesta matéria.<sup>7</sup>

Assim, de acordo com a formulação, hoje “clássica”, de Lasica, “o jornalismo participativo”, ou “das margens”, “refere-se a indivíduos que desempenham um papel activo no processo de recolha, reportagem, selecção, análise e disseminação de notícias e informação – uma tarefa outrora reservada aos *media* noticiosos. Os blogs são a expressão mais popular desta nova forma mediática.”<sup>8</sup> E, num outro texto, Lasica vê no incremento dos blogs a emergência de um “jornalismo amador” tornado possível pela posse, por cada um de nós, da sua “rede de difusão pessoal”.<sup>9</sup> No entanto, a emergência

<sup>6</sup> Uma das peças centrais desse debate é o dossiê “Journalist’s Trade: Weblogs and Journalism” do *Nieman Reports*, Vol.57, Nº 3, Outono de 2003. Refira-se, a propósito, a posição de José Luís Orihuela, que considera que esta pergunta esteve na origem de “um dos mais antigos e estereis debates da blogosfera”, por assentar no equívoco mais ou menos óbvio que reside em colocar em equação duas realidades heterogêneas, a saber, um meio de comunicação – o blog – e um género – o jornalismo. Cf. Jose Luis Orihuela, *La Revolución de los Blogs*, Madrid, La Esfera de los Libros, 2006, pp. 155–6.

<sup>7</sup> Cf. o já referido dossiê “Journalist’s Trade: Weblogs and Journalism”.

<sup>8</sup> J.D. Lasica, “Blogs and Journalism Need Each Other”, in *Nieman Reports*, Vol.57, Nº 3, p. 71.

<sup>9</sup> Cf. Lasica, “Blogging as a Form of Journalism: Weblogs Offer a Vital, Creative Outlet for Alternative Voices”, Editors of Perseus Publishing, *We’ve Got Blog: How Weblogs are Changing our Culture*, Nova York, Basic Books, 2002, pp. 163–4. Em termos algo semelhantes, mas não se referindo especificamente aos blogs, Mário Mesquita considerava, em artigo de 2005, que um dos três tipos de informação no ciberes-

do novo tipo de “jornalismo” não implica, ainda de acordo com Lasica, que os blogs venham a substituir os *media* noticiosos – antes lhe servirão de complemento.<sup>10</sup> Na linha de Lasica, autores como Jay Rosen ou Dan Gillmor consideram os blogs como uma “forma extremamente democrática no jornalismo”,<sup>11</sup> um exemplo de “jornalismo das bases” ou “jornalismo do cidadão”.<sup>12</sup> E, de forma muito semelhante à fórmula de Lasica citada acima, Rosen sintetiza o (suposto) poder dos blogs na afirmação de que “A liberdade de imprensa pertence a quem é dono de uma. Essa é a razão Número Um pela qual os blogs importam.”<sup>13</sup>

Nos antípodas dos autores anteriores, Rebecca Blood vê uma diferença essencial entre blogs e jornalismo, que impossibilita a

paço – a par da informação jornalística (propriamente dita) dos jornais on-line ou web, e da informação organizacional e institucional – seria a do “jornalismo amador”, “correspondente à produção parajornalística de cidadãos que desejam intervir no espaço público e, em certos casos, recorrem a formas de expressão inspiradas no jornalismo tradicional”. Mário Mesquita, “Teorias e práticas do jornalismo – da era do telégrafo ao tempo do hipertexto”, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, Volume XXVIII, Nº 2, Julho/Dezembro de 2005, p. 32.

<sup>10</sup> Cf. Lasica, “Blogs and Journalism Need Each Other”, p. 74; e também Lasica, “Weblogs: A New Source of News”, Editors of Perseus Publishing, *We’ve Got Blog: How Weblogs are Changing our Culture*, p. 171.

<sup>11</sup> Jay Rosen, “The Weblog: An Extremely Democratic Form in Journalism”, 8 de Março de 2004, *Pressthink*, [http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/03/08/weblog\\_demos.html](http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/03/08/weblog_demos.html).

<sup>12</sup> Dan Gillmor, *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, Sebastapol, CA, O’Reilly Media, 2004.

<sup>13</sup> Rosen, “The Weblog: An Extremely Democratic Form in Journalism”.

identificação entre ambos: “é que a vasta maioria dos blogs não fornece reportagem original – que é, para mim, o núcleo de todo o jornalismo.”<sup>14</sup> De facto, parece poder generalizar-se à blogosfera, e ainda hoje, o que referia António Granado em relação à blogosfera portuguesa, no *1º Encontro Nacional sobre Weblogues*, de 2003, que “Mesmo os jornalistas que têm weblogues limitam-se a apontar outras leituras ou a fazer opinião, dando raramente notícias nos seus weblogues.”<sup>15</sup>

Num texto posterior sobre esta questão, Blood refere que, depois de procurar – sem encontrar – uma definição canónica do jornalismo em fontes também “canónicas” como a Columbia School of Journalism ou o Pew Center for Civic Journalism, acaba por concluir que “O jornalismo, ao que parece, é como a pornografia. A definição específica varia de pessoa para pessoa mas, em geral, sabemos o que é quando a vemos.”<sup>16</sup> No entanto, e citando uma definição de Paul Andrews – o jornalismo é “o fornecimento de factos verificáveis a uma audiência geral através de um meio de comunicação de massa” –, Blood sublinha que, apesar das questões que uma tal definição levanta, ela acaba por conter “a componente chave de

<sup>14</sup>Rebecca Blood, “Weblogs and Journalism: Do They Connect?”, *Nieman Reports*, Vol.57, Nº 3, p. 62.

<sup>15</sup> António Granado, “Algumas notas sobre o panorama da blogosfera portuguesa”, Manuel Pinto (Coord.), *Comunicação e Sociedade*, Nº 5, sobre “O Ensino do Jornalismo”, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, 2004, pp. 135.

<sup>16</sup>Blood, Rebecca, “A Few Thoughts on Journalism and What Can Weblogs Do About It”, *Rebecca’s Pocket*, 15 de Abril de 2004, 8 de Janeiro de 2006, [www.rebeccablood.net/essays/what\\_is\\_journalism.html](http://www.rebeccablood.net/essays/what_is_journalism.html).

qualquer definição de jornalismo: facto verificável”.<sup>17</sup>

Por conseguinte, quer jornais quer blogs fazem jornalismo *quando e só quando* tratam de factos verificáveis – e verificáveis seja “pela evidência”, seja por uma “segunda fonte”, seja ainda por “um segundo repórter”. A emissão de uma opinião própria ou a mera publicação de algo transmitido por uma única fonte não bastam para haver jornalismo. Em conformidade, Blood propõe a seguinte definição “alargada” de jornalismo: “Jornalismo é qualquer relato de uma terceira parte que se acrescenta ao registo de factos verificáveis.”<sup>18</sup> Quanto às “partes” pressupostas nesta definição, a primeira seria um “participante na história” que, a par dos seus “próximos”, é ou uma fonte, ou uma testemunha, ou um autobiógrafo que faz o registo dos factos observáveis; a segunda seria “um porta-voz de um dos participantes”. Aplicando esta definição às várias situações, será possível verificar quando estamos e quando não estamos em presença de jornalismo. Assim, e para darmos apenas um dos exemplos referidos pela autora, se um repórter se limitar a repetir, sem as verificar, as afirmações feitas por um determinado político, isso não é jornalismo (é ser um porta-voz); mas quando um blogger procura descobrir se aquilo que uma figura pública

afirma ou pretende é ou não verdadeiro, isso já é jornalismo.<sup>19</sup>

Tendo em conta este critério, facilmente se concluirá, mais uma vez, que a “vasta maioria” dos bloggers não pode ser considerada como “jornalista”, antes integrando aquilo a que a autora chama “*media participativos*” – “configurando, filtrando, comentando, contextualizando e disseminando – interagindo com – as reportagens noticiosas que outros produziram”.<sup>20</sup>

Convirá aliás notar, a este respeito, e para situarmos a questão nas suas devidas proporções, que o “jornalismo” não é sequer a motivação central nem da maioria dos autores de blogs nem da maioria dos seus leitores. Assim, e no que se refere aos primeiros, um estudo do The Pew Internet & American Life Project, de 2006, concluía que eles escreviam predominantemente sobre as seguintes questões: a sua “vida e experiências” – 37%; vida pública – 11%; notícias e acontecimentos correntes – 5%.<sup>21</sup> Quanto aos leitores, um estudo da empresa de pesquisa de marketing Synovate, de Agosto de 2007, incidindo sobre cidadãos americanos, concluía que as suas motivações principais para a leitura de blogs eram as seguintes: entretenimento – 49%; um hobby ou um interesse particular – 26%; notícias e informação – 15%.<sup>22</sup>

Quanto aos blogs (que se pretendem

<sup>17</sup> Blood, “A Few Thoughts on Journalism and What Can Weblogs Do about It”. Sobre esta posição de Blood caberia aqui sublinhar que, apesar de toda a importância da opinião, “A liberdade de opinião é uma farsa se a informação sobre os factos não é garantida e se não são os próprios factos que constituem o objecto de debate.” Hannah Arendt, “Verité et politique”, *La Crise de la Culture*, Paris, Gallimard, 1997, p. 303.

<sup>18</sup> Blood, “A Few Thoughts on Journalism and What Can Weblogs Do about It”.

<sup>19</sup> Cf. Blood, “A Few Thoughts on Journalism and What Can Weblogs Do about It”.

<sup>20</sup> Blood, “A Few Thoughts on Journalism and What Can Weblogs Do about It”.

<sup>21</sup> Citado em Project for Excellence in Journalism (PEJ), *The State of the News Media 2008*, <http://www.stateofthenewsmedia.org/2008/>.

<sup>22</sup> Citado em PEJ, *The Web: Alarming, Appealing and a Challenge to Journalistic Values*, <http://www.stateofthenewsmedia.org/2008/>.

como) especificamente “jornalísticos”, Domingo e Heinonen propõem a seguinte tipologia:

- i) Blogs de cidadãos – “produzidos pelo público fora das companhias de *media*”;
- ii) Blogs de audiência – “os que a audiência pode produzir em plataformas fornecidas pelos *media*”;
- iii) Blogs de jornalistas – “os que os jornalistas mantêm fora das suas companhias”;
- iv) Blogs dos *media* – “parte do conteúdo dos *media* e produzidos por jornalistas profissionais pertencentes a esses *media*”.<sup>23</sup>

### 3. Jornalismo e agendamento

Apesar da sua afirmação acerca da impossibilidade de encontrar uma definição canónica de jornalismo, a definição proposta por Rebecca Blood acaba por estar de acordo com as definições correntes de jornalismo – que o definem exclusivamente ou, pelo menos, predominantemente, a partir do processo de produção e distribuição das “notícias”;<sup>24</sup> e que, assim, esquecem um segundo processo, essencial à natureza do jornalismo:

<sup>23</sup> Cf. David Domingo, Ari Heinonen, “Weblogs and Journalism. A Typology to Explore the Blurring Boundaries”, *Nordicom Review*, 29 (2008) 1, p. 7.

<sup>24</sup> Segundo a definição da *Enciclopédia Britânica*, jornalismo é “a recolha, preparação e distribuição de notícias, comentário e materiais característicos relacionados com elas através de meios como panfletos, newsletters, jornais, revistas, rádio, filmes, televisão e livros”. Citado em Barbie Zelizer, *Taking journalism seriously: news and the academy*, Thousand Oaks, Sage Publications, 2004, p. 22.

o processo de recepção dessas mesmas “notícias”.

Ora, como sublinha Robert Park no seu clássico “News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge”, “Para que um relato de acontecimentos correntes possa ter o estatuto de notícias, não deve apenas circular – possivelmente em circuitos subterrâneos – mas deve também ser publicado, se necessário pelos canais públicos ou pela imprensa pública. Esta publicação tende a conferir às notícias algo do carácter de documento público. O critério de autenticação das notícias consiste na sua exposição ao exame crítico do público a quem se dirigem e com cujos interesses estão relacionadas.”<sup>25</sup> Assim, conclui António Fidalgo ao comentar este artigo de Park, [para o autor americano] “A notícia é uma informação com chancela social e é nessa medida que possui uma especificidade epistemológica própria. Nela se funda também a especificidade do jornalismo enquanto actividade e enquanto profissão.”<sup>26</sup> Uma das consequências do anterior é a de que, e como já referia Gabriel Tarde – um dos principais inspiradores teóricos de Park –, não é por ser “actual” que aquilo que o jornal veicula desperta o interesse do público; antes pelo contrário, é actual “tudo o que inspira actualmente um interesse geral, mesmo que seja um facto antigo” – como acontecia com a

<sup>25</sup> Robert E. Park, “News as a Form of Knowledge: a Chapter in the Sociology of Knowledge”, *The American Journal of Sociology*, Vol. 45, N° 5, 1940, p. 67 (Seguimos aqui a tradução portuguesa de João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, Lisboa, Livros Horizonte, 2002, p. 42).

<sup>26</sup> António Fidalgo, “Especificidade Epistemológica do Jornalismo. Desfazendo uma ilusão do jornalismo cidadão”, 2008, inédito, cedido pelo autor.

vida de Napoleão na altura em que Tarde escrevia.<sup>27</sup>

Traduzida na linguagem de Shaw e McCombs, o que a posição de Park significa é que o que distingue um meio de comunicação “jornalístico” de um não “jornalístico” é, em última instância, o poder de agendamento do primeiro.

Esta ligação de Robert Park à (futura) teoria do agendamento encontra-se anunciada logo numa das suas primeiras obras, *The Immigrant Press and Its Control*, nomeadamente no seu capítulo XIV, “The survival of the fittest”.<sup>28</sup> A forma como neste texto Park descreve a feitura do jornal pode ser resumida em três fases principais: i) Numa primeira fase (selecção), o editor do jornal escolhe, de entre a multiplicidade de notícias que todos os dias lhe chegam de todo o mundo, através do telégrafo e do telefone, de correspondentes, repórteres e agências noticiosas, apenas aquelas que considera como mais importantes e interessantes – de tal forma que, diz Park, “Há uma enorme quantidade de notícias ‘mortas’” todos os dias”; ii) Numa segunda fase (hierarquização), o editor atribui um certo grau de importância a cada um dos itens, escolhendo o espaço para cada um deles, a sua posição

<sup>27</sup> Cf. Gabriel Tarde, *L’Opinion et la Foule*, Paris, Les Presses Universitaires de France, 1989 (1901), [www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques\\_des\\_sciences\\_sociales/index.html](http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html), p. 10.

<sup>28</sup> Cf. Robert E. Park, *The Immigrant Press and Its Control*, Nova York, Londres, Harpers & Brothers Publishers, 1922. Para uma síntese desta questão cf. P. Jean Frazier, Cecilie Gaziano, *Robert Ezra Park’s Theory of News, Public Opinion and Social Control*, Journalism Monographs No. 64, Association for Education in Journalism. AEJ Publications Manager, School of Journalism, University of Minnesota, Minneapolis, MN 55455, 1979, p. 1 ss.

na página ou o tamanho do título; iii) Numa terceira fase (agendamento), o editor procura destacar uma ou duas notícias de modo a que elas concentrem a atenção dos leitores e constituam o tópico da sua conversação no dia da publicação do jornal.<sup>29</sup> Por conseguinte, a escolha e hierarquização das notícias, por parte do editor, está longe de ser arbitrária: “Ele escolhe o que sabe que interessará ao seu público. Deste modo, o público exerce um controlo sobre a forma e conteúdo da imprensa que, a longo prazo, é considerável.”<sup>30</sup>

Esta última afirmação mostra que Park descarta, já em 1922, as teorias dos efeitos “ilimitados” dos meios de comunicação de massa, aproximando-se de uma visão dialéctica em que, por um lado, os jornais influenciam o público – como dirá a formulação original da teoria do agendamento, dizem ao público *sobre o que* pensar – mas, por outro lado, o público influencia o jornal, através do conhecimento que dele têm os editores e os repórteres dos jornais, nomeadamente pela sua participação nos diversos grupos primários que compõem esse mesmo público, e onde se discute e se conversa sobre as notícias – como o mostrará a futura teoria do fluxo da comunicação em dois níveis de Katz e Lazarsfeld. Por isto mesmo, Park não aceitaria certamente a versão mais radical da teoria do agendamento, de acordo com a qual “os *media* [noticiosos] não só nos dizem *sobre o que* é que podemos pensar, como também nos dizem *como* pensar sobre isso; portanto, conseqüentemente, *o que* pensar”.<sup>31</sup>

<sup>29</sup> Cf. Park, *The Immigrant Press and Its Control*, pp. 328–9.

<sup>30</sup> Park, *The Immigrant Press and Its Control*, p. 330.

<sup>31</sup> Maxwell E. McCombs, Donald L. Shaw, “The

#### 4. Os blogs e a questão do agendamento

A questão de saber se os blogs “jornalísticos” podem ser considerados como jornalismo reconduz-se, portanto, à questão de saber se tais blogs têm poder de agendamento – e, em caso afirmativo, que tipo de poder de agendamento é esse.

Começaremos por notar que as posições sobre o poder de agendamento dos blogs vão desde as que lhes recusam, praticamente, qualquer poder, até às que lhes atribuem um poder praticamente equivalente ao dos MSM.<sup>32</sup>

Assim, Orosa e Garcia, baseando-se num estudo empírico dos *posts* de uma selecção de blogs espanhóis, no período entre 15 de Abril e 15 de Maio de 2004, concluem que “as grandes temáticas, actores e cenários da informação marcados pelos critérios jornalísticos tradicionais trasladam-se para os blogs, que servem como porta-vozes das grandes agendas já marcadas pela imprensa tradicional”;<sup>33</sup> e que, por conseguinte, os blogs parecem reproduzir o “velho jornalismo”, tão exacerbadamente criticado por (a maioria de) eles.<sup>34</sup>

Já Berenger, centrando-se na análise

Evolution of Agenda-setting Research: Twenty Five Years in the Marketplace of Ideas”, *Journal of Communication*, Vol. 43, nº 2, 1993, in Nelson Traquina, *O Poder do Jornalismo. Análise e Textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra, Minerva, 2000, p. 134.

<sup>32</sup> Sigla para “mainstream media”.

<sup>33</sup> Berta García Orosa, José L. Capón García, “Las Bitácoras o weblogs y la lógica del campo informativo. Un análisis comparativo con la agenda mediática tradicional”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2004, 10, p. 123.

<sup>34</sup> Orosa, Garcia, “Las Bitácoras o weblogs y la lógica del campo informativo. Un análisis comparativo con la agenda mediática tradicional”, p. 124.

das estratégias informativas no decurso da Guerra do Iraque (2003), conclui que “As histórias cobertas no ciberespaço estabeleceram, frequentemente, a agenda dos MSM, sendo a monitorização de sítios Web e blogs uma arma essencial no arsenal dos repórteres contemporâneos”;<sup>35</sup> e acrescenta, noutro passo, que “Bloggers iraquianos como Salam Pax foram citados, com frequência, nas reportagens de jornais e revistas, tendo-lhes sido concedida a mesma atenção que às fontes governamentais sobre a guerra.”<sup>36</sup>

Independentemente desta diferença de posições, parece fora de dúvidas que, e parafraseando o que dizia Hegel sobre a leitura do jornal para o homem moderno, a leitura diária dos blogs – ou, pelo menos, de uma sua selecção criteriosa – constitui, cada vez mais, a oração diária dos jornalistas dos MSM. Neles se procuram notícias, temas, opiniões e climas de opinião – para ver não só *o que* pode ou deve ser notícia mas também *como* o pode ou deve ser.<sup>37</sup> E, se é certo que, nos primeiros tempos dos blogs, os jornalistas não lhes faziam referência como fontes,<sup>38</sup> não é menos certo que

<sup>35</sup> R. D. Berenger, “Introduction: War in cyberspace”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (1), 2006, article 9, <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue1/berenger.html>.

<sup>36</sup> Berenger, “Introduction: War in cyberspace”.

<sup>37</sup> Cf., a propósito dos blogs “políticos” americanos, Henry Farrell, David W. Drezner, “The power and politics of blogs”, *Public Choice*, 2008, 134, [www.springerlink.com/content/rm2051728x01278r/fulltext.pdf](http://www.springerlink.com/content/rm2051728x01278r/fulltext.pdf), p. 23; e, dos portugueses, Filipe Santos Costa, “O Verão quente de Sócrates”, *Diário de Notícias*, 20 de Agosto de 2005.

<sup>38</sup> Para um exemplo português envolvendo o jornal *Público*, em 2004, e muito discutido na altura, cf. Leonel Vicente, “O pulsar dos diários virtuais em Portugal” (Comunicação apresentada no II En-

essa prática tem vindo, progressivamente, a deixar de ser regra. Os MSM têm vindo a utilizar, cada vez mais, a citação e/ou referência explícita a blogs nas suas notícias e artigos de opinião – e isso sobretudo em situações de crise, em que o blog se revela um meio de informação mais leve, flexível e omnipresente. Uma dessas situações de crise, paradigmática, em que os blogs se revelaram fundamentais como fontes de notícias, foi a Guerra do Iraque, em 2003 – que levou mesmo os jornalistas dos MSM a fundarem os seus próprios blogs, não sem algum conflito com as organizações mediáticas para que trabalhavam.<sup>39</sup> Outras situações de crise conhecidas são o Tsunami de Dezembro de 2004, no Extremo Oriente, ou o Furacão Katrina, de 2005, em Nova Orleães. Esta importância crescente do papel dos blogs como fontes noticiosas é confirmada por vários estudos e autores. Assim, um estudo empírico citado por David Brain e reportado a Outubro de 2006, que tinha como objectivo detectar a menção dos termos “blog,” “blogger,” “blogging” ou “Weblog”, entre Janeiro de 2004 e Setembro de 2006, numa série de 908 artigos de MSM dos EUA – *The Washington Post*, *The New York Times*, *The Hill*, *Roll Cal*, *National Journal*, *CQ Weekly*, *CQ Today*, *CQ HealthBeat*, *CQ Homeland Security* –, Inglaterra – *The Times*, *The Daily Telegraph*, *Financial times*, *The Guardian*,

contro de Weblogs, na Universidade da Beira Interior, Covilhã), 15.10.2005, 286, Memória Virtual, <http://memoriavirtual.wordpress.com/>.

<sup>39</sup> Cf. Bryan Murley, Chris Roberts, “Bit-ing the Hand that Feeds: Blogs and second-level agenda setting”, Presented at the national Media Convergence Conference, October 2005 in Provo, Utah, [bryanmurley.com/site/wp-content/uploads/2007/01/murley-roberts605.pdf](http://bryanmurley.com/site/wp-content/uploads/2007/01/murley-roberts605.pdf).

*The Independent and Daily Mail* – e França – *Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro* –, conclui que, em cada um destes países, o número de menções aos blogs cresceu de forma exponencial; no caso dos EUA, por exemplo, de 100 para 766.<sup>40</sup> Um outro estudo, efectuado por Messner e DiStaso, envolvendo uma análise de conteúdo de 2059 artigos publicados entre 2000–2005 no *The New York Times* e no *The Washington Post* e de 120 blogs existentes em 2005, conclui, entre outras coisas, que o número de artigos mencionando blogs aumentou de forma sustentada de 1 (em 2000) para 1295 (em 2005); e que a utilização dos blogs como fontes de notícias subiu de 15 artigos (em 2002, ano em que começou) para 463 (em 2005).<sup>41</sup> Também Farrell e Drezner referem, em relação aos EUA, que “Howard Kurtz cita regularmente bloggers de elite na sua coluna Media Notes Extra para o *Washington Post*. Colunistas de opinião, incluindo Michael Barone, Walter Shapiro, Paul Krugman, David Brooks e Fareed Zakaria indicaram que os blogs fazem parte das suas actividades de recolha de informação. Repórteres e editores políticos proeminentes no *New York Times*, *Washington Post*, *Los Angeles Times*, *ABC News*, *New Yorker*, *Newsweek* e *Time* fizeram afirmações similares [...]”<sup>42</sup>

No entanto, e de forma aparentemente contraditória, o recurso aos blogs como fonte

<sup>40</sup> Cf. David Brain, “Political Blogs and Mainstream Media”, *sixtysecondview*, October 9, 2006, <http://www.sixtysecondview.com/?p=37>.

<sup>41</sup> Cf. Marcus Messner, Marcia Watson DiStaso, “The source cycle. How traditional media and weblogs use each other as sources”, *Journalism Studies*, Volume 9, Issue 3, June 2008, pp. 447–463.

<sup>42</sup> Farrell, Drezner, “The power and politics of blogs”, p. 23.



noticiosa por parte dos jornalistas dos MSM não parece derivar do facto de aqueles serem vistos como boas fontes de notícias. Assim, e para darmos apenas o exemplo de um estudo empírico, uma sondagem do Project for Excellence in Journalism, reportada a 2008 e feita junto de 585 profissionais de *media* noticiosos americanos nacionais, locais e da Internet, mostra que a percentagem desses profissionais que dá um A ou um B aos “Bloggers [como fontes noticiosas] sobre acontecimentos correntes” é a seguinte: *media* nacionais – 33%; *media* locais – 21%; Internet – 50%; já em relação aos “Jornais nacionais” os valores são, respectivamente, de 92%, 82% e 82%.<sup>43</sup>

Também do lado dos leitores dos blogs, e apesar da crescente importância destes meios nas esferas pública e mediática, os resultados vão no mesmo sentido. Assim, uma sondagem da Zogby International, feita em Janeiro/Fevereiro de 2007 junto de cidadãos americanos, conclui que os inquiridos atribuem a seguinte importância relativa às diversas fontes de notícias: Sítios Web – 81%; Televisão – 78%; Rádio – 73%; Jornais – 69%; Amigos e vizinhos – 39%; Revistas – 38%; Blogs – 30%.<sup>44</sup>

A aparente contradição entre, por um lado, a real e crescente importância que os blogs têm vindo a assumir como fontes noticiosas – sobretudo, como dissemos, em situações de crise – e, por outro lado, a pouca importância que os jornalistas e os leitores em geral lhes atribuem como fontes noticiosas

<sup>43</sup> PEJ, *The Web: Alarming, Appealing and a Challenge to Journalistic Values*.

<sup>44</sup> Zogby International, “Zogby Poll: Most Say Bloggers, Citizen Reporters to Play Vital Role in Journalism’s Future”, February 13, 2007, <http://www.zogby.com/News/ReadNews.dbm?ID=1247>.

explica-se, quanto a nós, pelo facto de os blogs funcionarem, em matéria noticiosa, sobretudo como fonte de “testemunhos” e de “experiências vividas”, narradas na primeira pessoa – e que os MSM podem utilizar ou como pontos de partida para as suas próprias histórias, mais elaboradas e contextualizadas ou, então, como complemento e apoio delas.

Por consequência, não é enquanto fontes de notícias que os blogs manifestam, ou manifestam de forma determinante, o seu (eventual) poder de agendamento.

## 5. Modalidades de agendamento dos blogs

De entre os vários casos que costumam ser dados como exemplo do poder de agendamento dos blogs – da influência dos blogs, dos seus temas e questões, sobre a agenda pública –, a generalidade da literatura destaca os dois seguintes:

- i) O caso Trent Lot (2002): numa festa em honra do senador Strom Thurmon, candidato presidencial em 1984, o então líder da maioria republicana no Senado terá feito alguns comentários que foram interpretados como uma aprovação tácita das propostas racistas de Thurmon. Os MSM presentes no acto não deram especial relevo aos comentários de Trent, tendo sido os blogs a fazê-lo – obrigando os MSM a retomar o caso e a aprofundá-lo. Em resultado deste processo, Trent foi obrigado a demitir-se de líder da maioria.
- ii) O caso Dan Rather (2004): no programa *60 Minutes Wednesday*, da CBS, o jornalista apresentou documentos que

provariam que George Bush, então em campanha eleitoral com John Kerry, se teria procurado eximir às suas obrigações militares na Guarda Nacional. Os blogs – nomeadamente o *powerline.com* e o *littlegreenfootballs*, partidários de Bush – viriam a demonstrar que os documentos apresentados por Rather eram falsificações, obrigando à sua demissão de pivô do programa em 2005.

Se tivermos em conta a distinção da teoria de McCombs e Shaw entre agendamento de primeiro nível – a relevância dada pelos *media* noticiosos a certos temas e questões –, agendamento de segundo nível – o tipo de enquadramento dos temas ou questões – e agendamento intermediático – a influência que o tratamento de certos temas e questões por um meio noticioso exerce noutro meio noticioso,<sup>45</sup> os casos anteriores e outros que poderiam ser aduzidos<sup>46</sup> mostram-nos que o agendamento dos blogs é, no essencial, um tipo de agendamento intermediático e de segundo nível, ou seja:

- i) Um agendamento que se faz não de forma directa, dos blogs sobre a agenda pública, mas antes de forma indirecta,

<sup>45</sup> Cf. Maxwell McCombs, *Setting the agenda: The mass media and public opinion*, Malden, Blackwell Publishing, 2006.

<sup>46</sup> Num texto que dedicámos a este tema, analisámos dois casos portugueses: o do diploma de José Sócrates (no blog *Do Portugal Profundo*) e o do Aeroporto da Ota (no blog *Abrupto*). Cf. Paulo Serra, “Os blogs e a questão do agendamento”, comunicação apresentada no *III Congreso Internacional de Periodismo en la Red*, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, Madrid, 23 e 24 de Abril de 2008, a aguardar publicação.

dos blogs sobre os MSM e destes, então, sobre a agenda pública;

- ii) Um agendamento que se faz, sobretudo, não pela descoberta/difusão de temas e questões mas pelo (re)enquadramento dos temas e questões tratados pelos MSM.

Pode-se, é claro, colocar a questão de saber se este tipo de agendamento dos blogs não será apenas transitório, derivado do facto de tais meios ainda não terem obtido o reconhecimento generalizado como meios noticiosos, e a correspondente audiência, a que poderão, no futuro, aspirar – transformando-se, eles também, em MSM. A nossa resposta a essa questão é a de que, dadas a hiperfragmentação do espaço público<sup>47</sup> e a hipersegmentação das audiências implicadas pelos blogs – e que aumentam à medida que aumenta o próprio número e diversidade dos blogs – dificilmente eles poderão vir a exercer um agendamento mediático directo e de primeiro nível, como é o dos MSM.<sup>48</sup>

Em texto anterior,<sup>49</sup> propusemos a seguinte classificação dos processos mediante os quais os blogs efectuam o seu agendamento intermediático e de segundo nível:

- i) Exclusivo – o blog dá uma notícia original, que nenhum MSM possui;

<sup>47</sup>Cf., a este respeito, Catarina Rodrigues, *Blogs e a Fragmentação do Espaço Público*, Universidade da Beira Interior, Livros Labcom, 2006, disponível em [www.labcom.pt](http://www.labcom.pt).

<sup>48</sup> De acordo com António Fidalgo, “Os blogs fragmentam o espaço público, mas cabe ao jornalismo constituir permanentemente esse espaço comum, condição indispensável à vida social.” Fidalgo, *Especificidade Epistemológica do Jornalismo*.

<sup>49</sup>Serra, “Os blogs e a questão do agendamento”.

aqui, são a novidade e a relevância da notícia que assumem o papel principal. Em termos de teoria do agendamento, o blog vai influenciar, de forma directa e explícita, os MSM.

- ii) Publicação – o blog publica, no sentido literal de tornar público, um acontecimento que, sendo já do conhecimento dos MSM, estes não querem – ou não podem – noticiar.
- iii) Verificação crítica (“*watchmedia*”) – os blogs procuram verificar, ou melhor, falsificar, no sentido popperiano do termo, as notícias veiculadas por um ou vários MSM.
- iv) Amplificação – os blogs retomam uma notícia dos MSM, quiçá com pouco impacto nestes e começam a discuti-la, gerando uma “espiral de vozes” – para invertermos a expressão de Noëlle-Neumann – a que os MSM não conseguem escapar, obrigando-os a retornar à notícia, em geral com o novo enquadramento que lhe foi dada pelos blogs.
- v) Reenquadramento – os blogs retomam uma notícia dos MSM e dão-lhe um novo enquadramento, obrigando os próprios MSM a alterar e completar o seu enquadramento inicial, sob pena de perderem a “corrida” noticiosa.

Tendo em conta o tipo de agendamento indirecto e de segundo nível dos blogs – influenciando directamente os MSM e indirectamente, através destes, a agenda pública, podemos identificar um ciclo noticioso (informativo) composto por três momentos fundamentais: i) Os MSM influenciam os blogs,

que retomam os temas, questões e notícias dos primeiros; ii) Os blogs influenciam-se uns aos outros, amplificando e reenquadrando as notícias dos MSM; iii) Os blogs influenciam os MSM e, através destes, a agenda pública. Um ciclo noticioso que, colocado mais uma vez nos termos de McCombs e Shaw, nos permitira dizer que os blogs “dizem-nos *o que pensar* sobre tópicos em relação aos quais outros [os MSM] nos disseram *sobre que pensar*”.<sup>50</sup>

É de notar, contudo, que nem todos os blogs e bloggers têm esta capacidade de determinar a agenda dos MSM e, através destes, a agenda pública e mesmo a política; esse papel está reservado, habitualmente, aos que Farrel e Drezner chamam “blogs de elite”<sup>51</sup> – como acontece, no caso português, com o *Abrupto* ou o *Causa Nossa*.

## 6. A incorporação dos blogs nos MSM

Apesar do seu carácter lógico e sistemático, a tipologia dos “blogs jornalísticos” proposta por Domingo e Heinonen não deixa de envolver, também, um aspecto histórico. De facto, na (ainda breve) história dos blogs e da sua relação com os jornais, a categoria i corresponde a uma 1ª fase, em que os blogs eram mais ou menos estranhos aos jornalistas e aos MSM, enquanto as categorias ii, iii e iv correspondem já a uma segunda fase, em que se verifica uma espécie de fusão entre o mundo dos blogs e o mundo dos jornalistas e dos MSM.

<sup>50</sup> Murley, Roberts, “Biting the Hand that Feeds: Blogs and second-level agenda setting”, itálicos meus.

<sup>51</sup> Cf. Farrel, Drezner, “The power and politics of blogs”, p. 17.

Esta evolução não deixa de ser vista, por alguns dos teóricos e práticos dos blogs, como profundamente negativa. Assim, Orihuela considera-a como uma tentativa de “canibalização”, um processo que se traduziria “em reverter colonistas em supostos bloggers, rebaptizar como blogs as colunas dos meios online ou, no melhor dos casos, incorporar os bloggers nas equipas dos meios”.<sup>52</sup> Esta canibalização representaria, no essencial, a resposta (o ataque) dos MSM quer à crescente influência dos blogs sobre a opinião pública enquanto fontes de notícias, quer à função de controlo dos outros *media* que têm vindo assumir. José Pacheco Pereira, para quem a relação dos jornalistas com os blogs passou por duas fases fundamentais – uma Fase 1, em que os jornalistas não se coíbiam de recolher “temas e inspiração” nos blogs, sem os citar, ao mesmo tempo que, algo contraditoriamente, os olhavam de forma hostil, seja como adversários seja como exemplares de subjornalismo; e uma Fase 2, em que os jornalistas se tornam autores de blogs e se inicia a promiscuidade (o termo é nosso) entre ambos os mundos –, refere que esta “é uma péssima evolução para os dois lados, para os blogs e para os *media*”: por um lado, porque retira aos blogs a sua (relativa) independência da agenda mediática e a sua capacidade de exercerem a crítica dos MSM; e, por outro lado, porque transporta para as redacções dos MSM o que de pior existe na blogosfera.<sup>53</sup>

No entanto, em vez de se falar em “cani-

<sup>52</sup> Orihuela, *La Revolución de los Blogs*, p. 158.

<sup>53</sup> José Pacheco Pereira, “Coisas da Sábado: Novos mecanismos de formação da opinião (dos jornalistas)”, *Abrupto*, 30.5.08, <http://abrupto.blogspot.com/2008/05/coisas-da-sbado-novos-mecanismos-de.html>.

balização” dos blogs pelos MSM ou em “promiscuidade” entre blogs e MSM, talvez fosse mais adequado falar-se em adopção e mesmo em reconfiguração, na medida em que tal processo representa, em princípio, vantagens para cada uma das partes, nomeadamente: i) Para os MSM: o aumento do grau de interactividade – de envolvimento e participação – dos seus destinatários; a possibilidade de acesso a um maior número e a uma maior diversidade de destinatários; a oferta de uma informação mais rica e diversificada; ii) Para os blogs: a aquisição ou confirmação de uma credibilidade atribuída pela credibilidade própria dos MSM que os acolhem – e, por conseguinte, a sua “institucionalização”; tal como para os MSM, também o acesso a um maior número e a uma maior diversidade de destinatários.

Dadas estas vantagens mútuas, não admira que, desde que em Agosto de 1998 Jonathan Dube publicou no *The Charlotte Observer* um blog sobre o Furacão Bonnie, a incorporação de blogs e dos bloggers nos/pelos MSM se tenha tornado praticamente uma regra. Assim, um estudo recente do Project for Excellence in Journalism refere que “Um total de 95% dos 100 jornais de topo incluíam blogs de repórteres em Março de 2007, mais de 80% do que em 2006, de acordo com uma pesquisa conduzida pelo Bivings Group.”<sup>54</sup>

## 7. Conclusão

Mesmo tendo em conta o conhecido dito de Hegel segundo o qual “A coruja de Minerva só levanta voo ao anoitecer”, parece ser possível avançar algumas indicações acerca do futuro da relação entre blogs e jornais,

<sup>54</sup> PEJ, *The State of the News Media 2008*.

bem como do papel de ambos no jornalismo.

Começemos pela percepção das partes envolvidas. No que se refere ao público, a sondagem da Zogby International referida atrás concluía que 55% dos cidadãos americanos inquiridos considerava que “os bloggers são importantes para o futuro do jornalismo americano”.<sup>55</sup> Quanto à percepção dos profissionais dos *media*, uma sondagem da mesma empresa, feita a uma amostra de conveniência, concluía que “Quase nove em 10 profissionais dos *media* (86%) disseram acreditar que os bloggers desempenharão um importante papel no futuro do jornalismo.”<sup>56</sup>

No entanto, acreditar que os bloggers serão importantes no futuro do jornalismo não é mesma coisa que dizer qual – e quanta – será a sua importância. Sobre esta mesma questão, Orihuela considerava, já em 2006, que a blogosfera representava a emergência de um “quinto poder”, importante devido sobretudo ao seu papel de “*watchmedia*”, de vigilante dos MSM.<sup>57</sup> Sem irmos tão longe, parece-nos inquestionável que os blogs já se afirmaram, hoje, e continuarão a afirmar-se no futuro, como uma fonte de informação *complementar* dos MSM, e isso em três aspectos essenciais:

- i) Como fontes de notícias que, dadas sobretudo como “testemunhos” de eventos vividos em directo – “Eu estava lá...” –, poderão desencadear

<sup>55</sup> Zogby International, “Zogby Poll: Most Say Bloggers, Citizen Reporters to Play Vital Role in Journalism’s Future”.

<sup>56</sup> Zogby International, “Zogby Poll: Most Say Bloggers, Citizen Reporters to Play Vital Role in Journalism’s Future”.

<sup>57</sup> Cf. Orihuela, *La Revolución de los Blogs*, p. 157.

investigações mais aprofundadas e novas contextualizações por parte dos MSM, que assim verão enriquecidos os seus campos temáticos e noticiosos;

- ii) Como produtores de novos enquadramentos das notícias dadas pelos MSM, o que permitirá aprofundar o sentido e as consequências daquelas;
- iii) Como fazedores de opiniões que complementarão e, em muitos casos, rectificarão, as opiniões expendidas pelos profissionais dos MSM.

Estas tendências apontam para que, como também já acontece hoje, se dê uma espécie de simbiose entre os MSM e os blogs – seja no âmbito dos próprios MSM, seja no âmbito, mais vasto, da esfera mediática e informativa. Essa simbiose poderá levar, mesmo, a uma espécie de “confusão” entre blogs e MSM por parte dos utilizadores – o que a própria incorporação dos blogs e bloggers nos MSM acaba por facilitar. A acreditarmos nos dados de David Sifry, essa “confusão” já terá mesmo começado. Como refere no seu “State of the Live Web” de Abril de 2007, “a audiência tende, cada vez menos, a distinguir um blog de, digamos, nytimes.com – para um número crescente de utilizadores, todos estes são sítios para notícias, informação, entretenimento, bisbilhotice, etc., e não um blog ou um sítio MSM”.<sup>58</sup>

Resta saber – e essa é uma questão que, por ora, deixaremos em aberto – se isso representará uma melhoria da qualidade do jornalismo enquanto género essencial à vida da sociedade tal como a conhecemos.

<sup>58</sup> Dave Sifry, “The State of the Live Web, April 2007”, *Sifry’s Alerts* [Weblog], April 5, 2007, [www.sifry.com/alerts/archives/000493.html](http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html).

## 8. Referências

- Alves, Rosental Calmon, “Jornalismo digital: Dez anos de *web*... e a revolução continua”, Manuel Pinto, Luís António Santos (Coord.), *Comunicação e Sociedade*, Nº 9–10, sobre “Jornalismo e Internet”, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, 2006.
- Arendt, Hannah, “Verité et politique”, *La Crise de la Culture*, Paris, Gallimard, 1997.
- Berenger, R. D., “Introduction: War in cyberspace”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (1), 2006, article 9, <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue1/berenger.html>.
- Blood, Rebecca, “A Few Thoughts on Journalism and What Can Weblogs Do About It”, *Rebecca’s Pocket*, 15 de Abril de 2004, 8 de Janeiro de 2006, [www.rebeccablood.net/essays/what\\_is\\_journalism.html](http://www.rebeccablood.net/essays/what_is_journalism.html).
- Blood, Rebecca, “Weblogs and Journalism: Do They Connect?” in *Nieman Reports*, Vol.57, Nº 3, Outono de 2003.
- Brain, David, “Political Blogs and Mainstream Media”, *sixtysecondview*, October 9, 2006, [www.sixtysecondview.com/?p=37](http://www.sixtysecondview.com/?p=37).
- Costa, Filipe Santos, “O Verão quente de Sócrates”, *Diário de Notícias*, 20 de Agosto de 2005.
- Domingo, David, Heinonen, Ari, “Weblogs and Journalism. A Typology to Explore the Blurring Boundaries”, *Nordicom Review*, 29 (2008).
- Farrell, Henry, Drezner, David W., “The power and politics of blogs”, *Public Choice*, 2008, 134, [www.springerlink.com/content/rm2051728x01278r/fulltext.pdf](http://www.springerlink.com/content/rm2051728x01278r/fulltext.pdf).
- Fidalgo, António, “Especificidade Epistemológica do Jornalismo. Desfazendo uma ilusão do jornalismo cidadão”, 2008, inédito, cedido pelo autor.
- Fidalgo, António, “Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth”, *Pauta Geral*, S. Salvador da Bahia, 2004, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt>.
- Fidler, Roger, *Mediamorphosis. Understanding New Media*, Thousand Oaks, Pine Forge Press, 1997.
- Frazier, P. Jean, Gaziano, Cecilie, *Robert Ezra Park’s Theory of News, Public Opinion and Social Control*, Journalism Monographs No. 64, Association for Education in Journalism. AEJ Publications Manager, School of Journalism, University of Minnesota, Minneapolis, MN 55455, 1979.
- Gillmor, Dan *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, Sebastapol, CA, O’Reilly Media, 2004.
- Granado, António “Algumas notas sobre o panorama da blogosfera portuguesa”, in Manuel Pinto (Coord.), *Comunicação e*

- Sociedade*, Nº 5, sobre “O Ensino do Jornalismo”, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, 2004.
- Lasica, J.D., “Blogging as a Form of Journalism: Weblogs Offer a Vital, Creative Outlet for Alternative Voices”, Editors of Perseus Publishing, *We’ve Got Blog: How Weblogs are Changing our Culture*, Nova York, Basic Books, 2002.
- Lasica, J.D., “Blogs and Journalism Need Each Other”, in *Nieman Reports*, Vol.57, Nº 3, Outono de 2003.
- Lasica, J.D., “Weblogs: A New Source of News”, Editors of Perseus Publishing, *We’ve Got Blog: How Weblogs are Changing our Culture*, Nova York, Basic Books, 2002.
- McCombs, Maxwell E., Shaw, Donald L., “The Evolution of Agenda-setting Research: Twenty Five Years in the Marketplace of Ideas”, *Journal of Communication*, Vol. 43, nº 2, 1993, in Nelson Traquina, *O Poder do Jornalismo. Análise e Textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra, Minerva, 2000.
- McCombs, Maxwell, *Setting the agenda: The mass media and public opinion*, Malden, Blackwell Publishing, 2006.
- Mesquita, Mário, “Teorias e práticas do jornalismo – da era do telégrafo ao tempo do hipertexto”, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, Volume XXVIII, Nº 2, Julho/Dezembro de 2005.
- Messner, Marcus, DiStaso, Marcia Watson, “The source cycle. How traditional media and weblogs use each other as sources”, *Journalism Studies*, Volume 9, Issue 3, June 2008.
- Murley, Bryan, Roberts, Chris, “Biting the Hand that Feeds: Blogs and second-level agenda setting”, Presented at the national Media Convergence Conference, October 2005 in Provo, Utah, [bryanmurley.com/site/wp-content/uploads/2007/01/murley-roberts605.pdf](http://bryanmurley.com/site/wp-content/uploads/2007/01/murley-roberts605.pdf).
- O’Reilly, Tim, “What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software”, *O’Reilly*, 30/09/2005, [www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html](http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html).
- Orihuela, Jose Luis, *La Revolución de los Blogs*, Madrid, La Esfera de los Libros, 2006.
- Orosa, Berta García, García, José L. Capón, “Las Bitácoras o weblogs y la lógica del campo informativo. Un análisis comparativo con la agenda mediática tradicional”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2004, 10.
- ParK, Robert E., “News as a Form of Knowledge: a Chapter in the Sociology of Knowledge”, *The American Journal of Sociology*, Vol. 45, Nº 5, 1940 (Tradução portuguesa de João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade. Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*, Lisboa, Livros Horizonte, 2002).

- Park, Robert E., *The Immigrant Press and Its Control*, Nova York, Londres, Harpers & Brothers Publishers, 1922.
- item Pereira, Pacheco Pereira, “Coisas da *Sábado*: Novos mecanismos de formação da opinião (dos jornalistas)”, *Abrupto*, 30.5.08, <http://abrupto.blogspot.com/2008/05/coisas-da-sbado-novos-mecanismos-de.html>.
- Project for Excellence in Journalism (PEJ), *The State of the News Media 2008*, [www.stateofthenewsmedia.org/2008/](http://www.stateofthenewsmedia.org/2008/).
- Project for Excellence in Journalism (PEJ), *The Web: Alarming, Appealing and a Challenge to Journalistic Values*, <http://www.stateofthenewsmedia.org/2008/>.
- Rodrigues, Catarina, *Blogs e a Fragmentação do Espaço Público*, Universidade da Beira Interior, Livros Labcom, 2006, disponível em [www.labcom.pt](http://www.labcom.pt).
- Rosen, Jay, “The Weblog: An Extremely Democratic Form in Journalism”, 8 de Março de 2004, *Pressthink*, [http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/03/08/weblog\\_demos.html](http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/03/08/weblog_demos.html).
- Serra, J. Paulo, “Os blogs e a questão do agendamento”, comunicação apresentada no *III Congreso Internacional de Periodismo en la Red*, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, Madrid, 23 e 24 de Abril de 2008, disponível em [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt).
- Sifry, Dave, “The State of the Live Web, April 2007”, *Sifry's Alerts* [Weblog], April 5, 2007, [www.sifry.com/alerts/archives/000493.html](http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html).
- Tarde, Gabriel, *L'Opinion et la Foule*, Paris, Les Presses Universitaires de France, 1989 (1901), [www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques\\_des\\_sciences\\_sociales/index.html](http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html).
- Vicente, Leonel, “O pulsar dos diários virtuais em Portugal”(Comunicação apresentada no II Encontro de Weblogs, na Universidade da Beira Interior, Covilhã), 15.10.2005, 286, *Memória Virtual* <http://memoriavirtual.wordpress.com/>.
- Winer Dave, “The History of Weblogs”, *Weblogs.Com News*, 1/16/01, <http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOfWeblogs>.
- Zelizer, Barbie, *Taking journalism seriously: news and the academy*, Thousand Oaks, Sage Publications, 2004.
- Zogby International, “Zogby Poll: Most Say Bloggers, Citizen Reporters to Play Vital Role in Journalism's Future”, February 13, 2007, [www.zogby.com/News/ReadNews.dbm?ID=1247](http://www.zogby.com/News/ReadNews.dbm?ID=1247).