

FÁBIO MALINI

O COMUNISMO DA ATENÇÃO

Liberdade, colaboração e subsunção na era do capitalismo cognitivo

RIO DE JANEIRO,
Março, 2007

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

O COMUNISMO DA ATENÇÃO

Liberdade, colaboração e subsunção na era do capitalismo cognitivo

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, da Escola de Comunicação, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito para a obtenção do grau de Doutor em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Henrique Antoun

RIO DE JANEIRO
Março, 2007

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

O COMUNISMO DA ATENÇÃO

Liberdade, colaboração e subsunção na era do capitalismo cognitivo

Tese de Doutorado submetida ao corpo docente das instituições mencionadas, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Comunicação e Cultura:

Profº Drº. Henrique Antoun – ECO/UFRJ (orientador)

Profª Drª Ruth Reis - UFES

Profº Drº Giuseppe Cocco - ESS/UFRJ

Profº Drº Ronaldo Lemos – FGV/RJ

Profª Drª Ivana Bentes - ECO/UFRJ

**RIO DE JANEIRO
Março, 2007**

FICHA CATALOGRÁFICA

MALINI, Fábio.
**O Comunismo da Atenção-
liberdade, colaboração e subsunção na era do
capitalismo cognitivo/ Fábio Malini. Rio de Janeiro:
PPGCOM UFRJ/ECO), 2007**
Xi, 315p.
1. Comunicação 2. Cibercultura 3.
Capitalismo Cognitivo 4. Tese (Doutorado
PPGCOM (UFRJ/ECO)

RESUMO

As tecnologias digitais abrem uma perspectiva completamente nova para a comunicação. Atualmente, os computadores pessoais ligados em rede colocam à disposição dos indivíduos as principais ferramentas da atividade produtiva: a criação, produção e difusão da informação, aquisição e produção de conhecimento. A comunicação mediada por computador assume então uma centralidade na vida cotidiana ao possibilitar que o trabalho, o consumo, o comércio, o entretenimento, a política ou ainda a troca de informação, possa ser realizada através de uma comunicação imersiva do indivíduo.

Isso acabou por fundar o paradigma das redes distribuídas, que nos faz viver cada vez mais processos de massificação da cultura mas sem a presença da massa como processo de subjetivação, que se desloca para a figura da “inteligência coletiva” em que todo sujeito está sujeito a outro e é ao mesmo tempo sujeito para alguém. Isso acontece porque a subjetividade no ciberespaço se explicita como interconectada e interativa a corpos e máquinas. Assim, não há mais como deixar de reconhecer que o campo das redes interativas, em especial o da Internet, é um espaço que recoloca o problema do antagonismo na produção da comunicação, com o advento de uma nova forma de lutas de classes, agora entre os *infocapitalistas* e o *pronetariado*. Os primeiros representam “os detentores de modos de criação, de produção e de difusão de conteúdos informacionais ditos «proprietários» (sobre direitos autorais, direitos de licença...), geralmente sob a forma digital”. Os infocapitalistas caracterizam-se por uma força centrípeta da comunicação e da cultura. E são representados pelos que se convencionou chamar de grande mídia (mass media). A força antagonista aos infocapitalistas é representada pelo pronetariado (junção de pro+net+proletariado), “uma nova classe de usuários das redes virtuais capazes de produzir, difundir, vender conteúdos digitais não-proprietários”. São capazes de competir com os infocapitalistas, através de produtos e mercados auto-regulados que criam e administram. Informar-se, ouvir música, ler um livro, escutar músicas, são operações cada vez mais mediadas por mídias criadas pelo pronetariado – as chamadas « mídias das massas »

Esse trabalho visa então compreender os antagonismos políticos que as *mídias das massas* – como objeto de uma crise - desencadearam na estrutura geral da troca de informação e da conversação social. As categorias teóricas buscam relacionar o desenvolvimento dessas mídias ao estado global da produção social, especificamente, o deslocamento da passagem da modernização econômica para a informatização da produção, em que pesa a hegemonia da dimensão imaterial das mercadorias. A premissa contida na tese é de que as *mídias das massas* – ou as mídias p2p ou colaborativas – são determinadas por uma nova cultura do trabalho, em que a força cérebro atua como principal meio de produção, e o computador como a sua ferramenta universal. Suas conclusões estão relacionadas com a necessidade de elaboração de uma ruptura ideológica em torno da forma-Estado que rege as políticas de comunicação, que acabam por frear qualquer possibilidade de constituição de uma cultura livre da comunicação.

Lista de Figuras

Figura 0 – Overlay (em azul) – rede lógica sobre rede física.....	178
Figura 1 – Topologia da Rede P2P centralizada.....	198
Figura 3 – Topologia da Rede P2P descentralizada.....	208
Figura 5 – a Hegemonia do post-link.....	223
Figura 6 - Por causa de congestionamento, site da CNN vira site light em 11/09.....	230
Figura 7 – Slashdot vira Praça Pública do 11 de setembro.....	232
Ilustração 08 – Back to Iraq, um blog financiado pelos leitores.....	236
Figura 9 – Jornal vira blog em Nova Orleans.....	247
Figura 10 - Link permanente do post “Um blog livre”, in Jornalismo Digital.	252
Figura 11 - Metablog Rec6 é a primeira experiência de sistema de relevância da blogosfera do Brasil.....	254
Figura 12- Conversação entre blogs	266
Figura 13 - Agregador de notícias.	267
Figura 14 – Imagem Xô, Sarney!.....	271
Figura 15 – Boicote a Cicarelli.....	274
Figura 16 - Fotolog Hasta que...El Paula Aguanté!!!.....	276

A Francis e a Pedro

“A tradição não explica a ruptura”.
(Antonio Negri)

SUMÁRIO

CAPÍTULO I	
TEMPO, MODOS DE SUBJETIVAÇÃO E PRODUÇÃO SOCIAL	26
1.1 Subjetividade, Resistência e Produção	27
a subjetividade é uma construção política	28
Subjetividade é antagonismo	30
1.2 Da formação da subjetividade fabril: a subjetividade-profissional	34
A racionalidade econômica, marca do moderno	35
A fábrica organiza a sociedade	37
a fotografia e o operário profissional	39
1.4 De como a vida se tornou abstrata: a subjetividade-massa	41
o consumo compensa a perda de autonomia	43
o pacto fordista e a estrutura do keynesianismo	45
Mídia, espetáculo e subjetividade-massa	47
1.5 Contra a disciplina, o “operário social”	50
INTERVALO	
O PÓS-FORDISMO COMO CRISE	54
o acontecimento inaugural do pós-fordismo	55
CAPÍTULO II	
O CAPITALISMO COGNITIVO	67
2.1 Capitalismo cognitivo: conflitos na nova economia	68
2.2 O papel do conhecimento no capitalismo cognitivo	72
2.3 O comum e a produção de conhecimento	82
CAPÍTULO III	
O TRABALHO IMATERIAL:	
informação, afeto e serviços	87
3.1 - general intellect e o virtuosismo do trabalho	88
O trabalho como intelectualidade difusa	88
Cooperação e virtuosismo	92
a produção como linguagem e comunicação	94

3.2 - O imaterial como qualidade da produção no capitalismo cognitivo	97
Afeto, informação e serviços	98
O comum é a base da produção	102
3.3 - O papel do consumo da produção imaterial	104
3.4 - Poder e potência na luta pelo comum	107
A biopolítica do comando	107
a biopolítica do trabalho	111
INTERVALO	
VALOR E RESISTÊNCIA NO CAPITALISMO COGNITIVO	114
A questão do valor no capitalismo cognitivo	115
A cultura hacker e um novo desejo produtivo	125
O lugar da resistência no capitalismo turbinado	129
CAPÍTULO IV	
O PARADIGMA PÓS-FORDISTA DA COMUNICAÇÃO	135
4.1 Mídia, maquinismo e subjetividade	136
4.2 O computador: simulação digital e manipulação direta	144
4.3 Tratamento da informação e desmaterialização do mundo	147
A simulação digital	149
as interfaces e a manipulação direta	152
4.4 o virtual e a emergência do ciberespaço	155
Desde a origem, a internet carrega poder e potência	157
A internet e a nova economia, captura e resistências	159
A rede como obra aberta	165
O ciberespaço como rizoma	167
A internet como dupla mídia	169
Comunidade virtual: a forma de organização política da net culture	173
Intercomunicação e hipertexto	176
A cultura da recombinação	178
CAPÍTULO V	
O COMUNISMO DA ATENÇÃO	181
5.1 - O paradigma da comunicação distribuída	182
a napsterização da sociedade: a informação distribuída	184
As premissas do poder distribuído	186
O sistema midiático p2p: a Web 2.0	188
A infra estrutura legal do p2p: o copyleft	190
O direito à antropofagia digital: o Creative Commons	192

5.2 - Colaboração, uso livre das redes e a evolução da arquitetura p2p	199
A primeira geração: O Napster e o modelo distribuído e centralizado da informação p2p	199
A segunda geração: Gnutella e o modelo distribuído e descentralizado	205
A terceira geração: a arquitetura semi-centralizada	211
A quarta geração p2p: o Emule e a interação das redes p2p	217
O contra ataque da indústria do copyright	222
3.4 A opinião distribuída: sobre os blogs	226
O advento dos diários	229
11 de setembro de 2001: blogs furam os portais da internet	232
Os blogs e o fenômeno Howard Dean	241
Katrina, 2005: o mundo se informa por blogs	245
Onde estamos hoje	253
Blog, que mídia é essa?	255
Os múltiplos sentidos de blogar	262
Uma comunicação construída por conexões	269
A construção da opinião pública nos blogs: a lógica dos memes	274
INTERVALO	
BLOGS E AS ELEIÇÕES BRASILEIRAS EM 2006	283
A mobilização e os memes da blogosfera lulista	288
O instante da anomalia	294
CONCLUSÕES	301
Pelo fim da Forma-Estado na Comunicação	302
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	309

INTERVALO

Blogs e as Eleições Brasileiras em 2006

Blogs e as Eleições Brasileiras em 2006

*Eu bem que mostrei a ela,
o tempo passou na janela
e só Carolina não viu.
Carolina, de Chico Buarque de Holanda*

*O tempo é a matéria dos seres.
Antonio Negri*

*Ponho os olhos em todas as coisas,
e espero o tempo que me será oportuno.
(Maquiavel)*

No Brasil, todo sistema de pensamento (o que inclui as estratégias e as operações práticas) sobre a formação da opinião pública se estilhaçou com a participação dos internautas durante o período das eleições majoritárias de 2006. A participação – principalmente em blogs, mas também em listas de discussão e email – acabou curto-circuitando a matriz clássica do pensamento sobre a formação da opinião pública, sustentada em particular por dois modelos: o dos círculos concêntricos e o do líder de opinião, ambos herdeiros das teorias sobre a cultura de massa.

O modelo dos círculos concêntricos – ou a *pedra no lago* – sustenta-se na idéia de que há um centro formador e uma periferia reprodutora de opinião. Assim quando a inteligência central emite uma opinião, esta vai se espalhando pelas camadas ou ciclos concêntricos, que ecoam a ordenação desse centro, de forma controlada e quantificada, por esse mesmo núcleo. Esse modelo tem o potencial em dar certo quanto maior for a oligopolização da opinião, quer dizer, a velocidade da formação da opinião pública está associada a um poder midiático, que se traduz na difusão da mesma informação através de diversos canais de comunicação concentrados ou disponibilizados num grupo social. Só um poder midiático é capaz de gerar uma agenda pública. O poder midiático teria então um *poder de influência* nos sentidos que se valem as massas para formar as suas opiniões. A lógica da *pedra no lago* sempre sustentava, por exemplo, que nas campanhas eleitorais a

propagação da informação e de opiniões é mais eficaz quando parte de um núcleo mais instruído (o setores médios que concentram os meios de difusão) para as classes sociais que estão nas franjas menos informadas ou com menor participação na gestão do jogo político. As bordas, portanto, tem a sua opinião pautada pelos pontos de vista de quem tem o poder midiático.

A opinião tornava-se distribuída porque os usuários blogueiros republicavam as idéias uns dos outros; os assinantes¹ enviavam a informação de uma lista de discussão a outra para argumentar ou contra-argumentar; os *orkuteiros*² criavam comunidades anti ou pró candidatos; leitores inundavam de textos a seção de comentários dos principais blogs jornalísticos para assim ganhar mais atenção da grande audiência desse veículo; internautas de sites como Youtube³, *Dailymotion* e *Google Video* – que hospedam e exibem vídeos, bem comentários sobre eles – assistiram e distribuíram entre seus blogs, listas de discussões e comunidades do Orkut, vídeos que zombavam dos candidatos. A famosa frase do presidente Lula - “alô, *companheiros do Orkut!*”⁴ - legitima a influência da opinião em rede durante a corrida eleitoral.

No Orkut, a maior comunidade anti-Lula reunia 205 mil integrantes em outubro, enquanto a maior comunidade favorável ao presidente chegou a atingir 106 mil membros no mesmo período. Entre as 60 maiores comunidades de Lula, 34 eram negativas. Já dentre as 60 maiores comunidades de Alckmin, 21 eram negativas. A participação nesses espaços não se restringia apenas a “fazer parte”. No dia de votação do segundo turno, foram registradas 30.575 postagens na comunidade “Nós votamos Lula Presidente 2006” e 54.803 mensagens em “Geraldo Alckmin Presidente 45”. A força das comunidades on-line se aliou ao

¹Aqueles que participam (subscrevem-se) de listas de discussão.

²Usuários do site de relacionamento mais famoso do país, o Orkut, que congrega, segundo o IBOPE, cerca de 70% dos internautas brasileiros.

³O Youtube é o mais popular dos sites que permitem que usuários carreguem, assistem e compartilhem vídeos em formato digital. Seu nome vem do inglês *you*, você; e *tube*, tubo. Uma brincadeira para dizer que você pode construir a sua própria televisão. O site recebe diariamente uma média de 40 mil novos vídeos. “[O Youtube] Foi fundado em fevereiro de 2005 [...]. O YouTube utiliza o formato Macromedia Flash para disponibilizar o conteúdo. É o mais popular site do tipo (com mais de 50% do mercado em 2006) devido à possibilidade de hospedar quaisquer vídeos (exceto materiais protegidos por copyright, apesar deste material ser encontrado em abundância no sistema). Hospeda uma grande variedade de filmes, video-clipes e materiais caseiros. O material encontrado no YouTube pode ser disponibilizado em blogs e sites pessoais através de mecanismos (APIs) desenvolvidos pelo site”.

⁴Num vídeo de 15 segundos, Lula pede votos durante o segundo turno: “Alô, *companheiros que navegam pelo Orkut, muito obrigado pelo apoio de todas as comunidades. Vamos juntos continuar a construir um Brasil cada vez maior. No dia 29 vocês já sabem: votem 13*”.

impacto dos vídeos que se propagaram na rede. No YouTube, um vídeo em que Alckmin interrompe uma entrevista a uma emissora de TV australiana após ser questionado sobre a quadrilha que atua nos presídios de São Paulo acumula quase 460 mil visualizações.⁵

Acontece que as eleições brasileiras foram um fato sociológico complexo porque, por um lado, a influência do discurso da chamada grande mídia foi reduzida, por um lado, por conta de uma forte resistência dos sujeitos circunscritos às franjas informacionais (em particular, os pobres), manifestada pela negação, pela desconfiança ou pelo desprezo pelo “poder midiático”.

O resultado foi que a opinião da grande mídia chegou mais intensamente aos círculos concêntricos mais próximos de si (as classes mais propensas a obter e gerar informação), mas o problema é que foram nestes mesmos círculos ocorreu um fenômeno de ruptura formidável: a opinião distribuída. De posse de ferramentas de construção de redes sociais (principal o site de relacionamento *Orkut*)⁶, de produção amadora de publicações (os blogues e *wikis*) e da criação de redes de debate por meio de listas de discussão, os internautas militavam na defesa de seus candidatos, criando uma rede distribuída de informação totalmente baseada no contágio. A opinião circula como uma praga, um vírus, num jogo infinito de “passa e repassa”.

Na prática, essa comunicação viral se traduzia numa ação dos usuários em produzir opiniões em seus blogs sobre as notícias da imprensa, os artigos escritos pelos seus pares, de republicar vídeos do seu interesse político. O resultado foi o aparecimento, em cada rede social, de novos formadores de opinião, que em geral, obtinha esse título graças a sua insistência de publicar, muitas vezes diariamente, suas opiniões na forma de artigo ou notas.

⁵G1. *Internet serviu para ridicularizar candidatos*. Disponível na internet: <http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,AA1395362-5601.00.html> Acessada em 22/01/2006

⁶Estima-se que mais de 1 milhão de pessoas tenha participado diretamente (escrito algo na rede) de discussão e debate sobre as eleições em 2006. Ver: Porta G1. *Eleições mobilizaram 1 milhão no Orkut*, diz pesquisa. <http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,AA1395343-5601-23.00.html>

Cada um desses líderes encampavam obrigatoriamente o protagonismo de alguma comunidade virtual. E, de forma curiosa, o líder de opinião de uma comunidade podia ser encontrado em uma outra sendo liderado por outros protagonistas da informação.

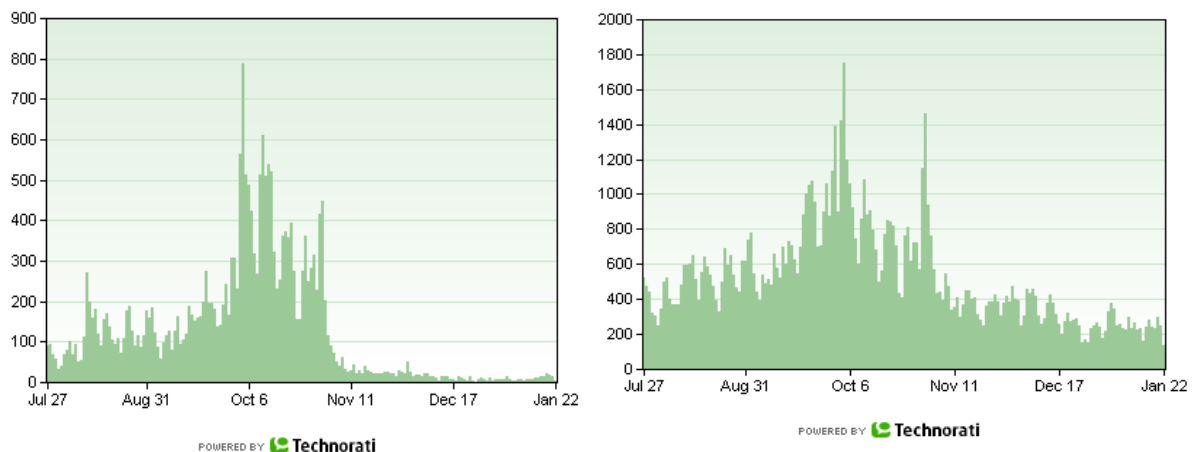
No interior dessa polissemia, a autoridade da informação passou a ser um conceito imanente. O próprio usuário designa a hierarquia de relevância dos conteúdos, por meio basicamente de um processo: o número de links. Quanto mais links um blog recebia de outros blogs maior seria seu poder de agendar a blogosfera, logo maior também seria a relevância da sua produção.

Durante a corrida eleitoral, o sistema *Technorati*, que examina a produção da blogosfera, identificou, somente entre os blogs em português cadastrados em sua base de dados, uma média de 300 *post por dia* sobre o candidato tucano Geraldo Alckmin, e cerca de 800 posts diários sobre o presidente Lula. Sistemas de busca focados em conteúdos de blogs, como o *Google Blogs*⁷, registra 21.000 posts referentes a Lula e 11.000 a Alckmin, entre 07 de julho a 30 de outubro, respectivamente início e fim da campanha. A média dos comentários nos principais blogs de jornalismo político, como o *Blog do Noblat*, foi de 500 comentários por um entrada sobre a corrida eleitoral. Os comentários eram tão diversos a ponto de muitas vezes a melhor informação ser o debate entre os leitores em vez de o conteúdo que os originou.

No maior site de compartilhamento de vídeos, o *Youtube*, foram cerca de 900 vídeos tendo Lula como protagonista, e 500, Geraldo Alckmin. A natureza dos vídeos era a mais diversa possível: deboches, escárnio, documentários, testemunhos, flagras, programas partidários televisivos televisivas etc. O experiente jornalista e blogueiro Luis Nassif, no olho do furacão, batizou o efeito dessa cornucópia de *o fim do oligopólio da opinião*: “as eleições de 2006 marcam definitivamente o fim do poder absoluto da grande mídia sobre o mercado de opinião brasileiro”.⁸ O centro nevrálgico desse fato estava principalmente na transformação dos blogs em ferramenta poderosa de mídia.

⁷<http://www.google.com.br/blogsearch>

⁸Nassif., Luis. *O fim do oligopólio da opinião*. Blog do Nassif. Disponível na internet: <http://luisnassif.blog.ig.com.br/>



Gráficos 7 e 8 - Remissão das palavras Alckmin e Lula na blogosfera

De janeiro de 2006 a janeiro de 2007, blogosfera lulista mostra-se mais ativa ao elevar para quase 1800 notícias, ao dia, sobre Lula, o dobro em relação ao ex-governador de SP Geraldo Alckmin. Início e fim do segundo turno foram os momentos em que houve um pico de produção na blogosfera.

Todo esse arquivo de relatos multimídia tornaram-se a memória mais completa sobre as eleições de 2006. E resultou na criação de uma multiplicidade de blogs políticos. Nascidos para defender uma candidatura, após as eleições, muitos desses blogs tornaram-se uma espécie de “observatório da política” brasileira, tendo uma pequena, mas cativa audiência. Mas seu papel principal foi de de enterrar, de vez, a clássica teoria da *comunicação a dois passos*, que defendia que entre o veículo e os indivíduos existiria a figura do líderes de opinião, uma espécie de mediador com função de ativar, reforçar ou converter a opinião e a decisão dos indivíduos de seus grupos. “A noção de 'formador de opinião' aproximava-se da nossa tradição autoritária, na clássica fórmula de que, se o povo não sabe votar, alguém tem de ensinar. E que esse alguém existe, na figura da nossa elite, sempre pronta a dar a sua mão para ajudar o povo”.⁹

Em último caso, se os líderes de opinião não foram enterrados, ao menos seu o poder supremo foi um mito desfeito pelas urnas.¹⁰ A comunicação colaborativa dos internautas fez com que a opinião se manifestasse através de uma rede distribuída de

⁹Coimbra, Marcos. *Senhores de si mesmo*. Revista Carta Capital. São Paulo: ano XIII, nº 425, 27 de dezembro de 2006, pp 20-24.

¹⁰O presidente Lula foi reeleito com mais de 58 milhões de votos, correspondente a 60,8% dos votos válidos.

comunicação, sem a presença de qualquer intermediação, dado que os meios de produção acessível aos usuários permitiam-lhes a produção e reprodução de conteúdos, em distintas linguagens, sem a necessidade de conhecimentos específicos sobre a linguagem de programação da web tampouco a orientação editorial de qualquer grupo de mídia. Os veículos dos *mass media* viram-se então imersos num plano em que o receptor penetrava no interior do *newsmaking*. Queria fazer parte do *core* do poder midiático. Foi uma verdadeira invasão bárbara pós-moderna cuja principal consequência foi a transformação das leis que regem o jornalismo contemporâneo, bem como na denúncia da “homogeneização da opinião, da redução do contraditório, da diminuição do espaço crítico”¹¹ levado a cabo pelos grupos de mídia para favorecer a candidatura de oposição conservadora de Geraldo Alckmin, do PSDB.

A blogosfera se dividiu de acordo com as preferências eleitorais do blogueiro. Havia aqueles que defendiam a candidatura Lula (os blogs lulistas), a de Geraldo Alckmin (os blogs alckmistas) e os que orbitavam em torno de um postura anti-tudo e que no segundo turno teve uma postura mais omissa na participação da blogosfera.

A mobilização e os memes da blogosfera lulista

A blogosfera lulista emergiu como um *passeata virtual* com o episódio da chamada “lista de furnas”¹², entre o final de 2005 e o começo de 2006, um documento que mostrava um esquema de caixa dois, principalmente entre os tucanos, na campanha de 2002. A lista circulou pela internet, através do blog-manifesto *Caixa Dois Tucano de*

¹¹Nassif, *op cit*, online

¹² A lista era um fotocópia de cinco folhas contendo uma lista de 156 políticos de 12 partidos (PDT, PFL, PL, PMDB, PP, PPS, Prona, PRTB, PSB, PSC, PSDB e PTB) que teria recebido dinheiro de caixa dois montado a partir da estatal federal de energia Furnas. O valor das doações era de cerca de 39,665 milhões. Mais da metade desses recursos teriam sido destinados à campanha de Geraldo Alckmin, José Serra e Aécio Neves, na campanha eleitoral de 2002. O restante teria sido rateado pelos outros políticos, entre eles, o deputado Roberto Jefferson, que confessara ter recebido R\$ 75 mil de Dimas Toledo, ex-diretor de Furnas, considerado o chefe do caixa dois.

Furnas,¹³ mas logo foi desacreditada pela imprensa por conter erros e ter pouca consistência técnica.¹⁴ A imprensa nem sequer chegou a deslocar repórteres para checar a autenticidade do documento, que depois foi comprovada por um perito da Unicamp, algo também ignorado pela imprensa.¹⁵

Mas o espalhe da informação na blogosfera chegou alcançar 60 *posts* ao dia, principalmente nos primeiros dois meses de 2006, segundo o *Technorati*¹⁶. Cerca de 30 mil remissões do termo foram reproduzidos em blogs na web. Até comunidade no site de relacionamento *Orkut* ("eu acredito na lista de furnas") foi criada¹⁷. Um dos blogs lulistas, o *Amigos do Presidente Lula*, acabou se transformando em uma espécie de *hub*, ao reunir as principais informações, debates e links para outros blogs que apoiavam a reeleição de Lula. Teve tanto acesso (100 mil acessos/dia) que sua autora, Helena Sthephanowitz,¹⁸ virou um

¹³A lista de Furnas foi exibida por Helena Sthephanowitz, no blog Caixa Dois Tucanos de Furnas (www.caixadoistucanodefurnas.blogspot.com/). Helena liderou o blog Amigos do Presidente Lula, (www.osamigosdopresidentelula.blogspot.com/), que alcançou a audiência de mais de 1 milhão de usuários. Acabou se transformando em um ícone da blogosfera lulista. Além disso, outros blogs tiveram importância e forma muito linkados pelos internautas. São eles: Tucanoduto (www.tucanoduto.blogspot.com/), Por um novo Brasil (www.porumnovobrasil.org/web/), Portal da Mídia petista (<http://portalmidiapetista.blogspot.com/>) e

¹⁴O colunista político da Folha Fernando Rodrigues foi logo enterrando o assunto, a partir do critério de objetividade jornalísticos: "Com os recursos disponíveis em informática, é possível alterar totalmente os papéis e imprimir novas cópias. Como são fotocópias, não há como provar qual foi o primeiro a ser montado. Mesmo que exista um original que tenha dado origem à autenticação das fotocópias --até porque um cartório no Rio atestou nesta semana ser verdadeiro o selo que está na cópia--, nada impede que o original também tenha sido montado. [...] Além dessas dúvidas técnicas, a "lista de Furnas" traz também erros factuais e inconsistências no que diz respeito à realidade política das pessoas citadas. [...] Os nomes de Luiz Paulo Velloso Lucas (ex-prefeito de Vitória, no Espírito Santo) e de Francisco Luiz Gomide (ex-ministro de Minas e Energia em 2002) apareceram como candidatos eleitos a deputado federal, mas nenhum dos dois chegou a se candidatar nas eleições de 2002". (Lista de Furnas tem erros e inconsistências. Folha Online. Disponível na internet: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u75613.shtml>)

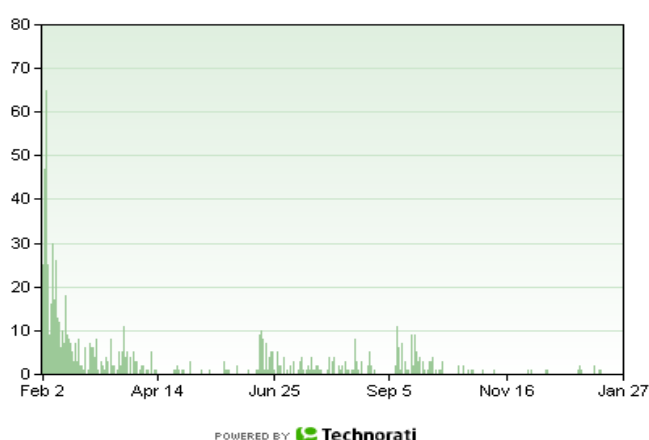
¹⁵O perito da Unicamp Ricardo Molina de Figueiredo teria feito a perícia de uma cópia do documento, formado por cinco folhas de papel com autenticação de cartório, em Outubro de 2005. O original, que poderia servir para dirimir algumas dúvidas, até o momento não apareceu. Molina disse que sua análise identificou o material como autêntico, contudo alertou que isto não significa que ele é verdadeiro, e que poderia ser até uma montagem feita com auxílio de um computador: "Se aquela informação que está ali é verdadeira ou não, isso é impossível saber porque qualquer um pode sentar numa máquina, no computador, fazer uma lista, assinar e mandar". (Wikinews. Disponível na internet: http://pt.wikinews.org/wiki/Autenticidade_da_Lista_de_Furnas_%C3%A9_questionada, acesso em 30/04/2006)

¹⁶<http://technorati.com/chart/furnas?chartdays=360&language=pt&authority=n>

¹⁷<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=3243603>

¹⁸Foi autora de um dos textos mais lidos na internet, o *Peçonha Virtual*, que duramente criticava colunistas e artistas (como Jô Soares) que se opuseram ao governo, por conta da crise do mensalão. O texto circulou em 2580 sites da internet, transformando-se em outro *meme* da blogosfera lulista. Virulento e ácido, o texto se tornou uma espécie de purificação esquerdista: *Estou de saco cheio de ver o único Governo em muitos anos que nos livrou do FMI, voltou a financiar moradias, criou um programa de segurança alimentar para atender os famintos, assumiu a liderança da América Latina e impôs respeito no mundo todo, ser execrado diariamente nos jornais, como se tivesse inventado a corrupção, a violência e todos os problemas que o país arrasta há quinhentos anos.* (*Peçonha Virtual*. Amigos do Presidente. Disponível na internet: <http://amigosdo-presidente-lula.blogspot.com/>)

ícone e formadora de opinião da rede lulista. Outro fato inusitado foi que o *Amigos* acabou sendo clonado¹⁹ por blogueiros adversários, que fizeram da interface do blog original objeto de sátira. Paralelamente os conflitos na blogosfera, todos os grandes colunistas políticos²⁰ com blogs online não publicaram a lista, mas tiveram de escrever uma nota sobre as suas opiniões sobre o documento, graças a uma pressão de internautas na seção de comentários, por email ou em seus próprios blogs, que ultrajavam o “silêncio dos jornalistas”.²¹



Gráficos 9 — Posts por dia sobre Lista de Furnas presentes na blogosfera

A “lista de Furnas” foi publicado no blog *Caixa Dois Tucano de Furnas*, da blogueira Helena Stephanowit, que também fundou o *Amigos do Presidente Lula*, primeiro blog político independente no Brasil a alcançar 1 milhão de visitantes. Em alguns meses, a visitação era de 100 mil acessos dias. A “lista de furnas” não virou tema da imprensa, mas dos políticos em Brasília. Acontecia, então, pela primeira vez um agendamento político soprado pela blogosfera. Por coincidência, após a divulgação da lista de Furnas foram aplicadas as primeiras pesquisas

¹⁹O endereço do clone: <http://amigosdopresidentelulla.blogspot.com/>

²⁰O mais lido online, o *Blog do Ricardo Noblat*, opinou que não publicara a lista porque não se tinha certeza que ela era verdadeira: “Leitores reclamam do fato de este blog não ter publicado até aqui a lista dos políticos que supostamente teriam se beneficiado do caixa 2 de Furnas. [...] A história política brasileira está repleta de falsos documentos pelo menos dos anos 30 do século passado para cá. Durante mais de um ano, por exemplo, a mídia publicou notícias a respeito do Dossê Cayman - uma suposta conta bancária no exterior onde políticos de peso teriam depositado sobras de campanha. Descobriu-se depois que o Dossiê era falso. E que a conta jamais existira”.

²¹“Noblat acha que a constituição foi escrita apenas para alguns poucos privilegiados, pois o tratamento que dispensa a outro partido claramente não é o mesmo. Quando Dirceu negou o mensalão, quando Lula negou conhecer o esquema e quando todos os aliados negaram e negam que existe o tal mensalão, mesmo antes das investigações, Noblat já falava em alto e bom som: “Mentira... os petistas só fazem mentir” ou seu sarcástico “então, tá”. Melo, Gui. *Blog do Noblat, a lista de Furnas*. Blog Crítica da Notícia, de olho em Noblat e outros. Disponível na internet: <http://deolhononoblat.blogspot.com/2006/02/blog-do-noblat-lista-de-furnas.html>

eleitorais. Depois de oito meses amargando uma possível derrota eleitoral, o presidente Lula retoma a dianteira das pesquisas.

A repercussão acabou ecoando em Brasília. Deputados da chamada CPI do Mensalão convocaram Dimas Toledo – que recebeu da Justiça o direito de se manter em silêncio⁻²² e encaminham para peritos o exame do documento que circulava entre os blogs. Caciques da oposição se posicionaram, na imprensa, sobre a lista²³. Os governistas elegeram o documento como tábua de salvação em meio ao tiro cruzado com os adversários. E, no meio da guerra política, a deputada do PSDB Zulaiê Cobra mostrou-se antenada ao relatar que a “lista de furnas” estava circulando desde 2005 num “blog chamado Amigos do Presidente”²⁴. O senador Álvaro Dias – um dos opositoristas mais fortes – também mandou o seu recado, ao reagir a uma charge publicada num blog e disseminada na rede: “Senhor Bira, cabe a mim alertar que Vs. está cometendo ato de difamação. Cabe ainda um alerta que usarei os recursos que a lei me permite para processar este antro que se diz blog que nada mais é que um bando de corruptos sem escrúpulos.”²⁵

Os blogs lulistas acabaram por chegar no coração do poder sem a intermediação da imprensa, que se calou sobre o acontecimento. A lista acabou por reforçar a opinião de que toda a política estava afundada em corrupção, ao mesmo tempo que mostrava que a oposição só fazia perseguição política ao PT para alcançar eleitoralmente o presidente Lula. *O espalhe da lista* revelou-se assim parte das causas do acontecimento que os analistas na época chamaram de *o renascimento de Lula*, quando o presidente alcançou, pela primeira vez, o primeiro lugar nas sondagens de opinião após meses amargando o segundo lugar,

²²Em reportagem online, Segundo Zulaiê Cobra, a relação já estava sendo veiculada pela internet desde o ano passado, num blog chamado "amigos do Lula". A deputada acha que os donos do blog são os "pais" da lista, que está sendo investigada pela Polícia Federal.

²³Para o governador Geraldo Alckmin: "Investigar é sempre bom. Até porque, no caso da lista de Furnas, tem que ser descoberto os criminosos que fizeram isso. A Polícia Federal tem o dever de identificar os criminosos. Não é possível que não se consiga chegar à autoria dessa atividade criminosa. É dever elucidar o crime e apresentar para a sociedade os criminosos", disse.

²⁴"Os blogs são os pais da lista de Furnas". A frase foi dita pela deputada Zulaiê Costa (PSDB). Ver: Procuradoria investiga 'lista de Furnas'. Disponível na internet:

<http://www.camara.gov.br/INTERNET/AGENCIA/materias.asp?pk=82882>

²⁵Dias respondia ao cartunista Bira, do blog Amigos do Presidente Lula. Disponível na internet: http://osamigosdopresidentelula.blogspot.com/2006_04_01_archive.html

decorrente das sucessivas crises políticas que alcançava o seu governo.²⁶ Portanto, o presidente Lula renascia, em parte, pela elevação da temperatura criada pela blogosfera e repetida pelos políticos governistas em Brasília contra a reputação reivindicada pela oposição de portar a salvação ética para o país. Como um *buzz* e um *meme*, na linguagem blogueira, a *lista de furnas* transformou-se no evento fundador da blogosfera política no país e numa abertura ferramente à crítica da estrutura midiática brasileira.

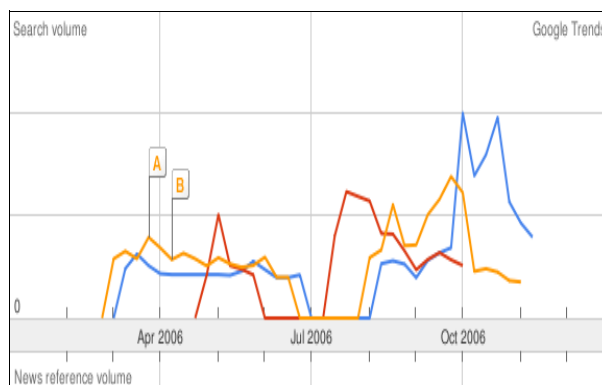
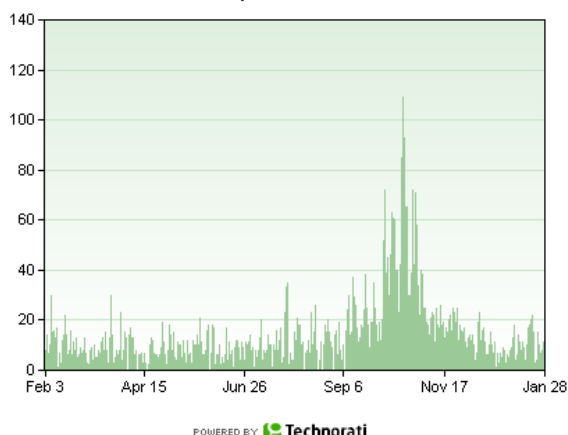
A partir daí a blogosfera lulista se legitimou como *watchblogs* – “blogs que vasculham tudo o que sai publicado na imprensa sobre a campanha eleitoral”²⁷. Ocupou um espaço de monitoramento diário sistemático da imprensa brasileira. Mas não se reduzia a um mero reflexo midiático. Ao contrário, reproduzia para reforçar um sentido não atribuído pela imprensa. Para isso, articulava-se em torno de textos, audios, cartoons, vídeos, fotografias próprios; campanhas; testemunhos e artigos de publicações eletrônicas.

Devido ao elevado volume do material produzido, os blogs criaram gêneros textuais para classificar seus posts. Quando escreviam sobre algum político de oposição, então envolvido em corrupção no passado, mas que posava na mídia como defensor da moralidade, os blogueiros colocam uma *gif* com o dizer *Fala sério! tem ladrão falando em corrupção*. Assim o texto fica inserido numa campanha coletiva da blogosfera lulista. Outras campanhas foram realizadas, através de *memes*: “não ao golpe, eu voto em Lula”, “eu apóio o Lula”, “a inVEJA é uma merda”, “CPI da mídia já”, “Sorria, você está sendo manipulado” etc. Quando a corrida eleitoral de fato esquentou, com a propaganda eleitoral televisiva, a blogosfera lulista continuou o espalhe de notícias e vídeos da campanha do presidente, além de reportar comícios, e investir numa campanha de associação de Alckmin com a ditadura (“eu abafei 69 spi's”) e com a privatização do patrimônio público. As três últimas campanhas juntas gerar mais de 60 mil remissões em sites e blogs na Internet, segundo o

²⁶ Em meados de fevereiro, a primeira pesquisa eleitoral foi realizada pela CNT/Sensus. Esta apontou que Lula estava à frente de seu principal opositor, José Serra (PSDB), em 10 pontos. A oposição não acreditando chegou a pedir a auditoria na pesquisa da Sensus. Contudo, no final de fevereiro, a pesquisa Datafolha confirmou a anterior: mostrava Lula à frente de José Serra em 8 pontos e de Geraldo Alckmin em 18 pontos.

²⁷ Watchblogs surgiram na campanha de 2004 nos EUA. Ver Castilho, Carlos. Watchblogs, a noa patrulha da imprensa. Disponível na internet: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=265ENO001>

Google (a pesquisa pelo termo dobrou em relação a outros como mensalão ou sanguessuga). Na blogosfera, entre os blogs cadastrados no site Technorati, o assunto sobre privatização bateu a marca de 100 post/dia.



Gráficos 10 e 11 — Internautas produzem e consomem informações sobre “Privatização”

À esquerda sistema Technorati demonstra o arroubo pela produção de entradas sobre privatização na blogosfera, com lulistas e alckmistas trocando mensagens entre si no auge da corrida eleitoral, no segundo turno (outubro). À direita, segundo gráfico obtido no Google Trends, os internautas buscam informação sobre privatização (em azul) no Google, o dobro das buscas por mensalão (em laranja) e sanguessugas (em vermelho), tendo como contexto o período das eleições (julho a outubro de 2007). Blogosfera lulista acaba mantendo a atenção sobre a questão das privatizações, diminuindo o impacto da circulação de informações sobre mensalão – algo que beneficia o candidato da oposição.

Essa “onda da opinião” acabou por mater todo o mês de outubro (o segundo turno das eleições) agendado pelo tema da privatização, pelo menos na Internet, o que, em termos eleitorais, acabou por reduzir a força política do candidato Geraldo Alckmin, então associado a uma imagem de privatista. Esse trabalho de agendamento acabou por forçar a imprensa a não encontrar um outro tema de pauta, a não ser às reações do candidato opositor, que demonstrava a cada evento uma atitude que desmentia, como ele mesmo dizia, o boato (*buzz*) que ele iria privatizar as principais empresas públicas brasileiras. Esse “boato”²⁸ novamente era soprado da internet – a política viral - para os outros veículos de

²⁸Um boato respaldado na própria história política brasileira, marcada na década de 90 pelo avanço do neoliberalismo.

comunicação, inclusive, para a blogosfera alckmista, que reagia publicando os benefícios da leva de privatizações gerada no Governo de Fernando Henrique Cardoso (PSDB).²⁹

O instante da anomalia

As mídias participativas³⁰ representam aquilo que o filósofo Antonio Negri denomina de poder constituinte porque os sujeitos que a produzem encarnam uma força que irrompe, quebra, interrompe e desfaz todo equilíbrio preexistente e toda continuidade possível³¹ de uma estrutura midiática acostumada a tratar suas audiências através de um “espírito de rebanho”³². Ao ser um poder constituinte, os blogs são o resultado de um *movimento* de uma multidão, que cria e disponibiliza os meios e as ferramentas de produção comuns; e a circulação e a criação de conteúdos singulares, para que todo um ecossistema alternativo de comunicação possa ser desenvolvido.

Agora esse poder constituinte dos blogs só pode ser compreendido no interior de um processo de mutação social. E essa mutação, para Sodré³³, vincula-se a uma revolução tecnológica e cultural cujo alcance antropológico pressupõe uma vida conectada e em rede, capaz de afetar toda a experiência humana de produção do real, em particular, o tempo, o espaço, a memória, corpo, o conhecimento, as identidades, as instituições e os valores sociais. “A rede dilui os poderes, ao mesmo tempo em que engendra uma nova forma de poder, o poder da rede, precisamente”.³⁴

Em termos políticos, esse “poder da rede” eclodiu quando, às vésperas da votação do primeiro turno, os principais veículos de mídia estampam uma foto do dinheiro

²⁹Já próximo do final das eleições, o jornalista Fernando Rodrigues escreveu no seu blog: “a campanha presidencial pegou fogo na web. Este blogueiro nunca recebeu tantos e-mails das correntes lulista e alckmista. O PT tem um volume muito maior e constante. O uso da Internet tem alcançado uma intensidade na política”. Os jornalistas-blogueiros foram constantemente alvo do ataque em enxame da multidão da internet.

³⁰ Usa-se o termo mídias participativas como sinônimo de veículos, de alcance global, que são criados, mantidos e abastecidos de conteúdos por usuários na internet por meio de trabalho colaborativo.

³¹ Sobre esse conceito, ver Negri, Antonio. *O poder constituinte*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002

³² Termo usado por Anderson, *op cit*, p.5

³³ Sodré, Muniz. *Um clique e uma revolução na notícia*. Observatório da imprensa. Disponível na internet: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=338SAI001>

³⁴ Soriano, Paul in Sodre, *op cit*, online.

que teria sido usado por integrantes do PT para pagar um possível dossiê contendo denúncias contra o candidato tucano ao governo de São Paulo, José Serra³⁵. Dez dias depois a revista *Carta Capital*, publica uma matéria³⁶ mostrando que a notícia das fotos do dinheiro nos meios impressos e no Jornal Nacional, da Rede Globo, fora orquestrado por então delegado da Polícia Federal Edmilson Pereira Bruno, que se encontrou clandestinamente com jornalistas do *Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo*, *Rádio Jovem Pam* e *O Globo*, exigindo que a imagem fosse veiculada no Jornal Nacional um dia antes dos jornais impressos³⁷.

A foto foi tão valorizada pelo Jornal Nacional que o programa deixou de divulgar a notícia da queda do Boeing da Gol, que colidiu com um avião da Embraer, na região Centro-Oeste brasileira. Os principais jornais impressos do país imprimiu na primeira página 2/3 do seu espaço repercutindo a divulgação das fotos, reguardando uma dimensão minúscula ao desastre aéreo. O diretor de jornalismo da Rede Globo, Ali Kamel, responsável pelo jornal de maior audiência no país, teve acesso a um outro importante documento: um áudio da conversa do delegado com os jornalistas gravado por um destes no exato momento da entrega as fotos para os repórteres.

³⁵Os petistas acreditavam conseguir provas do envolvimento de Serra com a chamada máfia dos sanguessugas, então liderada por empresários que superfaturavam o preço de ambulâncias compradas por dezenas de municípios brasileiros e depois repassava a grana inflacionada para políticos locais e nacionais. A máfia – segundo a CPI criada sobre o caso e que atravessou as eleições – esteve presente tanto nos dois governos de Fernando Henrique Cardoso e nos dois primeiros anos do Governo Lula.

³⁶ Pereira, Raimundo. *Os fatos ocultos*. Revista Carta Capital. Disponível na internet: <http://www.cartacapital.com.br/edicoes/2006/10/415/5457/>

³⁷ O delegado acabou sendo grampeado por um dos jornalistas na tal reunião clandestina. O áudio acabou sendo divulgado dias depois, graças a repercussão de matérias da Carta Capital na blogosfera:

Delegado Bruno:- Agora é o seguinte, qual a televisão que eu divulgo? Eu preciso divulgar para uma tevê.

Voz masculina de repórter:- Precisa sair numa tv... bom, na Globo ou no SBT...

Delegado Bruno:- Tem alguém da TV Globo aí?

Voz masculina de repórter: - tem o Bocardi, o Bocardi! [...]

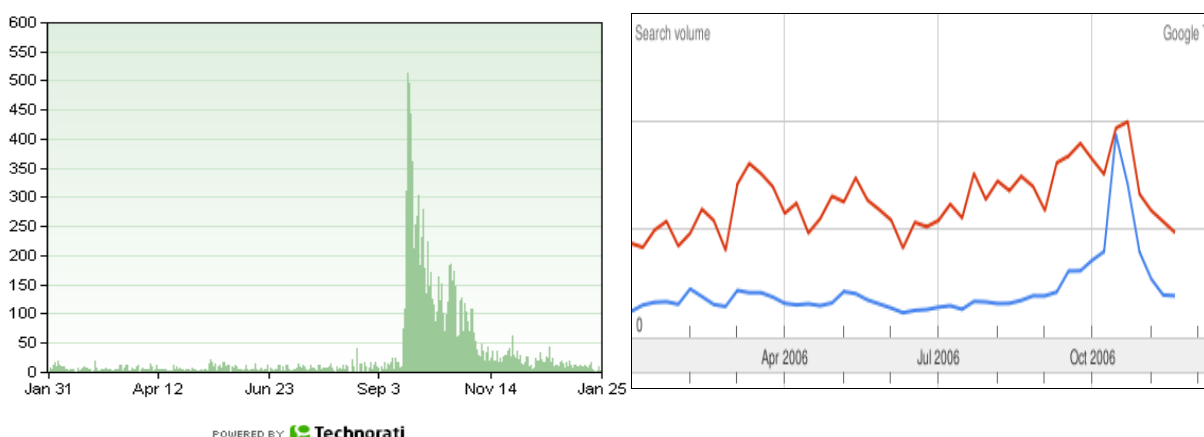
Voz masculina de repórter: - Só que é o seguinte: isso só pode sair amanhã na tv, né?

Delegado Bruno: - Não, pode sair hoje à noite na tv.[...]

Delegado Bruno: Tem que sair no "Jornal Nacional". Se for o SBT, Ana Paula Padrão.

(Portal G1. Leia e ouça, com nitidez e na íntegra, conversa do delegado do caso dossiê com repórteres. Disponível na internet: <http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,AA1317305-5601.00.html>

Do ponto de vista jornalístico, o áudio revelava um delegado empenhado em fazer uso político das imagens — fato que foi ignorado por Kamel, que teria dito: “Não nos interessa ter essa fita. Para todos os efeitos, não a temos”³⁸. As sucessivas matérias de *Carta Capital*³⁹ provocaram um revés surpreendente na opinião pública.⁴⁰ Um avalanche de posts, comentários e troca de emails circulou pela internet. Na blogosfera, um média de 200 posts/dia, com um pico de 500 no auge das denúncias de *Carta Capital*, foi escrito sobre o tema, segundo o Technorati. No Google, houve um surto de procura pelos termos *Carta Capital* e *dossiê*. “Em pouco tempo”, analisou o jornalista e blogueiro Luis Nassif, “a matéria de Raimundo passava a repercutir em vários blogs. Os leitores passaram a descarregar a ira contra a encenação na parte de comentários”.⁴¹



Gráficos 12 e 13 — Carta Capital alcança a mesma atenção da Revista Veja na Internet

À esquerda sistema Technorati demonstra o surto de posts que repercutem a matéria de *Carta Capital*, sob um possível golpe orquestrado pela mídia para que o segundo turno acontecesse. Segundo o gráfico à direita, do Google Trends, a busca pelas informações trazidas pela *Carta Capital* fez com que os internautas corressesem para o Google atrás de informações, elevando a busca por dados sobre “*Carta Capital*” a ponto de alcançar o número de busca sobre o termo “*Revista Veja*”, o órgão de imprensa mais lido e hiperlinkado pela blogosfera alckmista. A novidade era que *Carta Capital*, que vende 60 mil exemplares por quinzena, conseguia a mesma atenção que *Veja*, que vende mais de 1 milhão de exemplares, por semana. Boa parte dos resultados do Google eram direcionados para a diversidade de blogs (de oposição e da situação) presentes na internet, que

³⁸Pereira, op cit, online

³⁹As edições que trouxeram à luz da sociedade a tal tentativa de golpe foram as edições: de nº 415, de 14/10/2006, com o título da capa *A Trama que levou ao segundo turno*; de nº 416, com o título de capa *Contribuição ao dossiê da mídia*.

⁴⁰O número advém da pesquisa no Google associado aos termos *Carta Capital*, *blogspot*, *wordpress*.

⁴¹Nassif, op cit, online

repercutiram a matéria de Carta. Era o começo da anomalia midiática, que redundou naquilo que o jornalista e blogueiro Luis Nassif cunhou de o “fim do oligopólio da opinião”.

A reação desse movimento de produção singular de opinião foi rapidamente manifestada na imprensa online. Os internautas, movidos pela defesa das suas convicções ideológicas, produziram de forma massificada um esfera de interlocução com outros usuários da web e com os próprios veículos da imprensa, gerando um amplo processo de conversação social, principalmente através das diferentes espécie da família blogs (diários virtuais, fotologs, videologs etc), como já analisamos. Toda essa diversidade do campo da opinião pública na internet começava ser metabolizado pelos blogueiros-jornalistas da grande imprensa, que tiveram que responder aos seus leitores como analisavam o conteúdo da revista *Carta Capital*.

Os *blogs de grife* se dividiram em contrários, favoráveis e reticentes ao que revelava a matéria da *Carta Capital*. Os *reticentes*⁴² - ou os inócuos - foram aqueles que apenas publicaram o link da matéria da *carta Capital*, sem emitir qualquer opinião sobre o caso, quando muito tinha uma perspectiva ambígua: concordavam com a publicação da foto, mas condenavam a atitude dos veículos em não revelar os reais motivos do delegado em divulgar tal documento.

*Ao trabalho: muitas gente comentando a tal lista de Furnas. Não é verdade que não tenha dado atenção a ela, basta que leiam a coluna de hoje. E não vale me chamar de tucana (devo ser versátil, pois alguns me chamam de petista) pelo fato de ter apontado os indícios muito fortes de montagem ou manipulação dessa lista. Mas deve ser investigada, tudo deve ser investigado. Aliás, é isso que espero de quem investiga: jornalistas investigativos, polícias, cpis. Que nenhuma caixa dois seja perdoado.*⁴³

Já o *grupo dos contrários*⁴⁴ – ou os ternos – argumentaram que a divulgação das “imagem da compra do dossiê” era um dever cívico do jornalismo, pois era uma imagem

⁴² Blog da Teresa Cruvinel, Blog do Fernando Rodrigues, Blog do Noblat, foram aqueles que tomaram uma decisão de mais noticiar do que opinar sobre o “pega pra capar” entre Carta Capital e Globo. Contudo, seus leitores insistiam em opinar sobre o tema, gerando milhares de textos e comentários contrários ou favoráveis a atitude da mídia.

⁴³ Blog da Teresa Cruvinel. Abrindo a caixa de ferramentas. Disponível na internet: <http://oglobo.globo.com/blogs/tereza/default.asp?a=13&periodo=200602>

⁴⁴ Blog do Josias de Souza, do UOL e todos os blogs da Veja Online.

sonogada da sociedade pelo governo. E que não havia motivação política na divulgação, mas esta foi produto de um “rancor humano”, pois o delegado Bruno difundiu a fotografia para os jornalistas como uma resposta aos seus superiores em tê-lo retirado da investigação da compra do dossiê.

[...] Mas carimbar o episódio como um complô da mídia para prejudicar Lula é como atribuir ao termômetro a responsabilidade pela febre. Quem envenenou os planos do presidente foram os “aloprados” de seu partido, não os jornalistas. [...] não foi só a divulgação das fotos que produziu o segundo turno. O dossiê que ganhara o noticiário havia duas semanas. A imagem da grana apenas deu ao escândalo a moldura que faltava.⁴⁵

Já o grupo dos favoráveis⁴⁶ - ou os ácidos - defendia a tese de uma tentativa de golpe do estado e de uma campanha de difamação liderada pela imprensa contra o PT, algo que acontecia desde junho de 2005, com a chamada crise do mensalão.⁴⁷ Para esses blogueiros o grande erro da imprensa era forçar uma certa imparcialidade jornalística transcendental, já que, na prática, a decisão em publicar a fotografia com maior destaque que o acidente aéreo mostrava o lado oposicionista da grande mídia.

Um golpe de Estado levou a eleição para o segundo turno. É o que demonstra de forma irrefutável a reportagem de capa da revista Carta Capital que está nas bancas.⁴⁸

[...] qual o interesse jornalístico de uma foto? Uma foto de dinheiro é igual a uma foto de dinheiro. Não há informação nisso. Essa foto ainda foi maquiada para dar maior fotogenia. O único interesse era como ela ia repercutir nas eleições, como no caso da Roseana Sarney. A gente sabia que esse dinheiro existia há semanas. O fato de aparecer a foto não tem significado nenhum. Mas os jornais e TVs queriam dar a imagem para saber o efeito eleitoral da foto. Se o único interesse sobre a foto era esse, é evidente que a parte mais relevante do ponto de vista da notícia era saber como vazou a foto. E não deram isso. Manipularam e protegeram o

⁴⁵Sousa, Josias. *Escorado em revista, PT renuncia complô da mídia*. Blog do Josias de Sousa. Disponível na internet: http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/arch2006-10-08_2006-10-14.html

⁴⁶Blog do Mino Carta, Blog do Luis Nassif, Paulo Henrique Amorim, Blog da Teresa Cruvinel

⁴⁷“Escândalo do Mensalão ou “esquema de compra de votos de parlamentares” é o nome dado à maior crise política sofrida pelo governo brasileiro do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) em 2005/2006. O neologismo mensalão, popularizado pelo então deputado federal Roberto Jefferson em entrevista que deu ressonância nacional ao escândalo, é uma variante da palavra “mensalidade” usada para se referir a uma suposta “mesada” paga a deputados para votarem a favor de projetos de interesse do Poder Executivo. Segundo o deputado, o termo já era comum nos bastidores da política entre os parlamentares para designar essa prática ilegal. A palavra “mensalão” foi então adotada pela mídia para se referir ao caso. A primeira vez que a palavra foi grafada em um veículo de comunicação de grande reputação nacional ocorreu no jornal Folha de S.Paulo, na matéria do dia 6 de junho de 2005” (Wikipedia. Verbetes Mensalão. Disponível na internet: http://pt.wikipedia.org/wiki/Esc%C3%A2ndalo_do_mensal%C3%A3o acesso em 12/05/2006).

⁴⁸Amorim, Paulo Henrique. *O 1º Golpe já houve. E o 2º?* Conversa fiada, Blog de Paulo Henrique Amorim. Disponível na internet: http://conversa-afiada.ig.com.br/materias/394501-395000/394778/394778_1.html

*delegado (Edmilson Bruno Pereira). Isso é um episódio marcante. Um golpe como esse, não temos paralelo em nossa história. A mídia, cumprindo esse papel, é suicida.*⁴⁹

A inóspita, a ácida e a terna repercussão acabou forçando Ali Kamel a enviar uma resposta⁵⁰ para o site *Observatório da Imprensa*⁵¹, o blog do ex-global Paulo Henrique Amorim⁵² e à própria *Carta*.⁵³ O coração da indústria jornalística – o responsável pelo telejornal de maior audiência brasileiro – entrava na agenda dos veículos participativos da internet, que com sua capacidade de produzir *buzz* – burburinhos e boatos – enterrou a reputação de objetividade da imprensa nacional.⁵⁴

Ao analisar o fenômeno participativo dos *watchblogs*, Carlos Castilho, em seu blog *Código Aberto*⁵⁵, no Observatório da Imprensa, argumentava que emergência do “*leitor patrulheiro assusta os editores*”, ao se referir ao trabalho diário de internautas⁵⁶ que entupiam a caixa de email e a seção comentários dos jornais e blogs jornalísticos online, e assim provocar o descrédito das opiniões desses editores.⁵⁷

⁴⁹Nassif, op cit, online

⁵⁰Kamel defendeu-se ao alegar que:

- o JN não divulgou a queda do Boeing da Gol, porque a primeira notícia sobre o fato surgiu no Portal Terra às 20h46min (<http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI1166661-EI306.00.html>) e ainda não-oficial. A *Carta Capital* havia publicado que a primeira informação sobre o acidente havia sido circulada na Internet às 18h35.
- Negou que havia tomado conhecimento de fita que continha conversa do delegado com os jornalistas.
- Reforçou que publicou as fotos do dinheiro porque eram de interesse público.
- Disse que o delegado não havia privilegiado o JN, mas todos os outros veículos jornalísticos da TV.

⁵¹Seu principal editor, Alberto Dines, foi taxado pelos internautas de aliado de Kamel na luta contra a blogosfera lulista. Nunca como antes Dines viu sua reputação ser colocada em cheque. Recebeu mais de 2.000 comentários em menos de uma semana, na maior parte longos e críticos, sobre o seu posicionamento de “defesa a imprensa” no caso .

⁵²Paulo Henrique Amorim acabou emprestando seu prestígio para liderar uma campanha anti-golpe. Fez também com que os comentários dos leitores se tornassem conteúdos do seu site, através da seção “Solte o Verbo”. Ganhou muita simpatia do blogosfera lulista, e seu avesso da opositorista.

⁵³Kamel teve que pagar a *CartaCapital* pelo espaço ocupado pela sua resposta, pois se recusou a escrevê-la com 13 mil caracteres, espaço que a revista o oferecia gratuitamente.

⁵⁴A onda de manipulação global se espalhou tanto que 172 jornalistas assinaram um manifesto contra “insistente tentativa de atingir nossa honra e nossa correção profissional por alguns supostos colegas nestes dias que antecedem o encerramento das eleições 2006”. (Sobre o manifesto, ver Observatório da Imprensa. Disponível na internet: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=404IMQ004>

⁵⁵http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=2

⁵⁶Nos EUA, esses internautas foram apelidados de “jornalistas de pijama” pelo trabalho de ficar 24 horas monitorando e checando se as informações divulgadas na mídia sobre seus candidatos procediam ou eram manipuladas.

⁵⁷O termo patrulhamento, com seu sentido de autoritarismo, demarcava um certo corporativismo e também uma desconfiança da atividade dos blogs. O termo acabou gerando uma corrente de ira entre os internautas, gerando ao artigo de Castilho mais de 70 intensos comentários. Um deles foi certeiro na identificação do fenômeno em curso em 2006:

O patrulhamento rompe, pela primeira vez na história da imprensa, com a tradicional unidirecionalidade do fluxo informativo. Até agora, quase toda a informação fluía dos tomadores de decisões e formadores de opinião, através dos jornalistas, até o público, cujo poder de retroalimentar o circuito informativo era muito limitado. O rompimento ocorre em circunstâncias traumáticas, especialmente para os jornalistas, que passam a se sentir encurralados e hostilizados por uma massa de leitores que estilhaça reportagens e comentários com um ímpeto também inédito na história do jornalismo brasileiro. Quem lê os comentários postados em weblogs e páginas políticas online percebe rapidamente que a esmagadora maioria dos comentários revela uma atitude ácida em relação à imprensa. A argumentação quase sempre responde ao impulso e à paixão, o que provoca ressentimentos dos patrulhados.⁵⁸

Minha mãe sempre dizia: quem fala o que quer ouve o que não quer. Isso é liberdade de imprensa. Note bem, senhor Castilho, hoje não se fala mais "saiu na Folha", "saiu n' O Globo", "Deu no New York Times". Agora é "eu vi na internet". Por que será? A imprensa plantou e está colhendo. E ainda se fazem de vítimas. O que vocês querem? Liberdade de imprensa e censura aos leitores? Me poupe. (Comentário de Ana Rodrigues ao post O leitor patrulheiro assusta editores, de Carlos Castilho, op cit, online)

⁵⁸Castilho, Carlos. O leitor patrulheiro assusta os editores. Blog Código Aberto. Disponível na internet: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs.asp?id_blog=2&id=%7BD34FD721-F8FB-456F-99CB-88B0F1CF0307%7D&data=200610

CONCLUSÕES

Pelo fim da Forma-Estado na Comunicação

A new economy tem isto de específico: é um modo de produção capitalista atravessado pela comunicação, pela força produtiva da linguagem, seja na esfera diretamente produtiva das mercadorias, seja na monetária e financeira. É dentro das coordenadas lingüísticas do sistema de produção e de distribuição da new economy que devem ser buscadas as contradições e as formas do conflito social.

Marazzi, Christian

A única coisa que nunca pode existir é uma total ausência de poder, um vazio.

Antonio Negri e Michael Hardt

Quando Negri e Hardt publicaram *Multidão*, argumentaram – correndo o risco das simplificações - que a globalização poderia ser sintetizada num plano de antagonismo entre duas formas de organização política, ambas funcionando numa estrutura de rede. A primeira condizia com o que chamaram de as *redes do Império*, que se caracterizariam por níveis de hierarquias e divisões, tendo como teleologia a manutenção da ordem e da paz social, por intermédio da guerra.

Essas redes funcionariam como dispositivos de controle. A fenomenologia dessas redes se expressariam nas máquinas poderosas de guerra, desenhadas para funcionar de longe, como as redes satelitárias de controle do terrorismo, as redes financeiras de especulação e constrição das soberanias nacionais e as redes da produção desterritorializada das corporações globais. A máquina de guerra então não se resumia somente no potencial bélico de uma certa oligarquia global, mas sim, da capacidade de controle informacional desse mesmo grupo de corporações e instituições transnacionais (G7, FMI, OMC etc). Um controle que, mediado pelo uso extensivo das tecnologias interativas computacionais, permite-os, em sincronia, governar o tempo dos acontecimentos

sociais, a partir de uma vigilância intensa dos espaços sociais a fim de pretensamente protegê-los da intrusão ou da desordem dos bárbaros.

Essa vigilância totalizante acaba por fazer dos indivíduos habitante de um único campo, que, ao contrário daqueles de concentração de outrora, é marcada por uma terrível “invisibilidade sensível” que se manifesta por dispositivos como controle remoto, micro câmeras de segurança, *chips* que os corpos carregam na forma de pulseiras identificadora de presidiários, de telefones móveis e GPS; ou enfim de tarjetas eletrônicas cristalizadas em cartões de crédito e débitos, que condensam parte das nossas identificações, hábitos e gostos como consumidores, mas também – diz o poder – parte das nossas tramóias, sonegações fiscais e infidelidades aos bons costumes sociais. Mas esse poder de vigilância generalizado não funcionaria se a sociedade não o visse como um produtor de conhecimento e de prazer, como bem nos ensinou Michel Foucault. Mas o curioso é que, daqui do novo século, o poder oferece seus súditos um prazer absolutamente sádico: o de conhecer por dentro o terreno do privado.

A popularização das tecnologias interativas, em particular, a webcam e as câmeras de fotografia e vídeos digital, realçam bem esse desejo maquínico de tornar o sujeito a individuação do fluxo vigilante que é próprio do poder imperial. Extenso a todos, esse maquinário deve funcionar, tal como o Império, em todos os lugares, mas sendo sentido como invisível, contudo, presente em sua capacidade de constranger o corpo em suas diferentes singularizações: social, grupal, individual. O poder vigilante então – por mais perplexo que isso seja - quer ser um devir, ou seja, uma capacidade transformadora. Ele opera por dentro da singularidade, convencendo-a que ela é seu duplo na forma de potência.

Mas longe de nós dizermos que a estratégia do poder, como Império, é proceder como uma ideologia e discursividade. O indivíduo – com seu celular, que é lambe-lambe virtual, videocam, poderoso gravador de voz, web móvel etc – quer ser o portador de seu discurso próprio, porque é um átomo que também produz vigilância devidamente sábia

do controle que também sobre si é exercido. Experimenta o poder de espiar as conseqüências de simples ações pessoais (como andar na rua), ao mesmo tempo, que reconhece não saber o que é feito com suas informações e seu corpo vigiados. O poder então não quer ser hardware. Ele opera como o sistema operacional desse hardware: delimita os níveis e os mecanismos de interação, impede o acesso ao código que ordena as ações dentro do sistema, habita ou pode ser habitado em qualquer parte do globo dado que é uma mídia global com sentidos bem definidos. Ao mesmo tempo, possui uma linguagem que potencializa a criação, só sendo portanto ativo se usado, manipulado, incorporado na parcela sgnica do cérebro. O poder é uso criado pela singularidade que se dobra como uma nova camada do próprio poder. O uso do poder pelas singularidades dá ao poder densidade, que redundando na força de atualização do poder, que se abre a novas invenções singulares. O poder – o capital, o Estado, a mídia - então aspira ser uma fonte aberta de poder global. Pelo menos esse é o seu projeto.

Essa imanência trabalha insistentemente para que todo o acúmulo tecnológico tenha que desaparecer no interior do tecido da vida cotidiana para que ele não se distingua da própria vitalidade da singularidade⁵⁹. O poder é – para repetir um refrão já cantado anteriormente – revelado como um biopoder, pois é capaz não somente de reproduzir a sociedade, mas de produzir todos os aspectos da vida social.⁶⁰ Mas sendo o poder interno ao próprio devir, e o devir um desejo imposto ao destino, não há como consider-lo tão harmnico  potência do devir. E se o futuro é o único tempo que se constrói, o poder só pode ser um agenciamento de controle do futuro, e a potência o que constitui o próprio tempo, do que vive o ser. Nesse sentido,  la Toni Negri, o poder precisa ser interpretado como uma reação, um vir depois da potência, e esta, ao sofrer o embate do poder que criando sobre ela um comando, transforma-se logo em resistência, mas têm em omissão e passividade, embora não deixe de existir como potência, visto que do devir não há como dele se desafetar.

⁵⁹Rheinghold, Howard. *Multitudes inteligentes*. Barcelona: Gedisa editorial, 2004

⁶⁰Negri, Antonio, Hardt, Michael, op cit, p.34

Esse movimento entre poder e potência acaba por revelar-se como um campo de lutas que atravessa o corpo e a constituição das relações desse corpo com a sua classe social. Poder e potência acabam também por não se reduzir a campo de forças dialéticas, visto que, ao poder cabe a criação contínua de comandos, portanto, em múltiplas sínteses. E a potência em inovações que dissolvem velhos comandos, mas torna-se objeto de outros novos.

Resistir é acabar com a forma-Estado!

A anomalia do blogs apontou que a internet tornava-se a aliada mais forte à radicalização democrática da comunicação no país,⁶¹ tão espremida entre duas formas hegemônicas de poder: a forma-Estado e a forma-Globo. A forma-Estado conseguiu, desde o século passado, estabelecer regras e normas de concessões públicos de radiodifusão que foram responsáveis pela formação e a consolidação dos grandes conglomerados da mídia eletrônica cujo atores, os *barões da mídia*⁶², eram protagonizados por famílias que concentram de forma horizontal, vertical e cruzada os meios de comunicação social. Quando a Constituição Brasileira de 88 promulgou o impedimento de qualquer forma de concentração de mídia, o estrago já tinha sido feito,⁶³ a mídia eletrônica já estava toda rateada para a elite política e econômica brasileira. A mídia impressa não foi diferente. Os

⁶¹O presidente Lula compreender o recado da urna. E colocou como prioridade a universalização da informática como prioridade do seu governo, como assinalou em seu discurso de posse. Mostrar números da chegada do computador na classe C.

⁶²() Família Marinho com 17 concessões de TV e 20 de rádio; Sirotsky com 14 de TV e 21 de rádio; Família Saad com 9 de TV e 21 de rádio; Família Abravanel vem em seguida com 9 emissoras de TV; Câmara detém 7 de TV e 13 de rádio. A família Daou é proprietária de 5 canais de TV e 4 de rádio; a família Zahran conta com 4 canais de TV e 2 de rádio; a família Jeiressati tem uma emissora de TV e 5 de rádio. O Grupo Associados detém 3 concessões de TV e 9 de rádio. “Embora a distribuição dessas 74 emissoras de televisão se dê entre as dez, cinco são afiliadas da Rede Globo, o que confere à família Marinho o monopólio das transmissões e das audiências. Com as afiliadas, amplia mais seu domínio e passa a operar com outras 31 repetidoras para distribuir seu sinal em todo o país” (Caldas, 1997, p.70).

⁶³Segundo Caldas (1997, p.70), de 1992 a 1963 (41 anos) foram outorgadas 807 emissoras de rádio. Durante o governo militar, de 1964 a 1984 (20 anos), esse número subiu para 1.240. Já na administração Sarney, de 1985 a 1988 (quatro anos), as outorgas indicam um crescimento vertiginoso para 1.208 emissoras. Um outro dado interessante é que, na legislação desse período, dos 513 deputados federais, 104 são sócios ou proprietários de rádio e TV. Dos 81 senadores, 25. Além disso, em setembro de 1996, 40% das emissoras de rádio e 27% das de televisão têm políticos como sócios. Entre os principais políticos (ou seus familiares) vinculados às propriedades de emissoras de rádio e televisão, destacam-se os ex-presidentes José Sarney e Fernando Collor.

governos sempre as colonizaram através das políticas de patrocínio e propaganda do Estado.⁶⁴ Somado a isso, desde o final da década de 80⁶⁵, novos atores entraram no seleto clube dos barões: donos de faculdades privadas, religiosos e mais políticos. O grande legado do Estado foi ter inventado a oligarquia privada (forma-Globo) e a “oligarquia estatal” (a forma-Estado). No final da contas, estamos dentro de uma coisa só: uma estratégia do poder de nos fazer passivo na produção de meios de comunicação.

A anomalia da mídia distribuída deu às forças sociais a possibilidade de exigir a construção de um mercado de opinião estruturado através do “poder das fontes livres”. Portanto, a novidade do cenário eleitoral foi a emergência da política das bordas. Mas a tragédia é que esta vive das bordas da política. Vive com computador doado, vive com a câmera usada, vive com o celular pré-pago, vive com o teatro com goteira, vivem produzindo curta-metragem porque o longa é caro, vive criando blogs e no final do mês pagar a conta da telefonia. Vive num espaço da precariedade, mas que insiste em produzir. Portanto, a precariedade da comunicação não é só uma realidade das periferias pobres, é uma situação real de todos. O revés da opinião abriu um novo ciclo de lutas materiais que se respalda na busca pela universalização das tecnologias digitais como condições primárias para que a toda a sociedade possa ser produtora de comunicação. O conflito se abre contra a forma-Estado. Contra a forma de reger o mercado de comunicação, organizado em torno de um concentração de poder em que a liberdade de expressão inclui somente de forma abstrata os atores sociais no mercado de mídia – a legislação possibilita ter canais de TV e rádio a quem quer que deseje, mas isso acaba por excluir concretamente todos, já que não há condições estruturadas para que as bordas possam produzir seus próprios meios de comunicação.

⁶⁴Há também o fato de os governos depositarem bilhões em propaganda nesses veículos, causando um processo de dependência financeira em muitos meios, fato que sempre desencadeou uma relação nada independente desses grupos de comunicação.

⁶⁵Após o então ministro das Comunicações, Antonio Carlos Magalhães (ACM), liberar mais de mil concessões de rádio e TV para os políticos que votassem a favor do prologamento do mandato do então presidente José Sarney por mais um ano. ACM é sócio da TV Globo na Bahia e concentra um conjunto de veículos impressos e radiofônicos naquele Estado.

A forma-Estado criou uma estrutura política cujos atores que gerem a política de comunicação são os próprios proprietários dos mídias, ou pelo menos, seus representantes financiados .⁶⁶ Criou uma estrutura jurídica baseada num carnaval de decretos para que nenhum deles funcione e assim possa se manter a oligopolização do setor. Criou uma estrutura econômica que permite sustentar com verbas publicitárias⁶⁷ públicas a saúde financeira dos grupos de comunicação. Criou um estrutura administrativa cujo ministério, o das Comunicações, sempre foi uma sucursal da elite midiática, capitaneada por qualquer político aliado do governo e das empresas de comunicação. E criou um pensamento sociológico, o chamado desenvolvimentismo, alardeado por setores da direita e da esquerda, que se organiza na idéia que a melhor política de comunicação é aquela dirigida pelo Estado⁶⁸.

Na prática, a forma-Estado acaba reprimindo qualquer possibilidade de transformação do mercado de mídia. A forma-Estado é uma teia de relações administrativas, jurídicas, políticas, econômicas e filosóficas, que assegura a inviabilidade de qualquer projeto organizado na idéia de que o Estado possa ser o principal agente acelerador da democratização da comunicação, quando ele é para isso, na prática, a principal força de atrito.

A anomalia da Internet é somente um reflexo do que já acontece fora dela: a produção de comunicação se difunde como uma economia potente que já milhares de sujeito sobrevivem dela. Toda essa produção das bordas é que está na raiz do começo da crise da forma-Estado do setor de comunicação social. Esse esse precariado da comunicação resistiu porque produz um "campeão da audiência" a partir de uma vida conectada e distribuída. São tantas as produções, com tantas micro-audiências, que somadas tornam-se um movimento exuberante. E foi portanto esse precariado que também deu seu recado nas urnas: a solução para explodir a forma-Estado, no campo da

⁶⁶Cerca de 20% dos senadores, em 2007, são proprietários de órgãos de comunicação. E cerca de 10%, deputados federais.

⁶⁷Só o governo federal gastou R\$ 335 milhões com publicidade em 2006.

⁶⁸Pegar debate sobre o impacto nefasto do desenvolvimentismo brasileiro, ver Cocco, Negri, 2005.

comunicação, é a universalização das tecnologias interativas, porque uma parte da sociedade mostrou o que pode fazer com ela: evitar um golpe.

Referências Bibliográfica

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livros consultados

ADORNO, T. W. A Indústria Cultural. In: COHN, G. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: T. A. Queiroz, p. 287-295, 1987

ANTOUN, Henrique. Democracia, Multidão e guerra no ciberespaço. In: PARENTE, André (org.). *Tramas da rede*. Porto alegre: Sulina, 2004.

_____. Cooperação, Colaboração e Mercado na Cibercultura. *E Compós Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação Em Comunicação*. v. 7, n. Dezembro, p. 1-24, 2006.

_____. Mobilidade e Governabilidade nas Redes Interativas de Comunicação Distribuída. *Razón y Palabra*, México, v. 49, n. fev.-março, p. 1-18, 2006.

_____. A Multidão e o Futuro da Democracia na Cibercultura.. In: Vera França; Maria Helena Weber; Raquel Paiva; Liv Sovik. (Org.). *Livro do XI Compós: estudos de comunicação ensaios de complexidade*. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2003, v. 1, p. 165-192.

ANDERSON, Chris. *A cauda longa*. Rio de Janeiro: Campus, 2006

BAUMAN, Zigmunt. *A Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 2001

BIFO, Franco. *A fábrica da infelicidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005

BLONDEAU, Olivier. Génesis y subversión del capitalismo informacional. In: Blondeau, Olivier et al. *Capitalismo Cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: 2004, p.14

BLOOD, Rebecca. (2002). *O Livro de Bolso do Weblogue*. Campo das Letras.

CASTELSS, Manuel. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1999

_____. *A Galáxia da Internet – reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. São Paulo: Jorge Zahar, 2005.

CERVEIRA, José. Uma teoria general dos blogs. In: CERVERA et al. *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Espanha: Omán Impresores, 2006

COCCO, Giuseppe. Entre universalização da guerra e universalização dos direitos. In: PACHECO, Anelise e VAZ, Paulo. *Vozes do Milênio – para pensar a globalização*. Rio de Janeiro: Griphus, 2002, p.46

_____. Introdução. In: Negri, Antonio; Lazzarato, Maurizio. *Trabalho Imaterial*. Rio de Janeiro: DPA, 2001, p.20-1

_____. *Trabalho e Cidadania – produção e direitos na era da globalização*. São Paulo: Cortez, 2001, p. 95

COCCO, Giuseppe, HOPSTEIN, Graciela. *As multidões e o império – entre a globalização da guerra e a universalização dos direitos*. Rio de Janeiro: DPA, 2002

COUCHOT, Edmond. *A tecnologia na arte – da fotografia à realidade virtual*. Porto Alegre: UFRGS, 2003, p.159.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. 3a edição. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, pp 16, 23.

- DELEUZE, Gilles, GUATTARI, Felix. *Mil platôs – capitalismo e esquizofrenia*. Vol. 1. São Paulo: editora 34, 1995
- GILMOR, Dan. *Nós, os média*. Lisboa: Editorial Presença, 2005
- GORZ, André. *Metamorfoses do Trabalho*. São Paulo: Annablume, 2003, p.61
_____. *Misérias do Presente, Riqueza do Possível*. São Paulo: Annablume, 2004
_____. *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.
- HARVEY, David. *A Condição Pós-Moderna*. 9a. Edição. São Paulo: Loyola, 2000
- JOHNSON, Steven. *A cultura da interface*. Rio de Janeiro: Zahar editor, 2001
- JOLLIVET, Pascal. Los rendimientos crescentes. n: Blondeau, Olivier *et al*. *Capitalismo Cognitivo, propiedad intelectual y creación coletiva*. Madrid: 2004, pp.149-151
_____. *NTIC e trabalho cooperativo reticular: do conhecimento socialmente incorporado à inovação sócio técnica*. In: Cocco, Giuseppe *et al*. *Capitalismo Cognitivo – trabalho, redes e inovação*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003, p.83-107
- KERCKHOVE, Derrick de. *A pele da cultura*. Lisboa: Relógio d'água, 1997
- LE MOS, André. *Cibercultura – tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. 2a ed. Porto Alegre: editora Sulina, 2004
- LE MOS, Ronaldo. *Direito, tecnologia e cultura*. Rio de Janeiro: FGV, 2005, p.83
_____. Prefácio à edição brasileira. In: LESSIG, Lawrence. *Cultura Livre*. São Paulo: Editora Francis, p.18
- LESSIG, LAWRENCE. *Code and Other Laws of Cyberspace*. Basic Books, USA, 2000.
- LESSIG, Lawrence. *Cultura Livre – como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade*. São Paulo: Editora Francis, 2005
- LEVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. São Paulo: editora 34, 1993, p.119
_____. *Cibercultura*. São Paulo: editora 34, 1999
- MALINI, Fabio. *A fuga dos meios – a constituição das novas lutas sociais nas redes virtuais de comunicação*. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: IBICT/CNPq – ECO-UFRJ, 2002, 125 pp.
- MANOVICH, Lev. *Quem é o autor? Sampleamento, remixagem, código aberto*. In: Brasil, André *et al*. *Cultura em fluxo: novas mediações em rede*. Belo Horizonte: Editora PUC-Minas, 2004
- MARAZZI, Christian. *A crise da new economy e o trabalho das multidões*. In: Cocco, Giuseppe, HOPSTEIN, Graciela. *As multidões e o império – entre a globalização da guerra e a universalização dos direitos*. Rio de Janeiro: DPA, 2002
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Os exercício do ver*. São Paulo: Editora Senac, 2001
- MCLUHAN, Marshall. *McLuhan por McLuhan – entrevistas e conferências inéditas do profeta da globalização*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005,
_____. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 11ª ed. São Paulo: Cultrix, 2006.
- MINAR, N.; HEDLUND, M. *Uma rede de pontos*. ORAM, A (org). *Peer-To-Peer - o poder transformador das redes ponto a ponto*. São Paulo: editora Berkeley, 2001
- NEGRI, Antonio, Hardt, Michael. *Multidão*. São Paulo: Record, 2005, p.101

_____. O que é a multidão? - entrevista com Michael Hardt e Antonio Negri. *Revista Novos Estudos*, n.75. São Paulo: julho de 2006, p.105

_____. O trabalho de Dioniso. Para a crítica ao Estado pós-moderno. Juiz de Fora: EDUFJF, 2004, p.178.

_____. *Império*. Rio de Janeiro: Record, 2001

NEGRI, Antonio; LAZZARATO, Maurizio. *Trabalho Imaterial – formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DPA, 2001, p.30

NEGRI, Antonio. Da volta – abecedário biopolítico. São Paulo: Record, 2006, p.103

_____. A Constituição do Comum. In Cocco, Malini. *O comum*, no prelo.

_____. *Cinco lições sobre o Império*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003

_____. Crisis del Estado-plan. Comunismo y organización revolucionaria. In: Negri, Antonio. *Los libros de la autonomía obrera*. Madri: Akal, 2004

_____. El dominio y el sabotage. Sobre o método marxista de la transformación social. In: *Los libros de la autonomía operaria*. Barcelona: Akal, 2004

_____. *Exílio*. São Paulo: Iluminuras, 2001

_____. Infinitude da comunicação, finitude do desejo. In PARENTE, André. *Imagem-Máquina*. São Paulo: editora 34, p. 173

_____. Italia, 1960-1981: um laboratório político da luta de classes na metrópole capitalista. In: Negri, Antonio. *Los libros de la autonomía operaria*. Barcelona: Akal, 2004, pp 374-5

_____. *O poder constituinte*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002

_____. Proletarios y Estado. Por uma discusión sobre autonomia obrera y compromiso histórico. 1976. Reedición In: Negri, Antonio. *Los libros de la autonomía obrera*. Madri: Akal, 2004, p. 197

PARENTE, André. *Imagem-máquina – a era das tecnologias do virtual*. 3A edição. São Paulo: editora 34, 1999

_____. *Tramas da rede*. Porto alegre: Sulina, 2004.

RHEINGHOLD, Howard. *La comunidad Virtual – una sociedad sin fronteras (1996)*. 1996

_____. *Multitudes inteligentes*. Barcelona: Gedisa editorial, 2004

ROSNAY, Jöel de. *La révolte du pronétariat*. Paris: Fayard, 2006

RULLANI, Enzo. El capitalismo cognitivo? Um déjà-vu? In: Blondeau, Olivier *et al*. *Capitalismo Cognitivo, propiedad intelectual y creación coletiva*. Madrid: 2004, p.99-128

_____. *Producción de conocimiento y valor em el posfordismo – entrevista concedida a Antonella Corsani*, online

SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e artes do pós-humano*. São Paulo: Paulus, 2003, p.109

_____. *Navegar no ciberespaço – o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004

SCHITTINE, Denise. *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho -- uma teoria da comunicação linear e em rede*. Vozes, 2002.

_____. *Reiventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Vozes, Petrópolis, RJ 2001.

TRONTI, Mario. *Operário e Capital*. Porto: Editoria Afrontamento, 1971

VASSALO, Claudia e MARTINELLI, Pedro. *O futuro da fábrica*. Reportagem publicada na Revista Exame. São Paulo: 21 fevereiro de 2001, pp 36-54l

WEBER, Max. *A Ética protestante e o espírito do capitalismo*. 5ª. edição. São Paulo: Pioneira, 1987

WEISSBER, Jean-Louis. Real e virtual. In PARENTE, André. *Imagem-máquina – a era das tecnologias do virtual*. 3A edição. São Paulo: editora 34, 1999

ARTIGOS CONSULTADOS EM PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS IMPRESSA

COCCO, Giuseppe e MALINI, Fábio. Circular para produzir: novos mecanismos de socialização do conhecimento. Revista Rio de Janeiro: Trabalho e Sociedade. Rio de Janeiro: IETS, pp 9-11.

COCCO, Giuseppe. A dimensões produtivas da comunicação no pós-fordismo. Revista Séries e estudos. Rio de Janeiro: IPPUR-UFRJ, n.5, dezembro de

Coimbra, Marcos. *Senhores de si mesmo*. Revista Carta Capital. São Paulo: ano XIII, nº 425, 27 de dezembro de 2006, pp 20-24.

GORZ, André. Trabalho sem medida. Entrevista com André Goro por Thomas Schaffroth. Revista Global. n.1. Rio de Janeiro: uma publicação da Universidade Nômade, outubro-novembro de 2003, pp. 35-38

LAZZARATO, Maurizio. Por uma definição do conceito de biopolítica. Revista Lugar Comum. Rio de Janeiro: Nepcom/Labtec – UFRJ, n.5-6. Maio a dezembro de 1998

MARAZZI, Christian. Linguagem e pós-fordismo. Revista Lugar Comum. Rio de Janeiro: Nepcom, ECO-UFRJ, no1, março de 1997

NEGRI, Antonio. Davos. O Comunismo do Capital. Revista Global. Rio de Janeiro, n.8, 2006, p.12-5.
_____. A feminização do trabalho, Jornal Folha de São Paulo, São Paulo, 14 jun. 1998. Cad.Mais 5-3.

NEVES, João Miguel. DMCA e EUCD: Copyright vs Comunidade, in <http://ansol.org/politica/eucd/eucd-sl.pt.html>

PELBART, Peter Pál. Poder sobre a vida, Poder de vida. Revista Lugar Comum. Rio de Janeiro: Universidade Nômade, 2002

VAZ, Paulo. Agentes na Rede. Revista Luga Comum. Rio de Janeiro:NEPCOM/LABTEC, n.7, janeiro-abril 1999, p.125

ARTIGOS CONSULTADOS NA INTERNET

BARCELLOS, Marinho, e GASPARY, Luciano. *Segurança em redes p2p: princípios, tecnologia e desafios*, in http://p2p-sec.org/Archive/seguranca-em-p2p_marinho-gaspary-sbrc2006.pdf

BAUWENS, Michel. A economia política da produção entre pares. Disponível na internet: <http://www.p2pfoundation.net/>
A_Economia_Pol%C3%ADtica_da_Produ%C3%A7%C3%A3o_entre_Pares acesso em 10/01/2007

BLINDER, Caio. A arrancada de Howard Dean nos EUA. In: BBC Brasil.com. Disponível na internet: < http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/story/2003/07/030703_blinderir.shtml > Acesso em 11/03/2005

BLOOD, Rebecca. (2002). Weblogs: história e perspectiva. Disponível na internet: <http://www.terreiro.net/artigos/weblogs_history/> acesso em 10/01/2007

BRASIL, Antonio. *Boa e velha TV supera a Internet*. Observatório da Imprensa. Disponível na internet: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/ter190920018.htm>> acesso em 10/01/2007

CARVER, Tom. *Howard Dean perdeu, mas salvou os democratas*. BBC Brasil.com. Disponível na internet: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/story/2004/02/040219_deananalisefn.shtml> Acesso em 30/04/2005

CLARIN. *Pedidos de auxilio y rescate colman Internet*. Disponível na internet: <<http://www.clarin.com/diario/2005/09/01/um/m-1044638.htm>> acesso em 10/01/2007

COCCO, Giuseppe; Vercellone, Carlo. Los paradigmas sociales del posfordismo. Disponível na internet: <http://www.rebellion.org/izquierda/paradigmas_posfordismo2502201.htm> acesso em 10/01/2007

FOLHA Online. *Antes favorito, Howard Dean tem agora dificuldade em bancar campanha*. Disponível na internet: < <http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u68572.shtml> > acesso em 30/12/2005

FUMERO, Antonio. *Un tutorial sobre blogs. El abece del universo blog*. Revista Telos. Disponível na internet: < <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=1&rev=65> > acesso em 10/01/2007

GARATTONI, Bruno. *Softwares da rede BitTorrent esbanjam recursos*. Disponível na internet: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u18927.shtml>> acesso em 10/01/2007

HERMIDA, Alfred. 45% das vítimas dos furacões nos EUA pediram ajuda pela net. *BBC Brasil.com*. Disponível na internet: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2006/01/060105_katrinacoroonlinekatrinaebc.shtml> acesso em 10/01/2007

KATZ, Jon. *Net: Now Our Most Serious News Medium?* Disponível na internet em: <<http://slashdot.org/features/01/10/05/1643224.shtml>> acesso em 05/01/06

LESSIG, Lawrence. Pedágio na Internet. Disponível na internet: <http://listas.ibict.br/pipermail/bib_virtual/2006-June/002885.html> acesso em 10/01/2007

LOHR, Steve. This boring headline is written for Google". *New York Times*. Disponível na Internet <<http://www.nytimes.com/2006/04/09/weekinreview/09lohr.html>> acesso em 10/01/2007

MACHADO, Luiz Carlos. *Eu blogo, tu blogas*. Disponível na internet: <<http://www.sobresites.com/poesia/forum/viewtopic.php?t=2422&sid=91e9b843d83d3f99e4e6467aa0b0e302>> acesso em 10/01/2007

MENDES, Lucas. *Mistério Howarddean.com*. BBC Brasil.com. Disponível na internet: http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/story/2003/07/030710_lucasmendes.shtml Acesso em 11/03/2005

NEGRI, Antonio e COCCO, Giuseppe. Longe do paraíso – entrevista concedida a Agência Carta Maior. Disponível na internet em: < <http://www.agenciacartamaior.uol.com.br>> Acesso 07/10/2006

NEGRI, Antonio. A derrota dos EUA é política, diz Negri – entrevista concedida ao jornal Página 12. Tradução Fábio Malini. Disponível na internet em: < <http://www.fabiomalini.wordpress.com> > acesso em 10/01/2007 em 01/11/2005

_____. Negri, em el centro de la tormenta global – entrevista concedida ao jornal argentino Clarín. Disponível na internet em: <<http://www.clarin.com/suplementos/cultura/2004/08/28/u-820584.htm>> Acesso em 08/11/2006

_____. Ocho tesis preliminares para una teoria del poder constituyente. Disponível na internet: < > acesso em 03/05/2004

_____. Subjetividade e política na atualidade – conferência de abertura dos Estados Gerais da Psicanálise. Tradução Izabel Borges. Rio de Janeiro: 2003. Documento disponível na internet: http://www.estadosgerais.org/mundial_rj/download/conf_ANegri_port.pdf

_____. Toni Negri fala da nova guerra fria – entrevista concedida a revista eletrônica Trópico. Disponível na internet em: < <http://www.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2421.1.shl>.> Acesso em: 06/10/2006

NEVES, João Miguel. *DMCA e EUCD: Copyright vs Comunidade*. Disponível na internet: <<http://ansol.org/politica/eucd/eucd-sl.pt.html>> acesso em 10/01/2007_

OBSERVATÓRIO da Imprensa. *Blog de iraquiana disputa prêmio literário*. Disponível na internet: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=374AZL008>> acesso em 10/01/2007

_____. *Dean levou os blogueiros aos holofotes*. Disponível na internet: < <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=393ASP014> > Acesso em 05/11/2006

_____. Disponível na internet: < <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/ter1909200198.htm> > acesso em em 04/04/2006

_____. *Websites sobrecarregados*. Disponível na internet: < <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/ter190920019993.htm> > Acesso em 20/07/2005

OLIVEIRA, 2005. *Aprendizagem mediada e avaliada por computador: a inserção dos blogs como interface na educação*. Disponível na internet: < <http://www.abed.org.br/congresso2005/por/pdf/026tcc5.pdf> > Acesso em 05/01/2007, pp 1-10

OPEN SOURCE INICIATIVE. The Open source definiton. Disponível na internet: <<http://www.free-soft.org/mirrors/www.opensource.org/docs/definition.php> > acesso em 10/01/2007

O'REILLY, Tim. Qué es web 2.0? Disponível na internet: <<http://sociadadelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>> acesso em 10/01/2007

PELBART, Peter Pal. *Vida nua, vida besta, uma vida*. Revista Trópico. Disponível na Internet: <<http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2792.1.shl>> acesso em 10/01/2007

Pereira, Raimundo. *Os fatos ocultos*. Revista Carta Capital. Disponível na internet: <<http://www.cartacapital.com.br/edicoes/2006/10/415/5457/>> acesso em 10/01/2007

PISANI, Francis. *A nova onda dos blogs*. Le Monde Diplomatique. Disponível na internet: <<http://diplo.uol.com.br/2003-08.a720>> acesso em 10/20/07/2005

PROJETO GNU. *O que é copyleft?* Disponível na internet: < <http://gnu.gnusoftware.net/copyleft/copyleft.pt.html>> acesso em 10/01/2007

RECUERO, Raquel. *War blogs: os blogs, a Guerra do Iraque e o Jornalismo Online*. Disponível na internet: <<http://bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-war-blogs.pdf>> acesso em 01/09/2006

REIS, Ruth. Eleições on-line: A atividade dos blogs durante a campanha eleitoral. *Mídia & Política*, v. 22, p. 01, 2006.

REVISTA Época. *Blogs, o novo campeão de audiência*. Disponível na internet: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG74912-5990-428.00.html>> Acesso em 20/12/2006

ROCHA et al. Peer to peer: computação colaborativa na internet. Disponível na internet: <http://www.cin.ufpe.br/~cak/publications/sbrc2004_minicurso_p2p.pdf> acesso em 10/01/2007

ROCHA, João et al. Peer-to-Peer: computação colaborativa na internet. Disponível na internet: <http://www.cin.ufpe.br/~cak/publications/sbrc2004_minicurso_p2p.pdf> acesso em 10/01/2007

SÁNCHEZ-PINILLA, Mario Domínguez. *Obrero masa-obrero social*. Disponível na internet: <http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/O:obrero_masa.htm>. Acesso em: 11/01/2005

VIRNO, Paolo. "A multitude es ambivalente: es solidaria y es agresiva" - entrevista concedida ao jornal Pagina 12. Disponível na internet em: <<http://www.pagina12.com.ar/diario/dialogos/subnotas/73518-23844-2006-09-25.html>> acesso em 28/09/2006

_____ *Do you remember conterrevolution?* Endereço: <<http://www.rebellion.org/izquierda/virno/131101.htm>> acesso em 21/11/01

_____. *General intellect, éxodo, multitud - entrevista publicada em La escena contemporánea*. Disponível na internet em: <http://usuario.lycos.es/pete_baumann/General.htm> acesso em 07/07/2003

_____. *La Gramatica de la Multitude*. Disponível na internet: <http://www.rebellion.org/libros/030907_gramatica.pdf> acesso em 10/01/2007

_____. *Virtuosismo y revolución: notas sobre el concepto de acción política*. Disponível na internet: <http://usuarios.lycos.es/pete_baumann/index-78.html> acesso em 10/01/2007

WEAVER, Jane. *A media recession like few other*. Reportagem publicada no site MSNBC. Disponível na internet: <http://www.msnbc.msn.com/id/3073246/> Página acessada em 20/07/2005

WIKIPÉDIA. *Verbete Blogosfera*. Disponível na internet: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Blogosfera>, página acessada em 07/01/2007 > acesso em 10/01/2007

_____. *Verbete Weblog*. Disponível na Internet: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Weblog>> acesso em 10/01/2007

_____. *Verbete Trackback*. Disponível na internet: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Trackback>> acesso em 10/01/2007

_____. *Verbete Meme*. Disponível na internet: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Meme>> acesso em 10/01/2007

_____. *Verbete BitTorrent*. Disponível na internet: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/BitTorrent>> acesso em 10/01/2007

_____. *Verbete Blogroll*. Disponível na internet: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Blogroll>> acesso em 10/01/2007

_____. *Verbete Creative Commons*. Disponível na internet: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons> acesso em 10/01/2007

_____. *Verbete Emule*. Disponível na internet: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Emule>> acesso em 10/01/2007

_____. *Verbete Firewall*, in http://es.wikipedia.org/wiki/Cortafuegos_%28inform%C3%A1tica%29

_____. *Verbete Lei de Moore*, in http://pt.wikipedia.org/wiki/Lei_De_Moore

_____. *Verbete Mensalão*. Disponível na internet: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Esc%C3%A2ndalo_do_mensal%C3%A3o> acesso em 12/05/2006

_____. *Verbete Moblog*. Disponível na internet: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Moblog> acesso e 21/01/2006

_____. *Verbete P2P*. Disponível na internet: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/P2PWikipedia>. *Verbete spyware*, in <http://pt.wikipedia.org/wiki/Spyware>> acesso em 10/01/2007

BLOGS CONSULTADOS

<http://blogdareeleicao.blogspot.com/>
<http://www.anti-golpe.blogspot.com/>
<http://anoosfera.zip.net/>
<http://web.archive.org/web/20030418225153/www.pl4y.com.br/players/ler.asp?id=51973>
<http://www.osamigosdopresidentelula.blogspot.com/>
<http://amigosdozedirceu.blogspot.com/>
<http://fotolog.terra.com.br/biradantas>
http://luizeduardobraga.blogspot.com/2006_07_01_archive.html
www.luisnassif.com.br
<http://blogdasoninha.folha.blog.uol.com.br/>
<http://blogdodirceu.blig.ig.com.br/>
<http://nogueirajr.blogspot.com/>
<http://brasiletc.blogspot.com/>
<http://www.nelsonperez.blogspot.com/>
<http://edu.guim.blog.uol.com.br/>
<http://contramare2.blogspot.com/>
<http://www.conscienciapolitica.blogspot.com/>
<http://deolhononoblat.blogspot.com/>
<http://brisa-do-sul.blogspot.com/>
<http://www.diariodapolitica.blogspot.com/>
<http://douglassoldan.blogspot.com/>
<http://www.eticailheus.com.br/modules/news/>
<http://www.vera13.blogspot.com/>
<http://blogdonaza.blogspot.com/>
<http://votolula.blogspot.com/>
<http://fallaserio.blogspot.com/>
<http://gerentechuchu.blogspot.com/>
<http://www.grupobeatrice.blogspot.com/>
<http://trincheiradojens.zip.net/index.html>
<http://jeanscharlau.blogspot.com/>
<http://www.kikamartins.blogspot.com/>
<http://www.lula2006.blogspot.com/>
<http://rsurgente.zip.net/index.html>
<http://marcos-lula.blog.uol.com.br/>
<http://www.marcosborkowski.blogspot.com/>

<http://oleododiabo.blogspot.com/>
<http://minhapolitica.blogspot.com/>
<http://noticiasdopais.blogspot.com/>
<http://celialamounier.portalcen.org/nossopresidente.htm>
<http://ousados.blogspot.com/>
<http://estou-de-olho.blogspot.com/>
<http://www.informante.net/>
<http://paulinhonoticias.zip.net/index.html>
<http://pedalaoposicao.blogspot.com/>
<http://www.por1novobrasil.blogspot.com/>
<http://psdbnuncamais.blogspot.com/>
<http://www.portalmidiapetista.blogspot.com/>
<http://rededalegalidade.blog.uol.com.br/>
http://star_red.zip.net/index.html
http://www.blog-se.com.br/blog/conteudo/home.asp?idBlog=12459&id_destaque=127467
<http://tribunapetista.blogspot.com/>
<http://tudo-em-cima.blogspot.com/>
<http://www.deputadoserafim.com.br/>
<http://lulapresidente2006.blogspot.com/>
<http://estou-de-olho.blogspot.com/>
<http://votolula.blogspot.com/>
<http://www.nelsonperez.blogspot.com/>
<http://blogdomello.blogspot.com/>
<http://www.consciencia.net/midia/revistaveja.html>
<http://www.amigospetistasnoexterior.org/>
<http://www.anti-golpe.blogspot.com/>
<http://amigosdabahia.blogspot.com/>
<http://bahiadefato.blogspot.com/>
<http://blogdoarroto.blogspot.com/>
<http://alexeievitchromanov.zip.net/>
<http://brasilmostratuacara.blogspot.com/>
<http://nogueirajr.blogspot.com/>
<http://www.blogentrelinhas.blogspot.com/>
<http://sergiotucano.blogspot.com/>
<http://sizenando.blogspot.com/>
<http://culturapetista.blogger.com.br/>
<http://memoriafraca.blogspot.com/>
<http://www.eleicoesorg.blogspot.com/>
<http://blogosferamarli.blogspot.com/2006/10/eleies-no-podemos-esquecer-do-assunto.html>

<http://www.mostratuacara.blogspot.com/>
<http://alertatotal.blogspot.com/>
<http://conversa-afiada.ig.com.br/>
<http://oglobo.globo.com/blogs/tereza>
<http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br>
<http://danibrasil.weblog.nl>
<http://www.usabilidoido.com.br>
<http://brunotorres.net/>
<http://monicamathias.blogspot.com>
<http://www.contraditorium.com/>
<http://www.revolucao.etc.br/>
<http://luiscarmelo.blogspot.com/>
<http://www.digestivocultural.com>
<http://valongueiro.blogspot.com>
<http://www.nghorta.com>
<http://oeuprofundo.blogspot.com>
http://crise_dos_30.blogspot.com/
<http://amigoetheobaldo2.weblogger.terra.com.br/>
<http://alt1040.Com>
<http://edans.blogspot.com>
<http://alcineacavalcante.blogspot.com/>
<http://luisnassif.blig.ig.com.br/>
<http://nomada.blogs.com/jfreire>
<http://blog.fabioseixas.com.br/>
<http://www.estalella.es>
<http://www.engadget.com/>
<http://www.pimentacomdende.com>
<http://www.sifry.com/alerts/>
<http://www.hurricanekatrinasurvivors.com/>
<http://www.idelberavelar.com>
<http://www.findkatrina.com>
<http://www.katrina.com>
<http://www.technorati.com>
<http://liberallibertarioliberalino.blogspot.com/>
<http://www.mydd.com>
<http://www.wonkette.com/>
<http://www.musselmanforamerica.com>
<http://ladybugbrazil.blogspot.com>
<http://milblogging.com/>

<http://thecollectivelounge.blogspot.com/>
<http://riverbendblog.blogspot.com/>
<http://www.cocadaboa.com.br>
<http://www.back-to-iraq.com/>
<http://www.robotwisdom.com/>
<http://ciberjornalismo.com/pontomedia/>
<http://www.camworld.com>
<http://www.rebeccablood.net>
<http://www.peterme.com/>
<http://www.dailypundit.com/>

SITES CONSULTADOS

Arquivo do 11 de Setembro, <http://www.interactivepublishing.net/september/browse.php?time=2001-09-11-11#>
Arquivo do Katrina, <http://websearch.archive.org/katrina/list.html>
BBC Brasil, <http://www.bbc.com>
Blog search, <http://www.google.com.br/blogsearch>
Edonkey, <http://www.edonkey2000.com/>
Folha Online, <http://www.folhaonline.com.br>
Global Voice (<http://www.globalvoicesonline.org/>)
Mercurio Online, <http://www.emol.com>
Portal da Câmara dos Deputados, <http://www.camara.gov.br/>
Portal G1, <http://g1.globo.com>
Youtube, <http://www.youyube.com>
Wikipedia, <http://www.wikipedia.org>
Flickr, <http://www.flickr.com>
Creative Commons Brasil, <http://www.creativecommon.org>
Revisa Época, <http://revistaepoca.globo.com>

