

### O abandono das teorias clássicas do jornalismo

Se olharmos o jornalismo e suas formas expressivas em diferentes suportes midiáticos sob a ótica prática, cuja atividade-fim é a disseminação de informações, encontramos esse tipo de apuração quase que totalmente envolvida com o segmento tecnológico e as TICs – Tecnologias de Comunicação e Informação. Esse envolvimento se dá em todas as atividades realizadas em uma empresa que provê produtos multimídia como, por exemplo, o Universo Online (UOL). Da captação e recebimento da notícia, que trafega pela rede física da empresa, passando pela escolha e seleção dos diferentes tipos de informação e sua exposição na primeira página do portal na Internet, até toda a estrutura de datacenter, com *links*, servidores, empresas de telefonia, *backup* e banco de dados capazes de recuperar o passado e organizar o presente do internauta, a notícia deixou de ter dono ou responsável, para se transformar em produto digital.

As TICs e suas subdivisões com softwares cada vez mais modernos e capazes de automatizar o dia-a-dia de uma redação digital estão transformando o “fazer jornalístico” em um processo automatizado e muito particular. Onde foi parar a reunião de pauta? A fonte primária? O jornalismo como prestação de serviço? E a produção da notícia propriamente dita?

Posso afirmar, com a experiência de quem já elaborou diversas arquiteturas de portais, que esse formato é a personificação de um

ambiente ideal no qual o *core technologies* juntou-se ao *core business*, resultando em empresas que alimentam e trafegam informação sem interrupções. O internauta é bombardeado 24 horas por dia e 7 dias por semana com dados, que podem ser arquivos de texto, áudio, vídeo ou imagens. Sem falarmos no avanço dos sites de busca – que passaram a agregar conteúdo e serviços como forma de atrair um maior número de leitores –, que contribuiu para o nascimento de uma geração de jornalistas que não consegue mais trabalhar sem o *Google*.

O *Google* lançou no segundo semestre de 2005 a ferramenta *Blog Search* para fazer buscas em blogs (ver em <http://blogsearch.google.com/>). O banco de dados por trás do mecanismo faz a indexação de todos os blogs existentes e não apenas daqueles publicados por meio do site *Blogger.com*, do qual o *Google* é dono. Imaginemos a facilidade que isso traz para o jornalista que deseja saber, por exemplo, o que foi publicado a respeito do presidente Lula em agosto de 2006 nos blogs nacionais? O sistema pesquisa os assuntos por nome dos autores e temas escritos em inglês e em diversos idiomas, inclusive em português. Depois de obter os resultados da pesquisa, o *Blog Search* oferece um link adicional que permite primeiro a exibição dos posts mais relevantes ou dos mais recentes.

Outro exemplo de como as TICs mudaram o fazer jornalístico é o do Newseum, primeiro museu interativo de notícias internacionais, que existe desde 1997 nos EUA. Na seção *Today's Front Pages*, o jornalista pode conferir as capas dos principais jornais de todo o mundo. São mais de 400 primeiras páginas de jornal de cerca de 40 países atualizadas diariamente. A organização do material é feita de duas maneiras. Uma é por ordem alfabética, com as capas dos jornais visualizadas lado a lado (<http://www.newseum.org/todaysfrontpages>), ou pela localização geográfica nos mapas (<http://www.newseum.org/todaysfrontpages/flash>).

Esse receptor de conteúdo informativo, um cidadão que cresceu jogando videogame e interagindo com o mundo eletrônico, consegue consumir o que lhe cabe na montanha de textos, imagens, sons e vídeos que poluem e às vezes até atrapalham a leitura. Ele também foi paulatinamente treinado a encontrar – como um software de banco de dados relacional – o que precisa na Internet.

A pesquisa “Dossiê Universo Jovem”, realizada pelo canal de televisão MTV, conseguiu traçar um interessante perfil sobre o jovem brasileiro. Ele tem, em média, 23 anos; 50% estudam e 57% trabalham; 6% pertencem à classe A, 36% pertencem à classe B e 58% pertencem à classe C. Vinte e três por cento dos jovens estão casados e/ou vivem com companheiro, sendo que na classe A esse número cai para 7%. Quanto maior o poder aquisitivo, menor sua capacidade de ceder aos encantos da cerimônia matrimonial. A pesquisa mostra que esse jovem vive uma “adolescência expandida”, saindo de casa tardiamente, numa fase mais madura, já na idade adulta, casando-se cada vez mais tarde. A pesquisa identificou, ainda, que a comunicação dos jovens ganhou novas linguagens, trazidas especialmente pela Internet e pelo uso dos celulares. Eles participam de blogs, utilizam mensagens trocadas via Messenger (MSN) e e-mails, estão presentes nas comunidades virtuais estabelecidas em redes, como o *Orkut*, além das mensagens de texto (SMS) enviadas via celulares.

O que podemos perceber, dessas informações, é que as TICs mudaram a forma de comunicação, causando impacto na mídia tradicional.\* Não podemos deixar de assumir que a Internet proporcionou um acesso à informação de maneira única. Achar o endereço de um restaurante sem perguntar a ninguém, usar o telefone ou folhear a lista telefônica. Pesquisar o roteiro das próximas férias. Ficar feliz ao descobrir que sua restituição do imposto de renda já está disponível para saque na agência bancária. Ou ainda, achar namorado(a), bater papo e encontrar companhia para noites de insônia. Enfim, a abrangência de serviços oferecidos em um portal consegue preencher e resolver boa parte das necessidades do homem moderno.

A distinção fundamental que está em jogo é a de que a comunicação tem a ver com conteúdos e que a informação refere-se ao modo como os conteúdos entram na circulação, ou seja, na rede.

---

\* A pesquisa “Dossiê Universo Jovem” foi realizada pela MTV entre outubro e dezembro de 2004. Em sua fase quantitativa, entrevistou 2.359 homens e mulheres, entre 15 e 30 anos, residentes em São Paulo capital, São Paulo interior, Brasília, Rio de Janeiro, Recife, Salvador, Belo Horizonte e Porto Alegre. Sua fase qualitativa foi composta por 19 grupos de 50 entrevistas em profundidade.

A partir de 1999, as empresas jornalísticas e as baseadas em parcerias com companhias internacionais de telefonia estrategicamente optaram por deixar de ter uma presença passiva na Internet – com a simples reprodução do conteúdo impresso – para tornarem-se produtoras de informações. E, conseqüentemente, a notícia foi deslocada do centro em que sempre esteve e passou a ser vista como “algo mais”, quase um brinde, um produto informativo que também oferece diversão, oportunidades de compra e outros serviços dentro da teia mundial de computadores.

O que está em jogo é o futuro do fazer jornalístico. Como será o dia-a-dia de um repórter que não apura na rua sua matéria? Que não entrevista ninguém, apenas desempenha uma função de copidesque e “empacota” uma reportagem e “sobe” em dez minutos para a rede?

Se pensarmos que seremos três bilhões de pessoas, em todo mundo, em 2010, utilizando equipamentos sem fio, segundo pesquisa do Instituto Gartner realizada no segundo semestre de 2005, siglas como *CDMA*, *UWB*, *GSM*, *Bluetooth*, *Wi-Fi* e *Edge*, que hoje já povoam nosso subconsciente, estarão enraizadas na convivência diária. O setor móvel brasileiro deverá crescer em torno de 50% ao ano, seja em comercialização de *notebooks*, *laptops*, celulares e *PDAs* (Personal Digital Assistants), ou impulsionado pelos avanços vertiginosos das operadoras de telefonia, integradores e provedores de aplicações, conteúdo e serviços. Segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações, a Anatel, 75,5 milhões de brasileiros possuem alguma forma de acesso móvel no país (2005). Há dez anos eram apenas 1,4 milhão de pessoas com celulares.

Como preparar o leitor para receber informações em diversos protocolos de leitura – bem diferentes dos tradicionalmente conhecidos, aqueles com suporte concreto como o jornal, a revista, o livro, a TV? Um bom indicador é observarmos o comportamento da mídia digital em grandes coberturas como, por exemplo, o episódio de 11 de Setembro, em Nova York, e o adeus ao Papa João Paulo II. Com uma diferença de quatro anos entre um e outro (2001 e 2005), conseguimos notar claramente um aumento da participação do receptor. Os visitantes no Vaticano abasteciam os tradicionais veículos da grande imprensa com fotos, vídeos, mensagens e depoimentos cheios de emoção e opinião. Os blogs pautaram a mídia, inclusive com enquetes

e pesquisas, para saber qual era o pontífice mais cotado para ser o novo representante da Igreja Católica Apostólica Romana.

Vista por esse prisma, a narrativa não está fadada ao esquecimento com o envelhecimento da escrita, mas em constante processo de hibridização, o que exige do leitor um alto grau de conhecimento do ambiente digital, para depois conseguir imergir no virtual e controlar os formatos e as mensagens. A narrativa atual espelha uma tendência de época, em que o olhar humano faz um percurso frenético para tentar captar todas as possibilidades visuais oferecidas e, com isso, acabamos fazendo uma varredura do código visual pós-moderno.

Depois de 11 anos pesquisando a área digital, percebo que o momento atual pede uma profunda reflexão sobre o novo fazer profissional, ou seja, descobrir o que está acontecendo em todas as profissões ditas “antigas” como advocacia, medicina, engenharia, psiquiatria e, entre elas, o jornalismo. Acredito que o ensino de hipermídia e hipertexto, por exemplo, deveria permear todas as grades curriculares brasileiras, pois torna-se ferramenta fundamental no processo social atual. Gosto muito do exemplo da Escola da Ponte, situada em Vila das Alves, norte de Portugal (<http://www.eb1-ponte-n1.rcts.pt/html2/portug/bemvindo.htm>). Lá a escola procura imitar a vida. Trazer o dia-a-dia para ser problematizado em conjunto com as crianças. “Era preciso repensar a escola, pô-la em causa. A que existia não funcionava. Os professores precisavam mais de interrogações do que de certezas”, diz José Pacheco.

Apesar de a Escola da Ponte ser voltada para alfabetização infantil, ela nos ajuda a repensar as escolas de Jornalismo. Até que ponto não vivemos, no Ocidente, desde Aristóteles, uma tradição cultural positivista que faz distinção o tempo todo entre teoria e prática, educação acadêmica e profissional, cérebro e emoção? Depois de dois séculos ensinando a *práxis* jornalística ancorada na dialética explicativa – após o advento da Internet gráfica e depois de 11 anos de jornalismo *on-line* – proponho uma hermenêutica baseada na fenomenologia do filósofo Paul Ricoeur. Para ele, só a explicação é metódica. Já a compreensão se forma, se desenvolve com a explicação.

Ele utiliza a diferença entre linguagem e discurso para mostrar que, na escrita, as características do evento, a narração do fato, se perdem quando o texto ganha vida própria. Ricoeur chama isso de “mundo

do texto”. “Só a escrita, ao libertar-se, não apenas do seu autor, mas da estreiteza da situação dialógica, revela que o destino do discurso é projetar um mundo.” A narrativa jornalística sempre esteve ancorada na objetividade e no elencar dos fatos de acordo com a pirâmide invertida e os paradigmas do *lead* (o quê? quando? onde? por quê?), eliminando a intencionalidade do autor, que fica disfarçada na objetividade do texto. Acredito que o hipertexto pode ser uma útil ferramenta para reconstruir a memória coletiva, esse mundo que o texto pode revelar de que nos fala Ricoeur, uma memória fragmentada.

Estou interessada, como pesquisadora, na tríade “discurso-obra-escrita”, que especifica Ricoeur, e em atualizá-la com o uso das novas tecnologias de informação, em especial, as formas hipertextuais, preenchendo uma lacuna dupla, seja em permitir o acesso à rede de informação, como também o acesso a arquivos pessoais ou coletivos, todos remixados, numa eterna bricolagem de narrativas, sejam elas textuais, imagéticas, audíveis ou sensoriais. Não é mais o mundo interior do autor que aflora no meio digital e nem a rede que invade os *massmedia* tradicionais. Pois vivemos em uma era na qual não existe mais diferença entre espaço público e privado; basta lembrarmos da atual febre do *YouTube* ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)), em que o cotidiano ganha a rede em vídeos com edições caseiras, no estilo faça você mesmo. Andy Warhol disse em 1968 que “no futuro, todo mundo será famoso por 15 minutos”. O futuro chegou e o tempo limite dos vídeos do *YouTube* são 10 minutos. A ascensão é muito rápida e o sucesso também passa logo.

Na verdade, a partir do momento que consumimos, quase organicamente, o ciberespaço, começamos a perceber que a textura híbrida da hipermídia está presente em tudo, sem falar que o hipertexto nos permite derrubar as fronteiras entre os gêneros ficcionais, factuais, participativos, ou seja, entre o real e o virtual. A hibridização é total, pois não conseguimos mais afirmar quem é o autor, o receptor ou onde se dá o início ou o fim da narrativa. Remixamos o dia-a-dia sem perceber.

Sáímos do mundo da seqüencialidade para o mundo da associação, em que o ato de ler e clicar é a peça-chave para o sucesso ou fracasso de uma narrativa na Internet, seja ela um romance ou uma manchete de jornal. Isso não é novo, vários autores como Borges, Calvino, Cortázar, entre outros, já utilizaram o recurso associativo como forma de absorver o leitor de

forma lúdica, deixando muito tênue a diferença entre objetividade e subjetividade, real e fictício, memória e factual. Por exemplo, no livro *O jogo da amarelinha*, de 1963, Cortázar consegue envolver o leitor de tal forma que mesmo se ele resolver ler linearmente a história, ou melhor, seguindo a numeração normal das páginas, estará fazendo associações mentais ininterruptamente. Caso prefira ler pelo caminho do “tabuleiro de direção”, saltará, por exemplo, da página 82, para a página 126, chegando também nos mesmos personagens, só que por outro caminho. A hibridização sinestésica\* deveria ser a busca atual dos jornalistas, pois devemos nos concentrar em reter a atenção do leitor, mesmo sabendo que essa tarefa tende ao fracasso, ou a um resultado irrisório, já que nosso leitor é um ser acostumado com a liberdade do *zapping* do controle remoto. As técnicas figurativas numéricas não representam mais o real, mas sim utilizam as ciências para sintetizá-lo. Outra conseqüência das imagens numéricas, da transmissão de *bits* ao invés de átomos, é a possibilidade de transporte instantâneo entre diferentes meios, de uma forma quase transparente para o usuário. Como ingerimos e deglutimos informação cada vez mais rapidamente, corremos o risco de criar uma compreensão superficial e uma ilusão cognitiva de que adquirimos conhecimento, o que é ilusório. E para compensar isso, somente as correlações associativas podem nos salvar, ou seja, permitir que o leitor consiga se aprofundar no tema.

A blogosfera está dobrando de tamanho a cada seis meses e meio. Ela está 60 vezes maior do que em 2003, de acordo com relatório “O Estado da Blogosfera”, realizado por David Sifry e publicado pelo site Technorati (<http://www.technorati.com>), em agosto de 2006. Em média, um blog novo é criado a cada segundo na rede, o que somam 75 mil novos blogs por dia, perfazendo uma cifra gigantesca de 50 milhões de blogs monitorados, sendo 2% dos posts em língua portuguesa.

---

\* Sinestesia: segundo o *Dicionário Aurélio da língua portuguesa*, é a relação subjetiva que se estabelece espontaneamente entre uma percepção e outra que pertença ao domínio de um sentido diferente (p. ex., um perfume que evoca uma cor, um som que evoca uma imagem etc.) Pode-se dizer que o brinde é um exemplo clássico de sinestesia, pois, durante o ato de brindar, todos os sentidos estão sendo utilizados: a visão, o olfato, o tato, o paladar e, finalmente, a audição que se dá pelo tilintar dos copos.

Segundo ainda o estudo, as principais áreas cobertas pelos blogs são: política e governo com 37%; entretenimento com 11%; esportes com 7%; notícias 6%; negócios 5%; tecnologia 5%; religião, espiritualidade ou fé 4%; passatempos 2%; saúde 1%. Mas, afinal, o que é um blog? A definição clássica afirma que é um diário mantido por um usuário na internet. O termo surgiu pela primeira vez em 1997, quando John Barger chamou seu diário pessoal na rede de “weblog”, algo como “registro na web”. De 2000 em diante, a palavra blog foi incorporada ao nosso dia-a-dia e milhões de autores começaram a marcar seu território na blogosfera. Para comemorar a efervescência do formato, o site Dia do Blog (<http://www.blogday.org>) batizou o dia 31 de agosto como sendo o dia mundial do blog. Disponível em 15 idiomas, incluindo o português, o site procura manter a blogosfera em circulação constante.

Além de marcar presença, os blogs mudaram a percepção de informação, deslocando o interesse de muitos leitores para o palco virtual, o que antes era feito com a mídia impressa. Segundo a Escola de Jornalismo da Universidade de Columbia, nos Estados Unidos, e de acordo com o estudo *O estado da Imprensa (The State of the News Media* – [http://www.stateofthemedias.org/2006/narrative\\_overview\\_intro.asp?media=1](http://www.stateofthemedias.org/2006/narrative_overview_intro.asp?media=1)), as receitas publicitárias dos jornais norte-americanos deverão enfrentar um crescente processo de migração para outros meios, principalmente para a Internet. Em 1984, cerca de 63,3 milhões de norte-americanos liam 1.688 jornais; em 2005, eram 45,2 milhões de leitores optando por 1.457 diários. Entre 1990 e 2005, a tiragem dos impressos nos EUA caiu 15%. Enquanto isso, a blogosfera cresce em progressão geométrica.

No Brasil, por exemplo, a cobertura política das Eleições (2006) será monitorada pelos blogs, portais e sites, segundo aponta o trabalho *A Internet e a esfera pública*, realizado pelos professores e pesquisadores Clóvis de Barros Filho (ESPM), Marcelo Coutinho (Cáspere Libero) e Vladimir Safatle (USP), que comparou o uso da internet, e especificamente dos blogs, em eleições nos EUA e na Europa, produzindo análises comparativas para o Brasil. Os pesquisadores estimam que 16 milhões de eleitores com acesso (12% do eleitorado) irão à Internet buscar informações sobre a eleição deste ano para presidente, governador etc.

A participação desses leitores em busca de informações políticas, culturais ou prestação de serviço começa a se misturar com o chamado jornalismo cidadão. A CNN, por exemplo, lançou, em agosto de 2006, um canal específico para incentivar a participação de leitores que se disponham a escrever matérias, enviar fotografias e vídeos. O CNN Exchange (<http://www.cnn.com/exchange>) é a tão sonhada fusão entre o jornalismo profissional e o cidadão. Ao ler manchetes e reportagens, aparece um ícone que indica ao leitor que há textos ou conteúdo disponível no Exchange sobre aquele assunto. Já o espaço Backstage BBC (<http://backstage.bbc.co.uk>), um coletivo para experimentação e troca de informações, tenta incentivar e dar suporte ao jornalismo cidadão, incentivando designers, leitores e desenvolvedores a enviarem suas produções para a comunidade BBC.

Separei uma lista pessoal de blogs que indico como excelentes para você leitor ter no seu *bookmark* favorito. Antes de falar sobre eles, acho importante explicar as diferenças entre os tipos de edição que encontramos nos blogs. Temos dois tipos de autores: os considerados produtores de conteúdo – que produzem textos inéditos – e os rastreadores de conteúdo – aqueles que indicam coisas que já leram na web. Todos que indico em seguida pertencem ao primeiro grupo.

A blogueira Rosana Hermann, autora de dois blogs – o *Querido Leitor* e o *Skype* – é um exemplo de blogueira de sucesso, pois recebe, em média, 10 mil visitantes/dia no *Querido Leitor*. Já o jornalista Ricardo Noblat, ex-diretor de redação do *Correio Braziliense*, também conseguiu notoriedade no ambiente digital. A audiência de seu blog – voltado para a cobertura da cena política brasileira – foi tão grande no portal iG, que seu passe foi comprado pelo jornal *O Estado de S. Paulo*. No rastro de Noblat vieram os jornalistas da *Folha de S. Paulo* Josias de Souza e Fernando Rodrigues. Glenn Reynolds, do *Instapundit*, um dos blogs políticos de maior sucesso nos EUA, também ganhou notoriedade no ambiente digital.

Já o jornalista norte-americano Jeff Jarvis criou um blog para colocar a boca no trombone. Comprador de um *laptop* da marca Dell, Jarvis percebeu que o micro estava com defeito e tentou de todas as

maneiras ser ouvido pela Dell. Cansado dos problemas com o telemarketing, criou o blog (<http://www.buzzmachine.com>) e rapidamente a história do Dell Hell se espalhou pelo mundo, obrigando a Dell a rever sua política de atendimento ao consumidor.

Segundo Bernardo Kucinski (2005, p. 77), “na internet, o ato de escrever ganhou um componente mais lúdico, o que o faz mais prazeroso”. O lúdico do esporte, por exemplo, pode ser encontrado diariamente nos blogs de jornalismo esportivo. Na Copa do Mundo deste ano (2006) não faltaram blogs de jogadores, jornalistas, comentaristas esportivos, preparadores físicos etc. Os blogs dos jogadores brasileiros restringiram a cobertura esportiva a temas como o treinamento diário, a concentração, os bastidores, o clima na Alemanha, enfim, um verdadeiro *reality show* do mundo das estrelas do futebol nacional. O post abaixo reforça o que nos ensina Kucinski.

No dia 13 de junho de 2006, Juca Kfoury publicou em seu blog:

Alguma coisa acontece nas chuteiras desta Copa do Mundo. Bolhas em Ronaldo, Figo (ambos com a Mercurial ...Cromo) e Gerrard (Adidas).

Além do mais, o que os jogadores estão escorregando é coisa de louco, sem que se possa atribuir aos gramados.

Cora Ronái, jornalista e editora do caderno de tecnologia do jornal *O Globo*, publicou, em 3 de julho de 2006, o seguinte texto em seu blog *InternECT*.

Querido Diário,

Ontem foi um longo dia. Havia muita coisa para assimilar, fazer, decidir; a principal de todas era saber o destino que o jornal daria ao caderno da Copa. Era certo que ele continuaria até o fim dos jogos – afinal, não é o caderno da seleção – mas quais seriam as novas diretrizes em tempos de derrota?

Pois ficou assim: obviamente, o caderno será reduzido. Com isso, dançaram as colunas “não-futebol”, ou seja, a minha e a do Xexéo; e a cobertura ao vivo, daqui, cai pela metade [...].

Podemos perceber, nos dois exemplos citados anteriormente, de Juca Kfoury e Cora Ronái, que os jornalistas que blogam conseguem dialogar com o leitor, dividir sensações e experiências. Isso faz toda a diferença no dia-a-dia da profissão. Outra jornalista que também conversa diariamente com seus leitores é a Soninha Francine, vereadora pelo PT, em São Paulo, dona de um dos blogs mais visitados do jornal *Folha de S.Paulo*. No dia 1º de setembro de 2006, ela publicou um post noticioso sobre a ida do ator Brad Pitt a Nova Orleans, nos Estados Unidos, para apresentar projeto, bancado por ele, para construção de casas ecologicamente corretas. No dia anterior, Soninha comenta – como torcedora do Palmeiras – a ida do jogador Magrão para o Corinthians. E na semana anterior, a vereadora escreve um texto pessoal sobre as bobagens que os jovens fazem ao resolverem começar a fumar. Ou seja, não existe pirâmide invertida que consiga dar conta desse novo formato. A sensibilidade do autor e as temáticas escolhidas vão moldando a cara do blog.

O segmento de turismo também aderiu ao formato. Hoje, antes de viajar, por exemplo, para Paris, o interessado em conhecer o velho continente, além de pesquisar no site do hotel que deseja se hospedar, também pode recorrer aos blogs que falam sobre o bairro onde ficará, vídeos afins no *YouTube*, enfim, uma edição *à la carte* do fato. Maurício Preto, que nasceu em Porto Alegre, em 31 de dezembro de 1981, conta diariamente em seu blog *Eu no Mundo* (<http://www.eunomundo.com.br>), suas aventuras pela América do Sul. Ele se define como budista e está desempregado. Como ele, também encontramos Rômulo Magalhães, que partiu da Califórnia e está cruzando de bicicleta a América Latina até chegar ao Brasil. No blog *Rômulo de bike pela América Latina* (<http://romulodebikepelaamericalatina.blogspot.com/>), ele publica as fotos e histórias da viagem. Ou seja, ótima fonte de informações turísticas e, o que é melhor, já testadas *in loco*. Chega de intermediários, vamos ouvir o nosso leitor.



**QUERIDO LEITOR**

O QUE TRAZ: Notícias e variedades

QUEM FAZ: A jornalista Rosana Hermann

URL: <http://queridoleitor.zip.net/>



**BLOG DO NOBLAT**

O QUE TRAZ: Política

QUEM FAZ: O jornalista Ricardo Noblat

URL: <http://noblal1.estadao.com.br/noblal/>



**BLOG DO JUCA**

O QUE TRAZ: Esportes

QUEM FAZ: O jornalista Juca Kfourri

URL: <http://blogdojuca.blog.uol.com.br>



**INTERMEZZO**

O QUE TRAZ: Jornalismo, cibercultura, ciberjornalismo

QUEM FAZ: A jornalista Daniela Bertocchi

URL: <http://intermezzo-weblog.blogspot.com/>





### BUZZMACHINE

O QUE TRAZ: Tecnologia, jornalismo, política, gadgets etc.

QUEM FAZ: Jeff Jervis

URL: <http://www.buzzmachine.com/>



### RÔMULO DE BIKE PELA AMÉRICA LATINA

O QUE TRAZ: Relatos de uma aventura de bicicleta pela América Latina

QUEM FAZ: Rômulo Magalhães

URL: <http://romulodebikepelaamericalatina.blogspot.com/>



### EU NO MUNDO

O QUE TRAZ: Viagens pela América do Sul

QUEM FAZ: Maurício Pretto

URL: <http://www.eunomundo.com.br/>



### BLOG DA SONINHA

O QUE TRAZ: Comentários, relatos e a visão de Soninha sobre o mundo

QUEM FAZ: Soninha Francine

URL: <http://blogdasoninha.folha.blog.uol.com.br/>



**INTERNETC.**

O QUE TRAZ: Tecnologia, futebol, gatos e delícias do dia-a-dia carioca

QUEM FAZ: Cora Ronai

URL: <http://cora.blogspot.com/>



**LANCENET**

O QUE TRAZ: Jornalismo esportivo da melhor qualidade

QUEM FAZ: Paulo Vinícius Coelho

URL: [http://www.lancenet.com.br/colunistas/\\_novos/pvc/](http://www.lancenet.com.br/colunistas/_novos/pvc/)

15 de 84

## Eu quero minha passagem para Barcelona

A 13ª edição do Sónar, que começa hoje em Barcelona, está imprevível. Cada música milhas? Onde eu vou? Os artigos estão tão voláteis -- Da, Vn e artistas multivida -- que a organização escolheu um elenco antagônico: de um lado, os ritmos negros, de outro, os sons do país que sintetiza a tecnologia, o Japão. São 604 artistas de 22 países, tudo embalado com muita reggae, jazz, hip hop, funk, dub e disco muito. Já curraer falar em Digital Planet, Linton Rivers e Jeff Mills? Não pensam tempo, pressionem os mp3 deles no google.

Barcelona, que te adora tanto, já me vejo nos eventos de Sónar by Day, no agitado bairro do El Raval, com seus árabes bonitas, tipos estranhos e meninas que trabalham duro nas esquinas. A auto-estrada NÃO zedará os eventos by Night: tá você, minha eu, não acha sua passagem. Dê-lta-se pelo rta com:

POSSO ENCONTRAR TICKETS AT O O O O



REMI NARRATIVO

POLLYANA FERRARI

UMA DAS AUTORAS DO TEXTO

PRIMEIRO PRATO

CRISTINA MOURA

LEONARDO CARVALHO

PROFESSORA DE LINGUAGEM DO TEXTO

DE

INTELLIGÊNCIA DO TEXTO

UMA DAS AUTORAS DO PROJETO

### REMIX NARRATIVO

O QUE TRAZ: Jornalismo literário, jornalismo gonzo, poesia, histórias cotidianas, remixagens do dia-a-dia

QUEM FAZ: Pollyana Ferrari

URL: <http://remixnarrativo.blogspot.com/>