





Hugh Hewitt

Blog – understanding the information reformation that's changing your world

Nashville, Tennessee, USA:
Nelson Books, 2005.
225 páginas

Maria José Baldessar

- Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)
- Professora de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
- Autora de *A mudança anunciada: o cotidiano dos jornalistas com o computador na redação do jornal*, Insular/Edufsc, 2003 e organizadora de *Jornalismo em perspectiva*, Edufsc, 2005.
- mbaldessar@hotmail.com

Blogs, nem revolução nem reforma: na pauta, o estilo de vida americano

Fenômeno comparado à Internet nos seus primórdios, a *blogsfera* (os blogs) cresce assustadoramente: a cada dia, um por segundo. A cada cinco meses e meio dobra de tamanho. Os dados do portal de Technorati.com (<http://www.technorati.com>) mostram que já foram criados pelo menos 27,2 milhões de blogs, sendo que 13 milhões continuam em atividade, ou seja, recebem atualização diária ou semanal. E a continuar nesse ritmo, chegaremos ao final de 2006 com mais de 100 milhões de *blogueiros* conectados.

Blogar virou sinônimo de estar conectado, estar ligado e, mais, estar expondo ao mundo seus ou nossos problemas e buscando solidariedade. Um exemplo na defesa de uma causa é do norte-americano Vernon Lee Evans Jr., assassino confesso de duas pessoas, que tem sua execução acompanhada por um blog que ele criou há quase um ano. Vernon envia os textos, pelo correio tradicional, para um amigo, que os coloca no Meet Vernon (<http://www.meetvernon.blogspot.com>). Quem visita o blog pode não concordar com os argumentos do prisioneiro, mas, sem dúvida nenhuma, vai achar argumentos e contra-argumentos nos comentários feitos pelos quase 500 acessos diários.

Num outro extremo estão os políticos cada vez mais apossados pelo público que lhes cobra transparência e atitudes corretas. O deputado socialista espanhol Rafael Estrella se adiantou e colocou no <http://estrella.lamariz.org> toda a lista de seus colaboradores, apoiadores financeiros e até mesmo de seus contatos com a imprensa, com nome e endereço eletrônico.

E é esse universo que Hugh Hewitt, apresentador de *talk show*, professor de Direito da Chapman University Law School e colunista de alguns jornais em versão online, como o *The Daily Standart* e o *WorldnetDaily.com*, propõe-se a analisar em *Blog - understanding the information reformation that's changing your world*. Nashville (USA): Thomas Nelson Books INC, 2005, 225p.

O livro é, na verdade, mais que uma análise científica, a posição pessoal do autor sobre o assunto. Pode-se afirmar que as idéias de Hewitt, ele próprio um *blogueiro*, refletem o conservadorismo de parte da sociedade americana e do arraigamento a costumes e tradições não necessariamente disseminadas e apoiadas no mundo globalizado. Para Hewitt, três segmentos da sociedade devem se ocupar de *blogar* e manter vínculos com seu público através desse meio: os políticos, as religiões e as organizações.

Os primeiros, os políticos, para se relacionarem com seu público e suas demandas, saber o que acontece no cotidiano das pessoas e, principalmente, saberem dar respostas ágeis a questionamentos polêmicos. Nesse caso, ele cita dois exemplos: o do senador Trent Lott e do candidato derrotado a presidência da república, John Kerry.

O caso das eleições americanas, para Hewitt, é paradigmático. Na convenção democrata, mais de seis mil blogs estavam cadastrados para fazer a cobertura, ao vivo, de quem seria o rival de George W. Bush. Mesmo conhecendo e participando desse universo, na opinião de Hewitt, John Kerry não estava preparado para enfrentá-lo. No primeiro debate entre os presidenciais, em 31 de outubro de 2004, Kerry, açoitado pelas críticas dos *blogueiros*, que queriam respostas para suas posições sobre a guerra com Iraque, o controle de armas químicas e as crises com a Coreia do Norte, prende-se “a detalhes e não consegue respostas convincentes para o indivíduo americano que está *blogando*”. Ressalte-se que nesse dia mais de 130 mil pessoas visitaram o blog de autor – <http://www.hughhewitt.com>.

Quanto à religião, a associação já está no título do livro, a reforma. Ousado, faz uma analogia entre as mudanças de comportamento que os blogs estão impondo às pessoas e a história da igreja, particularmente a reforma de Martin Lutero. Afirma que se o papa Leão X tivesse dado ouvidos aos reclames populares e *blogasse*, entenderia a proposta de Lutero e a igreja não sofreria com anos de perseguição, dor, morte e ruptura.

Para lembrar, Lutero - sacerdote dedicado aos estudos da Bíblia - percebeu que certas práticas e crenças da igreja estavam em desacordo com a mensagem de Jesus. Passou a denunciá-las publicamente, mas não foi ouvido pelas autoridades responsáveis. Ferrenho, em 31 de outubro de 1517, afixou na porta da igreja do castelo de Wittenberg suas 95 teses contra os abusos da igreja e especialmente contra a venda de indulgências. Foi excomungado e fundou a igreja Luterana, cristã por princípio, mas com outros dogmas e práticas.

Já o papa Leão X mostrou-se fraco em suas tentativas de contrapor-se a tal crise, cuja gravidade, especula-se, não chegou a compreender. Num primeiro momento, efetivamente, limitou-se a ameaçar Lutero com medidas exclusivamente disciplinares. Em seguida, convencido de que o cisma restringia-se à nação alemã, condenou-o com a “*Exsurge Domine*” (1520) e excomungou Lutero com a “*Decret Romanum Pontificem*” (1521).

A outra inspiração de Hewitt para o livro foi o 11 de setembro de 2001. Para o autor, foram os blogs que mantiveram as pessoas acreditando no “modo de vida americano” durante o período crítico após os atentados, dando-lhes o poder de escolha e decisão, tanto que muitas das denúncias feitas contra árabes e outros estrangeiros foram através de blogs pessoais. Então, além de associar os blogs à reforma protestante, Hewitt incita as religiões ocidentais a se utilizarem da Internet e, conseqüentemente, dos blogs, da mesma forma que o faz a Al Qaeda e outras organizações religiosas extremistas. E é aqui que o autor abusa do conservadorismo e da noção de que o mundo é americano ou europeu e que o resto é somente terra a ser colonizada e explorada. Numa afirmação polêmica, acrescenta que os blogs devem ter o poder de persuadir e, para tanto, não importa a causa – desde que seja justa.

Finalmente, as organizações. Ele próprio, Hewitt, fez dinheiro com seu blog e recomenda às organizações que façam o mesmo. Pessoas *blogam* para persuadir e para convencer a outrem a aderir a uma idéia. Conferem poder individual e ajudam na tomada de decisões importantes. Então, se uma corporação, qualquer que seja, mantém blogs, pode convencer seus colaboradores da necessidade de eficiência e seus clientes da melhor forma de consumir determinado produto ou mesmo um padrão cultural, ela fará sucesso. Para as

organizações, Hewitt recomenda dois níveis de blog: o interno, que serviria para a Comunicação Corporativa, e o externo, para fazer *marketing* e conquistar clientes.

Ele localiza o excesso ou a falta de informação no seio de uma organização como um problema fundamental para o insucesso, mas a resolução é simples: verificar as demandas, coletar, tratar e distribuir as informações num fluxo contínuo. Assim, se considerarmos que a informação é a base para a tomada de decisões gerenciais e operacionais, entendemos o quão vantajoso é aperfeiçoar o fluxo de informações dentro da organização.

A certa altura, Hewitt dá uma canelada no que chama de “a velha imprensa” (jornais e revistas impressas) quando afirma que a falta de credibilidade e lentidão daqueles está fazendo com que os leitores busquem cada vez mais informações nos blogs. E aqui, penso, temos uma questão ética importante. Embora afirme que os blogs têm confiabilidade, o próprio Hewitt defende a publicação de uma informação sem a checagem da verdade, afirmando que o blog, por ser aberto a comentários e às contra-respostas, permite essa liberdade. Ou seja, posso acusar, o acusado pode se defender e estamos entendidos. A outra causa dessa migração estaria na adesão dos meios de comunicação de massa a uma agenda noticiosa crítica que não interessa à maioria dos americanos.

Ainda sobre o jornalismo, o autor cogita os blogs como uma possibilidade onde o mais importante não é como a matéria foi produzida, se foi um repórter que apurou os dados diretamente com a fonte, se é uma cópia do que os demais veículos publicaram. O que importa é a informação, escrita de forma sintética, quase como uma crônica, onde os seus responsáveis assumem posições e lançam mão da ironia, do texto poético e de todos os recursos técnicos para transmitir da forma mais eficaz possível esta informação. A notícia baseada no lide, ou seja, o mais importante em primeiro lugar, não é abandonada completamente, mas os dados essenciais da informação são transmitidos sem que seja necessária uma ordem, uma hierarquia de valores. A palavra-chave nos blogs de jornalismo é a instantaneidade. A checagem vem depois.

Nos aspectos técnicos, o autor não apresenta novidades ou sugestões que possam seduzir blogueiros profissionais. Apresenta algumas ferramentas como os programas agregadores de notícias que vasculham os sites na busca de informações de interesse específico, como o Rich Site Summary (RSS), mas não detalha aspectos de linguagem ou estéticos que possam impulsionar os acessos. No entanto, sugere que é possível fazer negócios, ganhar dinheiro com blog. E aqui Hewitt não inova. Conta sua própria experiência de estar na lista dos mais vendidos do *The New York Times* com o livro *If it's not close, they can't cheat*, e que isso foi possível através da disseminação on line do produto. Na verdade, faz seu próprio *marketing* e faz bem.

É a velha história do limão e da limonada. Onde vou achar uma idéia que dê certo? Ler ou não *Blog - understanding the information reformation that's changing your world* é uma decisão pessoal, mas para quem quer entrar na discussão e conhecer um pouco mais das idéias de um expert, pelo menos em acessos – seu blog já recebeu quase 10 milhões de visitantes – pode ser instigante. Para quem já *bloga*, não acrescenta muito, mas, como diz o próprio Hewitt, se agirmos da mesma forma que o papa Leão X, não estaremos prontos para o que virá amanhã.