

Director  
Fernando Checa Montúfar

Dirección Técnica  
Cesar Herrera

Publicaciones  
Raúl Salvador R.

Editor  
Pablo Escandon M.  
pescandon@ciespal.net

Diseño y diagramación  
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones  
Isaias Sánchez  
isanchez@ciespal.net

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente  
Edgar Samaniego  
Universidad Central del Ecuador

Embajador Alejandro Suárez  
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio  
e Integración

Dolores Santistevan de Baca  
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.  
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar  
Representante de la Organización de Estados Americanos

Rosa González  
Delegada del Director General Regional de los países  
andinos UNESCO

Vicente Ordoñez  
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Roberto Manciantti  
Representante de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García  
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar  
Director general del CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la Red Iberoamericana  
de Revistas de Comunicación y Cultura  
<http://www.feiafac.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en  
Ciencias Sociales y Humanidades  
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión  
Editorial QUIPUS - CIESPAL

Todos los derechos reservados.  
Prohibida la reproducción total o parcial del contenido,  
sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos  
firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores  
y no expresan la opinión del CIESPAL.

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177  
Fax (593-2) 250-2487  
web: <http://www.ciespal.net/chasqui>

Apartado Postal 17-01-584  
Quito - Ecuador  
Registro M.I.T.S.PI.027  
ISSN 13901079

portada



## Comunicación y pastoral

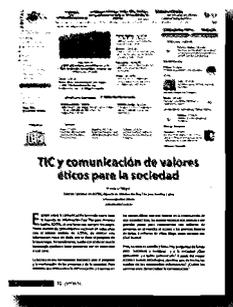


### Del rechazo a los medios al uso de las redes sociales

A finales de 2010, cuando se celebró el...  
El rechazo a los medios de comunicación...  
El uso de las redes sociales...  
El uso de las redes sociales...

Del rechazo a los medios al uso de las redes sociales

José Nelson Marmol  
Pág. 4



TIC y comunicación de valores éticos para la  
sociedad

Ermanno Allegri  
Pág. 10



El cine que nos inspira y alienta

Sergio Guzmán, S.J.  
Pág. 14

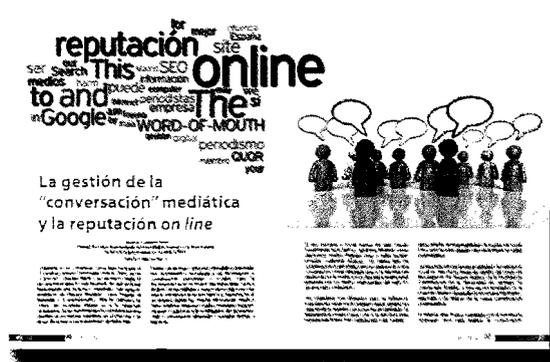
# Tabla de contenidos

## ensayos



Cultura digital en clave de comunión

Dra. Leticia Soberón Mainero  
Pág. 19



La gestión de la "conversación" mediática y la reputación on line  
Francisco Campos-Freire  
Pág. 36



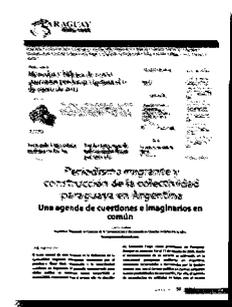
Del púlpito a las redes sociales

Pbro. Walter Moschetti  
Pág. 23



O texto opinativo como expressão da subjetividade nos blogs

Silvana Copetti Dalmazo  
Pág. 45



Periodismo migrante y construcción de la colectividad paraguaya en Argentina

Laura Gottero  
Pág. 59



Desafíos para una Pastoral de la Comunicación

Carlos A. Valle  
Pág. 27



Barack Obama: apoios recebidos na campanha presidencial na visão do New York Times

Maria Inez Mateus Dota  
Pág. 50



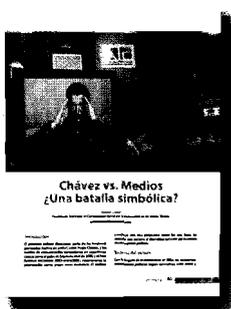
Construir marcas admiradas por su gente, un desafío empresarial

Katia Muñoz Vásquez  
Pág. 64



Iglesia y comunicación

Richard Aguilar  
Pág. 32



Chávez vs. Medios ¿Una batalla simbólica?

Gerson López  
Pág. 50

Transformación de la relación Docente – Estudiante en el proceso de aprendizaje

Andrés Barrios Rubio  
Pág. 70

Desintermediação na sociedade midiaticizada: Petrobras e suas práticas comunicacionais no blog corporativo Fatos e Dados

Eugenia Mariano da Rocha Barichello  
Elisangela Lasta  
Pág. 75

La nueva edición de la Ortografía de la RAE  
Carlos Aulestia Páez  
Pág. 81

# BLOG

[http://manuel77.files.wordpress.com/2010/08/blog.jpg&imgrefurl=http://manuel77.wordpress.com/&usq=\\_\\_QZijjGZaWxPt\\_VSwMIn5msfcZCj0=&n=346&sz=51&hl=es&start=0&sig2=1E5jYXU4cXsV1GFaxbw&zoom=1&tbnid=JcIsE8-Qiv](http://manuel77.files.wordpress.com/2010/08/blog.jpg&imgrefurl=http://manuel77.wordpress.com/&usq=__QZijjGZaWxPt_VSwMIn5msfcZCj0=&n=346&sz=51&hl=es&start=0&sig2=1E5jYXU4cXsV1GFaxbw&zoom=1&tbnid=JcIsE8-Qiv)

## O texto opinativo como expressão da subjetividade nos *blogs*

Silvana Copetti Dalmaso

Brasileña, periodista experta en comunicación y proyectos mediáticos, cursante del Programa de Posgraduación en Comunicación Midiática de la Universidad Federal de Santa María.

[silvana.dalmaso@gmail.com](mailto:silvana.dalmaso@gmail.com)

### Introdução

O objetivo deste artigo é fazer uma reflexão sobre como o texto opinativo pode ser entendido como a expressão da subjetividade no *blog* jornalístico. Primeiramente, o estudo tece uma discussão sobre os gêneros jornalísticos *opinião* e *informação*, visto a dificuldade de separá-los claramente na prática jornalística. Posteriormente, aborda-se a subjetividade e a voz pessoal como características dos *blogs* e as semelhanças destes com o

gênero coluna. A intenção é elaborar uma discussão teórica que permita pensar sobre a textualidade destes meios digitais tão populares na Internet.

### Os gêneros jornalísticos: a fragilidade da divisão opinião/informação

A prática jornalística e os estudos acadêmicos consagraram a divisão dos gêneros jornalísticos entre opinião e informação. Por trás dessa classificação que envolve as diversas formas de expressão do jornalismo,

está o conceito de objetividade. A problemática que perpassa os textos divulgados nos meios de comunicação é a de que, muitas vezes, opinião e informação se entrecruzam, o que dificulta o enquadramento de um texto em um gênero somente. Considera-se relevante, então, levantar alguns aspectos sobre o conceito de opinião.

Conforme Luiz Beltrão (1980, p.14), a opinião se relaciona a uma “função psicológica, pela qual o ser humano, informado de idéias, fatos ou situações conflitantes, exprime a respeito seu juízo”. Ou seja, um sujeito, está emitindo uma opinião quando exprime um juízo individual sobre um objeto. É claro que na base desse juízo está a informação, pois sem conhecimentos prévios, não há como julgar ou identificar um objeto. A opinião, como diz Beltrão, é um ato individual, mas ao mesmo tempo desenvolvido dentro de um grupo, por isso, também é um fenômeno social. Para o autor, opinar é uma postura natural do jornalista e é importante para a sociedade que ele a exerça. “Opinar, para ele, não é apenas um direito, mas um dever, pois, de ofício, está incluído entre os que fazem profissão de opinar. Ainda mais: é sua função captar, em qualquer campo, aquele *objeto importante* sobre o qual a sociedade exige uma definição” (1980, p.18). Na perspectiva de Beltrão, o jornalista, depois de examinar as ocorrências, suas repercussões, e apreender o significado social dos fatos, pode apresentar uma opinião de acordo com seu próprio juízo advindo de sua formação, condição social, econômica e intelectual. O profissional de jornalismo não é mero informante e deve comentar e opinar sobre o fato, além de informá-lo. Para o autor, todo o ser humano critica o que contempla, “todo homem conhece, todo homem julga e critica” (1980, p.22).

Tomando Beltrão como referência, Marques de Melo (2003) faz uma classificação dos gêneros se baseando nos critérios “reprodução do real” e “leitura do real”. Reproduzir o real seria descrevê-lo jornalisticamente a partir dos parâmetros do real e do novo. Ler o real significaria identificar o valor do atual e do novo no ambiente que transforma os processos jornalísticos. “Num caso, temos a observação da realidade e a descrição daquilo que é apreensível à instituição jornalística. Noutro caso, temos a análise da realidade e a sua avaliação possível dentro dos padrões que dão fisionomia à instituição jornalística” (MARQUES de MELO, 2003, p.63). Para o autor, a prática jornalística, então, se articularia em função destes dois núcleos de interesse: a informação –descrição dos fatos– e a opinião –a versão dos fatos–. Baseado neste pensamento, Marques de Melo divide os gêneros jornalísticos entre informativo e opinativo. No jornalismo informativo estariam incluídas a nota, a notícia, a reportagem e a entrevista. No jornalismo opinativo, ficariam alocados o editorial,

comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta.

Conforme Chaparro (2008), a cultura jornalística criou o paradigma, ou o modelo-padrão que divide o jornalismo entre opinião e informação, vide a separação, no jornal impresso, por exemplo, entre artigos “de opinião” e “notícias”. Para o autor, trata-se de um falso paradigma porque o jornalismo se constrói com opiniões e informações.

Dogmatizado o paradigma, desenvolveram-se, como valores definitivos, conceitos que iludem os leitores, como esse de levá-los a acreditar que a paginação diferenciada dos artigos garante notícias com informação purificada, livres de pontos de vista, produzida pela devoção à objetividade. Como se tal fosse possível e até desejável (Chaparro, 2008, p.146).

Ele argumenta que não há como ajustar as formas discursivas do jornalismo ao critério que divide os textos entre informação e opinião. As propriedades informativas e opinativas das mensagens são intrínsecas ao jornalismo, o constituem; são suportes que integram sua totalidade, tanto no relato como no comentário de um tema atual. A apuração de um fato é uma intervenção valorativa, cheia de juízos, interesses e pontos de vista. “Como noticiar ou deixar de noticiar algum fato sem o componente opinativo? Por outro lado, o Comentário –explicativo ou crítico– será ineficaz se não partir de fatos e dados confiáveis, rigorosamente apurados” (2008, p.148).

Para o autor, fazer jornalismo é atribuir valor as coisas; a ação jornalística pressupõe uma intervenção valorativa. Os gêneros também podem ser entendidos como diferentes estratégias narrativas e o texto, apesar de ser elaborado pelo jornalista, é produto de variados processos. “O texto jornalístico é sempre produto de múltiplas interações inteligentes e intencionadas, entre jornalistas e fontes que têm informações, ou saberes, ou emoções, ou pontos de vista que interessam aos conteúdos e ajudam a construí-los” (Chaparro, 2008, p.159).

Chaparro entende que a dicotomia opinião/informação não é mais eficaz para caracterizar gêneros jornalísticos, pois o relato jornalístico acolhe cada vez mais a elucidação opinativa. Explicar os fatos da atualidade exige informações qualificadas, o que implica um novo entendimento sobre as questões dos gêneros jornalísticos.

Em face da dinâmica e do grau de complicação das interações que o jornalismo

viabiliza no mundo atual, já não é possível explicar e entender a ação discursiva do jornalismo pela dicotomia Opinião X Informação. Qualquer leitura de jornal ou revista de grande circulação deixa evidente que as fronteiras entre Opinião e Informação são destruídas pela inevitabilidade da valoração jornalística, por sua vez influenciada pela interferência interessada e legítima dos vários sujeitos do processo - tanto no Relato quanto no Comentário da atualidade (CHAPARRO, 2008, p.160).

Tais constatações do autor advêm de uma pesquisa nos textos de 164 edições dominicais de quatro jornais diários brasileiros de prestígio e influência. Neste percurso, ele detectou que informação e opinião interagem, se complementam e são intrínsecas aos textos jornalísticos, pois estão apresentadas nos conteúdos e nas intencionalidades do jornalismo, inclusive na forma narrativa das notícias.

ao relatar, narra-se uma história, com suas complicações e seus sucessos, mas os juízos de valor estão lá, **explícitos**, nas falas (escolhidas) dos personagens, às vezes até na agressividade do títulos; e **implícitos**, nas intencionalidades preexistentes das estratégias autorais e nas intencionalidades adquiridas pelo próprio texto (CHAPARRO, 2008, p.163).

A opinião como uma ação individual, conforme referenciado por Beltrão (1980), pressupõe a existência de uma subjetividade do jornalista no momento em que se propõem a narrar ou comentar os fatos. E entendendo o Jornalismo como uma ciência da linguagem, Mayra Rodrigues Gomes (2000) afirma que a linguagem se afirma "como o lugar de criação da subjetividade" (Gomes, 2000, p.63), visto a existência de um sujeito que se manifesta no momento de falar ou de comunicar-se. É importante frisar que sempre há um sujeito por trás dos discursos, inclusive, do jornalístico. Conforme Gomes, há um certo consenso de que o discurso jornalístico é assertivo e constativo, como se os fatos relatados existissem por si mesmos ou fossem contados por si próprios. É a suposta objetividade, segundo a qual, o texto jornalístico não sofreria interferências do jornalista ou da própria língua. "Mas como vimos, o corte simbólico, a barra entre signo e referente, nos mostra a impossibilidade dos fatos falarem por si próprios e os *shifters*, os lugares constituídos pela língua, nos falam de um sistema dado no qual a *persona* vem se realizar" (2000, p.66). Para a autora, o discurso da impessoalidade é falso, visto que tudo passa pela atribuição de valores ou pela hierarquização. Esta reflexão é relevante para que se possa afirmar que o ponto de vista

pessoal está sempre presente em qualquer discurso, inclusive no jornalístico. Nos *blogs*, a subjetividade se apresenta mais claramente, pois o *blogueiro* tem a opção de publicar textos mais pessoais que expressem uma opinião ou avaliação dos fatos.

### A subjetividade e opinião nos *blogs*

Barbosa e Granado (2004) conceituaram *weblogs* como páginas pessoais atualizadas frequentemente. Para os autores, o valor do *blog* está na voz pessoal, na voz que narra versões diferenciadas, que disponibiliza opiniões e análises aos internautas, buscando a aproximação e o estabelecimento de uma relação de confiança entre o autor do *blog* e o usuário.

O ponto de vista pessoal ou a visão de mundo do *blogueiro* podem estar presentes nos textos dos *blogs* e constituem marcas de identidade destes formatos. A instantaneidade na atualização permite uma linguagem mais espontânea e um estilo textual mais livre, pois no *blog* não há a necessidade de se seguir regras como, por exemplo, redigir um texto iniciando com o *lead* jornalístico e prezando pela objetividade. Também a facilidade de criação dos *weblogs* popularizou seu uso e transformou cidadãos comuns, além dos jornalistas, em escritores e difusores de ideias.

A blogosfera faz parte do novo cenário midiático e complementa as funções dos meios de comunicação tradicionais ao trazer textura e ponto de vista pessoal ao modo como os temas da atualidade são abordados, uma vez que gera agendas paramidiáticas (que extrapolam a comunicação) de grande interesse para as comunidades especializadas (Orihuela, 2007, p.10).

Uma das questões mais polêmicas quando se discute o fazer do jornalismo é o princípio da objetividade dos meios jornalísticos. Atualmente, já são encontradas nas notícias opiniões e avaliações dos repórteres ou editores. Não há mais aquela rigorosa preocupação em não emitir juízos de valor nas notícias. Talvez esta mudança de perspectiva na produção de notícias tenha relação com os *blogs*. "A crise da objetividade, um valor antes sagrado no jornalismo, e a evolução em direção a uma informação mais repleta de análise e comentário, mais próxima ou contaminada pela opinião, têm muito a ver com o surgimento do *blogar* (...)" (Orihuela, 2007, p.70).

Na busca pela definição de *blog* jornalístico, Foletto (2009) afirma que os *blogs*, adotados na prática profissional jornalística principalmente a partir de 2003, nasceram com a personalização como característica, a vinculação de conteúdo imbuído da pessoa do autor. Os

*blogs* obedecem a uma lógica mais livre na escolha dos conteúdos, filtram a informação subjetivamente e individualmente a partir do seu criador e não através de uma instituição. Na análise que faz de oito *blogs* brasileiros, Foletto concluiu que o *blog* traz mais análise, subjetividade e informalidade do que uma matéria de jornal, por exemplo. Estas características redacionais o aproximariam ao formato coluna. Porém, Blood (2000) chama a atenção para o caráter híbrido da linguagem dos *blogs* que podem ser uma mistura de *links*, comentários, ensaios e pensamentos pessoais.

Nos *blogs*, a suposta neutralidade ou objetividade dão mais lugar à subjetividade. Para Foletto (2009), a idéia de personalização é intrínseca à identidade dos *blogs* e é o que também vai diferenciar o *blog* jornalístico de outras categorias do *webjornalismo*. Nos *blogs*, o jornalista teria mais liberdade na redação do texto e mais autonomia para usar uma linguagem pessoal e informal.

O conteúdo que reflete um pensamento ou uma voz pessoal é a principal característica dos *blogs*, segundo Recuero (2003). São opiniões, relatos, informações e textos escritos do ponto de vista de alguém. A autora divide os *blogs* em cinco tipos, utilizando o conteúdo como critério. Na sua divisão, os tipos de *blogs* que contêm opinião são o *weblogs Publicações*, aqueles que se destinam a trazer informação de modo opinativo, buscando principalmente o debate e o comentário. Outro tipo classificado pela autora são os *weblogs mistos* que misturam *posts* pessoais e informativos, com notícias, dicas e comentários de acordo com o gosto e opinião pessoal do autor. "A matéria-prima dos *weblogs* é, deste modo, a informação, seja ela pessoal, seja ela opinativa, seja ela meramente enunciativa" (2003, p.3). Conforme Recuero, a personalização da informação é uma das marcas dos *blogs*.

Aqui, falamos em personalização no sentido de que a informação encontra-se imbuída da persona de seu autor, daquele que a divulga. Esta personalização é presente não apenas no conteúdo e na assinatura do autor, mas também no formato gráfico (cores, fontes etc.) do *blog*, nos *links* colocados ali, na foto do autor, ou mesmo em banners. Aquilo que é veiculado em um *blog* não tem a pretensão de ser uma informação "neutra". Ao contrário, existe o pressuposto claro de que alguém escreve e que a informação corresponde ao relato, à visão ou à opinião deste alguém sobre o evento. São **discursos pessoais** (RECUERO, 2003. p.4).

No *blog*, o jornalista inclui no tratamento da informação aspectos da sua personalidade e da sua visão de mundo.

O *blog* estimula esta personalização e as notícias ficam carregadas de pessoalidade e subjetividades. Trata-se de textos mais analíticos e interpretativos que vêm crescendo e transformando o jornalismo online. Esta personalização ou este posicionamento do sujeito favorece um ambiente de debate entre autor e leitores, pois estes visualizam os conteúdos dos *blogs* como provenientes de alguém.

A informação opinativa parece estimular, ainda mais, a existência de colunas assinadas nos jornais. Ela parece tornar ultrapassada, entretanto, a idéia da neutralidade da notícia no jornalismo. A opinião também reduz muito o espaço para a total objetividade no jornalismo (RECUERO, 2003, p.11).

Observando as condições de produção, número de redatores, os condicionamentos profissionais e o estilo dos textos, Primo (2008) dividiu os *blogs* em 16 gêneros. Para este artigo, nos interessa citar dois tipos da classificação: o *blog profissional reflexivo*, aquele marcado pelas opiniões e críticas sobre temas relativos à área de atuação do profissional e que se aproximam do gênero *colunismo/articulismo* de jornais e revistas; e o *blog pessoal reflexivo* em que o blogueiro comenta as informações, analisa de forma crítica as notícias da mídia e apresenta suas opiniões sobre os mais diversos assuntos.

### **Blog: aproximações com o gênero coluna**

Como já foi mencionado, o *blog* pode ser identificado como uma "coluna online" visto que reúne características semelhantes a uma tradicional coluna existente em outros suportes midiáticos. Para Marques de Melo (2003), a coluna é um gênero jornalístico que mescla várias formas de expressão noticiosa. Com um estilo de texto mais livre e pessoal do que os outros gêneros, a coluna se apresenta como um mosaico de informação e opinião. "A coluna tem como espaço privilegiado os bastidores da notícia, descobrindo fatos que estão por acontecer, pinçando opiniões que ainda não se expressaram, ou exercendo um trabalho sutil de orientação da opinião pública" (2003, p.140). O autor lembra que a coluna surgiu em meados do século XIX porque havia uma vontade do público de ler matérias que tivessem a personalidade do redator. As colunas significaram a superação da frieza e impessoalidade originando espaços dotados de valor informativo e pessoal.

De acordo com Salaverría, os *blogs* podem ser considerados espaços adequados para novas formas dialógicas de exposição e debate de idéias, ainda mais se considerados gêneros argumentativos como a coluna.

"O *weblog* se configura como uma tribuna pessoal em que cada autor escreve informações e comentários sobre temas diversos. E nisto, os *weblogs* lembram muito as colunas pessoais dos jornais" (2005, p.165) **1**. Os *blogs* se caracterizam mais por comentar do que informar. Porém, diferente da coluna tradicional de outros meios de comunicação, os *blogs* oferecem o recurso da postagem de comentários o que potencializa o diálogo entre autor e leitores.

Apesar desta clara associação entre *blogs* e o gênero coluna, é importante destacar que há um hibridismo de gêneros nos *blogs*. Comentários, resenhas, artigos, crônicas, notícias podem estar juntas em diferentes postagens. Além disso, o potencial conversacional –por meio dos comentários e *links* para outros *blogs*– e a atualização contínua conferem ao blog um espaço de publicação em constante fluxo, nunca totalmente finalizado.

Blogs de jornalistas brasileiros independentes que abordam temas da atualidade brasileira como *Vi o mundo 2*, do jornalista Luiz Carlos Azenha, *Brasília, eu vi 3*, de Leandro Fortes, e *Luis Nassif online 4*, do jornalista Luis Nassif, por exemplo, apresentam estas características de personalização e subjetividade. São *blogs* autorais, com textos que além de noticiar, argumentam, opinam, contextualizam e interpretam as informações. São blogs repletos de marcas de subjetividade, com textos que emitem opiniões, análises, críticas, reflexões e juízos de valor.

### Apontamentos finais

A rede mundial de computadores, além de permitir o desenvolvimento de sistemas ágeis de distribuição de mensagens e uma oferta massiva de informações, difundiu formas de textualidade subjetivas e opinativas que antes da internet não encontravam espaços adequados de visibilidade pública. Os *blogs* supriram essa demanda e contribuíram para uma prática jornalística mais livre do ponto de vista da textualidade. Direcionados a uma audiência menor, mas mais ativa que a do jornalismo convencional, os *blogs* apresentam uma linguagem mais subjetiva e informal (Foletto, 2009), com um texto mais opinativo ou pessoal que expressa a subjetividade do autor. Como afirma Recuero (2003), os *blogs* se caracterizam como discursos pessoais, apresentando uma linguagem reflexiva e analítica (Primo, 2008), o que não significa ausência de informação, pois, conforme nos ensina Chaparro (2008), informação e opinião estão inevitavelmente associadas em qualquer texto jornalístico; as próprias escolhas do jornalista, no ato de narrar o fato, são determinadas por critérios subjetivos. Os *blogs* só tornaram essa subjetividade mais explícita, mais presente no dia-a-dia do jornalismo, principalmente no jornalismo *online*. 

### Notas

- 1 "el *weblog* se há configurado como uma tribuna personal en la que cada autor escribe informaciones y comentarios a propósito de temas diversos. Em esto, los *weblogs* recuerdan mucho a las columnas personales de los periódicos". Tradução livre da autora.
- 2 <http://www.viomundo.com.br/>
- 3 <http://brasiliaeuvi.wordpress.com/>
- 4 <http://www.advivo.com.br/luisnassif/>

### Bibliografia:

- Barbosa, Elisabete; GRANADO, Antônio. *Weblogs. Diário de Bordo*. Portugal: Porto Editora, 2004.
- Beltrão, Luiz. *Jornalismo Opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- Blood, Rebecca. *Weblogs: A History and Perspective*. 2000. Disponível em: <[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)> Acesso em: 12 julh 2009.
- Chaparro, Manuel Carlos. *Sotaques D'aquém e D'além mar*. Travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos. São Paulo: Summus, 2008.
- Foletto, Leonardo Feltrin. *O blog jornalístico: definição e característica na blogosfera brasileira*. (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, UFSC, 2009.
- Gomes, Mayra Rodrigues. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Hacker Editores/Edusp, 2000.
- Marques de Melo, José. *Jornalismo Opinativo*. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.
- Orihuela. In: ORDUÑA et al. *Blogs: revolucionando os meios de comunicação*. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- Primo, Alex. *Blogs e seus gêneros: Avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa*. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2008, Natal. Anais, 2008.
- Recuero, Raquel. *Warblogs: Os Blogs, a Guerra no Iraque e o Jornalismo Online*. Disponível em <<http://ponto-midia.com.br/raquel.warblogs.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2009.
- Salaverría, Ramón. *Redacción periodística en internet*. Pamplona; EUNSA, 2005.