

## **O BLOG DO NOBLAT E A CARACTERIZAÇÃO DE SEUS LEITORES**

*Fernando Moreno da Silva<sup>1</sup>*

### **RESUMO**

A proposta do trabalho é analisar a imagem do leitor do blog do jornalista Ricardo Noblat, um dos blogs mais acessados do Brasil. A pesquisa será norteada pela semiótica francesa, ou da Escola de Paris, com base nos estudos da enunciação. Assim, faremos uso dos conceitos de enunciador e de enunciatário, instâncias linguísticas que correspondem ao que a Retórica chama, respectivamente, de éthos e páthos: imagens do destinador e do destinatário do enunciado, construídas ao longo do texto. Conclui-se que o leitor desse blog se caracteriza como culto, intercala seu discurso político com obras de MPB, literatura e artes plásticas. Seu dizer se assenta no lúdico, mas não se vale do baixo calão ou da escatologia. Corporifica-se um leitor adulto e de meia idade e bem-apessoado.

**Palavras-chave:** Blog. Leitor. Noblat. Enunciação.

### **INTRODUÇÃO**

Depois de assistir ao surgimento dos blogs, é possível afirmar que essa nova ferramenta é uma força capaz de influenciar o comportamento dos sistemas individual e social por ter introduzido uma nova forma de comunicação, mesmo sabendo que paira sobre essa nova tecnologia um maniqueísmo. De um lado, a esperança de que o ciberespaço possa ser um salto para a emancipação humana, com todos os benefícios oferecidos à humanidade. De outro, o medo de que ele possa ser o 'zepelim' que provocará profundamente uma decadência cultural, com total empobrecimento da cultura humanística.

Irremediavelmente, o blog mudou, tem mudado e mudará a visão de mundo que temos da comunicação. "A era da informação nos impõe um novo

modo de pensar, as tecnologias da informação determinam novas formas de execução de nossas atividades específicas.” (MATTES, 2005, p. 54).

Nossa proposta é analisar o público-leitor do blog do jornalista Ricardo Noblat. Quando falamos que nosso objetivo é a investigação do leitor de blog, é preciso que se façam algumas considerações, à luz da semiótica francesa, com a qual trabalharemos como suporte teórico principal para análise, para que não se venha confundir a nomenclatura.

Em nenhum momento julgo como leitor aquela figura real, de carne e osso, que se debruça sobre um livro para ler. Não. Com essa figura trabalham outras disciplinas, como a Sociologia. No nosso caso, privilegiamos uma instância linguística que corresponde ao que a Retórica Clássica chama de ‘pathos’. É a imagem que se pressupõe pelo enunciado como destinatária do discurso de um destinador. Dentro dos estudos da enunciação, a semiótica considera que em toda produção de linguagem há duas instâncias: por um lado, o enunciador, a imagem extraída do texto, pressuposta, que se coloca como produtora do discurso; por outro, o enunciatário, como equivalência, é a imagem corporificada a quem o enunciador se dirige como destinatário.

Esclarecidos os termos, nosso foco é o enunciatário de blog. Muitos são os caminhos para tratar a questão da leitura: pedagógico, sociológico, literário. O caminho pelo qual trilharemos é o da linguística, procedendo ao exame da imagem e da configuração do leitor construído no texto.

## **O ESTUDO DA ENUNCIAÇÃO**

Indispensável na produção de sentido, a enunciação é compreendida por duas vertentes: comunicação e produção. Na primeira, a enunciação é entendida por meio da relação do fazer-persuasivo de um produtor que visa a agir sobre um receptor, encarregado, por seu turno, do fazer-interpretativo. Essa primeira abordagem da enunciação é típica dos estudos da Retórica. Já no que diz respeito à produção, enunciação é um ato que põe em funcionamento a língua, produzindo um enunciado.

É preciso distinguir as nuances do processo enunciativo do ponto de vista da produção. O enunciado tem como pressuposto o fato de ter sido proferido por

alguém num tempo e num espaço. É a ideia virtual e hipotética da enunciação pressuposta. Quando, nesse enunciado, está presente um ‘eu’, terá lugar a enunciação-enunciada, correspondendo a uma metáfora da enunciação pressuposta (simulacro similar). Se, um “ele”, ter-se-á o enunciado-enunciado ou o enunciado propriamente dito, configurando uma metonímia da enunciação pressuposta (de parte em relação ao todo). Mas as categorias de pessoa devem ser mais bem esclarecidas.

Abaixo estão os integrantes da enunciação, dispostos em níveis:

1º nível	enunciador versus enunciatário
2º nível	narrador versus narratário
3º nível	interlocutor versus interlocutário

Sabemos que, em todo processo de comunicação, a um ‘eu’ corresponde sempre um ‘tu’. Por isso, diante do enunciador está o enunciatário; do narrador, o narratário; do interlocutor, o interlocutário. O primeiro nível (enunciador versus enunciatário) é de extrema importância para nosso trabalho, pois quando se fala em analisar a imagem do leitor de blog — incluindo também a imagem do escrevente de blog, já que o leitor é reflexo do escrevente e vice-versa (é importante que se insista nessa relação) —, recorreremos a todo momento às ideias de enunciador e de enunciatário.

Como vimos acima, o conceito de enunciador está no primeiro nível da enunciação. É o “eu” pressuposto, equivalente ao autor implícito. É bom lembrar que autor implícito não é o mesmo que autor real. Ambos, por vezes, coincidem, mas não obrigatoriamente. A figura de carne e osso, pertencente ao mundo extralinguístico, pode fingir, criando, no discurso, a imagem de uma pessoa totalmente diferente de sua autêntica personalidade. Ele não pertence, portanto, ao texto. O enunciador, ao contrário, é uma imagem construída ao longo do texto, uma idealização do ser que produziu o discurso corrente. Traçando um paralelo com a Retórica clássica, cujo princípio preconiza, num ato de comunicação, o envolvimento de três componentes (orador, auditório e discurso), o enunciador seria, aproximando-o das tradições aristotélicas, o ‘ethos’ do orador, a voz que ecoa numa construção discursiva.

Na produção enunciativa, o enunciador invariavelmente considera a quem se destina seu discurso, como numa comunicação epistolar, em que escrevemos

sempre pensando naquele que irá ler a carta. Caso contrário, o discurso não alcança eficácia. Na Retórica, é o auditório, aquele para quem se destina o discurso, que determina a ação do orador.

Um dos grandes méritos de Aristóteles (384-322 a.C.) em sua 'Arte retórica' foi justamente mostrar a importância do receptor da mensagem ao classificar o discurso segundo o auditório. O estagirita elencou três gêneros principais de discurso: (i) judiciário, cujo destinatário é o tribunal; (ii) deliberativo, a assembleia ou Senado; e (iii) epidíctico, espectadores em geral, que assistem a discurso de aparato.

Por ser levado em conta na construção do enunciado, afinal, ele é a razão de existir do discurso, havendo diálogo entre emissor e receptor, o enunciatário faz parte do processo produtivo, constituindo-se num coenunciador. Daí ser válida a asserção de que o sujeito da enunciação é composto por enunciador e enunciatário, já que este último influi visceralmente na forma e no conteúdo.

O enunciatário seria, nesse propósito, um destinatário implícito da mensagem, o leitor ideal. No presente trabalho, a preocupação é com esse tipo de leitor, aquele que é pressuposto pela obra. Pelos leitores reais se interessam, na maioria das vezes, os sociólogos ou publicitários. Ainda que se insista nessa diferenciação, não há dúvidas de que o espaço do enunciatário será fatalmente preenchido por um leitor de carne e osso.

Portanto, para buscar a imagem do leitor, antes precisamos passar pela imagem do escrevente-enunciador de blog, porque a imagem do leitor (enunciatário) é um reflexo da imagem do produtor (enunciador).

Se for na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui como sujeito, conforme dizia Benveniste (1995), é pelo modo próprio de dizer de uma enunciação depreensível duma totalidade enunciada (Discini, 2003), ou pela forma de vida, que se pode dar caráter e corporalidade ao blogueiro e, por consequência, ao leitor de blog.

## **BLOG**

Blog, muitas vezes chamado de diário virtual, é uma espécie de página pronta na internet, na qual o autor pode publicar livremente qualquer tipo de texto.

O termo 'blog' deriva de 'weblog', expressão cunhada em dezembro de 1997 por outro americano, Jorn Barger, editor do 'robot wisdom weblog' ([www.robotwisdom.com](http://www.robotwisdom.com)): "Um weblog (às vezes chamados de blog, uma 'página de notícia' ou um filtro) é uma página da web onde um weblogger (às vezes chamado de blogueiro ou pré-surfista) 'loga' (linka) todas as outras páginas da web que ele/ela considera interessantes" (BARGER, 2001). Mais tarde, o termo acabou sendo dividido em dois para gerar o trocadilho 'we blog' ('nós blogamos'). E a brincadeira deu certo. Com o tempo, a expressão foi reduzida e o uso de apenas 'blog' foi consagrado.

No Brasil, os blogs começaram a ser escritos por volta de 2000. Em língua portuguesa, o primeiro blog de que se tem notícia foi feito pelo brasileiro Nemo Nox, radicado nos Estados Unidos. Seu blog, 'O Diário da Megalópole', foi colocado no ar no dia 31 de março de 1998.

Os blogs vêm se transformando num fenômeno de massa. A blogosfera, como é conhecido o mundo dos blogs, conta com centenas de milhões, segundo o Technorati ([www.technorati.com](http://www.technorati.com)), serviço de buscas e indexação, especializado nos diários virtuais da blogosfera. Em abril de 2007, segundo a empresa, eram criados 175 mil blogs por dia e cerca de 1,6 milhão de posts publicados diariamente, ou seja, o equivalente a 18 atualizações por segundo. Para chegar a um milhão de usuários, a telefonia fixa demorou 74 anos; rádio, 38 anos; computadores, 16 anos; celulares, cinco anos; internet, 4 anos; skype, 22 meses. Quanto aos blogs, apenas para termos uma comparação com outras tecnologias lançadas ao longo da História, em maio de 2006 eram 40,5 milhões; em abril de 2007, o número chegava a 72 milhões. Em menos de um ano, a blogosfera praticamente dobrou de tamanho. Blogar faz escolas. Torna a internet e, por consequência a blogosfera, um proselitismo digital.

Uma das razões pelas quais o blog ganha tanta popularidade é a facilidade para criá-lo. Não se exige do usuário conhecimento técnico detalhado para mantê-lo. É uma página pronta, semelhante a um editor de texto.

Para entrar na blogosfera, é preciso escolher um site que ofereça o serviço e se cadastrar. A maioria oferece a ferramenta gratuitamente. Depois, criar um endereço. Se possível, o nome deve ser objetivo, indicando o conteúdo da página. O próximo passo é dar uma cara a ele. Essa cara, o layout da página, é chamado 'template'. Os próprios serviços oferecem alguns modelos pré-

configurados que podem posteriormente ser alterados. Mas há também uma infinidade deles já prontos para serem baixados na internet. É o enfeite do blog, daí sua importância para atrair leitores. Trazem imagens e cores, uns mais extravagantes, outros mais discretos. Em geral, o 'template' é uma forma de identificação entre o escrevente e o leitor de blog.

A grande quantidade de blogs desencadeia também variedade de formas e de temas. "Não existe uma subcultura on-line única e monolítica, mas antes um ecossistema de subculturas, umas frívolas e outras sérias" (RHEINGOLD, 1996, p. 156). Encontramos blog com as mais variadas temáticas: esporte, política, economia, jornalismo, informática, sexo, vídeos, história, jogos, novela, etc. Os que abordam tecnologia fazem o maior sucesso. Nada mais natural. São escritos e lidos por pessoas vidradas por inovações tecnológicas.

Os diários virtuais têm deixado de ser apenas um 'hobby' para receber uma atenção maior. De febre juvenil passou a ser um importante canal de comunicação. Ocupa espaço cultural, acadêmico, religioso e profissional.

Muitos jornais disponibilizam o 'blog da redação', por meio do qual, leitores podem participar da inserção de textos e comentários. Ou até mesmos os próprios jornalistas que escrevem seus blogs particulares, como uma forma de complementar as matérias produzidas no dia. Ali é uma oportunidade para colocar suas opiniões, o que na escrita jornalística não é possível por conta da necessidade do texto imparcial.

Outro exemplo da importância da qual tem se revestido os blogs está no mundo corporativo. Empresas têm usado a ferramenta como um instrumento de publicidade para divulgar produto e serviços e promover uma maior aproximação com os consumidores. Até executivos têm aproveitado a tecnologia para abrir um canal com os clientes ou com os funcionários. É o caso do presidente do banco HSBC do Brasil, Emilson Alonso (SILVA, 2006, p. L14). Em 2006, ele criou um diário virtual da instituição financeira. É o 'Blog do CEO'. Pelo menos uma vez por semana o executivo publica texto sobre temas ligados ao cotidiano do banco. Alonso garante que recebe nos comentários muitas críticas e sugestões. "Você entra, mete seu nome e fala o que bem entender". A forma como o presidente entrou no mundo virtual foi um tanto curiosa. Ele recebeu da filha um convite para entrar no Orkut. Lá encontrou diversas comunidades sobre o HSBC. Depois

descobriu que vários executivos já mantinham um blog para falar com seus clientes. Foi aí que teve o 'insight', a ideia de criar a página.

Guardadas as devidas particularidades, há uma semelhança entre blog, diário íntimo e home page pessoal, numa relação intergenérica: a infinidade de temas e o foco nas características pessoais, com privacidade e intimidade.

Ainda que os blogs de tom confessional sejam a maioria, o que vem ganhando grande destaque são os blogs profissionais e jornalísticos, conforme veremos no *corpus* deste trabalho. Considerado um meio alternativo de comunicação e também uma revolução, afinal está quebrando o monopólio da informação pela mídia convencional para entrar na era da troca entre veículos de comunicação e seu público, o blog de cunho 'profissional' repercutiu na conjuntura político-social do país.

Durante a crise política que envolveu o governo federal com o escândalo do 'mensalão', em 2005, o blog deu novo papel ao jornalismo online. No dia do depoimento do deputado petebista Roberto Jefferson, autor de denúncias de corrupção envolvendo membros do governo Lula, na Comissão de Ética do Congresso Nacional, 14 de junho, o jornalista Ricardo Noblat postou 75 textos em seu blog. Com uma média de um texto a cada 17 minutos, Noblat recebeu 72.240 visitantes. A participação do internauta também foi surpreendente, com mais de 2 mil comentários inseridos na página.

## **BLOG DO NOBLAT**

Ricardo Noblat, jornalista pernambucano, que passou por vários jornais impressos, viveu uma grande ironia em sua vida. O maior precursor de blog jornalístico até pouco tempo atrás não sabia sequer mandar um e-mail e navegar na internet. Noblat era daqueles jornalistas tradicionais do papel. Escreveu inclusive o livro 'A arte de fazer um jornal diário', publicado pela Editora Contexto, em 2001. Quando o computador chegou às redações, essa estranha maquinaria eletrônica, mal sabia ele que o diário virtual seria seu maior instrumento de trabalho.

A oportunidade de criar um blog surgiu em 2004, quando assinava uma coluna dominical no jornal carioca 'O Dia'. Como muitas das informações que

recebia não poderia colocar na sua coluna, recebeu de um colega a sugestão de criar um blog. A priori, achou um absurdo, já que pensava na ferramenta como uma coisa de adolescente. Convencido da ferramenta, manteve a coluna e o blog. Dois meses depois, sua coluna no jornal acabou. Ficou apenas com o blog, a pedido dos leitores.

O blog foi ganhando audiência. Até os grandes jornais se interessaram pelo jornalista. O que era apenas um passatempo acabou se transformando num trabalho sério. Hoje, Noblat trabalha com uma equipe para abastecer a página de exclusivas políticas: um jornalista, um assistente e uma estagiária. São mais de 1,5 milhão de visitantes únicos que acessam sua página mensalmente.

O blog de Noblat, que se transformou num fenômeno durante a crise do mensalão no governo Lula em 2005, é uma referência no jornalismo brasileiro, sobretudo na política. Em novembro de 2005, numa enquête promovida pelo Portal Imprensa ([www.portalimprensa.com.br](http://www.portalimprensa.com.br)) - que produz uma das mais importantes publicações da área de comunicação, a revista 'Imprensa' - para eleger o melhor blog do Brasil, Noblat foi eleito o vencedor.

A enquête teve duas fases. Na primeira, qualquer blog poderia ser indicado, independentemente da temática: jornalístico, humorístico, esportivo, político ou geral; na segunda, os seis mais votados disputariam a final. Os finalistas foram: Blog do Fernando Rodrigues (UOL), Blog do Juca Kfourri (UOL), Blog do Noblat (Estadão), Blog do Marcelo Tas (UOL), Kibe Loco e Tereza Cruvinel (O Globo). A disputa foi polarizada entre Ricardo Noblat e Fernando Rodrigues. Noblat recebeu 997 votos, contra 631 de Rodrigues.

Outra confirmação do sucesso e da popularidade de Noblat aconteceu em janeiro de 2007, quando o serviço Technorati apresentou um ranking, referente ao segundo semestre de 2006, dos blogs brasileiros da área de política:

RANKING	NOME	LINKS	PORTAL DE ENTRADA	CIDADE	ESTADO
1º	Ricardo Noblat	1.744	Globo	Brasília	DF
2º	Josias de Souza	915	Folha de São Paulo	São Paulo	SP
3º	Fernando Rodrigues	418	UOL	Brasília	DF
4º	Reinaldo Azevedo	336	Veja	São Paulo	SP
5º	Alon Feuerwerker	326	Correio Brasiliense	Brasília	DF
6º	E-agora	308	E-agora	São Paulo	SP
7º	José Dirceu	209	IG	São Paulo	SP
8º	Mino Carta	176	Carta Capital	São Paulo	SP



9º	Guilherme Fiúza	175	lbest	Rio de Janeiro	RJ
10º	Roberto Jefferson	140	-	Rio de Janeiro	RJ
11º	Luis Nassif	97	UOL	São Paulo	SP
12º	Jorge Bastos Moreno	93	Globo	Rio de Janeiro	SP
13º	Franklin Martins	92	-	Brasília	DF
14º	Paulo Moreira Leite	87	Estadão	São Paulo	SP
15º	Emir Sader	62	Agência Carta Maior	São Paulo	SP
16º	Luiz Weis	62	Observatório de Imprensa	São Paulo	SP
17º	Políbio Braga	54	-	Porto Alegre	RS
18º	Minuto Político	51	Minuto Político	São Paulo	SP
19º	Fernando Gabeira	39	-	Rio de Janeiro	RJ
20º	Thomaz Magalhães	32	Blog-se	Rio de Janeiro	RJ
21º	Murilo de Aragão	31	-	Brasília	DF
22º	Tereza Cruvinel	26	O Globo	Rio de Janeiro	RJ
23º	Cristiana Lôbo	25	Globo.com	Rio de Janeiro	RJ
24º	TucanUSP	12	USP	São Paulo	SP
25º	Etevaldo Dias	10	-	Brasília	DF
26º	Tão Gomes Pinto	9	-	Brasília	DF
27º	Pitacos Políticos	8	Pitacos Políticos	São Paulo	SP
28º	Parlatório	6	Globo.com	Rio de Janeiro	RJ
29º	Entrelinhas	5	Globo.com	Brasília	DF

Fonte: Technorati

Figura 1: Ranking dos blogs políticos

Percebemos pela lista uma ampla vantagem de Noblat (1744 links) em relação ao segundo (915) colocado, confirmando a força de seu blog como uma referência brasileira. “A ideia de que blogs são verdadeiras tribunas livres é que torna esse fenômeno revolucionário”, enfatiza Noblat. Uma curiosidade que essa lista apresenta é o predomínio quase absoluto de blogueiros do eixo Rio, São Paulo e Brasília. A única exceção é o blog do jornalista gaúcho Políbio Braga, que ocupou a 17ª posição.

Outra constatação ocorreu por meio da revista ‘Época’ (Amorim; Vieira, 2006), que publicou em julho de 2006 os blogs campeões de audiência, com maior número de acessos. Ei-los, sem ordem de preferência ou colocação:

- Jesus, me chicoteia (<http://www.jesusmechicoteia.com.br>);
- Kibe Loco (<http://www.kibeloco.com.br>);
- Cocadaboa (<http://www.cocadaboa.com>);
- Interney (<http://www.interney.net>);

- Querido leitor (<http://queridoleitor.zip.net>);
- Pensar enlouquece (<http://www.pensarenlouquece.com>);
- Blog do Noblat (<http://oglobo.globo.com/pais/noblat>);
- Blog do Juca (<http://blogdojuca.blog.uol.com.br>).

Em seguida, ao final de 2006, o site 'IDG Now!' (Felitti, 2006) publicou ranking com os dez blogs mais populares da internet brasileira, em ordem de número de acesso:

- 1º. Interney (<http://www.interney.net>);
- 2º. Blog do Noblat (<http://oglobo.globo.com/pais/noblat>);
- 3º. Br-Linux (<http://br-linux.org/>)
- 4º. BlueBus (<http://www.blubus.com.br>);
- 5º. Kibe Loco (<http://www.kibeloco.com.br>);
- 6º. Jacaré Banguela (<http://www.jacarebanguela.com.br>);
- 7º. Josias de Souza (<http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br>);
- 8º. Sedentário & Hiperativo (<http://sedentario.org/blog/>);
- 9º. Contraditorium (<http://contraditorium.com/>);
- 10º. Cocadaboa (<http://www.cocadaboa.com>).

No blog do jornalista Ricardo Noblat, o enunciário é sisudo e até mais maduro, cujos atrativos são, sobretudo, do mundo da política, mas também com interesse em economia e cultura.

Todos os dias, o blog traz música e poesia, com as duas séries "O poema da noite" e "A música do dia" ou "Especial – o melhor da MPB". Nos poemas, figuram poetas clássicos e nomes mais singelos: "Liberdade" (Fernando Pessoa), "Cantiga de Malazarte" (Murilo Mendes), "Balada" (Mário Faustino), "Corridinho" (Adélia Prado), "A máscara" (Augusto dos Anjos), entre outros. Na série musical, figuram grandes intérpretes e compositores da MPB: "Samba da pergunta" (João Gilberto), Bye, Bye Brasil (Chico Buarque), "Insensatez" (Tom Jobim), "É luxo só" (Elizeth Cardoso), entre outros.

Essencialmente, o blog se compõe de fatos e informações do mundo político, com os bastidores dos partidos, do Congresso, das candidaturas, etc.

São furos de reportagem e ‘clipping’ (reunião de tudo que saiu na mídia sobre determinado assunto) dos principais jornais do país. O blog é um balanço de tudo o que acontece na política.



Figura 2: Página principal do blog

O enunciador do blog está figurativizado pelo ator ‘Ricardo Noblat’. Numa leitura extradiscursiva, Noblat é um jornalista comum. Mas pela contiguidade sintagmática do microuniverso de sua página de blog, numa leitura contextual, constrói-se um novo sentido. O ator Noblat deixa de ser apenas um simples jornalista para esboçar a imagem de um dos mais ilustres jornalistas. O enunciador se vale dos recursos da internet para corroborar sua competência (saber-fazer)

No cabeçalho da página, está a marca “O Globo”. Um dos mais importantes jornais do país é que hospeda o blog. Isso indica que o blog tem importância, já que um destacado jornal não cederia espaço a qualquer jornalista. Ainda no cabeçalho, um pouco abaixo, estão a foto e o nome em destaque de

Noblat. À direita, seu perfil e suas publicações editoriais. No menu à esquerda, estão os links que acessam seus artigos, entrevistas, curiosidades e uma demonstração de seu apuro artístico, com a “estação jazz e tal”. É como se o enunciador dissesse: “veja onde estou (n’O Globo), confira tudo que eu produzo e ouça o que eu também gosto de ouvir (jazz). Como podem ver, sou competente”.

Para velar seu narcisismo, o enunciador delega voz a um interlocutor, o actante do enunciado “Lucia Hippolito”, que discute política.

Outra característica marcante desse blog é a interatividade com o público leitor. No geral, toda a página é uma interatividade. Mas há quatro links nos quais ela fica mais evidente. No menu à esquerda, em “desabafe” e “fale com o blog”; no menu à direita, na “enquête”; e no final de cada post, no campo “comente”. Isso demonstra que o leitor de *blog* quer não somente ler as mensagens mas participar discursivamente da página.

A interatividade é um sinal da cumplicidade entre escrevente e leitor de *blog*, vista inclusive nos vários links disponibilizados nos menus à esquerda e à direita da página como sugestão de leitura, como, por exemplo, “vale a pena acessar”, “leia em O globo”, “no twitter”, “biblioteca”. Uma forma de oferecer ao leitor o mesmo caminho percorrido pelo enunciador. Além disso, possibilita a quem acessa uma liberdade de escolha de leitura, como se caracteriza o hipertexto com a leitura não linear. Dificilmente todos os leitores fazem o mesmo trajeto de leitura. Uns buscam apenas os posts, outros completam a informação entrando nos comentários ou nos links dos menus.

Se a imagem de competência do enunciador é construída pela leitura intradiscursiva do blog, pelos vários recursos dos quais ele se utiliza, pelo saber heterodiscursivo, enquanto prática social, seu saber-ser competente igualmente é legitimado. O blog figura como o mais importante diário político do Brasil. O leitor acessa sua página porque crê verdadeiramente (crer-ser e parecer) que seu blog traz posts confiáveis. Muitos leitores abrem mão do jornal para lerem apenas o blog do Noblat. Sua competência se confirma, portanto, com seu modo de dizer e com a ideologia de que o mais acessado é o melhor. O leitor funciona como um julgador que lhe dá uma sanção cognitiva (reconhecendo sua competência) e uma sanção pragmática, recompensando-o de duas formas: visitando a página e, ao fazê-lo, acrescenta números na estatística de acessos, elevando seu prestígio junto ao público, aos patrocinadores e à página que o hospeda.

O mesmo narcisismo que move o ator “Noblat” é visto no seu leitor. Quer interagir com o melhor para ver seu “eu” comentado num blog de destaque.

Vejamos agora alguns posts publicados na página.

**Enviado por Ricardo Noblat** - 29.1.2006 | 0h51m

**Dia de relax**

De **Juliana Rocha** e **Mariana Santos** no Jornal do Brasil, hoje:

"Enquanto parlamentares lotavam a sala onde o ministro da Fazenda, Antonio Palocci, prestava depoimento para a CPI dos Bingos, em Brasília, a 1.200 quilômetros, na Rua Bandeira de Melo, Ilha do Governador, o deputado federal Vanderlei Assis (PP-SP) chegava em casa, para relaxar com a família em plena quinta-feira, às 17h. Ele recebeu R\$ 2.134 por dia de trabalho no mês de janeiro, durante a convocação extraordinária, mas só costuma frequentar o Congresso de terça a quinta-feira.

Carioca, Assis foi eleito em São Paulo pelo Prona, com pífios 275 votos - a reboque dos 1,5 milhão de eleitores do presidente do partido, Enéas Carneiro. O parlamentar teve apenas 18 votos a mais que os 257 necessários para a cassação do mandato de um deputado na Câmara. Logo no primeiro ano, ele mudou de legenda, filiando-se ao PP."

Figura 3: Post publicado no blog

Grande parte dos textos postados são ‘clipping’. Dessa forma, o enunciador repassa matérias já publicadas, fazendo um compêndio para seu leitor, sempre antenado em todos os acontecimentos da conjuntura política. Embora a temática do blog aborde o mundo da política, o formalismo é quebrado por um toque de ironia, como no caso acima. É tomado um texto de outrem (Jornal do Brasil) para em cima do informe atacar sutilmente o personagem da notícia, o deputado federal Vanderlei Assis.

Pelo título, “Dia de relax”, a ironia é construída ao descrever a boa vida do parlamentar, que em pleno dia de trabalho, afinal a Câmara estava concentrada nos trabalhos da CPI, estava em sua casa numa quinta-feira, às 17h. Sob o ponto de vista interdiscursivo, o texto repisa e denuncia a falta de assiduidade dos parlamentares que fazem de Brasília, a sede do poder nacional, uma “farra” escancarada. Como pode um parlamentar ganhar R\$ 2.134,00 por dia em convocação extraordinária, quando há milhões de brasileiros que não ganham tal importância nem mesmo em um mês de trabalho? E o enunciador agrava mais a situação vergonhosa quando declara que o deputado Assis fora eleito por uma votação inexpressiva, com seus pífios 275 votos.

## Trate bem a mão que lhe afaga

De **Rubens Valente** e **Marta Salomon** na Folha de S. Paulo, hoje:

"Os bancos, que sob a política econômica do governo Luiz Inácio Lula da Silva bateram novos recordes de lucro, se tornaram os principais doadores do PT. Entre 2002 e 2004, aumentaram em cerca de 1.000% suas doações aos caixas do PT nacional e do estadual de São Paulo. No período, elas saltaram de R\$ 520 mil para R\$ 5,7 milhões.

Em 2004, a campanha eleitoral do PT também recebeu a maior quantia dos bancos. As instituições doaram R\$ 7,9 milhões ao partido, divididos entre candidatos em todo o país e os dois maiores diretórios. O valor é quase o dobro dos R\$ 4,1 milhões doados para a campanha do PSDB."

**Assinante da Folha leia mais aqui**

[Permalink](#)

[Envie](#)

[Escreva seu comentário](#)

[Ler comentários \(4\)](#)

Enviado por Ricardo Noblat - 27.2.2006 | 9h27m

Figura 4: Post publicado no blog

Com um título irônico, neste texto o enunciador segue a mesma linha de denúncia e de crítica, uma tônica em suas páginas.

Dessa forma, como podemos notar, o leitor deste blog não busca uma leitura de entretenimento. Em seu contrato fiduciário, o destinador-Noblat propõe um blog jornalístico; de outro lado, o leitor aceita esse contrato. Acessa a página sabendo o que vai encontrar. No entanto, a abordagem jornalística é feita num estilo informal. Com ironia, opiniões, música de MPB, participação direta do leitor, etc. Como diz Lipovetsky (1989, p. 132), "doravante, não há entrada para ninguém que se leve a sério, ninguém é sedutor se não for simpático." O leitor procura as últimas notícias, conhece alguns personagens políticos, sempre num estilo jornalístico. Mas em meio à política e à realidade contemporânea, o leitor busca também uma abordagem diferenciada da grande imprensa, como muito bem fazem os blogs, onde se encontra uma parcialidade explícita. Por isso, o leitor de Noblat é um leitor interessado em política, culto para ouvir jazz, mas afeito à ironia, à crítica, ao tom descontraído.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No blog do Noblat, o enunciador, apesar de trazer muito do discurso oficial divulgado na mídia, sai na frente quando antecipa fatos, pois se vale da liberdade (poder-dizer) que tem (o blog) para dizer o que os outros não sabem. É culto, conhece as ciências humanas (literatura, música, filosofia e artes). Intercala seu discurso político com obras de MPB, literatura e artes plásticas. Seu dizer se assenta no lúdico, trazendo notícias de bastidores, fofocas, comentários, opiniões de parlamentares, enfim, o diz que me diz envolvendo o cenário político-econômico do país. É um enunciador que sabe que seu leitor é atraído por essas novidades não oficiais, os boatos. Ele não se vale do baixo calão ou da escatologia, mas de notas extraoficiais: é uma espécie de “proibido”. Ele proporciona a seu leitor o novo, o não sabido. É um enunciador que possui um saber e, por conseguinte, uma legitimidade. Por isso, convence (faz-creer), e seu leitor crê, afinal, tem grande número de acesso e de comentários que são inseridos diariamente em seus posts, o que comprova sua eficácia do ponto de vista da comunicação entre destinador e destinatário. Aliás, a conquista da expressiva audiência faz com que alimente seu ego enquanto um destinador muito lido. A audiência é o que o legitima para seu dizer.

Se analisamos a imagem do enunciador, automaticamente analisamos a imagem do enunciatário, ambos integrantes do ator da enunciação. Um roqueiro jamais é atraído por um pagodeiro. Pagodeiro chama pagodeiro, roqueiro chama roqueiro, esportista chama esportista... Isso nos ajuda a entender que o enunciador projeta no enunciado seu enunciatário. Analisando o corpus delineamos autor e leitor ideais: ‘ethos’ e ‘pathos’.

Lacan (1998, p. 86) dizia que “a linguagem, antes de significar alguma coisa, significa para alguém.”. Dentre as várias conotações que esta sentença pode carrear, uma delas nos faz pensar que o texto traz consigo a figura de seu leitor ideal.

## EL BLOG DE NOBLAT Y CARACTERIZACIÓN DE LOS LECTORES

### RESUMEN

El propósito de este estudio es analizar el lector la imagen del blog del periodista Ricardo Noblat, uno de los blogs más visitados de Brasil. La investigación será guiada por la semiótica francesa, o la Escuela de París, sobre la base de estudios de la enunciación. Por lo tanto, vamos a utilizar los conceptos de la declaración y el enunciatario, las instancias lingüísticas que responden a las llamadas de la retórica, respectivamente, *ethos* y *pathos*: las imágenes del remitente y el destinatario de la enunciación, construido a lo largo del texto. Llegamos a la conclusión de que el lector de este blog se caracteriza por ser una secta, su discurso político se funde con BPM obras, literatura y bellas artes. Que usted dice se basa en la obra, pero no vale la pena la blasfemia o la escatología. Que se encarna un lector adulto de mediana edad.

**Palabras clave:** Blog. Lector. Noblat. Enunciación.

### Nota

<sup>1</sup> Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa (UNESP).

### REFERÊNCIAS

AMORIM, Ricardo; VIEIRA, Eduardo. Blogs: os novos campeões de audiência. *Época*: revista semanal de informação, Rio de Janeiro, n. 428, p. 97-105, 31 jul. 2006.

BARGER, Jorn. *Weblog Resources FAQ*. Disponível em: <<http://www.robotwisdom.com/weblogs/index.html>>. Acesso em: 12 dez. 2001.

BENVENISTE, Émile. *Problemas de lingüística geral I*. 4. ed. Campinas: Pontes, 1995. 387 p.

DISCINI, Norma. *O estilo nos textos: história em quadrinhos, mídia, literatura*. São Paulo: Contexto, 2003. 344 p.

FELITTI, Guilherme. Os 10 blogs mais populares da internet brasileira. *IDG Now!* São Paulo, 20 dez. 2006. Disponível em:



<[http://idgnow.uol.com.br/internet/2006/12/20/idgnoticia.2006-12-19.8171917263/IDGNoticia\\_view?pageNumber=1](http://idgnow.uol.com.br/internet/2006/12/20/idgnoticia.2006-12-19.8171917263/IDGNoticia_view?pageNumber=1)>. Acesso em: 3 jan. 2007.

LACAN, Jacques. *Escritos*. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998. 937 p.

LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Tradução de Miguel Serras Pereira e Ana Luísa Faria. Lisboa: Relógio d'Água Editores Ltda, 1989. 205 p.

MATTES, Raquel Naschenverg. Informática documentária. In: ANTUNES, Benedito (org.). *Memória, literatura e tecnologia*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2005. 113 p. p. 84-99.

RHEINGOLD, Howard. *A comunidade virtual*. Lisboa: Gradiva, 1996. 386 p.

SILVA, Maurício Moraes. Você quer reclamar do trabalho e da empresa? Escreva no blog do chefe. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 12 jun. 2006, ano 127, nº 41.145, Caderno Link, p. 14.