Orgs.
Adriana Amaral
Raquel Recuero
Sandra Montardo

Blogs.com

Estudos sobre blogs e comunicação

Momento Editorial

Blogs.com:
estudos sobre blogs e Comunicação

Adriana Amaral, Raquel Recuero e Sandra Portella Montardo
(Orgs.)

AUTORES

Adriana Amaral
Adriana Braga
Cláudio Penteado
Fernando Firmino da Silva
Helaine Abreu Rosa
Jan Schmidt
Juliana Escobar
Leonardo Foletto
Marcelo dos Santos
Marcelo Träsel
Maria Clara Aquino
Octávio Islas
Rafael de Paula Aguiar Araújo
Raquel Recuero
Rogério Christofoletti
Rosa Meire C. de Oliveira
Sandra Portella Montardo

AGRADECIMENTOS

As autoras gostariam de agradecer a todos os colegas, amigos e familiares que, de alguma forma, nos apoiaram durante todas as etapas de produção, elaboração e organização desta obra, que surge a partir da confluência de nossos desejos e do cruzamento de idéias entre nossos distintos projetos de pesquisa, assim como à intensa colaboração e discussão com os nossos alunos e às instituições em que trabalhamos. Também é com muita honra que agradecemos aos colegas André Lemos e Henrique Antoun pelo prefácio e pósfácio, respectivamente; ao tradutor, Fábio Fernandes, pela colaboração; a Sergio Amadeu, que acreditou na proposta; à organização do Campus Party e a Murilo Machado. Também somos agradecidas à leitura atenta e às revisões gramaticais de Ana Maria Montardo. Uma atenção especial vai para Fabrício Castro, Henrique Weber, Liliana Passerino, Márcia Benetti, Paula Puhl, Ricardo Araújo, Roberto Tietzmann e Suely Fragoso pela interlocução e o apoio dado a este livro.

Conteúdo licenciado pelo Creative Commons para Uso Não Comercial (by-nc, 2.5). Esta licença permite que outros remixem, adaptem, e criem obras derivadas sobre sua obra sendo vedado o uso com fins comerciais. As novas obras devem conter menção a você nos créditos e também não podem ser usadas com fins comerciais, porém as obras derivadas não precisam ser licenciadas sob os mesmos termos desta licença.

Revisão e Diagramação
Murilo Bansi Machado

Capa
Fabricio Gorpo

B 612 Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação./ Adriana Amaral, Raquel Recuero, Sandra Montardo (orgs.)- São Paulo: Momento Editorial, 2009.

ISBN 978-85-62080-02-9

1. Comunicação 2. Web – Internet – Blogs 3. Jornalismo 4. Sociabilidade I.Amaral, Adriana II. Recuero, Raquel III. Montardo, Sandra.

CDD- (21ed.)302.23

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca José Geraldo Vieira

Este livro está disponível para download em:
http://www.sobreblogs.com.br

Momento Editorial
Rua da Consolação, 222 - Consolação - CEP 01302-000 - São Paulo/SP
momento@momentoeditorial.com.br - www.arede.inf.br
Fone: (11) 3124-7444

Sumário

Prefácio
André Lemos | 07

Introdução
As organizadoras | 21

SEÇÃO 1 – BLOGS: DEFINIÇÕES, TIPOLOGIAS E METODOLOGIAS

Blogs: mapeando um objeto
Adriana Amaral, Raquel Recuero e Sandra Portella Montardo | 27

Ciberespaço e a escrita de si na contemporaneidade: repete o velho, o novo blog?
Rosa Meire Carvalho de Oliveira | 55

Teoria e método na análise de um blog: o caso Mothern.
Adriana Braga | 75

A vitória de Pirro dos blogs: ubiqüidade e dispersão conceitual na web
Marcelo Träsel | 93

Práticas de blogging na blogosfera em língua alemã: resultados da pesquisa "Wie ich blogge?!"
Jan Schmidt | 109

SESSÃO 2 – USOS E APROPRIAÇÕES DE BLOGS

O movimento *Cansei* na blogosfera: o debate nos blogs de política
Cláudio Penteado, Marcelo dos Santos e Rafael Araújo | 135

Contribuição dos blogs e avanços tecnológicos na melhoria da educação
Helaine Abreu Rosa e Octávio Islas | 161

Pedagogia dos blogs: posts sobre o uso da ferramenta no ensino de jornalismo
Rogério Christofoletti | 179

Blogosfera X Campo Jornalístico: aproximação e conseqüências
Leonardo Foletto | 199

Blogs como nova categoria de webjornalismo
Juliana Escobar | 217

Os blogs na web 2.0: publicação e organização coletiva de informação
Maria Clara Aquino | 237

Moblogs e microblogs: jornalismo e mobilidade
Fernando Firmino da Silva 257

Posfácio: os blogs e seu além
Henrique Antoun | 277

Sobre os autores
Sobre as organizadoras | 287
Sobre os convidados | 288
Sobre os participantes | 289
Sobre o tradutor | 292

Prefácio

Nada melhor para escrever um prefácio sobre o livro *BLOGS. COM: estudos sobre blogs e Comunicação*, organizado por Adriana Amaral, Raquel Recuero e Sandra Montardo, do que pegar como inspiração textos de um... Blog. E, mais ainda, colocá-lo em forma de um post em um blog. Propus às autoras publicar este prefácio como um post do meu *Carnet de Notes*, retomando e ampliando algumas informações e reflexões feitas aqui sobre esse tema. Com espírito de abertura, coragem e ousadia, elas toparam. Este prefácio é, assim, o que indica a palavra em sua etimologia: *prae-fatia* ("falado antes"), ou *prae-factum* ("feito antes"), já que está publicado aqui no *Carnet* antes mesmo de o livro estar em formato papel e disponível nas livrarias. É um prefácio que não está, ainda, acoplado à materialidade do livro, servindo, no entanto, como uma fala anterior que pretende explicar o fenômeno dos blogs e a importância do livro, indicando por que os leitores devem lê-lo. Agradeço, assim, às organizadoras por permitir que este prefácio de um livro sobre blogs esteja, antes de tudo, em um blog!

A experiência

Quando comecei o *Carnet de Notes*, quase não havia blogs acadêmicos no Brasil, e muito menos na área de Comunicação. Muitos colegas me desestimularam, dizendo que eu não iria atualizá-lo, que era uma moda passageira, que ninguém o leria e que logo eu perderia o interesse. Erraram feio. Para mim, o blog se tornou algo quotidiano, a meio caminho entre um caderno de notas pessoal e um arquivo profissional. Comecei os primeiros posts em março de 2001 e os mantenho quase que diariamente. Penso no blog durante o meu dia-a-dia e ele se tornou um espaço para lançar idéias e fornecer informações, servindo como um observatório sobre minha pesquisa atual e como catálogo de meus projetos, livros, artigos e ensaios. Adiciono citações do dia no *Jaiku*, mensagens rápidas no *Twitter*, fotos do *Flickr*, vídeos do *YouTube*, informes sobre minha localização em tempo real com *Loki* e *Plazes*... Considero este *Carnet de Notes* parte da minha produção acadêmica como pesquisador e professor universitário. De fato, ele é um espaço de expressão e de contato com outros, um prazer concretizado e compartilhado em palavras, imagens e informações. Ele é a minha casa no ciberespaço, um texto aberto, indefinidamente incompleto, a ser escrito a cada dia.

E não estou só. Os blogs são, junto com os games, os chats e os softwares sociais, um dos fenômenos mais populares da cibercultura. Eles constituem hoje uma realidade em muitas áreas, criando sinergias e reconfigurações na indústria cultural, na política, no entretenimento, nas redes de sociabilidade, nas artes. Os blogs são criados para os mais diversos fins, refletindo um desejo reprimido pela cultura de massa: o de ser ator na emissão, na produção de conteúdo e na partilha de experiências. E, embora o *Carnet* não seja um blog sobre blogs, grande parte das minhas fontes de informação são blogs e muito da minha reflexão gira em torno deles.

A cultura de massa criou o “consumo para todos”. A nova cultura “pós-massiva” cria, para o desespero dos intermediários, daqueles que detêm o poder de controle e de todos os que usam o corporativismo para barrar a criatividade que vem de fora, uma “isegonia”, igualdade de palavra para todos. Os blogs refletem a liberação do pólo da emissão característico da cibercultura. Agora, todos podem (com mínimos recursos) produzir e circular informação sem pedir autorização ou o aval a quem quer que seja (barões das indústrias culturais, *intelligentsia,* governos...). O fenômeno dos blogs ilustra bem essa cultura pós-massiva que tem na liberação do pólo da emissão, na conexão telemática e na reconfiguração da indústria cultural seus pilares fundamentais (ver meus últimos artigos).

Post It...

O fenômeno comemorou sua primeira década no final de 2007. O termo “blog” vem de “weblog”, contração de “web” e “log”, criado por John Barger com o seu pioneiro *Robot Wisdon* em 17 de dezembro de 1997. Em matéria da *Wired* de dezembro de 2007, Barger dá 10 dicas para novos blogueiros. Acho algumas dicas inúteis, mas as replico aqui algumas pela importância histórica do personagem. Para Barger, o melhor período dos blogs (como sempre, o melhor é o que passou!) foi em 1998-1999. Imaginem, logo quando ninguém usava, escrevia ou sabia o que isso significava ou significaria. Aí vão algumas dicas:

> - A true weblog is a log of all the URLs you want to save or share. (So del.icio.us is actually better for blogging than blogger.com.).
> - You can certainly include links to your original thoughts, posted elsewhere / but if you have more original posts than links, you probably need to learn some humility.

> - If you spend a little time searching before you post, you can probably find your idea well articulated elsewhere already.
> - Always include some adjective describing your own reaction to the linked page (great, useful, imaginative, clever, etc.).
> - Credit the source that led you to it, so your readers have the option of “moving upstream”.
> - Re-post your favorite links from time to time, for people who missed them the first time”.

O *post* do *Écrans* de dezembro de 2007, festejando esse aniversário, pergunta a alguns blogueiros como eles definem os blogs. Vejam algumas pérolas respondendo a pergunta “o que é um blog?”:

> - Une feuille blanche. Quotidienne. Addictive., Nicolas Voisin, du blog Politic Show
> - Un blog, c’est comme un très très gros mégaphone, pour dire n’importe quoi, mais à plein de gens d’un coup. Pénélope Jolicoeur, du blog Pénélope Jolicoeur
> - Un blog est un lieu où le personnel va chercher l’universel. Concrètement, on fait semblant de parler de soi pour mieux toucher les autres. Maïa Mazaurette, du blog Sexactu
> - Une façon de trier et développer quelques idées, de les partager et de les enrichir au contact d’amis fidèles mais qu’on n’a pourtant jamais rencontré. Eric Viennot, du blog Y’a pas que les jeux vidéo dans la vie !
> - La mise en application concrète et heureuse de la sérendipité: on y trouve des choses ou des gens passionnants, qui vous bousculent, de manière imprévue, en cherchant autre chose, voire en ne cherchant rien du tout. Nicolas Vanbremeersch, du blog Versac
> - Personnellement c’est ma mémoire, mes marques pages, mes archives personnelles (qui deviennent donc publiques)... Etienne Mineur, du blog Etienne_mineur

Para mostrar que esse não é um fenômeno menor, forneço alguns dados para compreender a sua amplitude. Em dezembro de 2007, *Technorati* contava 112 milhões de blogs. A cada dia, são criados mais de 175 mil novos e produzidos 1,6 milhões de posts (cerca de 18 por segundo). Últimos dados do *State of the Blogsphere* de 2006 indicavam que o número de blogs dobra a cada 5,5 meses e que um blog é criado a cada segundo todo dia. Em relação ao Brasil, estima-se que há entre 3 a 6 milhões de blogueiros/blogs e 9 milhões de usuários (as estatísticas variam muito em fontes como *Ibobe/NetRatings*, *Intel*, entre outras), o que corresponde a quase metade dos internautas ativos no país. Nos EUA, por exemplo, 64% dos adolescentes participam de alguma forma de criação de conteúdo on-line. Os blogs são mantidos por 28% deles, e 39% disponibilizam e compartilham suas próprias criações artísticas on-line (fotos, vídeos, textos, etc.). Os dados são de um estudo de 2006 realizado pelo *Pew Internet & American Life Project*. Matéria do *Estadão On-line* aposta que, em 2012, 25% do conteúdo da internet será criado pelos próprios usuários. Essa é uma das diferenças entre as mídias de função massiva e as mídias de função pós-massiva. Segundo a pesquisa, *"*...as pessoas terão um desejo genuíno não só de criar e compartilhar seu próprio conteúdo, como também de fazer remixagens e mashups, e passá-los adiante em seus grupos – numa forma de mídia social colaborativa (...)*"*. Artigo do francês *Telerama* de fevereiro de 2008 informava que os blogs ultrapassaram o jornal *The New York Times* como fonte para busca das informações mais importantes da atualidade. Segundo o *Telerama*:

> Sur quatre des cinq sujets retenus par les journalistes de l'Associated Press - exceptée la crise des subprimes -, les blogs sont remontés plus hauts que le New York Times dans la page de résultat. Un bémol cependant: la position dans le classement Google varie selon le nombre de liens qui pointent vers votre page. On a donc bien mesuré...

> la popularité des blogs eux-mêmes! Vont-ils pour autant supplanter les sites de presse traditionnels? Rien n'est encore joué

A web 2.0 (blogs, microblogs, podcasts, wiki...) permite ainda agregar mapas, fotos, vídeos e mobilidade aos blogs. Há sistemas que permitem enviar vídeo ao vivo do celular para um blog, como por exemplo *Flixwagon* ou *QIK*. Novos sistemas, como *Seero*, possibilitam o envio de vídeo e áudio, ao vivo, com localização em mapas digitais, direto do celular. Essas novas experiências revelam a ancoragem nos "espaços de lugar", criando a possibilidade de testemunho de acontecimentos, importantes ou banais, ao vivo, de troca de informações para reforço comunitário e para a gestão do tempo e do espaço no quotidiano. Post do *Digital Urban* de abril de 2008 explica o sistema:

> (...) Seero breaks new ground by being the first platform to allow its users to broadcast live and on-location through Google Earth. Viewers can load Seero's global KML feed in GEarth and see the GPS positioning of each broadcaster along with their live video feed. Justin Cutillo, Seero's CEO, describes the new feature: "the end goal is to utilize Google Earth and Seero's broadcasting platform to create an accurate and dynamic representation of what's happening in the world and where it's taking place. It really is one of the moments that you have to take a look at the demo, sit back and then think how amazing is the ability to stream your location, video and sound live to a blog, Google Map or Google Earth. (...)

Política e ativismo

Questões de censura, política e ativismo estão diretamente relacionadas aos blogs. Muitos países reprimem blogueiros e cen-

suram blogs, revelando que a liberação da emissão tem uma forte conexão política. Dar voz a todos (liberação da emissão), permitir o compartilhamento e a troca de informações (conexão) são poderosas ferramentas políticas de transformação da vida social (reconfiguração). Vou citar alguns exemplos. Post do *Global Voices Online* de janeiro de 2008 trazia em destaque a brutal condenação de jornalista à morte por circular um texto encontrado em blog iraniano sobre direito das mulheres e religião:

> The Afghan Association Blog Writers (Afghan Penlog), a community established by a group of Afghan activist bloggers, has expressed deep concern for a young journalist Sayed Parwiz Kambakhsh who was condemned to death by a local court. He has been a reporter for Jahan-e Naw (New World) weekly and a student of journalism at Balkh University. According to Afghan Penlog and international media, Parwez Kambakhsh was detained by the authorities on October 27, 2007 for downloading and distributing an article that he found on an Iranian weblog to friends. It spoke of women's rights Equal-Pay-No-Way, the Quran and the Prophet Mohammed. A local court in northern Afghanistan in Mazar-e Sharif has convicted him to death for the alleged blasphemy.

Ainda no *Global Voices*, post de março de 2008 chamava a atenção sobre a intensa atividade da blogosfera na atual crise do Tibet:

> Just looking for any word from bloggers in the Lhasa area on what the situation is there as of Friday local time; The unrest coincides with the 49th anniversary of the Tibetan people's unsuccessful uprising against the PRC occupation of the former theocracy, and comes the day after what was being called the worldwide Tibetan people's uprising was stopped at the Indian border. Updates will be added here as further blog posts are

> found. The Time China blog brings us one European tourist's writing, photos and video from Lhasa earlier this week.

Matéria da *Folha Online* de novembro de 2007 informava sobre ação de blogueiros contra a tortura no Egito, organizando um festival de filmes sobre o tema:

> Os blogueiros egípcios, muito ativos no combate às violações dos direitos humanos em seu país, querem realizar na internet um festival de vídeo de torturas. O concurso seria realizado em paralelo ao 31º Festival de cinema do Cairo, informou a imprensa da capital egípcia nesta terça-feira. Entre os prêmios da competição estão Chicote de Ouro. Idealizado por um blogueiro chamado Walid, "este projeto de festival paralelo exibirá imagens polêmicas de tortura que teriam sido cometidas pelos serviços de segurança", explicou o jornal egípcio de língua inglesa *The Egyptian Mail.* Os blogueiros egípcios revelaram muitos casos de supostas torturas cometidas por policiais, entre os quais atos de sodomia praticados contra um prisioneiro com um bastão. A cena, filmada com um telefone celular, foi amplamente divulgada na internet, gerando críticas entre os defensores dos direitos humanos e levando à prisão dois policiais (...).

O telefone celular tem sido um instrumento potente na mão dos blogueiros. Por exemplo, SMS e blogs são usados para coordenar protestos no Paquistão, criando formas autônomas e rápidas de organizar manifestações políticas. Vejam trechos do post do *Mobile Active* de novembro de 2007:

> Bloggers, activists and organizers in Pakistan are using SMS - short test messages - to coordinate protests and send updates on the political situation since Pakistani President Pervez Musharraf imposed martial law on November 3. Only 12% of Pakistanis have access to the internet (...) Bloggers in Pakistan report that November 3 had the "highest number" of SMS messages sent -- an average of about 10 per mobile phone.(...) The Aurat Foundation, a women's rights organization in Islamabad, has organized an SMS center to organize protests and send political updates. Members of the network "decided to circulate their message of protest through text messages and work towards the restoration of human rights, the judicial system and the removal of the media blackout amongst other issues". (...) "Recently with help from a number of brilliant technologists around the globe we have enabled LIVE SMS-2-BLOG services allowing citizen reporters in Pakistan to directly update this blog by sending this blog, readers shall now be given live updates from the field as it happens".

O novo fenômeno dos microblogs, como *Jaiku* e *Twitter*, permite um contato mais direto com pessoas de interesses similares. Um post do *Rue 89* de novembro de 2007 analisava os microblogs, as redes sociais e as tecnologias móveis como novas formas de comunicação que poderão, em um futuro próximo, desbancar o e-mail... Ao menos para a geração mais jovem. Isso mostra como o e-mail está associado a formas de comunicação "sedentárias", e como os microblogs e SMS ganham terreno por serem mais rápidos, telegráficos, permitindo o envio em mobilidade. Vejam trechos da matéria do *Rue 89*:

> (...) Je me suis cependant résolu à l'idée que le succès de tous ces autres outils vient du fait que l'e-mail n'est pas parfait. Les messages instantanés, les SMS, les blogs et les micro-blogs, les profils sur les sites de réseaux sociaux compensent les défauts de l'e-mail. (...) Bien

> plus que l'e-mail, tous ces moyens de communication instantanée reproduisent les interactions habituelles des enfants dans la rue ou dans leurs chambres. L'e-mail, en comparaison, peut sembler guindé et laborieux. Ecrire demande de la méthode et du temps, l'e-mail est plus proche de la lettre que de la conversation. Même son temps de diffusion, à peine quelques secondes, est considéré comme terriblement lent (...).

O uso dos blogs é tão intenso que outro post do *Rue 89* de abril de 2008 – que apareceu agora, no momento em que estou escrevendo esse prefácio – aponta para a angústia do blogueiro diante da tela branca, do estresse que a atividade quotidiana cria (mais uma!). Vejam abaixo alguns depoimentos:

> - Je me sens, par exemple, obligée d'alimenter le blog même quand je n'ai pas vraiment le temps (ou des idées de billets). Sinon, les emails commencent à arriver de lecteurs me demandant si tout va bien.
> - Parfois, j'écris un texte tard le soir, en rentrant d'un dîner qui s'est prolongé. Je me défoule, je balance tout ce que j'ai accumulé dans la journée. C'est une catharsis. Le lendemain matin, je me précipite avec angoisse devant mon écran et je découvre avec consternation ce que j'ai écrit la veille.
> - Ma seule souffrance est de ne pas rédiger assez et de me sentir coupable quand je vois les assez nombreuses connections de gens qui viennent vérifier si j'ai du nouveau alors que je n'ai rien fait.

Blogosfera? Leiam o livro!

Os exemplos são inúmeros e aparecem a cada dia. A blogosfera não pára de crescer e me sinto orgulhoso de participar dela, lá se vão

sete anos. Como compreender esse fenômeno sócio-comunicacional de impacto planetário? Os blogs se transformam não só em um objeto fundamental de pesquisa para as ciências sociais, mas também em um poderoso instrumento pedagógico. Vários acadêmicos, e me incluo aqui, usam os blogs para lançar idéias e colher comentários; para criar ambiente de discussão que amplia a sala de aula e permite aos alunos trocar idéias, adicionar comentários; como memória de pesquisa; como obra de arte... Os usos e os tipos são inúmeros e crescem a cada dia.

Não é, como me diziam alguns há sete anos, um fenômeno menor, passageiro, mas sim um verdadeiro sintoma da cibercultura e do desejo de conexão e comunicação permanente. Isso não significa fim de conflitos e problemas. Como mediar o debate sem centralizar o poder? Como criar mecanismos de confiabilidade nas informações e nos comentários sem implementar regimes corporativos esclerosados? Como criar qualidade e tirar o joio do trigo nessa polifonia planetária? Não há respostas simples para essas questões.

O jogo está aberto. O desafio é achar uma saída criativa que evite o pensamento binário e simplório que, por um lado, insiste entre a "mediação" clássica (dos pares, dos editores, dos sábios) e, por outro, no populismo pobre que dá voz a todos sem hierarquias de valores. A riqueza da cibercultura está na criação de ferramentas que potencializam a pluralidade e a democratização da emissão. Mas tudo é virtual e só o debate político poderá atualizar essa dádiva. O atual estado de tensão e complementaridade entre os sistemas massivos e pós-massivos deve amadurecer.

A vida social tira proveito dessa tensão. As pessoas convivem com esse duplo sistema sem muita dificuldade: elas vêem TV e acessam a internet, baixam podcasts e ouvem rádios, lêem críticas dos experts em veículos massivos e acessam blogs de "pessoas comuns" ao redor do globo. A reconfiguração da cibercultura criou um ambiente mais rico, já que hoje, como usuários, temos mais opções de escolha de in-

formação e, pela primeira vez, podemos publicar e distribuir, de forma planetária, conteúdo em forma de áudio, texto, foto, vídeo. E, com os novos dispositivos sem fio, em mobilidade.

O fenômeno dos blogs merece ser estudado, debatido e visualizado em todas as suas facetas. O livro que está em suas mãos tem o mérito de abordar esse fenômeno por todos os ângulos, com rigor e competência. Os artigos tratam de temas fundamentais para a compreensão da blogosfera e são uma contribuição importante para as ciências sociais e a para comunicação em particular. O livro é útil tanto para acadêmicos como para o público em geral.

As organizadoras Adriana Amaral, Raquel Recuero e Sandra Montardo, estudiosas do fenômeno e blogueiras de primeira linha, companheiras de debates em congressos e, claro, em blogs e microblogs, dividem o livro em duas seções que guiam o leitor para o que interessa: uma perspectiva epistemológica, tentando situar os blogs como objeto de pesquisa científica ("seção 1 - definições, tipologias e metodologias"), e uma outra socio-antropológica, dando ênfase aos usos e apropriações da ferramenta ("seção 2 – uso e apropriações"). No seu conjunto, o livro trata de questões conceituais, históricas, políticas, sociológicas, jornalísticas, subjetivas, educacionais, dando um quadro bastante completo do fenômeno, já nascendo como uma referência para professores, pesquisadores e alunos de Comunicação e das Ciências Sociais como um todo.

Gostaria de ressaltar também o cuidado em recuperar não só uma bibliografia internacional (o que todos fazem), mas de prestar atenção e dar o merecido valor aos autores nacionais, aos *papers* apresentados em congressos e aos artigos e livros publicados no país por autores brasileiros. As organizadoras e os respectivos autores mostram que, às vezes, "santos de casa" fazem milagres sim!

Devemos, assim, louvar a iniciativa e congratular os(as) autores(as) pela excelente contribuição acadêmica para a análise desse

fenômeno vivo que cresce diante dos nossos olhos. Cabe ao leitor descobrir. Espero que o livro possa alimentar e criar mais blogs, que os leitores possam postar suas opiniões, críticas e sugestões para que possamos conhecer e circular os novos conhecimento gerado pelo livro.

Montreal, abril de 2008

Introdução

A presente coletânea surgiu de um projeto e de uma inquietação teórica comum às autoras: a pesquisa sobre blogs, seus usos e apropriações no ciberespaço, a partir de perspectivas teórico-metodológicas diferentes e olhares que se aproximam e se distanciam. Nos últimos, anos o número de investigações sobre esse objeto da comunicação mediada por computador cresceu exponencialmente tanto no exterior quanto no Brasil. Apesar disso, até o momento, não existe nenhuma coletânea de artigos em língua portuguesa que trate da diversidade e da riqueza epistemológica proporcionada por essa ferramenta de publicação na web.

Há, até o presente momento em que organizamos este livro, um total de onze dissertações de mestrado e uma tese de doutorado sobre blogs[1] no Banco de Teses e Dissertações da CAPES[2] (esses dados só contemplam até o ano de 2005), sem contar que, após essa data, foram localizadas mais três dissertações e uma tese que descobrimos nos sites dos programas de Pós-Graduação em Comunicação.[3] Temos, assim, um total de dezesseis dissertações e teses (de 2002 em diante), o que indica um interesse crescente pelo tema.

1 Incluímos aqui todas as teses e dissertações, incluindo as áreas de Letras, Psicologia e História. Dentre esses produtos, especificamente produzidos no campo da Comunicação, há quatro dissertações e uma tese.
2 Disponível em: http://servicos.capes.gov.br/capesdw. Acesso em 13/09/2008.
3 Concentramo-nos apenas nos programas da área de Comunicação por ser a área-base desse livro.

Dentro da mesma lógica, percebemos o aumento de eventos acadêmicos específicos sobre o tema, como o *BlogTalk*[4] – que acontece desde 2003 –, o ICWSM, *International Conference on Weblogs and Social Media*[5] – que acontece desde 2004 – e o Encontro Nacional e Luso-Galaico sobre Weblogs,[6] que ocorre anualmente em Portugal. No Brasil, o evento Blogs: Redes Sociais e Comunicação Digital, ocorrido em duas edições na Feevale, em 2007, e, em 2008, reuniu pesquisadores em grupos de trabalho e palestras. Este livro é reflexo da pluralidade de teorias e metodologias a respeito do objeto blog. Partimos de uma divulgação de c*all for papers* para o livro em nossos blogs pessoais e em listas como a da Aoir (*Association of Internet Researchers*),[7] Compós (Lista de discussão da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação),[8] a da ABCiber[9] (Lista de discussão da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura) e a da Cibercultura[10] (Lista de discussão sobre Cibercultura da UFBA), entre outras.

Ao todo, recebemos 24 artigos, todos inéditos, de pesquisadores de vários lugares e instituições do Brasil[11] e do exterior, dos quais, por questões de critério editorial, tivemos que optar por apenas 12. Quando observados em conjunto, os textos ofereciam uma miríade de conceitos e de definições de blogs, bem como diferentes interpretações quanto a seu histórico. Provavelmente, isso se deve à falta de um consenso sobre os blogs, que, paradoxalmente, são consistentes enquanto suporte de comunicação mediada por computador e, por isso,

4 http://blogtalk.net/. Acesso em 13/09/2008.
5 http://www.icwsm.org/2009/index.shtml. Acesso em 13/09/2008.
6 http://shire.icicom.up.pt/3encontro/index.php. Acesso em 13/09/2008.
7 Disponível em: http://listserv.aoir.org/listinfo.cgi/air-l-aoir.org.
8 Disponível em: http://groups.yahoo.com/group/Compos.
9 Disponível em: http://tech.groups.yahoo.com/group/associacao_cibercultura.
10 Disponível em: http://www.listas.ufba.br/mailman/listinfo/cibercultura. Acesso em 14/09/2008.
11 Uma questão interessante observada ao longo da organização do livro, está no fato de que uma boa parte dos pesquisadores que tratam do objeto blog, possuírem um; seja ele de uso pessoal ou acadêmico. A lista de blogueiros pesquisadores em comunicação do Brasil elaborada por Rogério Christofoletti nos apresenta mais de 100 links (disponível em http://monitorando.wordpress.com/2007/07/30/lista-de-pesquisadores-blogueiros), que na seqüência criou uma lista similar incluindo os portugueses (disponível em http://monitorando.wordpress.com/2007/09/09/lista-lusofona-de-blogs-de-pesquisadores-em-comunicacao).

resistiram ao desafio da obsolescência tecnológica e são relativamente recentes como objeto de estudo. Como resultado desse quadro, tem-se a fragmentação das tentativas de sua sistematização formal em vários campos de estudo.

Percebe-se, com isso, a versatilidade do blog em ser apropriado para as mais variadas tarefas como a principal justificativa para a sua surpreendente permanência na web depois de mais de uma década de seu surgimento. Deve-se concordar que dez anos é uma eternidade quando se trata de tecnologia web. Porém, essa longevidade torna-se compreensível quando combinada com a necessidade de socialização do ser humano. Quanto a isso, ainda que se entenda a impossibilidade de tomar a materialidade de uma tecnologia isoladamente de seus usos, observa-se que estes últimos se oferecem em um espectro mais diverso do que as alterações tecnológicas dos blogs nesse período.

Por isso, optamos por abrir este livro com uma retomada do histórico dos blogs, seguida de uma discussão conceitual a respeito dos mesmos, como estratégia de leitura para acolher os diversos pontos de vista presentes nos artigos selecionados. Essa decisão deve ser entendida não como a ilusão de sermos definitivas sobre o tema, mas com o propósito de um alinhamento histórico e conceitual do estudo sobre blogs no marco de seus primeiros dez anos de existência.

Dividimos a obra em duas seções. A primeira delas concentra os artigos que tratam do objeto a partir de conceitualizações, sejam elas histórico-diacrônicas ou estruturais, antropológicas, discursivas, sociológicas, entre outras, além de propostas de tipologias e de metodologias para o seu estudo empírico e a constituição da chamada blogosfera. Observa-se o estado da arte da pesquisa sobre blogs e análises de como eles representam a escrita de si e até mesmo como elemento “despersonalizado” e voltado meramente para as questões mercadológicas nos contextos publicitários e de marketing. A questão do feminino nos blogs e o estado da blogosfera alemã também estão presentes nessa primeira parte.

Já na segunda seção, predominam as práticas, usos e apropriações dos blogs, sejam eles da ordem do ativismo político, da educação, do jornalismo e no que se refere à busca e organização das informações. Discussões como as aplicações dos blogs no contexto da web 2.0 e as relações com as tecnologias móveis encerram esse panorama, do qual emerge um amplo espectro de questões, como mudanças nas rotinas de produção jornalísticas, relações e práticas de sociabilidade, subjetividade, afetos e construções de identidade e gênero, analisadas sob um prisma comunicacional.

De forma alguma, os textos que estão nesta coletânea apresentam-se como definitivos, mas nos dão algumas pistas sobre a compreensão do objeto blog como um importante elemento no amplo universo de fenômenos emergentes da cibercultura. Por fim, gostaríamos de indicar que as discussões aqui iniciadas podem se desdobrar na web através do blog do livro, disponível em http://www.sobreblogs.com.br.

As organizadoras,
Setembro de 2008

SEÇÃO I

BLOGS:

definições, tipologias e metodologias

Blogs:
mapeando um objeto

A idéia de organizar um livro sobre blogs no Brasil partiu da constatação de que aqui ainda não tínhamos uma publicação que fosse, ao mesmo tempo, específica sobre o tema e que contemplasse, se não todos, muitos dos aspectos que caracterizam sua abrangência. Esses aspectos podem ser observados em termos das diferentes abordagens dispensadas aos blogs como objeto de pesquisa que, por sua vez, em parte, estão estreitamente ligados aos usos que se faz destes.

Este capítulo faz parte de uma estratégia de definição do objeto em questão. Os blogs são tratados, pelos autores deste livro, dos mais diversos pontos de vista e fundamentações teóricas. Para preparar estas leituras, mapeamos os estudos sobre blogs neste capítulo inicial. Buscamos, assim, apontar caminhos para a pesquisa com essa ferramenta. Iniciaremos com uma breve história do termo, seguida por uma discussão em torno dos conceitos de blogs mais utilizados. Depois, descreveremos alguns dos aspectos mais freqüentes na literatura especializada e mapearemos algumas das várias vertentes de estudos a respeito do tema no Brasil e no mundo.

Para auxiliar este capítulo, e, para ser lido como ferramenta anexa, construímos, paralelamente e de forma colaborativa, um índice de artigos escritos sobre blogs no Brasil. Tal arquivo[1] visa também servir

1 Disponível em http://pontomidia.com.br/wiki/doku.php?id=blogbrasil. Acesso em 10/01/2008.

como guia e mostrar um pouco daquilo que já foi produzido sobre o assunto no país, além de auxiliar no mapeamento realizado neste capítulo.

Um breve histórico dos blogs

O termo "weblog" foi primeiramente usado por Jorn Barger, em 1997, para referir-se a um conjunto de sites que "colecionavam" e divulgavam links interessantes na web (Blood, 2000), como o seu *Robot Wisdom*. Daí o termo "web" + "log" (arquivo web), que foi usado por Jorn para descrever a atividade de "*logging the web*". Naquela época, os weblogs eram poucos e quase nada diferenciados de um site comum na web. Talvez por conta dessa semelhança, autores como David Winer[2] considerem como o primeiro weblog o primeiro site da web,[3] mantido por Tim Berners-Lee, no CERN. O site tinha como função apontar todos os novos sites que eram colocados no ar.

Foi, no entanto, o surgimento das ferramentas de publicação que alavancou os weblogs. Em 1999, a *Pitas* lançou a primeira ferramenta de manutenção de sites via web, seguida, no mesmo ano, pela *Pyra*, que lançou o *Blogger*. Esses sistemas proporcionaram uma maior facilidade na publicação e manutenção dos sites, que não mais exigiam o conhecimento da linguagem HTML e, por isso, passaram a ser rapidamente adotados e apropriados para os mais diversos usos. Além disso, a posterior agregação da ferramenta de comentários aos blogs também foi fundamental para a popularização do sistema.

Ainda em 1999, Cameron Barrett, do *Camworld*, escreveu um dos primeiros ensaios a respeito do formato, denominado "Anatomia de um weblog" (Blood, 2000). Outros fatos que popularizaram os blogs foram tanto a escolha de "weblog" como a palavra do ano pelo

2 http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOfWeblogs. Acesso em 12/01/2008.
3 http://info.cern.ch, Acesso em 12/01/2008.

Merriam-Webster`s Dictionnary, em 2004, com a compra do *Blogger* pelo *Google* no mesmo ano, o que pode ser percebido como indícios da consagração dos blogs na época.

Uma das primeiras apropriações que rapidamente se seguiu à popularização dos blogs foi o uso como diários pessoais, documentado por vários autores (vide Carvalho, 2000; Lemos, 2002; Rocha, 2003; Miura e Yamashita, 2007). Esses blogs eram utilizados como espaços de expressão pessoal, publicação de relatos, experiências e pensamentos do autor. Ainda hoje, o uso do blog como um diário pessoal é apontado por muitos autores como o mais popular uso da ferramenta (vide, por exemplo, Oliveira, 2002; Herring, Scheidt, et al., 2005; Schmidt, 2007).

Feitas essas breves considerações sobre a origem dos blogs e seus primeiros desdobramentos, importa analisar e problematizar as definições e os conceitos referentes a essa ferramenta. O próximo item trata desse ponto.

Definições e Conceitos de blogs

Por conta desses usos tão variados, os blogs foram inicialmente definidos como uma ferramenta de publicação que constituía um formato muito particular. Essa definição, que chamaremos de **estrutural**, foi baseada na estrutura da publicação resultante do uso do blog e é bastante comum. Blood (2002), por exemplo, explica que o que os vários usos têm em comum é o formato, constituído pelos textos colocados no topo da página e freqüentemente atualizados, bem como a possibilidade de uma lista de links apontando para sites similares. Tal percepção vai constituir um blog como uma estrutura característica em um website. Schmidt (2007) explica que blogs são:

> Websites freqüentemente atualizados onde o conteúdo (texto, fotos, arquivos de som, etc) são postados em uma base regular e posicionados em ordem cronológica reversa. Os leitores quase sempre possuem a opção de comentar em qualquer postagem individual, que são identificados com uma URL única.[4]

A quantidade de elementos da definição é variada. Nem todos os autores referem-se à ferramenta de comentários como essencial à definição de um blog, por exemplo. Uma definição mais popular é aquela que aponta para o blog a partir da presença de textos organizados por ordem cronológica reversa, datados e atualizados com alguma freqüência (Herring, Kouper, Scheidt e Wright, 2004; Blood, 2002; Nardi, Schiano e Gumbrecht, 2004). O critério da freqüência também é igualmente discutido. Blood (2002) pergunta-se quanto um site deva ser atualizado para que se constitua em um weblog. Do mesmo modo, poderíamos perguntar se um blog que deixa de ser atualizado, apesar de persistir existindo na web, deixa de ser um blog. Talvez por conta dessa discussão, diversos autores optem por simplificar ao máximo a concepção da estrutura de um blog. Gilmor (2004), por exemplo, foca a estrutura apenas a partir da presença de links e dos textos curtos (posts) publicados em ordem cronológica reversa. Barbosa (2003) propõe, através do conceito estrutural ainda, a visão do blog como uma ferramenta que facilita a publicação pessoal, anexando à estrutura o caráter da pessoalidade.

Outro grupo de autores defende o conceito que chamaremos funcional. Esses autores vêem os weblogs a partir de sua função primária como meio de comunicação (por exemplo, vide Pedersen e Macafee, 2007). Marlow (2004), outro exemplo, considera weblogs uma mídia, que difere das demais pelo seu caráter social, expresso através do seu

4 Tradução das Autoras: "frequently updated websites where content (text, pictures, sound files, etc.) is *post*ed on a regular basis and displayed in reverse chronological order. Readers often have the option to comment on any individual *post*ing, which is identified by a unique URL" (Schmidt, 2007). Disponível em: http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/schmidt.html. Acesso em 04/02/2008.

caráter conversacional tanto dos textos publicados quanto pelas ferramentas anexadas e que hoje são características dos sistemas, como os comentários. "Weblogs constituem uma conversação massivamente descentralizada onde milhões de autores escrevem para a sua própria audiência" (Marlow, 2004:3).[5] Para esses autores, o blog é mais do que uma ferramenta de publicação caracterizada pelo seu formato: é uma ferramenta de comunicação, que é utilizada como forma de publicar informações para uma audiência.

Em ambas as definições, vemos a noção do blog como uma ferramenta capaz de gerar uma estrutura característica, constituída enquanto mídia, ou seja, enquanto ferramenta de comunicação mediada pelo computador. A percepção do blog como ferramenta é, no entanto, propositalmente genérica, pois objetiva abranger todos os usos que alguém pode fazer do sistema, que são classificados como gêneros por diversos autores.

Uma outra definição conceitual sobre os blogs tende a compreendê-los como artefatos culturais (Shah, 2005). Essa percepção, advinda de um olhar antropológico e etnográfico, "representa a oportunidade de uma aproximação do contexto sócio-histórico de apropriação dos artefatos tecnológicos a partir do olhar subjetivo dos próprios atores que inter-atuam com as TICs"[6] (Espinosa, 2007:272).

> **Um artefato cultural, para evitar qualquer confusão, pode ser claramente definido como um repositório vivo de significados compartilhados produzido por uma comunidade de idéias.**[7] Um artefato cultural é um símbolo de comunhão (no sentido não-violento, não religioso da palavra). Um artefato cultural se torna infinitamente mutável e gera muitas auto-referências

5 Tradução das Autoras: "Weblogs are a massively decentralized conversation where millions of authors write for their own audience" (Marlow, 2004:3).
6 Tradução das Autoras: "representa la oportunidad de un acercamiento al contexto socio-histórico de apropiación de los artefactos tecnológicos, desde la mirada subjetivada de los propios actores que interactúan con las TIC (Espinosa, 2007:272).
7 Grifo do texto original.

> e narrativas mutuamente definidoras mais do que cria uma narrativa mestra linear. (…) [sua legitimação se dá] pelas práticas vividas das pessoas que os criaram (Shah, 2005).[8]

Segundo o autor, que estudou os usos e apropriações dos blogs de pornografia pelas mulheres indianas, as motivações dos blogueiros podem revelar muito da própria significação da ferramenta: "Blogs, se observados enquanto artefatos culturais, podem revelar diferentes idéias de por que as pessoas blogam e quais são os motivos do meio – ciberespaço – que eles herdaram"[9] (Shah, 2005).

Essas três opções conceituais auxiliam-nos a compreender como os weblogs são, atualmente, compreendidos pela literatura especializada. Como artefatos culturais, eles são apropriados pelos usuários e constituídos através de marcações e motivações. Além disso, perceber os blogs como artefatos indica também a sua percepção como *virtual settlement* (Jones, 1997), uma vez que são eles o repositório das marcações culturais de determinados grupos e populações no ciberespaço, nos quais é possível, também, recuperar seus traçados culturais. Como meios de comunicação, os weblogs são compreendidos por meio de sua função comunicativa e dos elementos que dela decorrem. A própria Rebecca Blood (2002), em uma das primeiras obras a respeito dos blogs, explica que a apropriação deles focou o uso do sistema também como forma de conversação. A percepção dos blogs como espaços de sociabilidade, como constituintes de redes sociais, está presente nessa vertente. Blogs como meios de comunicação implicam também

8 Tradução das Autoras: "**A cultural artefact, to avoid any confusion, can be clearly defined as a living repository of shared meanings produced by a community of ideas.** A cultural artefact is a symbol of communal (in the non-violent, non-religious sense of the word) belonging and possession. A cultural artefact becomes infinitely mutable and generates many self-referencing and mutually defining narratives rather than creating a master linear narrative but by the lived practices of the people who create it" (Shah, 2005). Disponível em: http://www.cut-up.com/news/detail.php?sid=413. Acesso em 05.09.2007.

9 Tradução das Autoras: "Blogs, if looked upon as cultural artefacts, can reveal different ideas as to why people blog and what are the motifs of the medium – cyberspace - that they inherit" (Shah, 2005).

sua visibilidade enquanto meios de práticas jornalísticas, seja através de relatos opinativos, seja através de relatos informativos. No conceito estrutural, por outro lado, permite apreender-se o blog enquanto formato, abrindo-se para múltiplos usos e apropriações.

Em busca de uma maior clarificação do blog como objeto de pesquisa, discutiremos, a seguir, alguns dos elementos mais focados pela literatura a seu respeito.

A questão da personalização

Efimova e Hendrick (2005) discutem a questão da definição estrutural dizendo que, apesar de definidos a partir de sua estrutura, os autores dos blogs também especificam o que faz de um blog uma forma diferenciada de publicação na web. Essa característica é apontada pelos autores como voltada para a personalização do espaço do blog. No mesmo sentido, Trammell e Keshelashvili (2005), apesar de reconhecer que o blog é, muitas vezes, definido a partir de sua estrutura, discutem que, a partir de sua vocação midiática, o blog é uma personalização de seu autor que é expressa a partir de suas escolhas de publicação.

Assim, apesar de não podermos considerar os blogs unicamente como diários pessoais, há, em sua apropriação, um forte elemento de personalização. Blood (2000) aponta, por exemplo, que mesmo os blogs originais, que compreendiam sites focados em links eram, de alguma forma, personalizados. “Cada um era uma mistura em proporções únicas de links, comentários ensaios e pensamentos pessoais”.[10] Efimova e Hendrick (2005), por outro lado, explicam que os blogs são formas de publicação que fortalecem a expressão individual em pú-

10 Tradução das autoras: “Each was a mixture in unique proportions of *links*, commentary, and personal thoughts and essays”. (Blood, 2000). Disponível em: http://rebeccablood.net/essays/weblog_history.html. Acesso em 04/03/2008.

blico. Essa expressão individual é tomada como uma qualidade da apropriação: blogs são pessoais. Eles permitem que as pessoas expressem opiniões, construam textos individualísticos e proporcionem um "espaço pessoal protegido" (Gumbrecht, 2004). Nesse sentido, Efimova e Hendrick (2005) apontam para o fato de que blogs são formas de publicação diferenciadas porque se tornam uma forma de apropriação do ciberespaço como modo de expressar a identidade de seus autores.

> Weblogs estão se tornando de forma cada vez maior, nas identidades on-line de seus autores. A maioria dos weblogs não são formais, sem face, sites corporativos ou fontes de notícias: eles são autorais por indivíduos (conhecidos como blogueiros), e percebidos como 'vozes pessoais não-editadas.[11]

Os autores compreendem que os blogs, mesmo aqueles que não têm como característica a expressão da opinião do autor, são personalizados. *"*Até mesmo weblogs que não passam de uma coleção de links e de comentários curtos dizem algo sobre os seus autores*"* (Efimova e Hendrick, 2005).[12] Essa percepção do blog como um espaço que é imbuído da personalidade de seu autor é bastante recorrente na literatura. Rocha (2003) aponta o blog como um espaço de expressão dos sentimentos, que poderia ser percebido como outra forma de constituição da personalização. Blogs, assim, não são apenas ferramentas caracterizadas pelo seu produto: são formas de publicação apropriadas pelos seus usuários como formas de expressão.

Mesmo os blogs que não são especificamente opinativos con-

11 Tradução das autoras: "Weblogs are increasingly becoming the on-line identities of their authors. Most weblogs are not formal, faceless, corporate sites or news sources: they are authored by individuals (known as webloggers or bloggers), and perceived as 'unedited personal voices'" (Efimova e Hendrick, 2005:2). Disponível em: https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-46041. Acesso em 20/01/2006.
12 Tradução das autoras: "Even weblogs that are little more than collections of links and short commentaries say something about their authors" (Efimova e Hendrick, 2005:2).

têm na sua escolha de links, de textos para publicar etc., seu autor espelhado nessas escolhas. A partir da compreensão do blog como um espaço pessoal, ele é também compreendido como uma escrita íntima (Schttine, 2004; Silva, 2006) e um espaço de **narrativa de si** (Lemos, 2002, Carvalho, 2002; Sibilia, 2003, 2004; Herring, Scheidt, Bonus e Wright, 2004). Essa narrativa é constituída diante de um espaço público, um espaço de vigilância (Sibilia, 2004; Bruno, 2005). Essa vigilância, compreendida como a consciência da observação do weblog como espaço pessoal e da construção das impressões que o blogueiro deseja expor para sua audiência, também são aspectos do estudo da personalização dos weblogs.

Conforme aponta o estudo de Amaral e Quadros (2006), a relação blogueiros-audiência e a visibilidade do autor do blog podem gerar "conflitos semelhantes aos enfrentados por artistas e/ou pessoas que ganham notoriedade, aqui relacionados à cobertura da prensa rosa e aos comentários anônimos enviados aos blogs", além de distúrbios nas comunidades blogueiras e webrings (Recuero, 2003), gerados por *trolls*[13] e *cyberstalkers*, em práticas de xingamentos e *flamming*,[14] na tentativa de legitimação de sua participação no debate online (Donath, 1999). A questão da audiência também está presente na análise do papel dos *lurkers* – os que visitam um determinado blog, mas não comentam ou participam – elaborada por Ferreira e Vieira (2008).

Estudos sobre usos dos blogs

Independentemente de os blogs serem interpretados sob um viés estrutural, funcional ou como artefato cultural, eles consistem em su-

13 "Os trolls constituem tanto uma persona que causa distúrbio às relações sociais como podem, a partir de suas acusações, gerar debates que garantem a participação de um maior número de participantes, assim como podem atrair ainda mais trolls" (Amaral e Quadros, 2006). Disponível em: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n53/amaralquadros.html. Acesso em 02/02/2008.

14 "*Flamming* é o ato de *post*ar mensagens que são deliberadamente hostis e insultos, usualmente no contexto social de um grupo de discussão (geralmente na internet)". Disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/Flaming. Acesso: 08/01/2006.

portes para a comunicação mediada por computador, ou seja, permitem a socialização on-line de acordo com os mais variados interesses. O caráter fragmentário dos estudos sobre blogs se reflete no fato de que a maioria das publicações sobre blogs os trata a partir de abordagens específicas e tem sido feita sob forma de artigos.

Há, também, as coletâneas de artigos sobre o tema ou livros que levantam questões gerais sobre blogs. Exemplos desse tipo de publicação têm sido lançados recentemente e muitas delas, como se pode notar, apelam para a alteração que os blogs impingem às comunicações, enfatizando-se o aspecto "revolucionário" dos blogs e de seus usos em seus títulos. Em 2002, Blood e outros autores participam da coletânea *We've Got blog: how weblogs are changing our culture*. Já Biz Stone é autor de *Who let the blogs out?: A hyperconnected peek at the world of weblogs,* publicado em 2004. *Blog! How the newest media revolutions is changing Politics, Business and Culture*, de Kline et al., foi lançado em 2005 nos Estados Unidos. Axel Bruns e Joanne Jacobs, que atuam na Austrália, lançaram, em 2006, *Uses of blogs*, reunindo vinte e dois artigos sobre a ferramenta. No mesmo ano e com o mesmo propósito, José Luis Orihuela lança *La revolución de los blogs* na Espanha. Também em 2006, mas em Portugal, foi lançado *Blogs e a fragmentação do espaço público* de *Catarina Rodrigues*,[15] que traz um apanhado geral sobre as características da ferramenta, porém enfatizando os usos jornalísticos e participativos. Já em 2007, Orihuela se junta a outros (Orduna, Alonso, Antunes, Varela) e lança em português *Blogs: revolucionando os meios de comunicação,* cuja ênfase é dada ao jornalismo participativo e ao uso empresarial dos blogs. Outra tradução lançada em 2007 no Brasil é *Blog: entenda a revolução que vai mudar o seu mundo*, do norte-americano Hugh Hewitt.

Outro aspecto decorrente da apropriação dos blogs como ferramenta de comunicação é a **constituição de estruturas sociais**.

15 O livro também está disponível em: http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/pdfs/rodrigues-catarina-blogs-fragmentacao-espaco-publico.pdf. Acesso em 22/02/2008.

Compreendendo os blogs como ferramentas de comunicação e, conseqüentemente, de interação social, diversos autores vão analisar os blogs a partir das redes sociais constituídas através das trocas de comentários e links, percebidos como interação social (Ali-Hasan e Adamic, 2007; Marlow, 2006; Mishne e Glance, 2006; Recuero, 2003). Weblogs, assim, são ferramentas de publicação que possuem também um impacto social, auxiliando na construção de estruturas sociais por meio das trocas de comentários (Mishne e Glance, 2006) e conversações (Efimova e De Moor, 2005). Essas trocas de links entre blogueiros, que podem acontecer nos comentários, nos blogrolls e mesmo nos textos das postagens, são frequentemente analisadas como conversação (Efimova e De Moor, 2005; Primo e Smaniotto, 2005). Essas conversações podem, assim, ser indicativos de capital social, de comunidades virtuais (Herring et al., 2005; Merelo-Geurvos, Prieto, Rateb, e Tricas, 2004) e webrings (Recuero, 2003) etc.

Pesquisas têm sistematicamente apontado para o fato de os weblogs valorizarem bastante os comentários recebidos e que essa presença pode ser fundamental para que se continue a postar (Miura e Yamashita, 2007; Nardi et al., 2004). Esses apontamentos podem mostrar que os comentários são elementos significativos da cultura dos blogs, e que são, se não essenciais, muito importantes como elementos de motivação para os blogueiros e fundamentais como ferramentas de interação social.

O estudo dos blogs como constituintes de estruturas sociais também engloba o estudo dos fluxos de informação nesses sistemas. A troca de links entre blogueiros pode construir blogs muito populares, cuja divulgação de informações impacta a rede. Esses estudos também focam nos usos dos blogs como ferramentas de publicação e os tipos de informação que são trabalhados entre os blogueiros.

Adar e Adamic (2005) e Gruhl et al. (2004), por exemplo, procuraram compreender como os padrões de linkagem poderiam auxiliar

na previsão do caminho do fluxo de informação. Ali-Hasan e Adamic (2007) e Kumar et. al. (2003) mostraram que os blogueiros estão freqüentemente envolvidos em grupos pequenos em que leitores e comentadores dividem interesses similares. Muitos dos estudos dos fluxos de informação estão também relacionados com a propagação de memes[16] (Adar et al., 2004; Halavais, 2004), ou seja, a propagação de pequenos pedaços de informação blog a blog. O estudo dos fluxos de informação também é direcionado a partir dos estudos de motivações dos blogueiros na publicação das informações (Nardi et al., 2004).

Já as relações entre blogs e jornalismo no Brasil encontram-se entre as mais profícuas nos estudos sobre blogs. Talvez devido a isso, a maioria dos artigos recebidos para publicação deste livro se ateve a essa relação. Sobre a discussão a respeito de produção, edição e distribuição de notícias em blogs e suas conseqüências, bem como sobre aspectos discursivos da mesma, ver Matheson (2004), Singer (2005), Garnieri (2006), Christofolleti e Laux (2006), Quadros, Vieira e Rosa (2005), Quadros e Sponholz (2006), Cunha (2006, 2008), Primo e Träsel (2006), Storch (2007), Escobar (2006) e Vieira (2007).

Sob o enfoque do jornalismo, também foram feitos estudos sobre coberturas de guerra. Destes, pode-se destacar Recuero (2003), que tratou dos blogs na Guerra do Iraque. Em 2005, foi publicado *Baghdad burning: girl blog from Iraq,* de autoria de Riverbend. O livro consiste no testemunho de uma jovem também na zona de Guerra do Iraque durante sua ocupação pelos Estados Unidos e ganhou um importante prêmio de Jornalismo Literário (Lettre Ulisses Award). Matthew Burden lançou *The blog of war: front-line dispatches from soldiers in Iraq and Afghanistan* em 2006. Especificamente sobre a Guerra do Afeganistão, foi lançado, em 2007, *Captains blog: the chronicles of my afghan vacation*, por Mark Bromwich. O livro traz as postagens feitas por um soldado no Afeganistão em um blog. Ainda que não tenha sido feita

16 O conceito de "meme" foi cunhado por Richard Dawkins em seu livro "O gene egoísta". Para o autor, o meme é análogo ao gene e propaga-se mente e mente.

por um jornalista, esse blog tem a função de informar sobre o mundo da guerra.

Os blogs de guerra são percebidos por Perlmutter (2008) como um novo campo de batalha político. Dentro dessa esfera, Aldé e Chagas (2005) e Aldé, Chagas e Escobar (2007) investigam as questões políticas nos blogs jornalísticos. Os blogs como espaço de discussão política são o tema de Davis (2005) e Bahnisch (2006) e também foram abordados, de uma perspectiva de rede, por Adamic e Glance (2005), que estudaram os blogs nas eleições americanas de 2004. Bolaño e Brittos (2008) realizaram uma abordagem dos blogs brasileiros nas eleições de 2006, mas a partir da perspectiva teórico-metodológica da economia política da Comunicação.

Outra área bastante profícua é a da utilização dos blogs pelas organizações. Nesse sentido, pode-se indicar, no mínimo, três tipos de usos de blogs. Um é o que se dá com **fins institucionais**, sendo que uma variedade de práticas pode ser empreendida com o que se convencionou chamar de blogs corporativos. Segundo Cipriani (2006), os blogs corporativos permitem uma maior interatividade e instantaneidade na comunicação da organização com os públicos interno (colaboradores, acionistas) e externo (fornecedores, clientes finais, possíveis investidores) da organização. Pode-se dizer que o objetivo do blog em todas as suas aplicações é possibilitar o diálogo mais informal entre a organização e o seu público, conferindo transparência a essa relação (Cipriani, 2006; Scoble e Israel, 2006; Efimova e Grudin, 2007; Terra, 2008).

Um segundo tipo é o que atende a fins promocionais das organizações, como a utilização dos blogs como método de pesquisa mercadológica junto ao público e a criação de blogs para promover determinados produtos e serviços como, por exemplo, a ação de marketing viral em blogs. Gardner (2005), Wright (2005), Bly (2007), Jennings (2007) e Brown (2008) são referências importantes quanto a essa abordagem.

Finalmente, o terceiro foco de análise dessa área é aquele que busca na proliferação dos blogs uma oportunidade de tomá-los como objetos de percepção e análise de risco para imagem das organizações, com a elaboração de ontologias em torno do negócio do ou das áreas de interesse do cliente. Sabe-se que uma busca mais eficiente do que a dos motores de busca convencionais permite o rápido acesso sobre o que está sendo dito em blogs a respeito das organizações e, conseqüentemente, possibilita a tomada de decisão por parte desta. Sobre esse tema, ver Carvalho et al. (2006), cuja pesquisa está em andamento. No mesmo sentido, mas não necessariamente com o mesmo método, encontra-se a contribuição de Berkman (2008) intitulada *The art of strategic listening*: *finding market intelligence in blogs and social media.*

Já foram apontados anteriormente estudos relativos ao padrão de linkagem entre blogs, de distribuição de informação nos mesmos, bem como de questões referentes à formação de comunidades virtuais em blogs. Cabe ressaltar agora algumas aplicações deste último campo de estudos. Alguns estudos privilegiam aspectos sócio-demográficos na blogosfera, com destaque para questões de gênero e de idade dos blogueiros (Pedersen, Macafee, 2007; Schler et al., 2005; Nowson, Oberlander, 2006; Schmidt, 2007; Herring, Scheidt e Wright, 2004; Huffaker e Calver, 2005).

As questões de gênero e de identidade em blogs também surgem sob a perspectiva dos Estudos Culturais, das mediações e das interações simbólicas (Herring, Scheidt e Wright, 2004; Herring et al. 2005; Hawkins, 2005; Gregg, 2006; Braga, 2004, 2007a, 2008; entre outros). *We are iran: the persian blogs*, de Nasrin Alavi (2005), chama a atenção de estudo para a questão da identidade. Nota-se que as práticas subculturais são terreno fértil para serem examinadas em blogs. Ainda que enfatizando a perspectiva das redes sociais, Recuero (2005) apresentou estudo sobre as redes formadas a partir de comu-

nidades de blogs pró-anorexia e pró-bulimia. Hodkinson (2006) analisa a comunicação e a sociabilidade da subcultura gótica na blogosfera inglesa; Ferreira, Vieira e Rigo (2007) descrevem os usos dos blogs dos EMOs brasileiros em seu discurso e visual; Amaral (2007b) comenta sobre as práticas de blogagem da subcultura electro-industrial associadas a outras plataformas de distribuição de música. Mesmo dentro do âmbito dos que analisam a blogosfera netpornográfica (Shah, 2005; Messina, 2006; Amaral, 2007a; Jakubowski, 2008a, 2008b) há distinções. Um uso apontado por Vieira (2006) descreve a representação da vida das pessoas que morreram e tiveram seus blogs atualizados por membros da família e amigos.

O cruzamento entre blogs e literatura aparece nas pesquisas de Prange (2002), Fernandes (2005), Paz-Soldan (2005), Cortes-Hernandéz (2006), Di Luccio e Nicolaci-da-Costa (2007), Casciari (2007) e Vidal, Azevedo e Aranha (2008).

Outros usos analisados apontam para os blogs como forma híbrida de entretenimento, divulgação de informação e de marketing, como no caso dos blogs de música (Jennings, 2007), blogs de moda (Amaral, Ferreira e Vieira, 2007; Ferreira, 2007) e o blog mesmo como ferramenta produtora de moda (Ferreira e Vieira, 2007).

Uma outra vertente mostra como a utilização de blogs por Pessoas com Necessidades Especiais (PNE) vem crescendo. Quanto às possibilidades tecnológicas apresentadas pelos blogs para o desenvolvimento dessas pessoas a partir da socialização, bem como suas limitações em função da falta de acessibilidade dessas ferramentas, vale destacar Goggin e Noonan (2006) e Bez, Montardo e Passerino (2008). A socialização on-line em blogs de familiares de PNE, que neles discutem sobre tratamentos, angústias e vitórias na educação de seus filhos, pode ser vista em Montardo e Passerino (2008).

Também são freqüentes as investigações sobre a utilização dos blogs em Educação. Já entre os primeiros trabalhos publicados so-

bre usos de blogs no Brasil, por exemplo, encontram-se estudos que estabelecem essa relação (Barbosa, 2003; Gutierrez, 2003, por exemplo). De maneira geral, os estudos tomam os blogs na sua dimensão pedagógica, como um instrumento no Ensino Básico, Médio e Superior. Em Penrod (2007), Piontek (2008), Richardson (2006), Farmer (2006), Burgess (2006), Gutierrez (2005) e Hendron (2008) encontram-se questões relativas a esse aspecto em diferentes acepções. Já os blogs como espaço de discussão acadêmica e divulgação científica são o objeto de estudo de Halavais (2006) e Walker (2006).

Embora não ancorado em uma perspectiva pedagógica, mas sim sociológica, Gomes (2007) traz os blogs como pano de fundo para a questão do conhecimento e da complexidade.

Na direção da articulação entre blogs e tecnologias móveis, destacam-se os estudos de Lemos e Novas (2005), Pellanda (2005, 2006) e Silva (2007a, 2007b). Tais trabalhos atentam para a construção dos blogs como espaços móveis, que podem ser acessados e constituídos independentemente do espaço físico e que podem, ainda, auxiliar nas reconstruções desses espaços.

Outro ponto fundamental quanto à investigação sobre blogs é a metodologia utilizada para sua apreensão como objeto de estudo. Sobre diferentes aplicações nesse sentido, a próxima seção indica algumas abordagens pertinentes.

Metodologias para o estudo dos blogs

Devido à complexidade e amplitude do fenômeno, as questões de ordem metodológica na condução de investigação sobre blogs também têm aparecido constantemente nos debates acadêmicos. Uma variada gama de propostas metodológicas destaca-se nos estudos, como em Blumenthal (2005), que apresenta o uso de uma metodologia *"*open source*"*; Boyd (2006), que indica uma metodologia de cunho reflexivo;

e mesmo através da aplicação de ferramentas como o *Google PageRank* (Kirchhoff, Bruns, Nicolai, 2007). Um rastreamento e a análise de algumas metodologias mais utilizadas foram levantadas por Quadros (2007).

Uma perspectiva utilizada por muitos autores é a netnografia (Hine, 2000, 2005; Kozinets, 2002, 2007), como uma adaptação do método etnográfico para os ambientes on-line. Em seu mais recente artigo, Kozinets (2007) inclui os blogs como uma rica ferramenta para a aplicação do método, principalmente ligado às questões dos perfis de consumo. Os usos da netnografia aparecem no estudo de blogs de Montardo e Passerino (2006) e de Braga (2007). No mesmo sentido, tem-se a abordagem do blog em si problematizado como diário de campo ou ferramenta etnográfica (Ward, 2006), assim como o blog do próprio pesquisador compreendido como narrativa autonetnográfica (Amaral, 2008). Outra metodologia bastante utilizada é a Análise de Redes Sociais (Recuero, 2006; Benkenstein, Montardo e Passerino, 2007; Ali-Hasan e Adamic, 2005; Adamic e Glance, 2006, entre outros). Dentro dessa abordagem, estudam-se as redes compostas em blogs através de seus comentários e/ou conexões e observam-se as características estruturais e dinâmicas dessas redes. A partir desses elementos, estudam-se as características dos laços e capital sociais (Recuero, 2004).

Ao término desse capítulo, pode-se dizer que é na diversidade de apropriações que os blogs suscitam que reside a sua permanência como ferramenta de socialização on-line e como objeto de estudo na web depois de dez anos de existência. Frente a isso, projeta-se que o incremento dos blogs quanto à mobilidade e os novos formatos de micro-conteúdos (*Pownce*,[17] *Twitter*,[18] *Jaiku*[19]), já em curso, tendem a continuar dinamizando os usos dos blogs e a inspirar novas investigações sobre os mesmos.

17 http://pownce.com.
18 http://twitter.com.
19 http://jaiku.com.

Referências

ADAMIC, L.; GLANCE, N. “The political blogosphere and the 2004 US election: Divided they blog”. (2005). Disponível em: http://www.blogpulse.com/papers/2005/AdamicGlanceBlogWWW.pdf. Acesso em 14/01/2008.

ADAR, E.; ZHANG, L.; ADAMIC, L. A.; LUKOSE, R. M. “Implicit structure and the dynamics of blogspace. HP Information Dynamics Lab”. (2004). Disponível em: http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/blogs/index.html. Acesso em 04/01/2008.

ALAVI, N. *We are iran*: The Persian Blogs. Paperback, 2005.

ALDÉ, A.; CHAGAS, V. “Blog de política e identidade jornalística: transformações na autoridade cognitiva e na relação entre jornal e leitor”. Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: UERJ, 2005. Disponível em CD-Rom.

ALDÉ, A.; CHAGAS, V.; ESCOBAR, J. “A febre dos blogs de política”. Revista *Famecos*, v.1, n.33, p. 29-40, Porto Alegre, agosto de 2007.

ALI-HASAN, N.; ADAMIC, L. “Expressing social relationships on the blog through links and comments”. In: ICWSM2007, Boulder, CO. Disponível em: http://www.icwsm.org/papers/paper19.html. Acesso em 25/02/2008.

ALONSO, J.; ORDUNA, O.; ORIHUELA, J., et al. Blogs: revolucionando os meios de comunicação. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

AMARAL, A. “Autonetnografia e inserção on-line: o papel do pesquisador-insider nas subculturas da internet”. Anais do XVII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.São Paulo: UNIP, 2008.

AMARAL, A. “Categorização dos gêneros musicais na Internet: para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.fm”. In: FREIRE FILHO, J.; HERSCHMANN, M. *Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos e audiências*. Rio de Janeiro: Mauad, p. 227-242, 2007.

AMARAL, A. “Blogosfera e netpornografia”. Trabalho apresentado ao GT Cibercultura e Tecnologias do Imaginário no IX Seminário Internacional da PUCRS. Porto Alegre: PUCRS, 2007.

AMARAL, A.; FERREIRA, A.; VIEIRA, J. “Blogs & moda: efemeridade, individualidade e multiplicidade na web”. *Verso e Reverso*, v. 47, p. 10-24, São Leopoldo, 2007.

AMARAL, A.; QUADROS, C. “Agruras do blog: o jornalismo cor-de-rosa no ciberespaço”. *Razón y Palabra*, v.53, p.03, outubro de 2006. Disponível em: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n53/amaralquadros.html. Acesso em 02/02/2008.

BAHNISCH, M. “The political uses of blogs”. In: BRUNS, A.; JACOBS, J. (Eds.). *Uses of blogs.* New York: Peterland, 2006.

BARBOSA, J. A. “Weblogs: múltiplas utilizações, um conceito”. Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte: PUC-MG, 2003. Disponível em CD-Rom.

BENKNSTEIN, A.; MONTARDO, S. P.; PASSERINO, L. “Análise de redes sociais em blogs de Pessoas com Necessidades Especiais (PNE)”. In: *RENOTE* (Revista Novas Tecnologias na Educação), v.5, n.2, Porto Alegre, dezembro de 2007. Disponível em: http://www.cinted.ufrgs.br/renote/dez2007/artigos/6hLilianaPasserino.pdf. Acesso em 15/01/2008.

BEZ, M. R.; MONTARDO, S. P.; PASSERINO, L. “Acessibilidade digital em blogs: limites e possibilidades para socialização on-line de Pessoas com Necessidades Especias (PNE)”. Revista *Eptic On-line*, v.10, n.1, janeiro-abril de 2008. Disponível em: http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/v.%20X,n.%201,2008/ASandraMontardo-LilianaPasserino-MariaBez.pdf. Acesso em 10/02/2008.

BERKMAN, J. *The art of strategic listening: finding market intelligence in blogs and social media*. Hardcover, 2008.

BLOOD, R. *We’ve got Blog: how weblogs are changing our culture*. Perseus Books Group, 2002.

BLOOD, R. “Weblogs: a history and perspective”. (2000). Disponível em: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html. Acesso em 08/01/2008.

BLUMENTHAL, M. “Toward an open-source methodology: what we can learn from the blogosphere”. *Public Opinion Quarterly*, v.69, n.5, 2005. Disponível em: http://poq.oxfordjournals.org/cgi/content/abstract/69/5/655. Acesso em 04/03/2008.

BLY, R. *Blog schmog: the truth about what blogs can (and can´t) do for your business*. Hardcover, 2007.

BOLAÑO, C. R. S.; BRITTOS, V. “Blogosfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006”. Anais do III Jornadas Internacionais de Jornalismo. Porto, Universidade Fernando Pessoa, março de 2008.

BOYD, D. “Blogger’s blog: exploring the definition of a medium”. (2008). Disponível em: http://www.reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml. Acesso em 03/03/2008.

BRAGA, A. “Usos e consumo de mídias digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica”. Anais do XVI Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Gaduação. Curitiba, Universidade Tuiuti do Paraná, 2007. Disponível em CD-Rom.

BRAGA, A. “Interação social e apresentação do *self* nos weblogs”. *Mediação,* v.5, p. 19-31, 2006.

BRAGA, A. “Da cultura feminina de Simmel aos weblogs: mulheres na Internet”. Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Porto Alegre: PUCRS, 2004. Disponível em CD-ROM.

BROMWICH, M. “Captains Blog: the chronicles of my afghan vacation”. Paperback. 2007.

BROWN, B. *The secret power of blogging: how to promote and market your business, organization, or cause with free blogs*. Paperback, 2008.

BRUNO, F. “Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows”. *Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura*, Salvador, v.3, n.2, p. 53-70, 2005.

BURDEN, M. *The blog of war: front-line dispatches from soldiers in iraq and afghanistan*. Paperback, 2006.

BURGESS, J. “Blogging to learn, learning to blog”. In: BRUNS, A.; JACOBS, J. (Eds.). *Uses of blogs.* Now York: Peterland, 2006.

CARVALHO, C. S.; MONTARDO, S. P.; ROSA, H. A.; GOULART, R. V. “Monitoramento da imagem das organizações e ferramentas de busca de blogs”. *Prisma*, v.3, p. 420-447, 2006.

CARVALHO, R. M. “Diários íntimos na era digital: diários públicos, mundos privados”. In: LEMOS, A.; PALÁCIOS, M. (Orgs.). *Janelas do ciberespaço: comunicação e cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2000.

CASCIARI, H. “El blog en la literatura: un acercamiento estructural a la blogonovela”. In: Revista *Telos*, 2007. Disponível em: http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=5&rev=65. Acesso em 05/03/2008.

CHRISTOFOLETTI, R.; LAUX, A.P. “Blogs jornalísticos e credibilidade: cinco casos brasileiros”. Revista *Communicare*, v. 6, n. 2, 2006.

CIPRIANI, F. *Blog Corporativo.* São Paulo: Novatec, 2006.

CORTÉS HERNÁNDEZ, S. “El blog como un tipo de literatura popular: problemas y perspectivas para el estudio de un gênero electrónico. *Culturas Populares,* n. 3, setembro-dezembro de 2006. Disponível em: http://www.culturaspopulares.org/textos3/articulos/cortes.pdf. Acesso em: 01/02/2008.

CUNHA, M. “Blogs: a remediação das mídias que permite à audiência publicar”. *Diálogos de la Comunicación*, v. 76, p. 12, 2008.

CUNHA, M. “Os blogs e a prática do jornalismo no Brasil: uma reflexão sobre os meios, as linguagens e a cultura”. *Prisma*, v.3, p.1, 2006.

DAVIS, R. “Politics online: blogs, chatrooms and discussion groups in America”. Paperback, 2005.

DAWKINS, R. *O gene egoísta*. São Paulo: Itatiaia, 2001.

DI LUCCIO, F.; NICOLACI-DA-COSTA, A. M. “Escritores de blogs: interagindo com os leitores ou apenas ouvindo ecos?” *Psicologia e Ciência*, Brasília, v.27, n.4, dezembro de 2007. Disponível em: http://scielo.bvs-psi.org.br/scielo.php?pid=S1414-98932007001200008&script=sci_arttext. Acesso em 02/03/2008.

DONATH, J. S. “Identity and deception in the virtual community”. (1999). Disponível em: http://smg.media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html. Acesso em: 05/02/2007.

EFIMOVA, L.; HENDRICK, S. “In search for a virtual settlement: an exploration of weblog community boundaries”. *Communities and Technologies*, 2005.

EFIMOVA, L.; GRUDIN, J. “Crossing boundaries: A case study of employee blogging”. Proceedings of the Fortieth Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-40). Los Alamitos: IEEE Press, 2007.

ESCOBAR, J. “Blog do Noblat e escândalo midiático: jornalismo sob novas bases”. *UniRevista*, v.1, n.3, São Leopoldo, julho de 2006.

ESPINOSA, H. “Intersticios de sociabilidad: una autoetnografía del consumo de TIC”. *Athenea Digital,* n.12, p.272-277, 2007. Disponível em: http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/448. Acesso em 15/01/2008.

FARMER, J. “Blogging to basics: how blogs are bringing on-line Education back from the brink”. In: BRUNS, A.; JACOBS, J. (Eds.). *Uses of blogs.* Now York: Peterland, 2006.

FERNANDES, F. S. “Rituais em tempo real observando a passagem entre suportes literários em três compilações de contos”. Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: UERJ, 2005. Disponível em: http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17007/1/R1602-1.pdf. Acesso em 20/02/2008.

FERREIRA, A. “Cybermarketing e a moda: segmentação através dos blogs e Orkut”. *Sessões do Imaginário*, v. 18, p. 1-5, Porto Alegre, 2007.

FERREIRA, A.; VIEIRA, J.; RIGO, P. “Emos: o resgate da moda romântica através dos blogs”. *Razón y Palabra*, México, v. 53, p. 53, 2006.

FERREIRA, A.; VIEIRA, J. “A moda dos blogs e sua influência na cibercultura: do diário virtual aos posts comerciais”. Revista *E-Compós*, Brasília, n.10, dezembro de 2007.

_____. “Os *lurkers* e a relação com a blogosfera: um estudo de caso do blog de Alex Primo”. Revista *Interin*, Curitiba, n.5, 2008.

GARDNER, S. *Buzz Marketing with blogs for dummies*. Paperback, 2005.

GILLMOR, D. *We the media: grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O’Reilly, 2004.

GOGGIN, G.; NOONAN, T. “Blogging disability: the interface between new cultural movements and the internet technology”. In: BRUNS, A. and JACOBS, J. (Eds.). *Uses of blogs.* New York: Peterland, 2006.

GOMES, L. “Comunicação e complexidade: conhecimento, cotidiano e poder nos blogs”. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Faculdade dos Meios de Comunicação. Tese de Doutorado, 2007. Disponível em: http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=941. Acesso em: 20/02/2008.

GARNIERI, G. *Geração blogue*. Lisboa: Presença, 2006.

GREGG, M. “Posting with passion: blogs and the politics of gender”. In: BRUNS, A.; JACOBS, J. (Eds.). *Uses of blogs.* New York: Peterland, 2006.

GRUHL, D.; GUHA, R.; LIBEN-NOWELL, D.; TOMKINS, A. *Information diffusion through blogspace. Proceedings of the 13th international conference on world wide web*. New York: ACM Press, p. 491-501, 2004.

GUMBRECHT, M. “Blog as ‘Protected Space’”. In: *Workshop on weblogging ecosystem: aggregation, analysis and dynamics*. New York: ACM Press, 2004.

GUTIERREZ, S. “O fenômeno dos weblogs: as possibilidades trazidas por uma tecnologia de publicação na internet”. *Informática na Educação: teoria & prática*, v.6, n.1, p. 87-100, janeiro-junho de 2003.

GUTIERREZ, S. “Weblogs e educação: contribuição para a construção de uma teoria”. *RENOTE* (Revista Novas Tecnologias na Educação), CINTED-UFRGS, v.3, n.1, 2005.

HALAVAIS, A. “Scholarly blogging: moving toward the Visible College”. In: BRUNS, A.; JACOBS, J. (Eds.). *Uses of blogs.* New York: Peterland, 2006.

HALAVAIS, A. C. “Linking weblog neighborhoods: between ‘small pieces’ and ‘winner-take-all’”. Association of Internet Researchers Annual Conference: IR 5.0: Ubiquity, Sussex, 2004.

HENDRON, J. *RSS for Educators: Blogs, Newsfeeds, Podcasts, and Wikis in the Classroom*. Paperback, 2008.

HERRING, S. C.; KOUPER, I.; SCHEIDT, L. A.; WRIGHT, E. “Women and children last: the discursive construction of weblogs”. In: GURAK, L.; ANTONIJEVIC, S.; JOHNSON, L.; RATLIFF, C.; REYMAN, J. (Eds.). *Into the blogosphere: rhetoric, community, and culture of weblogs*. University of Minnesota. 2004. Disponível em: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html Acesso em 04/02/2008.

HERRING, S. C.; KOUPER, I.; PAOLILLO, J. C.; SCHEIDT, L. A.; TYWORTH, M.; WELSCH, P. et al. “Conversations in the blogosphere: an analysis ‘from the bottom-up’”. Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS’05), Los Alamitos: IEEE Press, 2005.

HERRING, S. C.; SCHEIDT, L. A.; BONUS, S.; WRIGHT, E. “Bridging the gap: a genre analysis of weblogs”. Proceedings of the 37th Hawai’i International Conference on System Sciences (HICSS-37). Los Alamitos: IEEE Computer Society Press, 2004. Disponível em: http://www.blogninja.com/DDGDD04.doc. Acesso em 04/02/2008.

_____. “A longitudinal content analysis of weblogs: 2003-2004”. In: TREMAYNE, M. (Ed.). *Blogging, citizenship, and the future of media*. London: Routledge, 2006.

HEWITT, H. *Blog: entenda a revolução que vai mudar o seu mundo*. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2007.

HINE, C. (Ed.). *Virtual Methods*. New York: Berg, 2005.

HINE, C. *Virtual ethnography*. London: Sage, 2000.

HODKINSON, P. "Subcultural blogging? Online Journals and group involvement among UK Goths". In: BRUNS, A.; JACOBS, J. (Eds.). *Uses of blogs.* New York: Peterland, 2006.

JAKUBOWSKI, M. (Ed). *Sex-Blogs*. Ullstein, 2008.

_____. *Sex-Blogs 2*. Ullstein, 2008.

JENNINGS, D. *Net, blogs and rock 'n' roll: how digital discovery works and what it means for consumers*. Paperback, 2007.

JONES, Q. "Virtual communities, virtual settlement and cyber-archaeology: a theoretical outline?" *Journal of Computer Mediated Communication*, JCMC 3, 1997. Disponível em: http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue3/jones.html. Acesso em 08/02/2008.

KIRCHOFF, L; BRUNS, A; NICOLAI, T. "Investigating the impact of the blogosphere: using PageRank to determine the distribution of attention". In: *Proceedings Association of Internet Researchers,* Vancouver, Canada, 2007. Disponível em: http://eprints.qut.edu.au/archive/00010517. Acesso em 03/03/2008.

KLINE, D.; BURSTEIN, D.; DE KEIJZER, A. *Blog! How the newest media revolutions is changing Politics, Business and Culture*. Hardcover, 2005.

KOZINETS, R. "Netnography 2.0". In: BELK, R. W. (ed). *Handbook of qualitative research methods in marketing.* Edward Elgar Publishing, 2007.

KOZINETS, R. "The field behind the screen: using netnography for marketing research in *online* communities". *Journal of Marketing Research*, n.39, p.61-72, 2002.

KUMAR, R.; NOVAK, J.; RAGHAVEN, P.; TOMKINS, A. "On the bursty evolution of blogspace". In: *Proceedings of the twelfth international conference on World Wide Web*. Budapest, Hungary, p. 568-576, 2003.

LEMOS, A. "A arte da vida: diários pessoais e webcams na internet". In: *Cultura da Rede*. *Revista Comunicação e Linguagem*. Lisboa, 2002.

LEMOS, A; NOVAS, L. "Cibercultura e tsunamis: tecnologias de comunicação móvel e mobilização social". In: Revista *Famecos*, n.26, p. 29-40, Porto Alegre, 2005.

MARLOW, C. "Investment and Attention in the Weblog Community". In: *Proceedings of AAAI symposium on computation approaches to analyzing weblogs*. Stanford: AAAI Press, 2005.

MARLOW, C. "Audience, structure and authority in the *weblog* community". In: Presented at the International Communication Association Conference, may, 2004, New Orleans, LA, 2004.

MATHESON, D. "Weblogs and the epistemology of the news: Some trends in on-line journalism". In: *New Media & Society*, n.6, p.443-468, 2004. Disponível em: http://web.media.mit.edu/~cameron/cv/pubs/04-01.pdf. Acesso em 25/01/2005.

MERELO-GEURVOS, PRIETO, RATEB, TRICAS, F. *Mapping Weblogs communities*. Computer Networks, 2004.

MISHNE, G., GLANCE, N. "Leave a reply: nn analysis of weblog comments. Paper presented at the workshop *Weblogging Ecosystem: Aggregation, Analysis and Dynamics*, Edinburgh, UK, 2006. Disponível em http://www.blogpulse.com/www2006-workshop/papers/wwe2006-blogcomments.pdf. Acesso em 14/02/2008.

MIURA, A.; YAMASHITA, K. "Psychological and social influences on blog writing: an online survey of blog authors in Japan". In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 15, 2007. Disponível em: http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/miura.html. Acesso em 08/02/2008.

MONTARDO, S.; PASSERINO, L.. "Estudo de blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações". In: *RENOTE* (Revista Novas Tecnologias na Educação), v.4, n.2. (2006). Disponível em: http://www.cinted.ufrgs.br/renote/dez2006/artigosrenote/25065.pdf. Acesso em 04/03/2008.

MONTARDO, S. P.; PASSERINO, L. "Espelhos quebrados no ciberespaço: implicações de redes temáticas em blogs na análise de redes sociais (ARS)". Anais do XVII Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. São Paulo: UNIP, 2008.

NARDI, B.; SCHIANO, D.; GUMBERCHT, M.; SWARTZ, L. "Why we blog". *Communications of the ACM*, v.47(12), p.41-46, 2004.

OLIVEIRA, R. M. C. "Diários públicos, mundos privados: Diário íntimo como gênero discursivo e suas transformações na contemporaneidade". Universidade Federal da Bahia. Dissertação de Mestrado, 2002.

SILVA, C. M. da. "Intimidade on-line: outras faces do diário íntimo contemporâneo". Universidade Federal Fluminense. Departamento de Psicologia. Dissertação de Mestrado, 2006.

ORIHUELA, J. *La revolution the los blogs*. La Esfera, 2006.

PAZ-SOLDÁN, E. "De blogs y literatura, Diario La Tercera", n.66.724, Santiago de Chile, 2005.

PEDERSEN, S.; MACAFEE, C. "Gender differences in British blogging". *Journal of Computer-Mediated Communication*, n.12(4), article 16, 2007. Disponível em: http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/pedersen.html. Acesso em 05/02/2008.

PELLANDA, E. "Weblogs de bolso: uma análise do impacto da mobilidade". *Prisma.com*, v. 3, p.200-213, 2006.

PELLANDA, E. "Desdobramentos dos 'olhares' móveis sobre o terrorismo em Londres: como as vítimas viraram repórteres". *Revista E-Compós*, dezembro de 2005. Disponível em http:// www.compos.com.br/e-compos. Acesso em 15/06/2006.

PENROD, D. *Using blogs to enhance Literacy: the next powerful step in 21st century leaning*. Paperback., 2007.

PERLMUTTER, D. “Blogwars: the new political battleground”, 2008.

PIONTEK, J. *Blogs, wikis, and podcasts, Oh my! Eletronic media in the classroom all grades*. Paperback, 2008.

PRANGE, A. P. L. “Da literatura aos blogs: um passeio pelo território da escrita de si”. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Dissertação de Mestrado, 2002.

PRIMO, A.; SMANIOTTO, A. R. “Blogs como espaços de conversação: interações conversacionais na comunidade de blogs insanus”. *Revista E-Compós*, v.1, n.5, p.1-21, 2006.

PRIMO, A.; TRÄSEL, M. “Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias”. *Contracampo*, v. 14, p.37-56, 2006.

QUADROS, C. “Sobre Metodologias para pesquisar blogs”. Anais do V Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJOR, v.1. p.1-14, 2007.

QUADROS, C.; SPONHOLZ, L. “Deu no blog jornalístico: é notícia?” *InTexto*, v.15, p.1-15, 2006.

QUADROS, C. I.; VIEIRA, J.; ROSA, A. P. “Blogs e as transformações no jornalismo”. *Revista E-Compós*, v.3, n.1, p.1-21, 2005.

RECUERO, R. “Memes e dinâmicas sociais em weblogs: informação, capital social e interação em redes sociais na internet”. *InTexto*, v.15, p.1, 2006.

RECUERO, R. “Comunidades em redes sociais na Internet: Um estudo de uma rede pró-ana e pró-mia”. *Revista Faro*, Valparaiso, Chile, v.1, n.2, 2005.

RECUERO, R. “O interdiscurso construtivo como característica fundamental dos webrings”. *InTexto*, v. 10, 2004.

RECUERO, R. “Webrings: as redes de sociabilidade e os *weblog*s”. *Sessões do imaginário*, v.11, p.19-27, 2004.

RECUERO, R. “Weblogs, webrings e comunidades virtuais”. *404nOtFound***,** v.1, n.31, p.1-15, 2003. Disponível em: http://pontomidia.com.br/raquel/webrings.pdf. Acesso em: 05/01/2008.

RECUERO, R. “Warblogs: os weblogs, o jornalismo *online* e a Guerra no Iraque”. *Verso e Reverso* n.37, p.57-76, 2003.

ROCHA, P. J. “Sentimentos em rede compartilhados na pós-modernidade”. Revista da *Famecos*, n.23, 2003.

RODRIGUES, C. “Blogs e a fragmentação do espaço público”.Universidade da Beira Interior. Portugal, 2006. Disponível em www.labcom.ubi.pt. Acesso em 20/02/2008.

SCHMIDT, J. “Blogging practices: an analytical framework”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, n.12(4), article 13, 2007. Disponível em: http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/schmidt.html. Acesso em: 04/02/2008.

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

SCHLER, J.; KOPPEL, M.; SCHLOMO, A.; PENNEBAKER, J. *Effects on Age and Gender on Blogging. American Association on Artificial Intelligence*. (2005). Disponível em: http://lingcog.iit.edu/doc/springsymp-blogs-final.pdf. Acesso em 25/01/2008.

SCOBLE, R; ISRAEL, S. *Naked conversations: how blogs are changing the way businesses talk with customers*. Hoboken: Wiley, 2006.

SHAH, N. PlayBlog: "Pornography, performance and cyberspace". *Cut-up.com Magazine*. Holanda, v.2.5, article 42, 2005. Disponível em: http://www.cut-up.com/news/detail.php?sid=413. Acesso em: 05/09/2007.

SIBILIA, P. "O 'eu' dos blogs e das webcams: autor, narrador ou personagem?". Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Porto Alegre: PUCRS, 2004. Disponível em CD-ROM.

SIBILIA, P. "Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica". In: LEMOS, A.; CUNHA, P. (Orgs). *Olhares sobre a Cibercultura*. 1ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SILVA, C. M. da. "Intimidade on-line: outras faces do diário íntimo contemporâneo". Universidade Federal Fluminense. Departamento de Psicologia. Dissertação de Mestrado, 2006.

SILVA, F. F. "Tecnologias móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao mainstream". Anais do V SBPJor. Aracaju, SE, 2007.

_____. "Uso de dispositivos portáteis na produção da notícia". In: *Jornalistas da Web*, 2007b. Disponível em: http://www.jornalistasdaweb.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=2241. Acesso em 20/08/2007.

SILVA, J. A. "Dos fanzines aos *weblogs*: uma análise sobre as semelhanças e as diferenças entre os dois suportes". Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador, UFBA, 2002. Disponível em CD-ROM.

SINGER, J. "The political j-blogger. 'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices". *Journalism*, n.6, p.173-198, 2005.

STONE, B. *Who Let the blogs out?: a hyperconnected peek at the world of weblog*. Paperback, 2004.

STORCH, L. "Construção Jornalística coletiva: considerações acerca do universo dos weblogs". Anais do IX Seminário Internacional da Comunicação – Simulacros e (dis) simulações na sociedade hiperespetacular. Porto Alegre, PUCRS, 2007.

TERRA, C. F. "Blogs: modismo ou tendência?" São Paulo: Difusão, 2008.

TRAMMEL, K. D.; KESHELASHVILI, A. "Examining the new influencers: a self-presentation study of A-list blogs". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, n.82(4), p.968-982, 2004.

VIDAL, P.; AZEVEDO, P; ARANHA, G. “Das telas para o papel: blogs como fonte para a Literatura de Massa”. *Revista Interin*, n.5, 2008.

VIEIRA, J. F. “Do diário virtual ao jornalismo participativo na blogosfera: um estudo de caso do blog de Ricardo Noblat”. Universidade Tuiuti do Paraná. Dissertação de Mestrado, 2007.

VIEIRA, J. F. A vida após a morte nos blogs. *404nOtF0und*, v.1, n.54, p.1-2, 2006.

WALKER, J. “Blogging from inside the Ivory Tower”. In: BRUNS, A.; JACOBS, J. (Eds.). *Uses of blogs*. New York: Peterland, 2006.

WARD, M. A. “Thoughts on bloggin as an ethnographic tool. Proceedings of the 23rd annual ascilite conference: Who’s learning? Whose technology?” The University of Sidney, p.843-851, 2006. Disponível em: http://www.ascilite.org.au/conferences/sydney06/proceeding/pdf_papers/p164.pdf. Acesso em: 18/01/2008.

WRIGHT, J. *Blog Marketing. The revolutionary new way to increase sales, build your brand and get exceptional results*. Hardcover, 2005.

Rosa Meire Carvalho de Oliveira

O ciberespaço e a escrita de si na contemporaneidade:

repete o velho, o novo blog?

Assim como as formas de autobiografias foram os meios encontrados para, a partir do Renascimento, com mais intensidade, os indivíduos se dizerem, criarem uma consciência de si, sobre si, na contemporaneidade, esse papel é exercido também pelos diários on-line, weblogs ou blogs. Indivíduos continuam usando a forma autobiográfica mais próxima do cotidiano, o diário, para escrever suas próprias vidas a partir de seus próprios textos.

Como registro do "campo da atualidade" (Cocheyras, 1978), o diário difere de outras formas autobiográficas, como a autobiografia, a biografia ou a memória, exatamente pelo registro do efêmero, pela marcação do presente, do cotidiano que se quer partilhar. E isso faz esse gênero discursivo ser mais facilmente apropriado pelos sujeitos contemporâneos, que utilizam a internet para pôr em prática seus registros diários, suas vidas em forma de textos, em busca de partilha e, como seus antecessores, de maior consciência de si no mundo:

> Os modernos diaristas não querem emoções íntimas, querem dividir com o outro o seu olhar pelo mundo, pela sua cidade, seu bairro, sua rua, numa volta à aldeia, ou seja, numa busca de solidariedade, de calor

> humano. Estranhamente, esta busca tem como meio um instrumento frio e técnico: a máquina, o computador (Muzart, 2001:6).

Oliveira (2002, 2003) nota que, a partir da criação da interface *Blogger*, em 1999, de forma revolucionária, cada vez maior número de pessoas passou a apresentar e modelar as suas próprias identidades no ciberespaço.

A disponibilidade de centenas de ferramentas de postagem de blogs, muitas delas gratuitas, fez com que, rapidamente, homens e, especialmente, mulheres do mundo inteiro postassem suas vidas em formas de textos. Blogs, então, passam a desempenhar funções variadas, desde o modelo de filtro de notícias de Jorn Barger, passando por conteúdos jornalísticos, educacionais, políticos e culturais ou até mesmo meros diários íntimos, no qual o blogueiro escreve, com detalhes, sobre o seu dia-a-dia.

O principal diferencial da nova interface é que, segundo Oliveira (2002, p. 141), "ela trouxe velocidade na criação, postagem e atualização dos ciberdiários, democratizando o acesso de não-especialistas em linguagem como html (*Hipertext, Markup Language*),[1] ftp (*File Transfer Protocol*),[2] dentre outras, à construção e manutenção das páginas pessoais". Com isso, qualquer pessoa que dominasse noções básicas de inglês poderia ter um weblog ou blog, como passaram a ser chamados os diários criados com este modelo de interface que se assemelha a um editor de textos.

A partir de então, como ondas, a web tem sofrido um processo de transformação nunca antes visto, permitindo que cada vez mais

1 O HTML, linguagem de marcação de texto, é uma das mais antigas na produção de sites para a construção de páginas da web.

2 Sigla para *File Transfer Protocol*, (Sistema de Protocolo de Transferência de Arquivos), o FTP é o protocolo para transmitir ou receber arquivos pela internet. Quando se deseja, por exemplo, hospedar um site na internet, a transferência dos arquivos do computador local para o provedor se dá por meio deste conjunto de padrões. Informações disponíveis em: http://www.dicweb.com/ff.htm. Acesso em 28/02/2005.

pessoas possam, de uma maneira simples, postar pensamentos, idéias, reflexões, escrever sobre tudo e sobre nada na rede mundial de computadores.

Diários e a invenção de si

No campo da presença política das mulheres no cenário social, a possibilidade de possuir e manter em funcionamento um blog tem significado para elas a abertura de um espaço de expressão, que, historicamente, nem sempre esteve disponível.

Enfocando na maioria dos casos o mundo doméstico, espiritual, interior, os diários escritos por mulheres foram muitas vezes tratados como menos legítimos do que aqueles escritos por homens. A diferença entre os dois estilos lingüísticos está no fato de os diários pessoais masculinos refletirem o mundo dos homens, mais voltado tradicionalmente para a ação. Relatos militares, políticos, de viagem ou de aventura, dentre outros, são funções muito comuns encontradas nos diários pessoais de homens escritores.

A esses dois modos diferenciados de atuação, de modos de ser privado e público para mulheres e homens, respectivamente, Gannett (1992:94-95) chama de "esferas de discurso privada e pública", referenciando-as, respectivamente, à mulher e ao homem.

A pesquisadora americana Dale Spender diz que a dicotomia masculino/feminino, público/privado é mantida para permitir às mulheres escreverem para uma audiência privada, desencorajando-as de escrever para audiências públicas, que seria uma arte masculina.

> (...) Na esfera "privada", mulheres têm sido permitidas a escrever para elas mesmas (por exemplo, diários) e para outros em forma de cartas, tratados morais, artigos

> de interesse para outras mulheres e mesmo novelas para mulheres (durante o séc. XIX, mulheres eram a viga mestra do público leitor de novelas) (apud Gannett 1992:95).

Gannett (Idem:97), lembra, ainda, que:

> Cartas e outros tipos de escrita colaborativa, autobiografias, memórias, cartas de protesto e ensaios, novelas e contos, e principalmente, diários pessoais, são todos associados, embora não exclusivamente, com o legado da escrita de mulheres. As formas têm sido fluidas, não rigidamente definidas; os estilos são planos, vernaculares; os assuntos e técnicas são adquiridos da vida diária, família, eventos, relacionamentos; as funções são geralmente aquelas de utilidade pessoal ou social (não necessariamente pública).

Gannett conclui que o status de escritoras sem expressão era resultado da discriminação sofrida pelas mulheres ao longo dos tempos. Relegá-las à esfera privada significava assegurar ao homem hegemonia lingüística e política.

> Homens têm sido os criadores das formas de escrita pública e têm avaliado e controlado o acesso do que é publicado. Também aos homens, muito mais do que às mulheres, tem sido garantido o acesso à educação, o que garante o acesso ao discurso escrito público (Idem, ibidem:96).

A pesquisadora cita como exemplo o fato de que, embora no séc. XIV houvesse registro de mulheres freqüentando universidades européias

e até nelas lecionando, essa porta foi fechada no Renascimento. E, durante muito tempo, no Ocidente, elas ficaram impedidas de acessar a educação até metade do séc. XIX e, em alguns casos, até o séc. XX. Gannett lembra que Oxford não abriu suas portas às mulheres até 1920, e Cambridge, até 1948. Às mulheres, repetidamente, segundo a autora, "têm sido dito que não podem e não devem escrever na esfera pública. E, quando o tem feito, têm sido ridicularizadas, criticadas ou ignoradas (Idem, ibidem)".

Tradição masculina x exclusão feminina

Embora no imaginário popular os diários íntimos estejam diretamente ligados às mulheres, a tradição desse gênero de escrita foi, ao longo dos séculos, predominantemente marcada por homens. O poder masculino de decidir sobre a forma de publicação foi uma das mais importantes forças que fizeram silenciar a voz de mulheres diaristas. Cabia aos homens a última palavra sobre o que seria publicado. Nesse sentido, as produções femininas eram desvalorizadas quando da adoção dos critérios de publicação, especialmente no que diz respeito ao conteúdo dos escritos de mulheres. A pesquisadora americana Penelope Franklin, citada por Gannett (Idem, ibidem:121), surpreende-se com os resultados de sua pesquisa:

> O que eu encontrei entusiasmou-me: a vasta maioria de diários publicados era de homens. Os milhares de diários de mulheres não-publicados estavam em arquivos através do país – milhares, concluí, estavam nos porões, como o meu. Eu notei que diários de homens publicados eram freqüentemente histórias de exploração, guerra, política ou aventura; ou eram diários de famosos escritores ou figuras

> históricas. Os diários de mulheres publicados eram às vezes de pessoas famosas, mas freqüentemente eles eram [de autoria] da esposa, mãe ou irmã de um homem famoso. Porque mulheres não estavam na maior parte escalando montanhas ou correndo para o escritório, ninguém tinha considerado seus diários particularmente interessantes.

Gannett conclui que o estudo da tradição denota que o diarismo tradicional é um gênero "elitizado, europeu, branco, heterossexual e masculino" e se queixa:

> Até recentemente, o discurso sobre diários tem sido conduzido por homens sobre homens, usando critérios masculinos para avaliar o trabalho que tem marginalizado ou elidido a tradição do diário de mulheres. O segundo problema é que diários masculinos têm geralmente sido considerados mais importantes e, além do mais, têm sido freqüentemente preservados. Outra recente e importante razão para a presente lacuna nos discursos sobre diários é que o *New Criticism*, a mais importante crítica literária da primeira metade do séc. XX, colocou enorme valor sobre a forma de escrita autônoma, autocontida, formal e deliberadamente cheia de arte, quando desvalorizou vários outros tipos de escrita, incluindo os diários (Idem: ibidem:119-120).

Essa revelação nos faz compreender o fato de que só recentemente diários de mulheres passaram a ser publicados de forma mais constante. Gannett (Idem:100) lembra que "não é à toa que as poucas diaristas famosas estão no séc. XX, como Anne Frank, Anaïs Nin, Anne Marrow Lindbergh ou May Sarton".

Culley (1985:24), por sua vez, observa que menos de 10% dos diários listados no livro do pesquisador americano Williams Matthews,

autor de *American diaries: an annotated bibliography of american diaries written prior to the year 1861*, publicado em 1945 pela Editora da Universidade da Califórnia, Bekerley; e, no livro *American diaries: an annotated bibliography of published american diaries and journal*, publicado em 1983 por Laura Arskey, Nancy Pries e Marcia Reed, são diários escritos por mulheres.

Em contrapartida, o próprio Culley produz em *A day at a time: the diary literature of american women from 1764 to the present*, uma antologia contendo 29 diários de mulheres de diversas classes e culturas, revelando um painel de mais de 200 anos de tradição do gênero. Também Ronald Blythe (1989), em *The pleasures of diaries; four centuries of private writing*, apresenta uma antologia de 67 diaristas, dentre os quais 19 – ou seja, 28% – são mulheres.

Diários de mulheres passaram a ganhar destaque mais recentemente, sendo a maior parte deles publicada no séc. XX. O séc. XIX, considerado o século dos diários íntimos, está ligado à obra de uma francesa, Amandine Aurore Lucie Dupin, que, curiosamente, adotava pseudônimo masculino: George Sand, cujo diário, intitulado *Journal Intime*, foi publicado pela primeira vez em 1926.

Vale lembrar, ainda, que, na tradição do diarismo, o marco dos diários pessoais é atribuído ao escritor inglês Samuel Pepys (1633-1703), considerado escritor modelo do gênero. Ele escreveu entre 1660 e 1669, em escrita taquigráfica, os 64 volumes de seus diários chamados de *Memoirs*, que foram publicados somente em 1825, após terem sido descobertos e decifrados. Através desses exemplares, Pepys exercerá o hábito crítico da mente, associado com a observação e reflexão do mundo físico, social, e do mundo interior. Nos dez anos em que escreveu os diários – entre os 27 e os 36 anos –, Pepys refletiu sua atuação como um homem importante da corte inglesa, circulando nos altos escalões científicos e culturais do reinado de Charles II, a quem serviu de perto como membro da marinha.

Blogs femininos e construção de identidades

Curiosamente, blogs escritos por mulheres têm recebido na net uma carga pejorativa, tal qual enfrentou a escrita pública de mulheres ao longo dos séculos. Mesmo tecendo sobre temas variados, o discurso feminino nos blogs possui uma nuance particular que os identifica e reflete, por partes de homens e também de mulheres, uma carga de preconceitos que os qualifica como algo desabonador, conforme podemos observar nesses excertos:

> (...) os mais famosos blogs femininos: miss pearls, bomba inteligente, tititi, são blogs do "eu hoje tou triste porque não vi a novela", ou "as minhas amigas dizem que eu estou mais gorda" – *Cigarra na paisagem*[3]

> Um dos meus leitores falava-me há uns dias da diferença entre os blogs femininos e os masculinos. E dizia-me serem os masculinos muito mais interessantes porque mais objectivos, menos lamechas, etc, etc...– *A pantufa*[4]

> Recomendou outra estratégia que declinei com certa fúria velada: "que tal fazeres uma análise dos blogs femininos e dizeres que são na maioria superficiais, insuficientes, que elas não conseguem escrever dez frases com o mínimo interesse e só escrevem sobre estados da alma vegetativos do tipo: 'pa, hoje tá frio pa, não me apetece fazer nada vou vestir minhas meias de algodão e meter-me na cama a ler Nicholas Sparks, dah!" – *A ferida narcísica*[5]

> Percebi que na maioria dos blogs femininos tem figurinhas "fofinhas", são cor-de-rosa, cheios de firulinhas... E olhei o meu. É preto! Hehehe.... – *Blog da Dani Falks*[6]

3 Disponível em: cigarranapaisagem.blogspot.com/2006/03/yellow-brick-road_01.html. Acesso em 15/07/2006.
4 Disponível em: pantufa.blogspot.com. Acesso em 15/07/2006.
5 Disponível em: 4aferidanarcisica.com/2003_01_01_4aferidanarcisica_archive.html. Acesso em 15/07/2006.
6 Disponível em: daniellefalks.weblogger.terra.com.br/200308_daniellefalks_arquivo.htm. Acesso em 15/07/2006.

> Blogs femininos militantes, só mesmo na cabeça de quem faz estudos de gênero". – *Quatro Caminhos*[7]

Pelo que se observa dos comentários que circulam na net, blogs de mulheres na função diário íntimo parecem transpor para o mundo virtual a mesma carga de preconceitos que historicamente acompanha a escrita de mulheres.

Pesquisa do site *Perseus*[8] nos dá uma idéia da presença de blogs femininos na net. Entre os pouco mais de 31 milhões de blogs (abril/2005) – em 2007 os diários digitais ultrapassaram a marca dos 100 milhões[9] –, as mulheres representavam 56% do universo e os homens, 31,9 %. A pesquisa também conclui que, naquele momento, a blogosfera em sua quase totalidade (94,3%) era formada por blogueiros jovens, com idade entre 13 e 29 anos.

Em relação a questões relatadas sobre o discurso feminino, a queixa dos leitores masculinos advém do fato de que os blogs femininos dificilmente discutiriam conteúdo político ou trariam temas mais politizados, uma expectativa que eles gostariam de ver realizar, ao contrário do conteúdo considerado "róseo" supostamente exposto nos blogs de mulheres:

> Mas queria falar sobre a relação delas com isso aqui, os blogs. Reparando bem nos blogs femininos, tanto os pessoais quanto os coletivos, a maioria deles trata dos mesmos assuntos: ou são versões eletrônicas dos diários que elas escreveriam na cama na hora de dormir – e guardariam seus segredos a sete chaves – ou então são sobre suas relações sexuais e conselhos

7 Disponível em: http://quatrocaminhos.blogspot.com/2005_10_01_quatrocaminhos_archive.html. Acesso em 15/07/2006.
8 Disponível em: http://www.perseus.com/blogsurvey/geyser.html. Acesso em 02/07/2006. O site foi comprado em 2006 pelo *Vovici Blog* (http://blog.vovici.com).
9 Ver pesquisa da *Tecnhorati* divulgada em agosto de 2007 pela *W News*. Disponível em: http://wnews.uol.com.br/site/noticias/materia.php?id_secao=1&id_conteudo=8741. Acesso em 10/11/2007.

> BEEEEEMMMM detalhados sobre as mesmas. De uma forma ou de outra, coisas tão pessoais que elas só contariam naquela rodinha com as melhores amigas. Mas por que diabos elas gostam tanto de colocar na cara de milhares de pessoas essas coisas tão íntimas? (cf. *Blog Ranzinza*).[10]

A propósito da temática corrente nos blogs femininos, blogueiras portuguesas se posicionaram sobre o assunto durante o evento *Falar de Blogues*, promovido pela Livraria Almedina em Lisboa.[11] A jornalista Carla Hilário, autora do *Bomba Inteligente,*[12] observou que as mulheres abordam qualquer assunto na blogosfera: "Falam literalmente de tricô, como Hilda Portela[13] ou Rosa Pomar,[14] ou dos filhos, como Vieira do Mar no *Passeai, Flores!.*[15] Falam de atualidade, de política, de sexo, de homens, de compras, de touradas, de animais, de economia, de futebol, do quotidiano, de moda, de cinema, de literatura".[16] As diferenças no modo como as mulheres observam os temas está relacionada, segundo ela, com o que são como pessoas e não com o simples fato de serem mulheres.

Na mesma linha seguiu a pesquisadora Isabel Ventura, à época mestranda em Estudos sobre Mulheres. Após analisar cinco blogs femininos escritos em língua portuguesa – *Uns & Outras,*[17] *Síndrome*

10 Disponível em URL: < http://ranzinza.blogspot.com/2002/01/mulheres-e-blogs-mulheres-so-muito.html >. Acesso em 15.jul.2006

11 O evento foi realizado em novembro de 2005 e noticiado pelo site do *Diário de Notícias de Lisboa*. Disponível em: http://dn.sapo.pt/2005/11/26/media/blogues_feminino_diarios_assumem_pap.html. Acesso em 02/07/2006. A discussão em torno dos blogs portugueses foi incorporada a nossas reflexões por entendermos ser importante para a construção do diálogo em torno da temática que buscávamos levantar neste artigo.

12 http://bomba-inteligente.blogspot.com/

13 Autora do blog *Planeta Hilda*, disponível em: http://planetahilda.blogspot.com/. Acesso em 02/07/2006.

14 Autora do blog *A Ervilha Cor de Rosa*, disponível em: http://ervilhas.weblog.com.pt/. Acesso em 02/07/2006.

15 http://passeaiflores.blogspot.com/.

16 Ver nota 13.

17 http://unseoutras.blogspot.com.

de Estocolmo,[18] *Mulheres e Deusas,*[19] *Com o Sotaque Francês*[20] e *Blogotinha*[21] –, concluiu:

> São atos políticos porque contam, partilham e reivindicam um determinado espaço que assume uma identidade de gênero. Não se pode dizer que as mulheres têm um papel mais intimista do que os homens. Não há grandes distinções, mas sim, motivações individuais. Usam os blogs para assumir um papel político, ainda que inconsciente, ao adotarem uma posição. No fundo é uma forma de dar recados, de comunicar. O blog hoje é um acesso a um espaço público que, apesar de ser limitado, é ilimitado ao mesmo tempo. Além disso, é poder escrever para muitas pessoas (cf nota 13).

Presente ao colóquio, a advogada brasileira Patrícia Antoniete, co-autora, com uma amiga do blog *Megeras Magérrimas,*[22] revelou o que a motiva a escrever o blog: "Sou uma incontinente literária e, quando achei um lugar onde podia escrever, foi uma alegria. O meu ato político é mostrar que nós podemos ser diferentes", observou Patrícia, que decidiu manter o blog ao sentir a necessidade de emagrecer rapidamente.

Chandler (1998), que estudou a questão de identidade em seu trabalho sobre home pages pessoais, lembra que home pages são um meio no qual o relacionamento entre o público e o privado está visivelmente em processo de transformação. Tomando Thomas Erickson, ele diz notar que esses dispositivos de publicação na web não estão sendo usados apenas "para publicar informações, mas para construir identidades". Para ele, a internet é um dos primeiros locais em que

18 http://www.sindromedeestocolmo.com.
19 http://www.rosaleonor.blogspot.com.
20 http://horvallis.blogspot.com/2005/04/sotaque-francs.html.
21 http://blogotinha.blogspot.com.
22 http://www.megeras.com.

indivíduos podem construir identidades produzindo informações, em lugar de consumi-las.

Nesse sentido, criar páginas pessoais (e mesmo blogs) oferece ao autor uma oportunidade sem igual de auto-apresentação em relação a qualquer dimensão de identidade pessoal e social que alguém escolhe assumir. O ambiente virtual, segundo Chandler, oferece um contexto único no qual alguém pode experimentar modelar sua própria identidade.

Ainda reportando-se a identidades forjadas por home pages, Chandler cita Sherry Turkle para dizer que a identidade de alguém emerge das associações e conexões desse autor. Ele lembra uma frase do escritor Hugh Miller nesse sentido: "Mostre-me seus links que eu direi quem você é", e afirma que interfaces digitais como home pages (e blogs) permitem que se crie um "eu virtual" pronto a interagir com outras pessoas que acessem a página pessoal do autor. Esta concepção de um "eu virtual" conforme Chandler, é antiga e já estava presente nas idéias de Platão, o qual sustentava que pessoas podem encontrar idéias de outras em forma de um "eu textual" quando se lê um livro, por exemplo.

O fato, inclusive, de reportar-se a futilidades em páginas pessoais não é algo temeroso para Chandler. Para ele, muito mais de se tratar de julgar se os pensamentos e idéias produzidos são inteligentes, o conteúdo produzido em web pages responde mais diretamente sobre a necessidade de os indivíduos se dizerem e construir a própria identidade, na tentativa de responder à questão: quem sou eu?

> É verdade que muitas páginas pessoais são banais, pessimamente executadas ou bizarras, mas refletem rituais institucionais e são claramente geradas para satisfazer a objetivos de empregadores ou educacionais. Tais páginas freqüentemente refletem o modo no qual seus autores escolhem para apresentar eles mesmos (Chandler, 1998).[23]

23 Disponível em: http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html. Acesso em 15/07/2005.

Lemos (2001:9) completa ao dizer que:

> Os fenômenos das webcams e dos diários pessoais (poderíamos acrescentar os fotologs também) podem ser considerados como formas de escrita de si, já que tanto na construção da imagem através de câmeras pessoais, como nos fenômenos de publicização de diários íntimos, o que está em jogo são formas de apresentação do eu no ciberespaço.

Repete o velho, o novo blog?

Um importante estudo sobre a representação de mulheres e adolescentes na blogosfera, realizado por cinco pesquisadoras da Indiana University Bloomington, lideradas por Sussan C. Herring (2004), apontou para o fato de que há uma tendência, mesmo que inconsciente, de, a exemplo do diarismo tradicional, os blogs masculinos serem ressaltados na internet.

Em seus estudos, as pesquisadoras 1) analisaram o papel de weblogs na função de filtros de outros blogs, destacando-os e qualificando-os como de interesse; 2) sinalizaram a função da mídia na escolha, no tratamento e na disseminação de informações sobre blogs para a opinião pública, a influência da pesquisa acadêmica em Comunicação e a própria atividade de weblogs em favorecer outros blogs escritos por homens adultos, educados e brancos; e 3) apontaram o papel que formadores de opinião da própria blogosfera, a partir de seus links e citações, têm desempenhado para que blogs contribuam para esse favorecimento do discurso masculino em detrimento da escrita de mulheres e adolescentes.

Como conclusão, as autoras dizem que o papel dos blogs que funcionam como filtros, ao avaliar e sugerir blogs de homens adultos como mais interessantes, importantes ou que valham a pena serem

divulgados, corrobora para marginalizar as atividades de mulheres e adolescentes blogueiras e, indiretamente, reproduzir o sexismo e o preconceito sobre o discurso dos adolescentes, distorcendo, assim, a natureza fundamental do fenômeno dos weblogs, que seria o seu caráter democrático e aberto.

Para a análise, as autoras coletaram 357 blogs de um famoso indexador, o site *blo.gs*,[24] durante o ano de 2003. Elas concluíram que, na adolescência, meninas blogam mais do que meninos e que, na fase adulta, são os homens que estão em maior número. Analisando as funções que os blogs representam, concluíram que a função diário íntimo, escrito por adolescentes do sexo feminino, é a que mais predomina, sendo que a função de filtro – ou seja, informações temáticas ou orientadas sobre blogs existentes – é mais típica de ser realizada por homens. As autoras sustentam, preocupadas:

> Uma vez que homens, mais freqüentemente que mulheres e adolescentes, criam filtros de blogs, esse foco seletivo cria efetivamente privilégios para blogueiros do sexo masculino. Mesmo sabendo não existir propriamente uma intenção sexista ou preconceito de idade, essas atitudes reproduzem essas formas de preconceito na construção de weblogs como um artefato cultural. (Herring et al, 2004).[25]

Da mesma forma, elas lembram que a mídia, em suas reportagens sobre os weblogs, tende a focar autores de blogs adultos do sexo masculino. As pesquisadoras analisaram 16 artigos e chegaram às seguintes conclusões:

● Os homens são mencionados 88% das vezes, enquanto a mulher ocupa 12% das menções;

24 http://blo.gs.com
25 Disponível em: http://blogninja.com/women.children.pdf. Acesso em 02/07/2006.

● Os homens são citados mais cedo do que as mulheres;
● A probabilidade de os homens serem citados é maior do que a das mulheres;
● Todos os 94 homens citados são adultos, contra um adolescente do sexo masculino.

Segundo as pesquisadoras, ao atuarem como filtro de notícias, o conteúdo dos blogs privilegia eventos do mundo externo, como guerras, desenvolvimento tecnológico, informática, assuntos em geral não ligados ao universo feminino, em detrimento de conteúdo e histórias de interesse humano, mais comuns nos blogs escritos por mulheres.

Conclusão

Ao confrontarmos os dados obtidos por Herring et. al. (2004) com aqueles discutidos por nós a partir do trabalho realizado por Gannett (1992 apud Oliveira, 2002), verificamos que, embora a web tenha incorporado ao longo do tempo milhões de escribas à sua blogosfera, o discurso feminino nos blogs tem sofrido o mesmo tipo de preconceito que enfrentou a escrita de mulheres ao longo dos séculos.

A crítica corrente de homens e mesmo de mulheres ao conteúdo dos blogs femininos leva à constatação de que o fenômeno dos weblogs repete na rede o velho discurso masculino discriminatório contra as mulheres.

O claro filtro interposto aos blogs femininos identificado pelas pesquisadoras tende, como conseqüência imediata, a exemplo do que acontecia na Modernidade, a silenciar a voz das mulheres e a sua conseqüente participação no ágora público em que a internet se constitui na contemporaneidade.

Por estar o blog situado no caldo cultural da contemporaneidade,

o sistema de filtros nos leva a refletir sobre prováveis repercussões na construção de identidades femininas no ciberespaço. Herring preocupa-se claramente com aquilo que chama de "efeito não-intencional" da prática de filtros, traduzido como sendo o de associar "o ato de blogar em termos de uma elite minoritária (adulta, masculina, educada), ao tempo que marginaliza, nesse processo, as contribuições de mulheres e jovens – e uma minoria de homens – para o fenômeno dos *weblogs*".

Poderíamos ir além sobre as conseqüências dessa prática ao associá-la também ao papel que jogam os blogs na construção de identidades e subjetividades na contemporaneidade. Diferentemente dos modernos diaristas que tinham em boa parte da tradição diarística a clara noção de privacidade e das fronteiras de espaços privado e público,[26] os "novíssimos" escritores de diários, os ciberdiaristas têm diante de si um novo cenário proporcionado por esse novo suporte, o computador conectado em rede, que se configura naquilo que Bezerra (2002, apud Silva, 2006:39) identificou como o desmonte da privacidade ou dos contornos das esferas do público e do privado.

É a partir da reflexão sobre os contornos dessa lógica apresentada por Bezerra e também discutida por autores como Oliveira (2002), Lemos (2002), Sibilia (2003) e Bruno (2004), que somos convocados a pensar sobre seus significados. Nas análises de base foucaultianas que produziu, Bruno (2004:118), por exemplo, vê uma transformação no sentido da própria intimidade contida na escrita de si. "(...)O foro íntimo deixa de ser experimentado como o refúgio mais autêntico e secreto para se tornar uma matéria artificialmente assistida e produzida na presença explícita do olhar do outro. (...)", reforça.

Caberia aos "novíssimos" diaristas, produtores de subjetividades, a responsabilidade de atrair para si o olhar do outro, momento em que constrói suas variadas identidades, as quais, ao contrário do que acontecia na Modernidade, tornam-se múltiplas, variáveis, transformam-se

26 Em sua gênese e evolução a escrita diarística variou bastante em termos de publicização, ganhando, conforme a época o status de pública, semi-pública, privada e novamente pública, com os diários online (Cf Oliveira 2002).

naquilo que Rolnik (1997) chamou de identidades *prét-à-porter*, ou seja, prontas para serem usadas.

É nesse sentido que Bezerra (Idem, ibidem) afirma: "Faz parte das regras do sucesso tornar-se visível. Na sociedade do espetáculo, o anonimato não tem valor positivo (...)". Bruno (2004:119) complementa essa noção de visibilidade ao constatar que "(...) A exposição de si na internet constitui um segundo passo nesta demanda por visibilidade na medida em que esta se desconecta do pertencimento do mundo extraordinário da fama, do sucesso e da celebridade para se estender ao indivíduo qualquer, naquilo que ele tem de mais ordinário e banal".

Ou seja, quando retomamos os dados recolhidos por Herring e sua equipe e os confrontamos ao esforço de produção de identidades femininas no ciberespaço, podemos admitir que o sistema de filtro identificado nos blogs é equivalente àquele sistema de preconceitos identificado por Gannett (1992 apud Oliveira, 2002) ao longo da prática diarística tradicional de mulheres.

A constatação da existência de filtros exercidos por instituições variadas coincidentemente toma ainda como parâmetros os mesmos referenciais sobre os modos masculinos de estar no mundo utilizados na Modernidade, tradicionalmente mais voltados para ação, em contraposição ao universo feminino, que tende a enfocar o mundo doméstico, espiritual, interior e, por esse motivo, considerado menor.

Isso nos leva a concluir que, embora tivesse facilitado às mulheres falar publicamente de si, participar da cibercultura não reduziu sobre as suas produções (os blogs) os preconceitos que elas carregam ao longo dos séculos.

Nesse sentido, salientamos com Chandler que o importante na escrita dos blogs femininos não é exatamente seu significado como formador de conteúdo, mas a oportunidade ímpar que especialmente as mulheres, por seu histórico de preconceitos enfrentados, têm de construir suas próprias histórias, a partir de seus próprios textos.

Para tanto, não é demais lembrar as palavras da blogueira Isabel

Matos Ferreira, autora do blog português *Miss Pearls*[27] sobre a participação política das mulheres em seus blogs, citada por outra blogueira, Tati – autora de *Adufe.pt: boys should be boys, girls should be girls*[28] –, como resposta a um leitor:

> Os blogs femininos tratam de temas tão diversos como a técnica de bem aplicar uma tinta no cabelo, conjugalidades, férias – a verdadeira promoção de Portugal no estrangeiro é feita por nós, giríssimas, encantadoras, bronzeadas e muito, muito alinhadas –, segredos culinários, pedagogia, dicas de beleza e moda, saúde, poesia, lingerie, literatura, compras – logo economia! –, teias sociais, pintura, cultura, segurança, como dar a volta ao parceiro sem ao encolher de ombros fazer guerra, o mesmo no emprego, com a empregada, a sogra, a amiga e a vizinha do terceiro que empesta o elevador com fina mistura de essências de tabaco e ópio – não madar à... É diplomacia de primeira!
> E depois, há a conhecida realidade da gestão dos sempre escassos recursos domésticos. Somos as primeiras a saber <de facto>, e não por enganosas oratórias, a tragédia da economia, da falência dos valores, dos afectos, da educação (não descuidamos os filhos), da saúde (agüentamos filas acompanhando o sogro ou a Madalena ao centro de saúde), da justiça (para nos divorciarmos enrugamos como passas algaravias), das finanças, da conflitualidade na rua, no bairro e no mundo.

Isso não é política? O que é, então?

27 Disponível em URL: < http://misspearls.blogspot.com>. Acesso em 02.jul.2006
28 Disponível em URL: <http://adufe.weblog.com.pt/arquivo/2005/12/boys_should_be.html> Acesso em 02.jul.2006

Referências

BLYTHE, R. *The pleasures of diaries: four centuries of private writing.* London: Penguin Books, 1989.

BRUNO, F. "Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação". Revista da *Famecos*, Porto Alegre, v. 24, p. 110-124, 2004. Disponível em: http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/24/Fernanda.pdf. Acesso em 20/01/2008.

CHANDLER, D. *Personal home pages and the construction of identities on the web.* Disponível em: http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html. Acesso em: 15/07/2005.

COCHEYRAS, J. *La place du journal intime dans une typologie linguistique des formes littéraires.* Gèneve: Librairie Droz, p. 227-228, 1978.

CULLEY, M. *A day at a time: the diary literature of american woman from 1764 to the present.* New York: Feminist Press, 1985.

GANNETT, C. *Gender and the journal: diaries and academic discourse*. New York: State University of New York Press, 1992.

GUATARI, F.; ROLNIK, S. *Micropolítica: cartografias do desejo*. 5ª edição. Petrópolis: Vozes, 1997.

HERRING, S. C. *et.* al. "Women and children last: the discursive construction of weblogs". In: GURAK, S.; ANTONIJEVIC, L.; JOHNSON, C.; RATLIFF, J.; REYMAN (Eds.). *Into the blogosphere: rhetoric, community, and culture of weblogs*. Disponível em: http://www.blogninja.com/women.children.pdf . Acesso em 02/07/2006.

LEMOS, A. "A arte da vida: diários pessoais e webcams na internet". Disponível em: www.comunica.unisinos.br/tics/textos/2002/T3G4.PDF. Acesso em 02/072006.

MUZART, Z. L. "Do navegar e de navegantes". Disponível em: http://members.tripod.com/lfilipe/zahide.htm. Acesso em: 03/05/2001.

OLIVEIRA, R. M. C. de. "Diários públicos, mundos privados: diário
íntimo como gênero discursivo e suas transformações na contemporaneidade". Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação. Dissertação de mestrado, 2002. Disponível em: http://bocc.ubi.pt/pag/oliveira-rosa-meire-diarios-publicos-mundos-privados.pdf . Acesso em 28/02/2005 .

_____. "De onda em onda: a evolução dos ciberdiários e a simplificação das interfaces". Disponível em: http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=oliveira-rosa-meire-De-onda-onda.html. Acesso em: 02/02/2008.

SIBILIA, P. "Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica". Disponível em: http://www.comunica.unisinos.br/tics/textos/2003/GT12TB6.PDF. Acesso em 20/012008.

SILVA, C. M. da. “Intimidade on-line: outras faces do diário íntimo contemporâneo”. Universidade Federal Fluminense. Departamento de Psicologia. Dissertação de Mestrado, 2006.

Sites Consultados:

http://www.wikepedia.com
http:// www.technorati.com
http://www.robotwinsdom.com
http://www.pitas.com
http://www.blogger.com
http://www.dicweb.com
http://www.globo.com
http://www.uol.com.br
http://www.burburinho.com
http://www.userland.com
http://www.crislaphan.com
http://www.nova-e.inf.br
http://searchengine.com
http://cigarranapaisagem.blogspot.com
http://pantufa.blogspot.com
http://aferidanarcisica.com
http://daniellefalks.weblogger.terra.com.br
http://quatrocaminhos.blogspot.com
http://www.perseus.com
http://blog.vovici.com
http://dn.sapo.pt
http://bomba-inteligente.blogspot.com
http://planetahilda.blogspot.com
http://ervilhas.weblog.com.pt
http://passeaiflores.blogspot.com/
http://unseoutras.blogspot.com
http://www.sindromedeestocolmo.com
http://www.rosaleonor.blogspot.com
http://horvallis.blogspot.com/
http://blogotinha.blogspot.com
http://www.megeras.com
http://blo.gs.com
http://misspearls.blogspot.com.
http://adufe.weblog.com.pt

Adriana Braga

Teoria e método na análise de um blog:

o caso Mothern

Este capítulo apresenta uma metodologia para o estudo de blogs a partir do estudo de caso de um blog de sucesso, chamado *Mothern*, que se dedica ao tema da maternidade contemporânea. Considerando os ambientes sociais de internet como espaços de interação social, a ação comunicativa ali ocorrente foi pensada a partir da articulação de um duplo quadro teórico de referência: discursivo e interacional. A metodologia utilizada apóia-se em alguns conceitos da interação social e das teorias da enunciação, a partir da técnica etnográfica e análise do discurso, além de alguns dados quantitativos complementares. Este aparato foi elaborado para lidar com os usos concretos dessa tecnologia de comunicação pelas participantes do grupo em situações naturais.

Assim, após relacionar o fenômeno analisado ao contexto mais amplo da Comunicação Mediada por Computador (CMC), faço uma explanação dos procedimentos metodológicos que fundamentaram a investigação. Finalmente, partindo de dados quantitativos – a variação na freqüência mensal de comentários no Livro de Visitas (LV) –, complementado por entrevistas e observação participante, reconto a trajetória do blog *Mothern*.

Interações digitais: um esboço teórico

As atividades on-line não se resumem à CMC e vice-versa. Tomar a atividade on-line pela CMC seria uma redução da atividade e uma elevação da Comunicação a um estatuto hierárquico superior, o que parece equivocado. Essa atividade é caracterizada mais pela sua prática e uso que por sua natureza teórica. Sendo assim, as pessoas exercem atividades várias utilizando o computador pessoal ligado à rede mundial de computadores, inclusive se comunicam através dessa tecnologia. Dito isso, localizo a CMC como a atividade on-line sob exame nesse estudo, mais especificamente a ocorrente nos blogs. Neste tópico, procuro desenvolver uma reflexão acerca das especificidades dessa atividade a partir de uma visada panorâmica sobre o universo no qual o fenômeno objeto desse estudo se manifesta.

A internet reforça e estende redes sociais por interconectar indivíduos em um diálogo de proporções globais, altera a maneira como muitas pessoas trabalham, aprendem, jogam e se comunicam, tornando mesmo difícil imaginar um mundo sem a internet. Desde a introdução dessa tecnologia, a CMC tem desenvolvido várias modalidades que incluem e-mail, listas de discussão, salas de bate-papo, MUDs, mensagens instantâneas, blogs, *Orkut*, *MySpace*, *Facebook* e a própria web, cada uma delas a criar um ambiente social específico. As modalidades de CMC são atualizadas rapidamente. Em um período de desenvolvimento e estabelecimento de scripts, ferramentas, interfaces e programas são aprimorados e substituídos por outros mais avançados e condizentes com necessidades específicas identificadas pelo uso.

O computador ligado à web pode ser usado para gerenciar informação ou reunir pessoas, sendo o e-mail a modalidade mais popular da internet. A troca de informação on-line por essa via contribuiu para o rápido desenvolvimento da tecnologia do computador nos Estados Unidos, que, combinado com o decréscimo no custo do computador pessoal, popularizou o acesso da tecnologia na década de 1980. Atual-

mente, nos países do chamado “Primeiro Mundo”, a penetração da atividade on-line conta com mais que 60% da população,[1] apesar da realidade de outros países ser muito diferente.

O computador pode ser usado como ferramenta, quando realiza tarefas como processamento de texto e gerenciamento de base de dados; bem como meio de comunicação, quando usado para a comunicação interpessoal através da rede de computadores. Enquanto a tecnologia é mera máquina, à medida que é utilizada para o uso de um código simbólico e se estabelece em certo espaço social, torna-se meio, isto é, um ambiente social e intelectual criado pela máquina (Postman, 1985). A interação estabelecida entre usuários/as cria o ambiente de mídia, esse novo espaço intelectual e social denominado ciberespaço.

A idéia de usar computadores como meio de comunicação foi introduzida por J.C.R. Licklider e Robert Taylor, segundo Barnes (2003). Em artigo publicado em 1968, intitulado “The computer as a communication device”, os autores forneciam as idéias conceituais para o desenvolvimento da internet: i) redes de comunicação são mais que enviar e receber informação de um ponto a outro, os/as agentes são participantes ativos/as que têm papel central no processo comunicativo; ii) comunicação é um processo de reforço mútuo, que envolve criatividade; iii) o computador digital é um meio flexível, interativo, que pode ser utilizado para a comunicação humana cooperativa; iv) a comunicação baseada em computadores exige um enquadramento comum da situação.

A internet pode ser usada como suporte de comunicação humana ou de massa, e essa natureza híbrida a torna um meio difícil de estudar por incorporar aspectos de ambos os modos comunicativos. Enquanto a disciplina da Comunicação tem separado a comunicação humana e de massa em duas áreas distintas, com literatura, perspectivas e teorias próprias, a internet traz características de ambas. O telefone, assim

1 Fonte: *Nielsen/NetRating Service*, novembro de 2005.

como a internet, problematiza essa distinção de categorias por ser um suporte usado para a comunicação humana que não requer um ambiente físico para sua ocorrência. Entretanto, tem sido negligenciado pelos estudos na área. Se a comunicação interpessoal mediada compreende a interação entre pessoas através de um suporte que transcenda os limites de tempo e espaço, isso inclui telefone, carta, e-mail e secretária eletrônica, por exemplo.

Com as tecnologias da CMC, amplia-se o espaço de acolhimento e visibilidade da expressão individual ou interesses de grupos específicos. Entretanto, é importante ressaltar que esse mesmo movimento, que promove a "democratização" desse espaço, entendido como espaço público, tem como paraefeito uma banalização e desconfiança com relação a grande parte do volume dos conteúdos publicados nesses ambientes. Páginas na web são criadas por uma variedade de indivíduos e organizações, tornando indispensável uma avaliação das informações veiculadas quanto à exatidão, autoridade, objetividade, segurança e atualidade por parte de quem as utiliza. Se a informação ali é livre, é também duvidosa. Conseqüentemente, é possível observar em várias instâncias da internet a utilização desse espaço como uma possível via de acesso às mídias tradicionais, que possuem a legitimidade pretendida pelos/as autores/as: o sonho do blog é virar livro.[2]

A maioria dos blogs disponibiliza um espaço de interação, de debate, de "arena pública", em que visitantes podem deixar seus comentários, criticar, interagir com o/a blogueiro/a, e com os/as demais visitantes. Os blogs geralmente oferecem uma lista de indicação com links internos e externos que apontam para conteúdos de arquivo, outros blogs recomendados e conteúdos que guardam afinidade com o tema de interesse do grupo. Geralmente, é possível encontrar comentários de outros/as blogueiros/as (acompanhados do endereço eletrô-

2 Reitera esse ponto o *slogan* de um popular blog português, *Blogue dos Marretas: o blogue livre que não quis ser livro!*, que ressalta o fato de ter sido convidado por uma editora para publicar um livro – e recusado – como sinal de distinção e independência no contexto da blogosfera.

nico) da lista dos indicados no Livro de Visitas[3] de cada blog, formando uma rede de interação em que uns referem-se aos outros e tem-se a sensação de constituírem uma mesma "comunidade",[4] interagindo através de textos, imagens e hipertextos. Assim, o uso substantivo do espaço social do blog promove a criação e a freqüência a outros blogs e a outros ambientes comunicacionais da rede.

Muitos dos primeiros estudos acerca da emergência dos blogs partiram de uma analogia com a chamada "escritura de si," os diários íntimos em voga nos séc. XVIII e XIX. Entretanto, se considerarmos que a narração de uma história implica a adequação da experiência vivida no âmbito privado à aparição pública, como no caso dos blogs – textos visando publicização –, fica claro o limite frágil dessa analogia. Nesse processo de escritura do vivido, a experiência passa por um processo de transformação, desprivatização e desindividualização (Arendt, 1997). Assim, a perspectiva desses estudos se mostrou reducionista, principalmente à medida que o uso dos blogs foi se estabelecendo por outros caminhos, especialmente na interação que estabeleceu com os discursos literário e jornalístico. Assim, os blogs rapidamente configuraram-se e têm-se configurado como um espaço social diverso, até certo ponto democrático, para expressão individual, interação e informação noticiosa, suscitando uma estreita convergência com o campo jornalístico e literário, o que tais pesquisadores/as não supunham.[5] Os ambientes sociais proporcionados pela internet são espaços de interação específicos, a que uma caracterização mais apressada pode tentar encontrar um referente análogo para fins de comparação. Entretanto, apesar de muitas vezes terem precedentes em

3 O Livro de Visitas (*guestbook*) é um espaço para comentários dos/as visitantes de um blog. Em alguns casos, esse espaço é disponibilizado a partir de um único link; em outros, há um link específico abaixo de cada texto na página principal (post). De qualquer forma, um espaço de interação entre produção e recepção neste ambiente.

4 Existe uma extensa discussão no campo acadêmico sobre a pertinência da noção de comunidade aplicada à internet.

5 Como exemplos, podem-se mencionar a cobertura internacional da invasão do Iraque, que se valeu largamente de blog*s* de jornalistas iraquianos, quebrando um monopólio de décadas das grandes agências de notícias, além dos diversos blog*s* que foram publicados em forma de livro.

outros contextos comunicacionais, esses objetos empíricos têm também especificidades, tornando qualquer comparação imediata uma redução da complexidade do objeto em questão.

Os blogs têm consolidado um modo de expressão individual e interação interpessoal, a promover nesse processo o surgimento de uma existência mediada e midiática. Além disso, os blogs tornaram-se atualmente *locus* da emergência de uma importante forma de jornalismo individual e, até certo ponto, independente, a representar um papel crítico na aceleração dos ciclos noticiosos. O crescimento vultoso dessa modalidade jornalística aponta para uma demanda social por pontos de vista díspares e múltiplos acerca dos fatos, ao contrário da abreviação da pluralidade de informação praticada por muitos veículos. Entretanto, apesar de serem citados por jornalistas como fonte de alguns artigos, matérias e reportagens com relativa freqüência e utilizados como ferramenta de marketing para empresas e políticos, os conteúdos veiculados nos blogs carecem de triagem apurada e linha editorial coerente, elementos valorizados na veiculação desse tipo de informação. O formato do blog, que associa funcionalidades interativas com produção de ferramentas eficientes e de simples operação e ainda oferece a disponibilidade "sem custos" do provedor, propiciou condições para o surgimento desse fenômeno que parece ter lugar estável na CMC que ora se estabelece.

Sobre o Método: organização dos dados e procedimentos de análise

O primeiro movimento para este estudo foi contatar-me com os blogs na tentativa de compreender suas grandes características extratextuais e textuais, representar o conjunto: os contornos, as caracterizações, o funcionamento. Em função das primeiras aproximações, de observações intuitivas, entendi que o estudo do universo dos blogs

como um todo seria inviável para uma única investigação. O ambiente disponibilizado pela internet não é ocupado de forma homogênea, há muitas estruturas distintas. Das muitas aplicações disponíveis, algumas se estabelecem e permanecem, enquanto que outras formas de uso dos recursos técnicos proporcionados caem em desuso. Entre os formatos que parecem ter se estabelecido com vigor, pode-se destacar o e-mail – meio de comunicação em geral pessoal e privado –, o website – institucional e público – e, mais recentemente, os comunicadores instantâneos – pessoal, privado e sincrônico – e o blog – público e pessoal, ou seja, espaço público, mas "com dono/a".

O blog chama a atenção por promover uma democratização dos recursos para a produção da enunciação midiática, resultando na emergência de enunciadores/as dispersos, que veiculam grande diversidade de conteúdos. O contato com esse universo me levou a delimitar um caso específico no qual está presente um conjunto de fenômenos relativos à problemática maior da CMC.

O ponto de partida para a operacionalização deste estudo consiste em uma coleção dos comentários publicados no LV do blog *Mothern* durante um período de pouco mais de quatro anos, entre 11 de abril de 2002 – data do início das atividades do blog – e agosto de 2006. A constatação da limitação dos comentários oriundos do LV como fonte exclusiva de dados conduziu a dinâmica da aplicação metodológica deste estudo em atividades para além da base de dados da internet. Assim, a esses dados acrescentam-se entrevistas presenciais e por telefone com as blogueiras e algumas participantes, além de observação participante em encontros promovidos por elas, experiências registradas sistematicamente em um diário de campo etnográfico. Essas opções visam a ampliar a base empírica de dados para a compreensão do fenômeno investigado em sua complexidade, evitando os perigos de ter como única fonte de dados os registros originados pela própria tecnologia da CMC.[6]

6 Ver neste sentido, Greiffenhagen e Watson (2005).

A opção de recolha dos dados provenientes do LV desde suas primeiras mensagens se justifica, dadas as questões específicas suscitadas pela pesquisa acerca da interação comunicativa ocorrente naquele espaço. Para o exame das representações do *self* encontradas nesses ambientes, alguns elementos se apresentam como profícuos: descrições pessoais, informação para contato, links, letra de música, citações, sinais de afiliação, testemunhos pessoais, informações correlatas e ainda a chegada ao ambiente social sob investigação, matéria da primeira impressão disponível aos/as participantes da interação. Assim, a coleta dos comentários desde seu início permite analisar a formação e o processo de configuração de diferentes aspectos desse espaço interacional, como os protocolos de entrada em cena de novas participantes, critérios de inclusão/exclusão/ostracismo de visitantes, princípios formativos daquele circuito comunicacional, além do tratamento dado a temas específicos convergentes com o tópico de abrangência do blog.

Além disso, pela peculiar organização da disponibilização das páginas antigas – contadas retroativamente em grupos de 10 comentários –, torna-se mais fácil coletar e sistematizar a totalidade dos textos do que voltar à internet a cada consulta. Tal coleta possibilita a criação de uma base de dados portátil, que pode ser facilmente utilizada a partir de um dispositivo de armazenamento. O total de comentários veiculados no LV do *Mothern* no período considerado ficou em torno de 40.000. Para fins de catalogação, o volume de comentários compilado nesse período foi agrupado em 40 arquivos *Word for Windows*, contendo cada arquivo um total de 1000 comentários (em torno de 300 páginas de texto), perfazendo um número superior a 12.000 páginas de texto, material rico e volumoso que demandou um longo trabalho de classificação e análise. Essa opção permitiu uma busca relativamente rápida por palavras-chave, descritores, nomes de participantes ou números de comentários específicos dentro de cada arquivo. O fato de cada comentário apresentar um número individualizado, além de data e

hora da postagem, facilitou o trabalho de catalogação e relacionamento entre eles, bem como fazer inferências acerca de dados de ordem quantitativa, bastante úteis para fins de caracterização do objeto em etapas iniciais da análise, fornecendo pistas para a estipulação de categorias.

A leitura de todos os comentários a partir do início das atividades do LV até o número 3000 operou como uma espécie de observação não-participante digital (Braga, 2007), na medida em que o acompanhamento da interação na ordem de sua ocorrência permitiu-me uma compreensão do caráter intersubjetivo daquela interação. A análise foi dividida de modo a privilegiar dois aspectos: interacionais, uma perspectiva sobre a ordem da interação comunicativa; e discursivos, em que priorizo elementos temáticos relativos ao que denomino teorização informal da feminilidade, a partir do conjunto de comentários registrados no LV, participação em encontros presenciais e realização de entrevistas, conjunto de procedimentos a que tenho chamado netnografia.[7]

A unidade básica de análise para lidar com os numerosos dados provenientes dos registros disponíveis na rede consiste no *thread*,[8] um conjunto de comentários relativos a um mesmo tema, fenômeno verbal típico da interação social na internet descrito por Rutter e Smith (2002a; 2002b). Em um *thread*, os/as participantes alternam comentários datados e numerados, em uma espécie de radicalização da dinâmica de "turnos de fala" (Schegloff, Sacks & Jefferson, 1974) na conversação face a face, na qual não há corte ou sobreposição de falas, mas uma seqüência numericamente configurada.

Após a análise dos discursos dos comentários do LV, ponto de partida desse percurso, selecionei informantes entre as participantes, que foram contatadas por e-mail. Entrevistas foram agendadas, gravadas e transcritas. Ainda, realizei observação participante em alguns dos

7 Ver, nesse sentido, Bishop et al., 1995; Braga, 2008.

8 Na falta de uma boa palavra em português que caracterize o conjunto de comentários denominado por *thread* (literalmente, "fio"), optei, por enquanto, por reproduzi-la em sua grafia original em inglês.

freqüentes encontros presenciais promovidos pelas freqüentadoras do LV. A participação nesses encontros foi acompanhada da elaboração de um diário de campo etnográfico, de modo a preservar o máximo possível da riqueza das situações naturais de campo.

As opções metodológicas aqui explicitadas buscam dar conta de um aspecto particular de um fenômeno midiático – o blog *Mothern* no contexto da internet. A internet, como meio de comunicação, trouxe uma série de alterações na configuração do campo das mídias, não apenas redefinindo os meios tradicionais, mas criando e ampliando contextos de interação social, que são apropriados por sujeitos enunciadores de diversas maneiras, a partir de protocolos e lógicas de interação específicas.

No conjunto de comentários componente do LV do *Mothern*, é possível observar diálogos inteiros, sem um conteúdo preciso, e que parecem ter o único propósito de manter o contato e prolongar a comunicação, cumprindo apenas uma função fática da linguagem, conforme a clássica definição de Jakobson (1969). Entretanto, a partir da entrada de certas temáticas – espontânea ou originada por assunto proposto na página principal –, um novo *thread* se desenvolve. Esses comentários apresentam uma recursividade geradora de outras interpretações. A compreensão do tópico específico apresentado por um comentário dá origem a outras interpretações a respeito daquele mesmo assunto, causando um efeito que muitas vezes pode durar dias ou mesmo semanas. Sendo assim, o tema introduzido por um comentário que desestabiliza a sociabilidade cotidiana fornece um eixo para que se desenvolva uma seqüência de comentários relativos, uma continuidade da interação comunicativa em torno daquele tópico específico, até que esta se estabilize em um novo ponto de equilíbrio, voltando aos termos da sociabilidade cotidiana – fática. A cada percurso desse tipo – tema / comentários relativos / comunicação fática –, um novo *thread* se apresenta como unidade possível de análise.

Assim, considero importante buscar, além da diversidade dos

conteúdos apresentados no ambiente interacional do LV, “os princípios estruturantes que fornecem ordem em meio ao fluxo” (Smith, 2004:51). A estipulação dos *threads*, a observação de sua duração, freqüência e conteúdos para a organização e exame desses dados em seu conjunto demonstram grande potencial analítico, uma vez que é no confronto entre posições manifestas ao longo dos *threads* que a negociação social dos sentidos se realiza, tanto na ordem do discurso quanto na ordem da interação.

O fenômeno comunicacional originado pelo LV comparece em diferentes ambientes da Internet, em trocas de e-mails, visitas a fotologs, fórum de comunidade *Orkut*, comunicação por programas de mensagens instantâneas, outros LVs, lista de discussão restrita etc. Algumas relações estabelecidas no LV ultrapassam os limites da CMC e lançam mão de outros recursos técnicos para realizar suas trocas, como telefone celular, câmaras digitais, além de encontros presenciais. Na tentativa de precisar algumas unidades de leitura no conjunto de dados, me vi levada a fazer algumas escolhas de ordem teórico-metodológicas e eleger, dentre os diferentes ambientes de interação, alguns pontos interconectados: o LV e sua “relação reflexiva” com os posts,[9] de um lado, e com outros LVs e fotologs, de outro. Tendo em vista o fenômeno comunicacional sendo constituído no contexto da internet, é possível perceber articulações que se fazem através de envios (na forma de mensagens verbais e links) e reenvios entre esses espaços. A partir de vários mecanismos observados na relação entre essas partes, um circuito comunicativo é estabelecido e representações discursivas veiculadas.

A seguir, apresento um exemplo do modo como dados quantitativos, facilmente disponíveis na rede, podem ser articulados a técnicas de pesquisa qualitativa, como observação participante e entrevistas em profundidade, contribuindo na caracterização do objeto de pesqui-

9 “Posts” são as atualizações na página principal de um blog, podendo ou não pertencer ao mesmo gênero de escrita, tratar do mesmo assunto ou ter sido escrito pelo/a blogueiro/a. Ao longo do texto, utilizo a palavra “post” por se tratar de um termo êmico.

sa, neste caso, a trajetória do blog, da comunicação mediada por computador aos meios de comunicação de massa.

O blog *Mothern*: da CMC aos MCM

Juliana Sampaio e Laura Guimarães, colegas desde a faculdade, trabalhavam como dupla de criação em uma agência de publicidade, desempenhando o papel de redatora e diretora de arte, respectivamente. À medida que a agência começou a crescer e a captar contas de grandes clientes, as duas amigas, atentas às contradições da lógica do mercado, mantinham uma posição crítica, a questionar as práticas do fazer publicitário, suas políticas de representação de minorias e seu compromisso com o Capital. Trabalhadoras, usuárias do computador ligado à internet no cotidiano, vinculadas à novidade por dever de ofício, acompanhavam a emergência das novas ferramentas de publicação on-line. A partir da leitura de alguns blogs brasileiros, que então começavam a se estabelecer na rede, resolveram, a partir de uma brincadeira, fazer uma versão materna de um blog que tematizava a "mulher superior". Criou-se, assim, em janeiro de 2002, o blog *Mothern: as incríveis aventuras de duas garotas que já pariram*. Em abril do mesmo ano, após várias tentativas frustradas de instalar o sistema de comentários de leitores/as por post, as blogueiras colocaram no ar o Livro de Visitas, ambiente da vibrante dinâmica interacional que viria se instalar ali em pouco tempo.

A instalação do LV estabeleceu um parâmetro mensurável da atividade no ambiente *Mothern*, o número de comentários por mês. Uma análise do gráfico que registra a atividade no LV, disposto abaixo, é elucidativo da história desse ambiente.

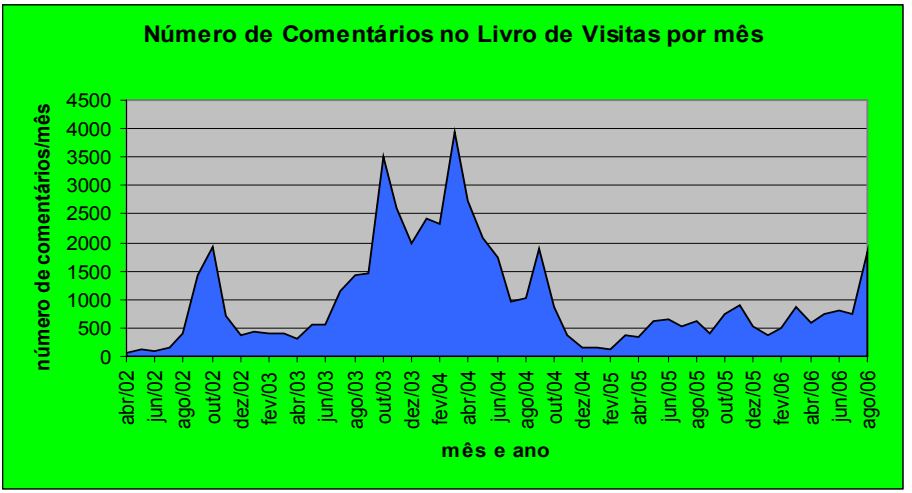


Figura 1: Número de comentários no Livro de Visitas por mês
Fonte**:** Braga (2006)

Quando da instalação do LV, as blogueiras iniciaram a divulgação do blog escrevendo para suas listas pessoais de e-mail e visitando outros blogs, deixando mensagens convidando para visitar o *Mothern* – protocolo básico de interação na blogosfera. O resultado desse trabalho de divulgação foi o pico de quase 2000 comentários em outubro de 2002, na forma de congratulações de amigos/as e familiares pela iniciativa e de retribuição de visitas de outros blogueiros/as. A falta de freqüência continuada desses/as primeiros/as visitantes levou a uma queda, acentuada pelo final de ano. Nesse período, a coincidência com as férias, festas e feriados faz com que a atividade on-line diminua de modo geral, particularmente porque as freqüentadoras habituais acessam a internet a partir de seus locais de trabalho. Entretanto, de janeiro a abril de 2003 já pôde ser percebido um primeiro patamar de estabilidade no número de visitantes, mantido pela freqüência que

começa a se estabelecer de visitas de outros/as blogueiros/as, que se identificaram com a proposta e passaram a freqüentar o LV cotidianamente.

Uma nova fase se iniciou quando o *Mothern* foi noticiado em três veículos de mídia impressa, em meados de 2003: uma coluna mensal na revista *TPM*, uma matéria com fotos e entrevista na revista *Crescer* e uma fotografia e menção ao blog e suas criadoras em uma reportagem sobre o crescimento da blogosfera na revista *IstoÉ*, em maio daquele mesmo ano. A partir daí, houve um crescimento vertiginoso na atividade daquele espaço, que chegou a um pico de quase 4000 comentários em abril de 2004 – registrando queda somente entre dezembro e fevereiro, pelas razões já mencionadas. Nesse período, em março de 2004, foi criada uma lista de discussão paralela restrita, que viria a provocar um esvaziamento impressionante nas atividades do LV. Em poucos meses, a lista absorveu quase completamente aquela atividade, apresentando mais de 4000 registros em agosto, mesmo mês da queda mais significativa do fluxo do LV registrada no gráfico.

Em outubro de 2004, as blogueiras anunciaram na página principal do blog o encerramento das atividades por parte delas, ou seja, o fim da produção de novos posts. Sob o lamento das freqüentadoras, as anfitriãs argumentaram estar envolvidas com outras tarefas profissionais e interesses pessoais. Entretanto, convidaram todas para continuarem a freqüentar o ambiente mesmo na sua ausência. As freqüentadoras reagiram de modo compreensivo, apesar de ficar claro o desagrado frente àquele afastamento. Os números caíram a níveis próximos aos dos primeiros meses da criação do LV. Entretanto, após o choque inicial, a freqüência ao LV manteve-se estável em torno de 150 comentários por mês, demonstrando uma relativa autonomização daquele ambiente com relação à atividade e participação de suas criadoras.

Pouco tempo depois do encerramento das atividades do blog, as autoras receberam o convite de uma editora comercial para publicar o conteúdo do blog em forma de livro, cujo lançamento ocorreu em 16 de abril de 2005, por ocasião do dia das mães. A campanha publicitária e os eventos de lançamento do livro – que promoveram um novo fluxo de visitantes ao blog – levaram as blogueiras a retomar as atividades da página, e a freqüentar novamente o LV, para responder e dar as boas vindas a todas as recém-chegadas. A partir daí, com o crescente interesse das mídias tradicionais no fenômeno dos blogs, o *Mothern* passou a ser fonte constante para pautas de suplementos femininos e de informática em jornais e revistas de circulação nacional, atraindo novos grupos e promovendo rotatividade naquele ambiente. O número de comentários manteve-se estabilizado entre os meses de janeiro de 2005 a julho de 2006, registrando número de comentários em torno de 700, apesar da pouca atualização da página principal. A estréia do programa televisivo *Mothern*, série de ficção elaborada a partir dos textos do livro no canal fechado *GNT*, em agosto de 2006, motivou novamente a atualização do blog. A massiva campanha publicitária da emissora colocou o tema da maternidade moderna como pauta de diversos programas de sua grade, como *Saia Justa*, *Sem Controle* e *Marília Gabriela Entrevista*, além das chamadas constantes para o programa propriamente dito durante a programação. Essa exposição à mídia de massa despertou o interesse de outros veículos de expressão nacional, como o jornal *Folha de S.Paulo*, a revista *Época*, e o programa *Hebe*, do *SBT*, e levou a um crescente afluxo de novos/as visitantes, elevando o número de comentários no LV de modo exponencial. Em agosto de 2006, o número de comentários foi mais que o dobro do registrado em julho, mostrando, ao final da contagem desses dados, um iminente ciclo de expansão.

Para Concluir

Operações de sistematização de dados e procedimentos de análise comumente não são explicitadas nos relatórios de pesquisa publicados. Este capítulo, ao apresentar detalhadamente o processo metodológico empregado na análise de um blog, visa a fornecer a estudiosos/as das interações sociais estabelecidas nos ambientes de internet um instrumental analítico promissor para a compreensão desse fenômeno comunicacional a partir de uma perspectiva etnográfica.

A análise de blogs pode revelar uma interessante perspectiva sobre vários aspectos que superam o horizonte da chamada cibercultura. No estudo do caso *Mothern*, ficaram evidentes tanto aspectos interacionais específicos da Comunicação Mediada por Computador, tais como os protocolos de apresentação do *self*, o gerenciamento de conflitos e a constituição de um circuito interativo entre participantes, quanto relações de gênero e poder. Essas relações não se restringem à internet; embora expressas em um ambiente digital, manifestam lógicas simbólicas de profunda importância social.

Referências

ARENDT, H. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

BARNES, S. *Computer-mediated communication: human-to-human communication across the Internet.* Boston/USA: Allyn and Bacon, 2003.

BISHOP, A. P.; STAR, S. L.; NEUMANN, L.; IGNACIO, E.; SANDUSKY, R. J., & SCHATZ, B. "Building a university digital library: understanding implications for academic institutions and their constituencies." In**:** *Higher Education and the NII: from vision to reality*. Proceedings of the Monterey Conference, Sept. 26-29. Washington, DC, Coalition for Networked Information, 1995.

BRAGA, A. A. "Nethnography: a naturalistic approach towards online interaction." In: JENSEN, J.; SPINK, A.; TAKSA, I. (Orgs.). *Handbook on Research of Web log Analysis*. Hershey, Pennsylvania: Idea Group Publishing, 2009.

_____. "Usos e consumo de mídias digitais entre participantes de *weblog*s: uma proposta metodológica." Artigo apresentado no XVI Encontro Anual da COMPÓS. Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, 2007.

BRAGA, A. "Feminilidade mediada por computador: interação social no circuito-blogue". Unisinos. PPGC. Tese (Doutorado) em Ciências da Comunicação, 2006.

GREIFFENHAGEN, C. & WATSON, R. "'Teoria' e 'Método' na CMC: identidade, gênero, e tomada-de-turno – uma abordagem etnometodológica e analítico-conversacional". In: BRAGA, A. (Org.). *CMC, identidades e género: teoria e método*. Covilhã/PT: Universidade da Beira Interior, 2005.

JAKOBSON, R. *Lingüística e Comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1969.

POSTMAN, N. *Amusing ourselves to death*. New York: Penguin Books, 1985.

RUTTER, J. & SMITH, G. "Ethnografic presence in nebulous settings: a case study". Paper presented at ESRC Virtual Methods Seminar Series. Brunel University, 2002a.

_____. "Spinning Threads: Rituals of Sociability in CMC". Disponível em: http://les.man.ac.uk/cric/Jason_Rutter/papers. Acesso em 22/01/2003.

SCHEGLOFF, E.; SACKS, H.; JEFFERSON, G. "A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation**"**. *Language*, 50, n. 4, 1974. Disponível em: http://www.sscnet.ucla.edu/soc/faculty/schegloff/pubs/index.php. Acesso em 25/01/2008.

SMITH, G. "Instantâneos 'sub specie aeternitatis:' Simmel, Goffman e a sociologia formal." In: GASTALDO, É. (Org.). *Erving Goffman, desbravador do cotidiano.* Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.

SITES:

Blogue dos Marretas: http://marretas.blogspot.com
Mothern: http://mothern.blogspot.com

Marcelo Träsel

A vitória de Pirro dos blogs:

*ubiqüidade e dispersão conceitual na web**

A cerca de dez anos desde seu surgimento, os blogs tornaram-se uma forma de comunicação que atinge todos os grupos e classes sociais conectados à world wide web. De senhoras de 95 anos a pré-adolescentes, de grupos de esquerda às corporações multinacionais, de jornais interioranos às grandes *holdings* de mídia, não há categoria de sítio da web em que o formato de publicação em textos curtos, freqüentes, organizados segundo uma cronologia decrescente, em geral acompanhados de espaços para comentários dos leitores,[2] ainda não tenha pelo menos um caso de uso. Conforme o serviço de buscas *Technorati*, em abril de 2007, o número de blogs monitorados ultrapassava os 70 milhões, sendo que, em média, 120 mil novos blogs eram criados por dia (Sifry, 2007). Uma demonstração da força e credibilidade que esse tipo de veículo amealhou nos últimos anos é o

* Pirro (318-272 AC), general grego, rei de Épiro e da Macedônia. Na Batalha de Ásculo (279 AC), confrontou o exército romano e venceu, porém ao custo de 3500 homens de seu exército. Quando lhe deram os parabéns, Pirro retrucou: "outra vitória como esta e estaremos perdidos". A expressão "vitória de Pirro" passou a ser usada para sucessos que trazem prejuízos para o vencedor.

2 Conforme definição para o termo weblog proposta por Blood na introdução de Rodzvilla (2002).

caso do blog de tecnologia *Engadget*. Em maio de 2007, o *Engadget* publicou um e-mail enviado pela diretoria da empresa *Apple* a seus funcionários anunciando erroneamente um atraso no lançamento de dois produtos. A publicação causou uma queda de US$ 4 bilhões no valor de mercado das ações da *Apple* (Arrington, 2007). O equívoco foi desfeito e as ações voltaram a seu valor original em pouco tempo, mas a disposição dos investidores em tomar decisões financeiras com base em um post do *Engadget* pode ser considerada um símbolo da aceitação social dos blogs como canais confiáveis de informação.

Para todos os efeitos, o formato blog tornou-se ubíquo na web. No entanto, a disseminação tende a estressar os limites da definição desse gênero de website à medida que as ferramentas de publicação permitem arquiteturas e desenhos mais complexos e ocorre uma profissionalização da produção de conteúdo. O objetivo desse trabalho é discutir até que ponto as definições mais aceitas de blog dão conta dos fenômenos atuais e iniciar um debate que leve a um conceito o mais atemporal e independente da tecnologia possível. Não se pretende aqui dar qualquer resposta definitiva sobre o conceito de blog, mas sim incentivar os pesquisadores do tema a questionar seu objeto de análise.

Blogs e suas definições

A definição primordial de weblog é a de um sítio dedicado a coletar links para outros sítios da rede mundial de computadores e comentá-los. A partícula “log” remete aos diários de navegação, em que os capitães informam as latitudes e longitudes percorridas a cada dia e os pontos de referência geográficos encontrados, além de incidentes diversos. O prefixo “web” indica a transposição desses verdadeiros guias de navegação para a rede mundial de computadores de interface

gráfica. De fato, o objetivo principal dos autores pioneiros era guardar um arquivo de referências interessantes, numa época em que as ferramentas de busca ainda eram muito pouco desenvolvidas. Encontrava-se conteúdo interessante na web por acaso ou por indicação de outros internautas, então os links fornecidos nos primeiros blogs eram um ativo muito valioso para seus autores e leitores. Um nome alternativo para weblog é diário virtual, tradução do inglês *on-line journal*, mas normalmente entende-se que essa denominação se refere a um tipo específico de blog, que privilegia as impressões pessoais de seu autor em detrimento dos links comentados.

Os pesquisadores que se debruçam sobre esse objeto, sobretudo os de origem americana, tendem a adotar uma definição baseada na fórmula proposta por Blood (2002): uma página da web atualizada freqüentemente com entradas datadas, as mais novas posicionadas no topo, contando quase sempre com espaços para comentários. Há pesquisadores que definem os blogs a partir de características de sua linguagem e narrativa, apontando, no mais das vezes, a auto-referência e a subjetividade que conformam esse gênero textual.[3] Autores de ambos os grupos tendem a identificar também os blogs com as ferramentas de publicação usadas para produzi-los – embora seja possível manter esse tipo de website usando o mesmo método da criação de sítios tradicionais, isto é, mudando o código HTML e atualizando-o diretamente no servidor em que o blog está hospedado. De uma maneira geral, porém, os acadêmicos que se debruçam sobre o fenômeno dos blogs falham em dar uma definição operacional dos mesmos.[4] É bem verdade que a constante evolução tecnológica prejudica qualquer tentativa de delimitar o objeto, fator que, de resto, interfere em todo estudo sobre fenômenos da comunicação mediada por computador, mas talvez essa dificuldade devesse se tornar um incentivo para encontrar definições independentes do gênero textual ou da

3 Ver, por exemplo, Sibilia (2003) ou Primo (2005).

4 Ver Schittine (2004), por exemplo, que faz uma análise do uso dos blogs para a escrita íntima sem definir claramente o que entende por blog em nenhum momento.

ferramenta, não para evitar o problema. Estudos científicos que se eximem de apresentar alguma definição operacional de seu objeto carregam uma fragilidade primordial.

Os artigos e livros escritos pelos próprios blogueiros e trabalhadores especialistas em internet e web costumam abordar o problema da conceitualização com maior freqüência. Um apanhado das definições mais recorrentes para blogs realizado por Garfunkel (2004) identificou os seguintes traços, que podem ser complementares ou concorrentes:

1. website de cunho subjetivo ou não-comercial, tipicamente produzido por um único indivíduo;
2. formato de um diário organizado em ordem cronológica reversa, em geral atualizado todos os dias ou com bastante freqüência;
3. referências a outros sítios da web e excertos comentados de outras fontes e impressões pessoais;
4. relatos da vida diária.

No Brasil, o último aspecto sempre foi o mais atrelado à noção de blog. O aposto "diarinho adolescente na web" foi e é muito usado para questionar a legitimidade dos blogs como fontes de informação, em especial por jornalistas, que vêem suas prerrogativas profissionais ameaçadas pelo acesso de "qualquer um" às ferramentas de publicação na Web. Essas críticas foram deixadas de lado recentemente, quando os grandes portais passaram a criar blogs para seus funcionários. O principal causador dessa mudança na cultura empresarial, embora não seja um pioneiro do jornalismo em blogs, foi o *Blog do Noblat*,[5] sítio sobre política criado pelo jornalista Ricardo Noblat. Inicialmente hospedado como um tipo de coluna no portal do jornal *O Dia*, depois no *IG*, subseqüentemente no *Estadão,* o blog hoje está no *O Globo Online*. Esse histórico desencadeou uma verdadeira mania de criação de blogs pelos grupos de mídia concorrentes, com o objetivo de atender à de-

5 http://oglobo.globo.com/pais/noblat.

manda do público mais jovem e de marcar posição estratégica como empresas “antenadas”. A partir desse movimento, os outros traços da definição de blog citados acima passaram a ser mais difundidos entre blogueiros, pesquisadores e público em geral, e esse tipo de website ganhou respeito.

Porém, foi breve a conquista do reconhecimento pelos blogs. No momento mesmo em que passam a ser aceitos e se multiplicam por todos os cantos da web brasileira, começam a perder credibilidade. Os pioneiros da blogosfera vêem o seqüestro do formato pela mídia e a mercantilização por meio de anúncios e até mesmo venda de espaço editorial como sinais do fim de uma “era de ouro” dos blogs. Ao mesmo tempo, características antes típicas dos blogs estão presentes em todo tipo de sítio e as próprias ferramentas criadas para mantê-los servem aos mais diversos fins. Onipresentes, os blogs parecem se dissolver em meio a outras propostas editoriais e empresariais. Uma verdadeira vitória de Pirro.

Armadilhas publicitárias para navegadores incautos podem ser consideradas blogs? As colunas de jornais publicadas em ordem cronológica decrescente e com espaços para comentários podem ser consideradas blogs? Arquivos cronológicos de comunicados de imprensa são blogs? O que é, afinal, um blog? Na tentativa de encaminhar um debate sobre essas perguntas, far-se-á uma análise crítica de cada um dos traços característicos mais comumente apontados nos weblogs.

Um website de cunho pessoal ou não-comercial?

A legitimação dos blogs como veículos de comunicação respeitáveis e confiáveis, aliada à simplicidade da operação das ferramentas de publicação, levou à disseminação desse formato por websites corporativos, projetos de marketing, assessorias de imprensa e pela mídia. Recentemente, o portal *Globo.com* criou blogs para os atores e

apresentadores mais famosos da emissora, o que foi entendido pela blogosfera como uma mera assimilação do formato por interesses mercantis (Netto, 2007).

A vulgarização levou ainda à criação blogs cujo objetivo principal é a "monetização", isto é, vender anúncios suficientes via serviços automáticos[6] para obter lucro. A monetização, no entanto, tem levado muitos blogueiros a publicar conteúdo que visa meramente obter uma boa colocação no ranking das ferramentas de busca, ou ainda extrair cliques do que chamam "pára-quedistas" – os internautas desavisados que caem no blog via ferramentas de busca, em geral procurando por informações a respeito de celebridades ou pornografia, e, confundidos pelo *design* ambíguo da página, acabam clicando em anúncios, para jamais voltar àquele sítio novamente (ver Campos, 2007). Após participar de um evento reunindo blogueiros em 2007, um professor universitário e pioneiro da blogosfera relatou com pesar:

> ...blogs não são mais só aqueles sites de cunho pessoal onde os autores publicam suas opiniões sobre os assuntos que lhe interessam. (...) O tipo de site que parece predominar ao se procurar ilustrar o conceito de um blog hoje em dia é o site construído por alguém (ou um grupo de pessoas) que visa ganhar dinheiro publicando conteúdo e funcionando como alternativa aos jornais, revistas e programas de televisão (Oliveira, 2007).[7]

As reclamações causadas por esse tipo de blog podem ser atribuídas às grandes expectativas que o acesso do público a uma poderosa ferramenta de comunicação gerou nos defensores das liberdades civis e críticos do Estado e da mídia. A obra que reúne os

6 Um exemplo é o *Google AdSense*. Exige-se que o proprietário de um website insira um trecho de software em locais determinados do código das páginas. O programa monitora o conteúdo das páginas e exibe automaticamente anúncios de acordo com eles. A cada clique de um leitor, o proprietário da página recebe uma quantia variável em dinheiro. Disponível em: http://www.google.com/adsense.
7 Documento eletrônico.

primeiros artigos a respeito do fenômeno (Rodzvilla, 2002) chama-se *We've got blog*, ou seja, "Nós temos blogs", expressão que se assemelha em muito a uma frase de protesto. Os autores reunidos no livro, em sua maioria, posicionam os blogs como bastiões de resistência do cidadão comum contra a mídia e o governo, tomados tacitamente como instituições traiçoeiras e manipuladoras – não à toa, o autor de um dos mais conhecidos blogs políticos do mundo, o *Instapundit*,[8] publicou um livro chamado *Um exército de Davis: como os mercados e a tecnologia permitem às pessoas comuns derrotar a grande mídia, o grande governo e outros Golias* (Reynolds, 2006).[9]

Além dos blogs com fins francamente comerciais criados por indivíduos, há os blogs empresariais e impessoais criados por organizações. Algumas instituições mantêm blogs anônimos que, em lugar de publicar textos com forte caráter autoral, veiculam uma série de comunicados de imprensa. Reynolds considera a subjetividade um traço inseparável dos weblogs: "Então, apesar de você poder ter um blog 'institucional' anônimo (...) ele está fadado a ter uma voz institucional (...) Então voz pessoal parece ser terrivelmente importante para a qualidade de um blog" (2006:116-7).[10] Se os blogs são primordialmente um espaço de construção do "eu" no ciberespaço (Recuero, 2004:4), é preciso concluir que blogs institucionais anônimos não podem ser considerados verdadeiros blogs, ou que esse traço não pode ser determinante na definição do que é um blog. Da mesma maneira, à medida que blogs passam a ser criados visando exclusivamente à "monetização", o cunho não-comercial deixa de ser útil para delimitar esse objeto.

8 http://www.instapundit.com.
9 "An army of Davids: how markets and technology empower ordinary people to beat Big Media, Big Government and other Goliaths". Tradução livre.
10 Tradução do Autor: "So while you can have an anonymous 'institutional' blog (...) it's bound to have an institutional voice (...) So the personal voice seems to be awfully important to good blogging".

Ordem cronológica reversa e freqüência de atualização

A ordem cronológica reversa e a freqüência de publicação são aspectos dos blogs devido mais aos constrangimentos técnicos das ferramentas do que a exigências da própria narrativa. A grande inovação de ferramentas como o *Blogger*, *Movable Type* e *WordPress*, denominadas sistemas de publicação de conteúdo (CMS, ou *Content Management System*), foi permitir a veiculação de conteúdo por meio da automação do processo de edição em linguagem HTML e transferência dos arquivos para servidores da web. Isso significou maior simplicidade e rapidez na publicação e eventual edição do conteúdo do blog. Antes dos blogs, muitos internautas mantinham páginas pessoais estáticas, raramente atualizadas. O principal resultado da simplicidade de operação dos CMS foi um incentivo à atualização freqüente por meio da remoção da barreira técnica.

A ordem cronológica decrescente, por outro lado, foi estabelecida pelos blogs pioneiros, cujos autores não contavam com CMS e, portanto, precisavam codificar "a mão" a página e depois enviá-la a um servidor junto com os elementos de imagem ou áudio necessários, usando programas específicos. Ocorre que seria inviável publicar textos curtos diariamente em arquivos individuais sem contar com algum tipo de automação, constrangimento que levou os primeiros blogueiros a adotarem a solução de manter um documento único para cada semana ou mês e apenas inserir os novos conteúdos no topo da página, juntamente com a data. Este formato foi mantido pelos CMS, criados depois.

Não foram apenas os blogs, porém, que se beneficiaram dos CMS mais acessíveis. Muitas revistas eletrônicas que antes não tinham recursos financeiros e técnicos para adotar um CMS passaram a usar muitas vezes as ferramentas criadas originalmente para a manutenção de blogs. Os grandes webjornais, por outro lado, sempre usaram CMS desenvolvidos especificamente para eles, que inclusive permitiam a

publicação de conteúdo em ordem cronológica reversa, como a dos blogs − vide as listas de "últimas notícias" desses veículos, sempre apresentadas com a manchete mais recente no topo. No entanto, o jornalismo se caracteriza pela primazia da organização hierárquica da informação sobre a organização cronológica, daí serem raros os webjornais que até hoje adotaram a cronologia reversa como critério principal de distribuição do conteúdo em suas home pages. Pode-se citar como exemplos de uso da cronologia reversa no jornalismo o *Observatório da Imprensa* e a revista *Exile.ru*.[11]

Ao passo que algumas revistas eletrônicas adotam a ordem cronológica reversa, certos blogs abandonam essa característica. Tome-se, por exemplo, o caso do *Judão*,[12] website sobre cultura cuja página principal segue uma ordem hierárquica da informação, apesar de rodar no CMS *WordPress* e se autodenominar um blog. Na figura 1 (página seguinte), pode-se ver que a página principal apresenta uma manchete gráfica; a seu lado, um destaque também gráfico para algum artigo ou especial; abaixo da manchete, destaques menos relevantes organizados por tópico; e, finalmente, uma lista de últimas notícias, única seção da home page organizada cronologicamente.

O *Judão*, no entanto, tem uma voz subjetiva e é um website originalmente de cunho pessoal e não-comercial, embora hoje conte com uma equipe de redatores e veicule anúncios. Porém, oferece espaços para comentários dos leitores e relatos da vida de seu editor, Thiago Borbolla, em uma seção determinada. Isso o colocaria na categoria de blog conforme a maioria dos traços normalmente identificados nesse tipo de sítio. A evolução do design de sítios informativos para a web parece apontar para uma "bloguização" das revistas eletrônicas e de "jornalistização" dos blogs, resultando em um híbrido da lógica hierárquica do jornalismo e da lógica temporal dos blogs.

11 http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br e http://www.exile.ru, respectivamente. As duas revistas eletrônicas citadas na verdade misturam hierarquia e cronologia, embora com predominância desta última.
12 http://www.judao.com.br.

Figura 1: Reprodução da página principal do sítio *Judão*.
Fonte: http://www.judao.com.br. Acesso em 11/12/2007.

A publicação freqüente deixou de ser exclusividade tanto dos blogs como dos veículos jornalísticos. Hoje, estão se tornando menos comuns os websites estáticos, cujo conteúdo e estrutura se mantêm inalterados por semanas ou meses, do que os dinâmicos, que apresentam pequenas mudanças diária ou semanalmente. De fato, com a ampla oferta de CMS e outros serviços de publicação, os websites dinâmicos se tornaram mais econômica e tecnicamente viáveis do que os estáticos, porque exigem menos mão-de-obra especializada. Atualmente os sítios de corporações e mesmo de pequenos negócios atualizam freqüentemente seu conteúdo, assim como os indivíduos que têm perfis em redes sociais como o *Orkut*[13] ou mantêm blogs.

Assim, nem a freqüência de atualização nem a ordem cronológica

13 http://www.orkut.com.

reversa são mais características exclusivas dos blogs. Portanto, não podem continuar sendo o eixo principal de sua definição.

Links, impressões e diarismo

No início, os blogs foram usados para o compartilhamento de links para páginas da web consideradas interessantes por seu autor, em geral acompanhados de impressões sobre o conteúdo das mesmas. Após o surgimento dos CMS gratuitos e abertos a todos, cada vez mais os blogs com relatos cotidianos passaram a povoar a rede mundial de computadores. Hoje, porém, muitos serviços estão substituindo os blogs como plataformas de publicação desse tipo de material.

O compartilhamento de links, por exemplo, passou a ser feito através de serviços que agregam aspectos de redes sociais, como o *Del.icio.us* e o *Stumble Upon*.[14] Ambos permitem o cadastro de páginas da web, produzindo, como resultado, listas de links interessantes para cada um de seus usuários. As listas ficam disponíveis a todos os internautas, sejam assinantes do serviço ou não. Esses serviços, conhecidos como *social bookmarking*, ou "socialização de favoritos", são considerados um tipo de "filtragem" da web (Bruns, 2004). É possível inserir comentários a respeito de cada página cadastrada, resultando em algo muito parecido com os primeiros blogs, como se pode ver ao comparar a organização da informação nos sítios reproduzidos nas figuras 2 e 3.

14 http://del.icio.us e http://www.stumbleupon.com, respectivamente.

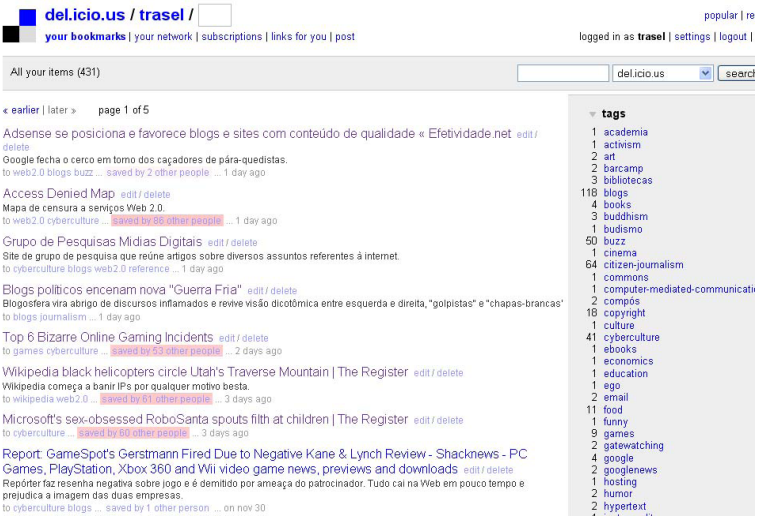
Dec 2000- Jan 2001 archive

Older archives: Oct-Nov Aug-Sept [oldstyle]

Headlines: (jump to #main below)

List of videos they'll be watching in the space station (AFP via Drudge)
Well-informed argument that extinct species can't be cloned (BBC)
Sega CEO personally covers billion-dollar loss!? (The Register)
Don't-miss Alex Cockburn on PanAm-verdict travesty (NYPress)
Indian company offers cheap AIDS drugs to Doctors Without Borders (AP)
Welcome to the unHoly Land (CounterPunch)
Stephen King cleared $500k from free-book donations (The Register)
Serious gossip about Kidman-Cruise breakup (UK via Drudge)
A shady Clinton pardon the media chose to overlook (recent NYPost via FmH)
Oakland vocalists do Bulgarian music proud (Scripps)
Elegant weed-a-day nature/haiku project (Sweden-150pg via FmH)
Goofy look at Blade Runner as (serious) futurology (BBC)
Seriously-bogus FBI fantasy about Bin Laden using encryption (USAToday via Yahoo) *(they'd just use netnews, duh!)*
An alternate approach to streaming video (morning quickie)
Amazon hosts micropayment experiment (UseIt)
Grim update on Depleted Uranium's 'slow Hiroshima' (CounterPunch)
Lucid exoneration of convicted Libyan bomber (of PanAm 103) (Consortium-2pg)
Definitive post-mortem on Gilliam's tragic 'Quixote' fiasco (UK via AIC)
Hong Kong Disneyland using unexploded WW2 bombs as landfill (AP)
Cute hedgehog pic (wrt groundhog day) (Yahoo)
Kinda hokey 8Mb Quicktime trailer for 'Lord of the Rings' (via AIC)
The Smashing-Pumpkins story told as a Peanuts special (27pg via null)
A computer-game equivalent to 'Dogme 95' minimalism (Gamasutra)
Nice short blurb for 'Alice's Restaurant' DVD (recent Salon)
Extremely cute pic of Spot on White House lawn (Yahoo)
UK Guardian book-review site (new to me)
Shameless hands-on techno-porn about new Powerbook G4 (MacWorld-2pg via Bogart)
ThisIsHell planning *(was excellent!)* many timely interviews (live RealAudio 9am-11am CST) *[Moment of Truth]*

Figura 2: Página de arquivo do blog pioneiro *Robot Wisdom*, dezembro de 2000 a janeiro de 2001.
Fonte: http://www.robotwisdom.com. Acesso em 11/12/2007.



del.icio.us / trasel /

your bookmarks | your network | subscriptions | links for you | post

popular | re

logged in as **trasel** | settings | logout |

All your items (431)

del.icio.us search

« earlier | later » page 1 of 5

Adsense se posiciona e favorece blogs e sites com conteúdo de qualidade « Efetividade.net edit / delete
Google fecha o cerco em torno dos caçadores de pára-quedistas.
to web2.0 blogs buzz ... saved by 2 other people ... 1 day ago

Access Denied Map edit / delete
Mapa de censura a serviços Web 2.0.
to web2.0 cyberculture ... saved by 86 other people ... 1 day ago

Grupo de Pesquisas Mídias Digitais edit / delete
Site de grupo de pesquisa que reúne artigos sobre diversos assuntos referentes à internet.
to cyberculture blogs web2.0 reference ... 1 day ago

Blogs políticos encenam nova "Guerra Fria" edit / delete
Blogosfera vira abrigo de discursos inflamados e revive visão dicotômica entre esquerda e direita, "golpistas" e "chapas-brancas"
to blogs journalism ... 1 day ago

Top 6 Bizarre Online Gaming Incidents edit / delete
to games cyberculture ... saved by 53 other people ... 2 days ago

Wikipedia black helicopters circle Utah's Traverse Mountain | The Register edit / delete
Wikipedia começa a banir IPs por qualquer motivo besta.
to wikipedia web2.0 ... saved by 61 other people ... 3 days ago

Microsoft's sex-obsessed RoboSanta spouts filth at children | The Register edit / delete
to cyberculture ... saved by 60 other people ... 3 days ago

Report: GameSpot's Gerstmann Fired Due to Negative Kane & Lynch Review - Shacknews - PC Games, PlayStation, Xbox 360 and Wii video game news, previews and downloads edit / delete
Repórter faz resenha negativa sobre jogo e é demitido por ameaça do patrocinador. Tudo cai na Web em pouco tempo e prejudica a imagem das duas empresas.
to cyberculture blogs ... saved by 1 other person ... on nov 30

tags

1 academia
1 activism
2 art
2 barcamp
3 bibliotecas
118 blogs
4 books
3 buddhism
1 budismo
50 buzz
1 cinema
64 citizen-journalism
1 commons
1 computer-mediated-communicati
2 compós
18 copyright
1 culture
41 cyberculture
1 ebooks
1 economics
1 education
1 ego
2 email
11 food
1 funny
9 games
2 gatewatching
4 google
2 googlenews
1 hosting
2 humor
2 hypertext

Figura 3: Página do autor deste artigo no *Del.icio.us*, dezembro de 2007.
Fonte: http://del.icio.us/trasel. Acesso em 11/12/2007.

As impressões e comentários sobre fatos cotidianos e notícias também têm sido canalizados para outros tipos de websites que não blogs. Esse tipo de expressão já era possível nos fóruns eletrônicos, ferramentas ainda anteriores aos blogs. Hoje, há sítios cujo objetivo principal é veicular a opinião dos internautas sobre os fatos sociais, como o *Jornal de Debates*,[15] em que se pode publicar artigos sobre temas escolhidos pelos editores ou votados pelos leitores, mediante cadastro, bem como inserir comentários e responder a artigos de outros colaboradores com novos artigos.

Além disso, os próprios webjornais têm atrelado espaços para comentários às suas notícias, como por exemplo o *Estadão.com* e a *Zerohora.com*.[16] Como nos blogs, os leitores podem deixar suas impressões sobre determinadas notícias, bastando, para isso, cadastrar-se. Essas intervenções são, no mais das vezes, moderadas pela equipe editorial. Os espaços para leitores tecerem comentários ligados diretamente ao conteúdo em questão não constam das definições mais comuns de blog, mas são uma das inovações mais importantes introduzidas por esse formato de circulação de informação na web. A maioria dos blogs conta com esse tipo de sistema, em que são geradas conversações frutíferas e ocorre a criação e reforço de laços sociais (Primo, 2006). Atualmente, porém, quase todos os webjornais e variados tipos de sítios, inclusive corporativos, introduziram espaços para comentários, de modo que esses não contribuem mais para uma definição operacional de blog.

Já os diários virtuais propriamente ditos, os *on-line journals*, nos quais os indivíduos relatam eventos de seu cotidiano, devaneios e sentimentos, estão lentamente migrando para as redes sociais. Serviços como o *Orkut*, *Facebook* e *MySpace*[17] apresentam nos perfis de seus assinantes seções em que eles podem escrever pequenos textos e

15 http://www.jornaldedebates.com.br. Um serviço semelhante é o também brasileiro *Eu Acho Que* (http://www.euachoque.com.br), que opera sob a palavra de ordem "onde a sua opinião é pública".
16 Http://www.estadao.com.br e http://www.zerohora.com.br.
17 http://www.facebook.com e http://www.myspace.com, respectivamente.

recados. Essas seções são freqüentemente usadas para fazer relatos da própria vida e expressar sentimentos. Um serviço chamado *Twitter*[18] consiste unicamente neste tipo de página de recados e ainda permite que o assinante crie uma rede social e acompanhe as atualizações das pessoas em sua rede através de mensagens de texto enviadas a seu telefone móvel. O *YouTube*,[19] repositório que permite a distribuição de vídeos na web, tem sido usado para a produção de relatos da vida cotidiana e comentários sobre fatos sociais, resultando em um gênero de publicação conhecido como "videolog", geralmente contraído para vlog. Os vlogs são considerados blogs audiovisuais. Há ainda os blogs em áudio, chamados podcasts, nos quais indivíduos ou pequenos grupos apresentam músicas, tecem comentários sobre o cotidiano, realizam entrevistas ou mesmo lêem as notícias do dia.

Em outras palavras, alguns dos usos mais comuns dos blogs estão sendo divididos entre outros serviços especializados da web, tornando inviável a tarefa de delimitar o objeto a partir do tipo de conteúdo publicado.

Conclusão

Há uma difusão de certas características típicas dos blogs para websites de todos os formatos e funções. A premissa da qual partem estas considerações é que foi o próprio sucesso dos blogs que difundiu essas características por toda a world wide web. Os blogs mostraram aos produtores de conteúdo que havia um público ávido por acompanhar páginas atualizadas constantemente, comentar os fatos, compartilhar conhecimento e fazer contato com outros internautas. Ao mesmo tempo, os blogs educaram o próprio público para todas essas atividades e também para a produção de conteúdo próprio, para a

18 http://twitter.com.
19 http://www.youtube.com.

construção de “eus” na web e para a formação de redes sociais. Essa presença de características dos blogs em toda categoria de sítios põe em cheque as definições mais comuns do fenômeno. É irônico que o sucesso dos blogs possa acabar por diluir seu significado e, no limite, fazê-los desaparecer como um gênero de publicação em separado.

A meta deste artigo é mostrar que os blogs não são objetos evidentes, mas sim um formato de publicação na web que ainda carece de uma definição clara e, se possível, não concorrente com outros fenômenos das redes telemáticas, bem como imune ao desenvolvimento de novas tecnologias. Não se faz aqui proposta alguma de uma tal definição. Trata-se apenas de um encaminhamento para o debate e uma provocação aos pesquisadores interessados em estudar o objeto blog.

Referências

ARRINGTON, M. “Engadget knocks $ 4 billion off Apple market cap on bogus iPhone email”. *Techcrunch*, 16/06/2007. Disponível em: http://www.techcrunch.com/2007/05/16/engadget-knocks-4-billion-of-apple-market-cap-on-bogus-iphone-*email*. Acesso em 22/11/2007.

BRUNS, A. *Gatewatching: collaborative online news production*. Nova York: Peter Lang, 2005.

BLOOD, R. “Introduction”. In: RODZVILLA, J. (Org.). *We’ve got blog!: how weblogs are changing our culture*. Cambridge: Perseus, 2002.

CAMPOS, A. “AdSense se posiciona e favorece blogs e sites com conteúdo de qualidade”. *Efetividade.net*, 07/05/2007. Disponível em: http://www.efetividade.net/2007/05/07/adsense-se-posiciona-e-favorece-blogs-e-sites-com-conteudo-de-qualidade. Acesso em 10/12/2007.

GARFUNKEL, J. “Blogs: differing definitions”. *Civilities*, 20/07/2004. Disponível em: http://civilities.net/OnBlogs. Acesso em 22/11/2007.

NETTO, M. “BBB8, Bloglog, layout novo. Será que a Globo entendeu a Web 2.0?. *Tecnocracia*, 05/09/2007. Disponível em: http://tecnocracia.com.br/arquivos/bbb8-bloglog-layout-novo-sera-que-a-globo-entendeu-a-web-20. Acesso em 10/12/2007.

OLIVEIRA, C. C. G. “Blogcamp-MG”. *O [cc] do [caiocesar] na [www]*, 16/01/2007. Disponível em: http://www.caiocesar.cc/?p=8194264. Acesso em 22/11/2007.

PRIMO, A.; SMANIOTTO, A. M. R. “Comunidades de blogs e espaços conversacionais”. *Prisma.com*, v. 3, p. 1-15, 2006.

RECUERO, R. “Webrings: as redes de sociabilidade e os weblogs”. *Sessões do imaginário*, Porto Alegre, v. 11, p. 19-27, 2004.

REYNOLDS, G. *An army of Davids: how markets and technology empower ordinary people to beat Big Media, Big Government and other Goliaths*. Nashville: Nelson Current, 2006.

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

SIBILIA, Paula. “A intimidade escancarada na rede: blogs e webcams subvertem a oposição público/privado”. Intercom 2003 – XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. *Anais XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte, 2003.

SIFRY, D. “The state of the Live Web, April 2007”. *Sifry’s alerts*, 05/04/2007. Disponível em: http://www.sifry.com/stateofthelive web. Acesso 22/11/2007.

Jan Schmidt

Práticas de blogging em língua alemã:*

resultado da pesquisa "Wie ich blogge?!"[2]

O número cada vez maior de blogs tem levado a uma diferenciação de usos para esse formato de comunicação on-line. Formalmente, blogs são websites atualizados regularmente em que posts individuais são exibidos em ordem cronológica inversa e podem ser acessados por meio de uma URL (o permalink). Normalmente, os leitores podem fazer comentários em qualquer post específico – logo, um blog combina características de home pages em HTML estático e a comunicação assíncrona mediada por computador de listas de discussão ou newsgroups (Herring et al., 2005). Com base nessa definição formal, podemos identificar diversos usos, por exemplo: o blog como diário on-line pessoal, como instrumento de comentário político, como canal para comunicação especialista acadêmica ou dentro de empresas etc.

Como já foi discutido em outra ocasião (Schmidt, 2007) de modo mais detalhado, essa variedade de usos deveria ser levada em con-

* Tradução de Fábio Fernandes.

2 A obra aqui apresentada foi financiada parcialmente pela Deutsche Akademische Austauschdienst (DAAD) e pela Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG). Martin Wilbers contribuiu para a análise e interpretação dos dados. Susan C. Herring e três resenhistas anônimos do "Journal of Computer-Mediated Communication" fizeram comentários valiosos sobre versões anteriores deste paper.

sideração e explicada através da análise de "práticas de blogging". Elas consistem em episódios individuais em que um blogueiro utiliza um software específico para trabalhar a gestão de identidade, a gestão de relacionamento e a gestão de informação dentro da estrutura de três dimensões estruturais de regras, relações e código. Em outras palavras: o uso individual e situado de blogs é balizado por (1) rotinas e expectativas compartilhadas em relação ao uso "correto" do blog para conseguir gratificações buscadas; (2) relações sociais e hipertextuais pré-existentes formando redes das quais o blogueiro e o blog fazem parte e (3) funcionalidades de softwares específicos que ajudam ou permitem certas ações enquanto restringem outras. Esses elementos das práticas de blogging são "estruturais" no sentido de que residem analiticamente além do blogueiro individual, mas, na verdade, são as ações dele que as reproduzem ou alteram, contribuindo assim para uma interdependência recursiva de aspectos individuais e estruturais de práticas de blogging.

A maior parte da crescente pesquisa empírica sobre blogs está se concentrando em características individuais, motivações, rotinas e expectativas ou em propriedades estruturais da blogosfera, de modo mais proeminente nas redes de links entre blogs ou nos públicos emergente (ver Schmidt, 2007 para uma visão geral da literatura existente). Esses estudos contribuíram para uma análise de práticas de blogging dando *insights* sobre rotinas existentes e sobre o tamanho e a composição de redes emergentes baseadas em blogs. Entretanto, embora dados recentes sugiram que o inglês não é mais o idioma dominante dentro da blogosfera (Sifry, 2007), a pesquisa é normalmente concentrada em blogs de língua inglesa. As exceções notáveis são as análises especificamente culturais ou territoriais para as blogosferas persas (Esmaili et al., 2006), espanholas (Merelo et al., 2005) e polonesa (Trammell et al., 2006), bem como a análise comparativa das redes de linguagem da popular plataforma de blogging internacional *LiveJournal* (Herring et al., 2007), mas não existem estudos similares

para a blogosfera de língua alemã. Este artigo relata descobertas de uma pesquisa on-line de larga escala realizada em outubro de 2005, que tinha como objetivo avaliar empiricamente as práticas de blogging e sociodemográficas dentro da blogosfera de língua alemã. Após algumas observações introdutórias sobre o projeto da pesquisa, os resultados selecionados serão apresentados e discutidos, concentrando-se na distinção entre gestão de identidade, gestão de relacionamento e gestão de informação.

Uma última nota introdutória: a difusão de blogs dentro da Alemanha, Áustria e Suíça perdeu terreno para outros países europeus, como França, Polônia ou Reino Unido, e os Estados Unidos, o que levou a uma parcela menor da população on-line em geral usando blogs, seja como autores ou como leitores. Segundo uma pesquisa representativa (van Eimeren & Frees, 2006), 7% de todas as pessoas conectadas à web na Alemanha já usaram blogs, sendo que 35% desse grupo é de colaboradores ativos, ao passo que os dois terços restantes são apenas leitores. Como a parcela de usuários de internet entre a população alemã ao longo de 14 anos alcançou 60 por cento em 2006, o número de blogueiros ativos na Alemanha seria de aproximadamente um milhão de pessoas. Como o conceito de "colaboração ativa" poderia incluir desde a postagem de um comentário até a criação de um blog, e como um número desconhecido de blogs pode ser descontinuado depois de semanas, meses ou anos, não se pode diretamente concluir, a partir do número de usuários de blogs, quantos blogs ainda estão realmente ativos. Entretanto, um recente esforço no sentido de percorrer a blogosfera de língua alemã[3] dá um número de cerca de 100.000 blogs acessíveis publicamente em alemão que foram atualizados entre maio e julho de 2007.

3 Disponível em: http://www.blogcensus.de.

Projeto da pesquisa

A pesquisa "*Wie ich blogge*?!"[4] foi realizada pelo autor entre 3 e 31 de outubro de 2005 e foi direcionada não só para blogueiros ativos, mas também a ex-blogueiros e leitores. O questionário on-line incluía 18 páginas e cerca de 50 perguntas (incluindo algumas questões em aberto para um *input* ampliado; uma lista com todas as perguntas pode ser encontrada no apêndice), que eram exibidas dinamicamente, dependendo de respostas anteriores para a filtragem de perguntas. O tempo médio de resposta para a pesquisa completa foi de aproximadamente 12 minutos.

Os participantes foram recrutados de duas maneiras (veja Tabela 1): Um convite via e-mail foi enviado para membros registrados de dois serviços de hospedagem de blogs colaborativos (*blogg.de* e *twoday.net*), e a pesquisa foi anunciada no blog do autor. Ao final do questionário, os participantes foram solicitados a colocar em seus blogs posts sobre a pesquisa. Para ajudar a disseminar o anúncio, um snippet de código e um banner foram disponibilizados para download, e os usuários podiam inserir em seus próprios blogs. Isso levou a um total de 5.246 participantes, tornando a pesquisa "Wie ich blogge?!" uma das maiores pesquisas sobre uso de blogs realizadas até agora.[5] Durante a primeira semana, a pesquisa e a página correspondente de FAQ no blog dos autores foram as URLs mais linkadas na blogosfera de língua alemã, de acordo com o (agora inativo) serviço de rastreamento de blogs *blogstats.de*.

4 "Wie ich blogge?!" significa tanto "Como estou blogando?" quanto "É assim que eu blogo!".
5 A maior pesquisa sobre blogs até agora havia aparentemente sido a "MIT Blog Survey", realizada no verão de 2005, com cerca de 35.000 participantes (Marlow, 2005).

Modo do convite	Contatos	Início da pesquisa	Fim da pesquisa	Taxa de respostas
Mail twoday.net	11.916	1.149	980	8.2 %
Mail blogg.de	659	107	96	14.6 %
Auto-ecrutamento	Não aplicável	10,309	4,170	Não aplicável
Total	Não aplicável	11,565	5,246	Não aplicável

Tabela 1: contatos e taxa de respostas da pesquisa *"Wie ich blogge?!*

Resultados

Devido ao processo de seleção descrito acima, os resultados não são estatisticamente representativos da blogosfera de língua alemã, mas mesmo assim dão valiosos *insights* sobre práticas de blogging. Entre os países de origem, a Alemanha domina de longe (81,5%), com Áustria (9,6%) e Suíça (5,5%) atrás. Outros países totalizam 3.4 %.[6]

A maioria dos participantes são blogueiros ativos (84,0%), mas uma boa parcela de pessoas que são apenas leitoras (11,7%) e ex-blogueiras (4.3%) também participaram. Os resultados a seguir são apenas para o subgrupo de blogueiros ativos (N=4,405).[7] Destes, cerca de três em cada quatro (73,7%) mantêm apenas um único blog, ao passo que 15,3% têm dois e 11% três ou mais blogs. Autores com mais de um blog foram solicitados a responder as perguntas pensando no blog que fosse o "mais típico" para suas rotinas de blogging.[8] Para

6 Outros 40 países foram contabilizados no total. Entre eles estavam, por exemplo, Estados Unidos, Luxemburgo, Polônia e Itália.

7 Um relato completo dos resultados pode ser encontrado em Schmidt e Wilbers (2006). Uma análise separada com foco nas diferenças no uso de softwares para blogging é apresentada em Schmidt, Wilbers e Paetzolt (2006).

8 A decisão de fazer perguntas que tenham somente a ver com o blog mais típico pode alterar alguns resultados, quando os participantes com vários blogs pensam em diferentes de seus blogs ao responderem diferentes perguntas. Uma opção alternative teria sido repetir perguntas relacionadas a blogs para cada um dos blogs. Entretanto, isso teria prolongado o tempo necessário para terminar a pesquisa, aumentando assim o número de desistências.

algumas questões, resultados separados para subgrupos (com base na idade dos autores e na idade dos blogs, respectivamente) foram computados, com os resultados de um teste chi e o coeficiente do quociente-eta dado. (quociente eta é uma variável estatística)

Descobertas gerais

Os participantes dessa pesquisa compartilham características com as primeiras pessoas a adotar tecnologias de internet (veja a Tabela 2 e a Tabela 4): eles são geralmente jovens e, em grande parte, estão na casa dos vinte anos; normalmente, possuem uma educação formal de nível alto (nível de entrada em universidade ou diploma universitário) e um alto grau de envolvimento com a internet, medido tanto pelo tempo desde a primeira utilização da internet (em grande parte cinco anos ou mais) quanto pelo uso da internet por semana. Entretanto, existe uma exceção importante (veja a Tabela 3: a parcela de gênero está quase equilibrada. Entre blogueiros adolescentes, as mulheres chegam a ultrapassar os homens por uma taxa de 2:1.

Sexo (N=4,218)	%
Masculino	54.4
Feminino	45.6
Idade (N=4,186)	
< 20 anos	17.7
20 a 29 anos	41.8
30 a 39 anos	24.3
40 a 49 anos	10,7
> 50 anos	5,4
Educação formal (N=4,193)	

Sem diploma	3,8
“Hauptschule“ (9 anos)	4,2
“Mittlere Reife“ (10 anos)	19,3
“Abitur“/“Matura“ (12/13 anos)	42,8
Nível universitário	29,9

Tabela 2: Sócio-demografia de blogueiros ativos

N=3,558	Male (%)	Female (%)
< 20 anos	33,9	66,1
20 a 29 anos	58,5	41,5
30 a 39 anos	62,0	38,0
40 a 49 anos	53,1	46,9
> 50 anos	58,0	42,0
Total	54,4	45,6

Tabela 3: Parcela de gênero por grupos etário

Tempo a partir do primeiro uso da Internet (N=4,218)	%
< 1 ano	1,1
1 a 2 anos	3,1
2 a 5 anos	22,4
5 a 10 anos	53,7
> 10 anos	19,7
Extensão de tempo de uso da Internet (N=4,183)	
< 10 horas/semana	18,8
11 a 20 horas/semana	26,8
21 a 30 horas/semana	20,3
31 a 50 horas/semana	14,2
> 50 horas/semana	19,9

Tabela 4: uso geral da internet

Pouco menos da metade dos participantes começou seus blogs aproximadamente seis meses antes da pesquisa, demonstrando que a adoção desse novo formato ficou um tanto atrás dos EUA. Cerca de 60% usam um provedor de blogs (sendo os mais comuns *myblog.de*, *twoday.net* ou *blog.de*) para hospedar seus blogs, enquanto cerca de um terço (31,9%) têm software *stand-alone* instalado. Entre eles, o *WordPress* é o mais comum (49,9%), seguido pelo *Serendipity* (10,8%) e *Movable Type* (5,7%). 7,6% dos participantes afirmam que não sabem qual é a base técnica de seus blogs.

N=4,391	%
< 6 meses	45,2
6 to 12 meses	20,6
12 to 24 meses	20,5
24 to 36 meses	8,3
> 36 meses	5,4

Tabela 5: Idade do blog

Quando perguntados sobre a motivação para manter um blog, mais de dois terços disseram “por diversão”, enquanto uma maioria também declarou “gosto de escrever ” e “registro idéias e experiências para mim mesmo” como razões para blogar. Cerca de um em cada dez blogueiros tem seu blog por razões profissionais. Quando grupos etários diferentes são comparados, algumas diferenças significativas se tornam visíveis. Blogueiros adolescentes tendem a blogar mais que blogueiros mais velhos porque gostam de escrever e de desabafar seus sentimentos. Os últimos, por sua vez, tendem a blogar mais por razões profissionais (como é de se esperar), mas também para usar seus blogs como forma de compartilhar conhecimento sobre certos assuntos com outros.

N=4,309	< 20 anos(%)	> 20 anos(%)	Total (%)
Por diversão	75.9	70.0	70.8
Gosto de escrever	79.4	59.8	62.7
Registro idéias e experiências para mim	72.2	59.9	61.7
Compartilho idéias e experiências	56.0	47.8	49.0
Desabafo meus sentimentos	69.9	40.1	44.5
Compartilho meu conhecimento sobre certos tópicos	22.2	35.3	33.4
Permaneço em contato com amigos e conhecidos	35.1	32.9	33.2
Faço novos contatos	34.3	26.0	27.2
Por motivos profissionais	1.3	14.7	12.7
Outras razões	9.3	10.9	10.7

Tabela 6: motivos para manter um blog pela idade dos blogueiros
Foram dadas opções para resposta; múltiplas respostas eram possíveis.

Gestão de identidade: atualizações, conteúdo e anonimidade

A maioria dos participantes atualiza seus blogs com freqüência. Cerca de um terço o faz pelo menos uma vez por dia. Blogueiros adolescentes relatam uma freqüência ligeiramente mais alta de atualização do que blogueiros mais velhos. Olhando o conteúdo dos posts, episódios e histórias da vida privada são publicados por três de cada quatro blogueiros, e cerca de dois terços adicionam imagens ou fotos a seus blogs. A maioria também afirma que inclui episódios e histórias de suas vidas profissionais, escolas ou universidades, assim como links para

outros conteúdos on-line, com comentários. Apenas um pequeno número inclui arquivos multimídia como videoclipes e podcasts em seus blogs. Mais uma vez, diferenças de idade se sobressaem: blogueiros adolescentes têm mais chances de compartilhar poemas, letras de músicas e/ou contos, e – em menor escala – a blogar sobre episódios e histórias da vida pessoal e da escola. Blogueiros mais velhos, por sua vez, têm mais chances de apontar para outros conteúdos on-line e a fazer comentários sobre questões políticas.

N=4,402	< 20 anos (%)	> 20 anos (%)	Total (%)
Duas vezes por dia	11,9	11,3	11,4
Uma vez por dia	30,4	20,2	21,7
Duas vezes por semana	36,0	39,8	39,2
Duas vezes por mês	19,1	23,1	22,6
Uma vez por mês ou menos	2,5	5,6	5,1

Tabela 7: Freqüência de atualizações de blogs pela idade dos blogueiros

N=4,108	< 20 anos (%)	> 20 anos (%)	Total (%)
Episódios / histórias da vida privada	83,3	72,9	74,5
Imagens/fotografias	63,4	63,6	63,5
Episódios/histórias da vida profissional, escola, universidade	68,0	56,5	58,3
Links comentados para outros conteúdos *online*	47.9	60.0	58.2
Comentários sobre questões políticas atuais	30.6	43.2	40.5
Comentários sobre tópicos profissionais, escolares ou acadêmicos	42.2	40.2	40.5

Poemas, letras de músicas, contos	49.8	28.9	32.1
Outros conteúdos	15.6	20.5	19.7
Videoclipes	4.9	4.6	4.6
Podcasts	1.8	3.2	3.0

Tabela 8: Conteúdo de blogs pela idade dos blogueiros
Foram dadas opções para resposta; múltiplas respostas eram possíveis.

Menos de um terço (29,5%) dos participantes estão blogando de modo anônimo ou com um pseudônimo. Entre aqueles que revelam informações pessoais (como nomes, idade ou endereço), maneiras diferentes são possíveis: 40,9% de todos os participantes mencionam esses detalhes em posts, e 35,8% mantêm uma página separada "sobre mim", que os blogueiros adolescentes tendem a usar mais do que blogueiros mais velhos. Em uma escala menor, os blogueiros também usam uma URL/nome de blog personalizados ou fazem um link para outras páginas pessoais, sem diferenças significativas entre grupos etários.

N = 4,220	< 20 anos(%)	> 20 anos(%)	Total (%)
Blogando anonimamente/com pseudônimo	21.4	30.9	29.5
Revelando informações pessoais (múltiplas respostas possíveis)			
Postando informações sobre identidade 'real'	55.3	38.3	40.9
Manendo uma página 'sobre mim'	45.8	34.1	35.8
Título ou URL de blog contém o nome do autor	13.6	16.2	15.8
Link para uma *homepage* pessoal separada	10	11.7	11.5

Tabela 9: Revelação de informações pessoais por idade dos blogueiros

Gestão de relacionamento: comentários e blogrolls

Os comentários são parte integrante dos blogs, e apenas 3,2% de todos os blogueiros ativos não os habilita. Em contraste com isso, três em cada quatro (74,6%) permitem que qualquer leitor faça comentários em posts particulares, ao passo que 22,2% tornam obrigatório um registro antes que os leitores possam comentar. Mas nem todos os posts recebem comentários (veja a Tabela 10): menos de 30% dos participantes afirmam que a maioria de seus posts ou todos eles recebem comentários, ao passo que quase metade de todos os blogueiros ativos recebem comentários em apenas alguns de seus posts ou em nenhum. Foi pedido, então, aos participantes que estimassem o número médio de comentários que um post recebe (veja a Tabela 10). Cerca de um quarto afirma que é apenas um, e 62% afirmam que recebem apenas alguns comentários em média.

Os resultados para ambas as perguntas diferem de modo significativo se olharmos para blogs de diferentes idades: os blogs com menos de seis meses recebem comentários em menos posts de modo geral, e recebem menos comentários em posts particulares, em média.

N=3,916	< 6 meses (%)	> 6 meses (%)	Total (%)
Todos	3.2	7.4	5.5
A maioria	18.9	27.6	23.7
Cerca de metade	20.4	25.6	23.2
Poucos	48.3	38.0	42.6
Nenhum	9.1	1.5	4.9

Tabela 10: Parcela de posts comentados por idade do blog

N=3,783	< 6 meses (%)	> 6 meses (%)	Total (%)
1	35.3	16.2	24.5
2 a 5	56.9	65.9	62.0
5 a 10	6.2	13.2	10.2
10 a 50	1.4	4.2	3.0
> 50	0.2	0.5	0.4

Tabela 11: Número médio de comentários por post por idade do blog

Enquanto blogrolls são freqüentemente mencionados como parte integrante do formato do blog, apenas ligeiramente mais da metade (55,3%) de todos os autores ativos mantêm uma lista de links desse tipo para outros blogs favoritos. O número de links no blogroll difere amplamente (veja Tabela 12); na média, ele contém 16 links. A maioria dos links de blogrolls aponta para outros blogs que o autor está lendo regularmente e/ou para blogs de amigos (veja Tabela 13). Um quarto de todos os blogueiros estabelece links recíprocos, ou seja, links para blogs que linkam seu próprio site. Diferentemente do blog propriamente dito, o blogroll é atualizado com menos freqüência (veja a Tabela 14). Apenas cerca de um terço de todos os autores faz atualizações pelo menos uma vez por mês, ao passo que a maioria adiciona ou remove links com menos freqüência.

Assim como ocorre com os comentários, podemos ver também diferenças significativas entre blogs de diferentes idades com relação ao blogroll. 49,9% de todos os autores blogando há seis meses ou menos mantêm um blogroll, ao passo que 59,7% de todos os participantes com blogs mais antigos que seis meses o fazem. Autores de blogs mais novos têm menos links em seus blogrolls, mas relatam que os atualizam com mais freqüência.

N=2,119	< 6 meses (%)	> 6 meses (%)	Total (%)
1 a 5 links	45.9	21.3	31.1
6 a 10 links	31.7	23.8	27.0
11 a 15 links	9.7	15.5	13.2
16 a 20 links	6.0	13.8	10.7
> 20 links	6.7	25.6	18.0

Tabela 12: Número de links de blogroll por idade do blog

N=2,180	< 6 meses (%)	> 6 meses (%)	Total (%)
Blogs que leio regularmente	79,6	88,6	85,0
Blogs de amigos	56,1	63,1	60,3
Blogs que tratam de assuntos similares	34,9	41,3	38,7
Blogs que linkam meu blog	25,0	26,1	25,6
Outros blogs	7,2	6,5	6,8

Tabela 13: tipos de blogs incluídos no Blogrol
Foram dadas opções para resposta; múltiplas respostas eram possíveis.

N=2,160	< 6 meses (%)	> 6 meses (%)	Total (%)
Duas vezes por semana	5.5	3.6	4.4
Duas vezes por mês	35.9	25.5	29.7
Duas vezes por ano	37.2	51.2	45.6
Menos freqüentemente	21.4	19.6	20.4

Tabela 14: feqüência de atualização de blogrolls por idade do blog

Gestão de informação: leitura de blogs e RSS

Autores de blogs não são apenas editores, mas também leitores de outros blogs. Em média, um blogueiro ativo lê 21,15 outros blogs regularmente (veja a Tabela 15 para as respostas agrupadas). Uma forma conveniente de ficar atualizado sobre novos conteúdos é assinar feeds de RSS – dois de cada cinco participantes usam um leitor de feeds para gerenciar suas rotinas de leitura; aproximadamente o mesmo número já ouviu falar em feeds de RSS, mas não os utiliza (veja a Tabela 16). Blogueiros ativos com blogs mais novos têm uma possibilidade significativamente menor de ler muitos blogs e de usar um leitor de feeds.

N=3.562	< 6 meses (%)	> 6 meses (%)	Total (%)
1 a 5 blogs	50.7	23.9	35.3
6 a 10 blogs	23.7	21.7	22.6
11 a 20 blogs	15.7	23.1	20.0
> 20 blogs	9.8	31.3	22.1

Tabela 15: Número de blogs lidos regularmente por idade do blog

N=3.666	< 6 meses (%)	> 6 meses (%)	Total (%)
Sim	33.4	49.9	42.7
Não, mas já ouviu falar em *feeds* de RSS	43.3	39.1	41.0
Não, nunca ouviu falar em *feeds* de RSS	23.3	11.0	16.4

Tabela 16: uso de leitor de feed de RSS por idade do blog

Os participantes também foram solicitados a declarar suas expectativas do que constitui um “blog típico” (veja a Tabela 17 e a Tabela 18). Em geral, a maioria dos blogueiros espera que os blogs permitam

comentários e apresentem a opinião pessoal do autor. A maioria também espera um estilo informal de escrita, conteúdo único que não é apresentado em outros formatos de mídia, e fotos e imagens. Por outro lado, relativamente poucos blogueiros esperam que os blogs tenham um design sofisticado ou que entrem em uma discussão objetiva sobre os assuntos abordados.

Comparando grupos diferentes de blogueiros, algumas diferenças significativas aparecem. Com relação à idade do blog, autores de blogs mais novos são especialmente menos propensos a esperar feeds de RSS. Blogueiros adolescentes também têm menos chances de esperar feeds, assim como trackbacks, busca por palavras-chave e conteúdo exclusivo. Por outro lado, eles têm mais chances de esperar um estilo informal de escrita, uma página separada ”sobre mim” e um design sofisticado.

N=3,678	< 6 meses (%)	> 6 meses (%)	Total (%)
Ser capaz de comentar	86.2	86.0	86.1
Opinião pessoal em posts	73.9	77.2	75.7
Estilo informal de escrita	59.9	57.9	58.8
Ler textos que não leio em outras mídias	56.1	59.5	58.0
Fotos/Imagens	53.0	49.1	50.8
Blogroll	43.4	42.0	42.6
E-Mail de contato do autor	44.4	40.5	42.2
Feeds de RSS	31.7	43.9	38.5
Página separada “sobre mim”	29.9	33.5	31.9
Atualizações diárias	30.7	31.3	31.0
Busca por palavras-chave	31.1	30.0	30.5
Trackbacks	24.5	28.1	26.5

Muitos links para outros conteúdos on-line	25.8	26.1	26.0
Design sofisticado	25.7	22.9	24.1
Discussão objetiva de tópicos	18.5	19.4	19.0

Tabela 17: expectativas de "blogs típicos" por idade do blog
Foram dadas opções para resposta; múltiplas respostas eram possíveis.

N=3,689	<20 anos (%)	> 20 anos (%)	Total (%)
Serem capazes de comentar	88.4	85.6	86.0
Opinião pessoal em post	78.0	75.3	75.8
Estilo informal de escrita	72.1	56.1	58.8
Ler textos que não leio em outras mídias	49.6	59.7	58.0
Fotos/Imagens	55.7	49.9	50.9
Blogroll	39.9	43.1	42.6
E-mail de contato do autor	45.3	41.6	42.2
Feeds de RSS	18.2	42.7	38.5
Página separada "sobre mim"	42.3	29.8	32.0
Atualizações diárias	40.0	29.1	31.0
Busca por palavras-chave	19.1	32.8	30.5
Trackbacks	12.0	29.5	26.5
Muitos links para outros conteúdos on-line	19.9	27.2	25.9
Design sofisticado	40.8	20.7	24.1
Discussão objetiva de tópicos	20.3	18.7	19.0

Tabela 18: expectativas de "blogs típicos" por idade de blogueiros

Discussão

Os resultados da pesquisa *"Wie ich blogge?!"* dão uma indicação de diversos aspectos de práticas de blogging predominantes dentro da blogosfera de língua alemã, especialmente com relação aos diversos conjuntos de regras que envolvem episódios individuais de blogging. Alinhados com outras descobertas (Herring; Scheidt et al., 2006; Lenhart e Fox, 2006; Trammell et al., 2006), os motivos dominantes para a manutenção de um blog são a expressão pessoal e, numa escala menor, o apoio a relações sociais existentes. O formato parece ser adequado para um amplo espectro de modos de uso, enquadrados por diferentes conjuntos de regras procedimentais. Autores de blogs utilizam diferentes plataformas de software e outros meios técnicos (como feeds de RSS e blogrolls) para gerenciar a publicação e a recepção de conteúdo, bem como as relações sociais que são iniciadas ou mantidas por intermédio de seus blogs. Como essas tecnologias são razoavelmente novas, não é de surpreender que as características sócio-demográficas de blogueiros ativos sejam semelhantes às dos "pioneiros em adoção" de inovações tecnológicas de modo geral. A única exceção notável é de gênero: blogueiros do sexo feminino têm uma grande participação e são uma clara maioria entre autores adolescentes de blogs. Esses resultados apóiam descobertas feitas por outros estudos, como os de Herring; Kouper et al. (2004) para blogs em língua inglesa, ou Trammell et al. (2006) para blogs poloneses.

Como Herring; Kouper et al. (2004) argumentaram, práticas de blogging de mulheres, em geral, e de adolescents especificamente, são banalizadas em discursos sobre o novo formato on-line, pois são tratadas como irrelevantes em contraste com as práticas mais aceitas de utilização de blog como um filtro de informações, um canal para comentários políticos ou uma ferramenta de gestão de conhecimento. Embora o objetivo deste *paper* não seja avaliar a formação discursiva

de imagens públicas de blogging, os resultados aqui enfatizam que práticas de blogging em rotinas particulares de gestão de identidade dependem da idade dos blogueiros: blogueiros adolescentes parecem utilizar blogs basicamente como diários pessois, como um espaço online no qual fazem suas reflexões e compartilham idéias e experiências de suas vidas privadas. Essa prática também é muito comum entre blogueiros adultos, mas aqui encontramos um número razoável de autores utilizando blogs como sites de gestão de conhecimento ou também para comunicação profissional.

Uma parte importante da gestão de identidade é a decisão de blogar anonimamente ou revelar informações pessoais. A parcela de blogueiros anônimos ou pseudônimos dentro da blogosfera de língua alemã (cerca de 30%) é ligeiramente maior que os números (não-representativos) dados em Viégas (2005), em que 81% dos blogueiros declararam que se identificavam dentro do blog.[9] Entretanto, até mais importante do que essas diferenças parece ser o fato de que uma clara maioria dos blogueiros se identifica. Aparentemente, para eles, os benefícios de dar um contexto adicional aos seus posts e comentários parecem compensar os riscos potenciais que advêm da persistência de postagens nos blogs, que vão desde geração de conflitos por certos posts na vida privada ou profissional até possíveis implicações para uma futura procura de emprego. Não fica claro se a maior tendência de adolescentes a revelar informações pessoais em posts ou sites "sobre mim" separados resulta de um efeito da idade (em que blogueiros mais jovens vão começando a evitar revelar cada vez mais informações à medida que envelhecem) ou de visões diferentes sobre privacidade e aspectos públicos entre a geração mais jovem.

Em contraste com a gestão de identidade, rotinas de gestão de

9 Herring, Scheidt et al. (2005) relatam uma parcela semelhante ao estudo "Wie ich blogge?!" com base em uma análise de conteúdo: 67,6% de 203 blogs incluem primeiro nome ou o nome todo do autor, e 54% fornecem outras formas de informações pessoais explícitas como idade, ocupação ou localização geográfica. Uma análise longitudinal realizada por Herring; Scheidt et al. (2006) mostra que a parcela de blogs anônimos ou pseudônimos diminuiu para menos de 20% entre 2003 e 2004.

relacionamento e gestão de informação dependem mais da idade dos blogs que da idade dos blogueiros. Como a idade de um blog pode ser considerada um indicador de experiência com blogs e com a blogosfera em geral, essas descobertas realçam o fato de que as práticas de blogging mudam com o tempo. À medida que os blogueiros incorporam blogs às suas rotinas comunicativas, eles expandem suas relações sociais com outros blogueiros por intermédio de blogrolls e comentários, e também expandem seus repertórios de leitura. Com base nas expecativas do que constitui um "blog típico", os comentários parecem ser mais importantes do que blogrolls para a gestão de relacionamento. Embora nem todos os posts recebam comentários,[10] a parcela de posts comentados e o número de comentários propriamente ditos aumenta com a idade do blog.

Podemos observar dinâmicas similares com relação aos blogrolls e, com um número cada vez maior de blogs a serem seguidos, blogueiros experientes têm mais probabilidade de utilizar RSS para gerenciar a quantidade de informações. Em outras palavras, olhando para blogrolls, comentários e rotinas de leituras, podemos observar um processo de formação de redes, tanto em relação a links hipertextuais e a laços sociais. Embora as três estratégias de gestão de identidade, gestão de relacionamento e gestão de informação tenham sido separadas analiticamente para fins de discussão das descobertas da pesquisa, elas são, na verdade interdependentes: a gestão de relacionamento terá uma influência sobre a gestão de informações, pois as redes sociais baseadas e manifestadas em conexões de hiperlinks entre blogs ajudam a direcionar a atenção a certas informações. Além disso, comentários e blogrolls servem não só para manter relações sociais, mas também para permitir maneiras de apresentar a identidade on-line de alguém. Por exemplo, a pessoa a quem um blogueiro linka

10 Os resultados da pesquisa estão alinhados (embora não sejam comparáveis diretamente) às descobertas de Mishne e Glance (2006), que analisaram cerca de 685.000 posts de blogs publicados em julho de 2005. Eles descobriram que 28% de todos os blogs e apenas 15% de todos os posts recebiam comentários. Na média, havia 6,3 comentários por post (excluindo os posts sem comentários).

em seu blogroll também ressaltará certas facetas de sua identidade, como amizades ou interesses temáticos. Falando de modo mais geral, a identidade é sempre construída sintetizando-se aspectos pessoais e sociais do *self* – uma idéia originalmente concebida por teóricos clássicos como George Herbert Mead (1934). Em comunicações com base em blogs, esse processo de construção do *self* é tornado visível.

Conclusão e pesquisas futuras

A pesquisa "*Wie ich blogge*?!" avaliou empiricamente a importância de diversos aspectos da gestão de informação, identidade e relacionamento em comunicações baseadas em blogs. Mas ela pode ser apenas um ponto de partida para um estudo sistemático e longitudinal de mudanças e estabilidade em práticas de blogging e networking online em geral. Os próprios dados da análise permitem mais análises, como investigar as diferenças de gênero ou contrastar as práticas de blogueiros *stand alone* e de blogueiros que usam uma platafoma de hospedagem. Para ganhar uma imagem mais abrangente das práticas de blogging, esses dados, que foram coletados de modo reativo por intermédio de pesquisas, devem ser complementados por outros instrumentos. Por exemplo, análises quantitativas de rede poderiam permitir mais *insights* sobre as redes e aglomerados de tópicos emergentes, ao passo que uma análise qualitativa de conteúdo de posts e comentários de blogs ajudaria a compreender os pontos mais finos da gestão de identidade e a formação discursiva das regras procedimentais. Essas e outras abordagens também aumentariam nossa compreensão da forma como as práticas de blogging influenciam a estruturação da atenção e dos fluxos de informação, bem como a provisão de várias espécies de capital social.

Comparada a outros países, a difusão de blogs em países falantes de alemão tem ficado para trás (Schlobinski e Siever, 2005),

mas ainda não foi definido se fatores culturais gerais ou características institucionais dos diversos sistemas de mídia nacionais (ou combinações das duas coisas) são responsáveis por essas diferenças. Uma pesquisa comparativa ajudaria a fechar o abismo desta pesquisa e também levantaria *insights* quanto à relativa importância dos blogs dentro da paisagem maior do "software social". Usuários de internet aplicam cada vez mais todo um repertório de aplicativos para networking on-line, auto-apresentação e gestão de informação. Adolescentes são especialmente ansiosos para criar conteúdo on-line e gerenciar seus relacionamentos sociais com seus pares por intermédio de toda uma série de ferramentas para comunicação interpessoal, entre eles, *Instant Messaging*, sites de networking social e celulares (Lenhart e Madden, 2005). Será um desafio cada vez maior para as pesquisas em Comunicação estudar as práticas dinâmicas que se formam ao redor do uso dessas inovações técnicas.

Referências

ESMAILI, K. S.; JAMALI, M.; NESHATI, M.; ABOLHASSANI, H.; SOLTAN-ZADEH, Y. „Experiments on persian weblogs". Paper presented at the workshop *Weblogging ecosystem: aggregation, analysis and dynamics.* Edinburgh, 2006. Disponível em: http://www.blogpulse.com/www2006-workshop/papers/persian-weblogs.pdf. Acesso em 10/07/2007.

HERRING, S. C.; SCHEIDT, L. A.; WRIGHT, E.; BONUS, S. "Weblogs as a bridging genre". *Information, Technology, & People*, n.18 (22), p. 142-171, 2005.

HERRING, S. C.; KOUPER, I.; SCHEIDT, L. A.; WRIGHT, E. "Women and children last: the discursive construction of weblogs". In: GURAK, L.; ANTONIJEVIC, S.; JOHNSON, L.; RATLIFF, C.; REYMAN, J. (Eds.), *Into the Blogosphere. Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*. (2004). Disponível em: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/ women_ and_children.html. Acesso em 10/07/2007.

HERRING, S. C.; SCHEIDT, L. A.; KOUPER, I.; WRIGHT, E. "Longitudinal content analysis of weblogs: 2003-2004". In: TREMAYNE, M. (Ed.). *Blogging, Citizenship, and the Future of Media* (3-20). London: Routledge, 2006.

LENHART, A., MADDEN, M. "Teens, privacy & on-line social networks: how teens manage their on-line identities and personal information in the age of *MySpace". Washington: pew internet & american life project research centre*. (2007). Disponível em:

http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf. Acesso em 10/07/2007.

MARLOW, C. “The structural determinants of media contagion”. Massachussetts Institute of Technology. Tese Ph.D, Boston, 2005.

MEAD, G.H. *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press, 1934.

MERELO, J. J.; ORIHUELA, J. L.; RUIZ, V.; TRICAS, F. “Revisiting the spanish blogosphere”. In: BURG, T.N. (Ed.). *BlogTalks 2* (p. 339-352). Norderstedt: Books on Demand, 2004.

MISHNE, G.; GLANCE, N. “Leave a reply: An analysis of weblog comments”. Paper presented at the workshop *Weblogging ecosystem: aggregation, analysis and dynamics.* Edinburgh, 2006. Disponível em: http://www.blogpulse.com/www2006-workshop/papers/wwe2006-blogcomments.pdf. Acesso em 10/07/2007.

SCHLOBINSKI, P.; SIEVER, T. (Eds.). *Sprachliche und textuelle Aspekte in Weblogs. Ein internationales Projekt*. Hannover: *Networx*, 46, 2005.

SCHMIDT, J.; WILBERS, M. “Wie ich blogge?! Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005“ [Primeiros resultados da pesquisa]. Research centre *New communication media* working paper 06-01. Bamberg. 2006. Disponível em: http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf. Acesso em 10/07/2007.

SCHMIDT, J.; WILBERS, M.; PAETZOLT, M. „Use of and satisfaction with blogging software. Empirical findings for the german-speaking blogosphere”. Research centre *New communication media* working paper 06-04. Bamberg. 2006. Disponível em: http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkpaper0604.pdf. Acesso em 10/07/2007.

SCHMIDT, J. “Blogging practices: an analytical framework”. *Journal of Computer-Mediated Communication,* 12 (4), article 13. (2007). Disponível em: http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/schmidt.html. Acesso em 23/07/2007.

SIFRY, D. “The state of the live web”. *Sifry’s Alerts*, abril de 2007. Disponível em: http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html. Acesso em 10/07/2007.

STOEGER, S. et al. “Language networks on LiveJournal”. Proceedings of the Fortieth Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-40*)*. Los Alamitos, CA: IEEE Press, 2007.

TRAMMEL, K. D.; TARKOWSKI, A.; HOFMOKL, J.; SAPP, A. M. “Rzeczpospolita blogów“ [Republic of blog]: examining polish bloggers through content analysis”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(3), article 2. (2006). Disponível em: http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue3/trammell.html. Acesso em 10/07/2007.

VAN EIMEREN, B.; FREES, B. “ARD/ZDF-Online-Studie 2006: Schnelle Zugänge, neue Anwendungen, neue Nutzer?“ [ARD/ZDF-Online Study 2006: Fast connections, new applications, new users? *Media-Perspektiven*, n.8, 2006, p. 402-415. Disponível em: http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/eimeren.pdf?foid=17746. Acesso em 10/07/2007.

VIÉGAS, F.B. “Bloggers’ expectations of privacy and accountability: an initial survey”. *Journal of Computer-Mediated Communication,* 10 (3), article 12. (2005). Disponível em: http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/viegas.html. Acesso em: 10/07/2007.

SEÇÃO II

usos e apropriações de **BLOGS**

Cláudio Penteado, Marcelo Santos e Rafael Araújo

O movimento "Cansei" na blogosfera:

o debate nos blogs de política

As Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs), sobretudo a internet, em seu processo de expansão, têm incorporado uma série de mudanças nas relações sociais como a formação de comunidades (virtuais) e o estabelecimento de novas formas de relacionamento. No campo da política, a rede mundial de computadores se configura como importante espaço de informação, debates e interações entre os diversos atores sociais. As diversas possibilidades da internet trazem uma nova dinâmica para as relações políticas, introduzindo novas práticas, atores e sociabilidades mediadas por essas NTICs.

Surgidos no formato de diários on-line com relatos pessoais, os blogs tomaram novas feições e potencialidades com ambientes para a postagem de notícias, para a emissão de críticas, opiniões. Os blogs assumiram diversos formatos, diferentes de suas formas originais, o que suscita uma série de discussões e debates sobre o que é um blog. Evitando entrar nessa polêmica, o artigo compreende os blogs a partir de sua concepção mais geral, entendendo-os como espaços de comunicação, pessoal ou coletivo, via internet, em que são apresentadas (postadas) informações, opiniões, análises etc. Os posts são publicados a partir do mais recente, valorizando a atualização constante de conteúdo. Alguns ainda apresentam certos serviços e seções aos

leitores. Como principais características, destacam-se a pessoalidade e a flexibilidade na composição do conteúdo (posts) e a interatividade entre o autor (blogueiro) e os seus leitores, por meio dos fóruns de discussões e de outros meios de interação disponibilizados pelo blog.

Os blogs que tratam de política se destacam pela pessoalidade das opiniões e pela idéia de "independência" do autor (Aldé et al., 2006). Os blogueiros famosos são os que mais obtêm acessos e credibilidade, atraindo um número maior de visitantes. Contudo, tem-se observado a formação de uma blogosfera independente, inclusive com a formação de comunidades de blogs, que permitem que os autores desconhecidos também aumentem sua visibilidade. Os blogs têm a possibilidade de se tornarem referências informacionais, trazendo análises sobre a política para o cotidiano dos seus leitores.

Dentro desse universo, que compreende o blog enquanto espaço de comunicação e ator político, a pesquisa teve a finalidade de estudar a influência dos blogs no quadro da política contemporânea, destacando como objetivos específicos: (1) o desenvolvimento de uma metodologia para a análise dos blogs;[1] (2) o estudo das diferentes abordagens sobre o movimento *Cansei* por meio dos blogs de Ricardo Noblat, Mino Carta, Zé Dirceu e "Nariz Gelado"; e (3) a observação dos blogs como novos espaços de ação política na Era da Informação.

Ação política e internet

A mídia tradicional é uma fonte de informação vertical, ou seja, dos emissores para os receptores. As NTICs, por sua vez, agregam a essa relação a possibilidade de os receptores serem produtores de informações, além de permitirem a interação. É possível ponderar agora

1 A metodologia para análise de blogs de política foi desenvolvida pelo grupo como primeira etapa dessa pesquisa e apresentada inicialmente no *I Compolítica*, Salvador, dezembro de 2006, e no Seminário Internacional *El uso de las nuevas tecnologías en la campña electoral brasileña*, Madrid, fevereiro de 2007.

uma nova relação de força na política que pode ser considerada mais horizontalizada, se comparada com a dinâmica propiciada pela mídia tradicional. Na mídia tradicional, a informação, até ser veiculada, passa por diversos filtros hierárquicos de edição (*gatekeepers*), podendo assumir, inclusive, uma edição final diferente daquela que foi imaginada por seu autor. Os blogueiros têm maior liberdade para publicar o material que desejam, pois não precisam passar por um editor.

A maior liberdade de produção de informação leva a uma maior participação política via internet. Um exemplo seria o fenômeno também conhecido como "netroots", ativismo político de "raiz" que é organizado com as NTICs e se constitui enquanto "paradigma de incorporação da web pela democracia representativa" (*FSP*, 09/08/06:F1). Ou seja, diferentemente do que ocorria no século anterior, o ativismo político hoje se realiza *na* e *pela* mídia, na "ágora virtual", em vez da "ágora real" e concreta das cidades, transformando os mecanismos da ação política.

Dados divulgados recentemente da PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) 2006 do IBGE mostram que o número de residências com computador no Brasil chegou a 22,4% (quase dobrando em 5 anos). Dos domicílios com computador, 16,9% possuem acesso à internet em casa. Cabe ressaltar que o número de brasileiros com acesso à internet cresce ainda mais se considerarmos o ambiente de trabalho, universidades e escolas, além de lan houses.[2] Atualmente, 19% (1,25 bilhões) da população mundial têm acesso à internet, e o Brasil ocupa o 6º lugar no ranking de acessos, com 39,1 milhões de usuários (FSP 13/11/07: B7).

Nas eleições passadas, no Brasil, a internet virou sinônimo de busca por informações. Calcula-se que 25% dos internautas vasculharam blogs todos os dias em busca de informação ou entretenimento (*Época*, 31/07/06:99). Acreditava-se que o número de eleitores com acesso a Web chegava a 30% do número total (*FSP*, 09/08/06:F1-F8). Nas eleições presidenciais, a internet e principalmente os blogs foram utili-

2 Espaços privados onde são locados computadores com acesso a Internet para o público em geral

zados para busca de informações políticas, conforme pôde-se verificar nos sites que medem as visitas de blogs.[3]

O movimento *Cansei*

O movimento *Cansei* (Movimento Cívico pelo Direito dos Brasileiros) surgiu em um período recente e confuso da história brasileira. Logo após o acidente com o avião da TAM (17/07/07), que se constituiu na maior tragédia da aviação brasileira, um grupo de empresários e personalidades públicas liderados pelo presidente da *Phillips* do Brasil, Paulo Zottolo, pelo presidente da OAB-SP, Luiz Flávio Borges D´Urso, e pelo empresário do entretenimento João Dória Júnior, propuseram uma forma de organização da sociedade brasileira, tecendo críticas aos políticos em geral.

O movimento se colocou como apartidário (embora alguns de seus idealizadores tenham identificação – ou proximidade – com o PSDB). De acordo com seus propositores, o *Cansei* tinha por intenção levantar discussões e bandeiras contra o caos aéreo, a corrupção, a violência, as crianças nas ruas, os impostos e outras mazelas que atingem a sociedade brasileira. As críticas, embora fossem aos políticos em geral, estão mais voltadas ao Governo Federal, o que colaborou para que o movimento fosse criticado por um suposto golpismo e também por elitismo, uma vez que seus líderes eram membros da elite sócio-econômica brasileira.

A campanha do *Cansei* adquiriu espaço na mídia tradicional com a veiculação de notícias em jornais e revistas e exposição na televisão e rádio. O movimento utilizou quatro garotas-propaganda: Ivete Sangalo, Hebe Camargo, Regina Duarte e Ana Maria Braga para divulgar sua mensagem. Outras personalidades também aderiram ao movimento,

3 Os sites que verificam o número de acessos de blogs são: http://www.technorati.com, http://www.alexa.com, http://www.blogpulse.com e http://www.blogblogs.com.br.

como alguns esportistas e várias entidades da sociedade civil, principalmente as ligadas a grupos empresariais. O *Cansei* também se articulou através das NTICs: por meio de um blog na internet,[4] comunidades no *Orkut* e também com vídeos no *YouTube*.

Desde o seu surgimento, o *Cansei* causou polêmica. Muitas pessoas reprovaram o fato de o movimento ter surgido em plena crise aérea no país, sendo classificado por alguns como oportunista, além do fato de alguns de seus criadores e propagandistas serem notórios críticos do governo Lula e pró-PSDB. Na própria OAB, houve um grupo liderado pela seccional do Rio de Janeiro que se recusou a participar e aderir ao movimento, colocando-se contra a sua organização.

O grande acontecimento do *Cansei* foi o comício marcado pelos seus organizadores para o dia 17 de agosto, na Igreja da Sé, em São Paulo, exatamente um mês após o acidente. O movimento acabou desautorizado pelo arcebispo de São Paulo, que não permitiu que ocorresse na Catedral por classificá-lo como um movimento de cunho político e não-cívico. O ato foi, então, transferido para a Praça da Sé, onde ocorreu sem grandes problemas. O ato acabou se transformando numa crítica ao governo Lula, com gritos de "Fora Lula", atitude que seus criadores sempre negaram ter sido intencional.

Análise dos blogs estudados

Para a realização deste estudo foi utilizada a metodologia desenvolvida pelo grupo de pesquisa (Penteado, Santos e Araújo, 2006) e aperfeiçoada a partir da contribuição de outros pesquisadores ao longo dos congressos em que foi apresentada. A metodologia aplicada é composta por três etapas: histórico e descrição dos blogs, aplicação das planilhas e análises sobre os resultados alcançados.

4 O endereço oficial do movimento é: http://blog.cansei.com.br/

A definição do histórico do blog permite identificar seus elementos fundadores, assim como um perfil do responsável. A descrição possibilita uma visualização da disposição gráfica e estética da página. Para a análise interna dos blogs, foram aplicadas cinco planilhas: a planilha 1 classifica os blogs de política quanto à localização e ao perfil do blogueiro; na planilha 2, é feita a análise da estrutura do blog; o conteúdo dos posts e as imagens são estudados na planilha 3; a planilha 4 faz a análise dos comentários dos posts pelos usuários; e a análise da interface dos blogs é realizada por meio da planilha 5. Cabe aqui fazer algumas ressalvas quanto à metodologia desenvolvida. Para o preenchimento das planilhas de análise dos conteúdos dos posts e análise da interatividade (planilhas 3 e 4), foram selecionados somente os posts que abordaram o movimento *Cansei* e seus respectivos comentários (amostra dos 10 primeiros), retratando o período de 17 de julho a 31 de agosto de 2007. Outra observação diz respeito à não-inclusão da planilha de análise da interface (planilha 5), uma vez que ela está voltada para o estudo de questões especificamente técnicas, que não são pertinentes para o objetivo desta pesquisa.

Blog do Noblat

a) Histórico

O *Blog do Noblat*[5] nasceu na noite do dia 20 de março de 2004 com um único post: "Bem-vindos ao meu blog". Ele se destaca por ser um dos primeiros blogs de jornalismo político voltado para os temas da política brasileira. O blog nasceu dentro de um formato mais impessoal, no qual o autor disponibiliza seus arquivos, músicas e pensamentos para seus visitantes. O jornalista Ricardo Noblat tem uma longa carreira dentro das redações dos principais jornais brasileiros.

5 Disponível em: http://oglobo.globo.com/pais/noblat.

Ao longo de sua existência, o blog foi crescendo em número de acessos, colaboradores e freqüência de posts, chegando a ser fonte jornalística para outros meios, especialmente durante os escândalos políticos, período em que se observou um aumento do número de acessos.

b) Descrição

O blog é composto de uma barra superior do portal hospedeiro (*O Globo Online*), com links para outras páginas e serviços do grupo *Globo*. Abaixo, existe um banner com a foto do jornalista à esquerda, nome do blog (*Blog do Noblat*), data e 3 links: "Regras do Blog", "Perfil do Noblat", "Publicações do Noblat". Na parte esquerda, existem links internos para as seções do blog: mecanismo de busca interna, "Página principal", "Artigos", "Entrevistas", "Vale a pena acessar", "Arquivo do blog", "Podcast", link para a coluna do Noblat publicada no jornal *O Globo*, "Espaço desabafe", "Ouça: estação de jazz e tal", "Coluna: fale com o blog", acesso a sites de outros colunistas (Anselmo.com, Miriam Leitão e Rádio do Moreno).

Na parte central, estão dispostos os posts, por ordem de atualização. Cada dia, o autor começa com uma "frase do dia". Os posts seguem o seguinte formato: autoria, data e hora; título; texto; serviço permalink; RSS; canal para enviar o post para outro internauta; acesso para escrever um comentário e para ler os comentários. Já na parte direita, existem os seguintes links: espaço publicitário, "Enquete", "Biblioteca" (crônicas, discursos, documentos, editoriais, frases de 2006, histórias exemplares, notas oficiais e reportagens), "Coberturas especiais" e "Propaganda".

A leitura dos comentários de outros leitores não é possível para os posts muito antigos e só se pode enviar um novo comentário sobre um post que tenha sido publicado há até um mês atrás. A partir dessa data, os arquivos ficam limitados à leitura.

Blog *Nariz Gelado*

a) Histórico

O blog *Nariz Gelado*[6] teve início em março de 2003 e, como a própria autora diz,[7] ele é um espaço no qual ela faz uma "egotrip", escrevendo seus pensamentos sobre política, cultura e sociedade. O blog é independente e não está vinculado a nenhuma instituição da mídia tradicional. Faz parte da comunidade de blogs *Apostos*.[8] Segundo a autora, trata-se de uma atividade não remunerada que ganhou projeção a partir da citação por parte de alguns veículos da imprensa (*Folha de S. Paulo*, *Blog do Noblat*[9] e *Observatório da Imprensa*) e do aumento do público que busca informações políticas através de blogs, principalmente após os escândalos políticos ocorridos a partir de 2004 no país.

A blogueira considera seu posicionamento político como sendo de centro-direita. Possui uma visão crítica frente à atuação dos partidos políticos, não se alinhando com nenhum deles, e se posicionou de forma favorável ao direito de compra de armas de fogo. O uso de pseudônimo está ligado a uma cultura própria dos primeiros blogueiros que se utilizaram dessa ferramenta para ter maior autonomia em seus comentários. Afirma ter uma preocupação ética ao evitar a divulgação de coisas que ainda não foram publicadas na imprensa.

Em relação ao *Cansei*, a blogueira, apesar de ser contra o governo Lula, foi crítica em relação aos objetivos e eficácia do movimento, postando comentários desfavoráveis a ele. Cabe destacar a polêmica criada em torno das declarações de Jô Soares em seu programa sobre o movimento, criticando e questionando a posição do apresentador.[10]

6 Disponível em: http://narizgelado.apostos.com.
7 Correspondência eletrônica com a autora, resposta em 11/10/07.
8 Disponível em: http://www.apostos.com.
9 Foram observadas, durante a pesquisa, referências pelos comentarias do Noblat ao blog *Nariz Gelado*.
10 Sobre a polêmica, cf.: http://narizgelado.apostos.com/archives/2007/08/mostra_jo. Acesso em 22/10/2007.

b) Descrição

O blog possui uma estética simples e oferece poucos serviços aos seus usuários, principalmente se comparado ao *Blog do Noblat*. Montardo sobre um fundo branco, na parte superior esquerda existe uma foto que mostra parte de um rosto (dos olhos à boca). Ao lado, há o banner com o símbolo do blog: uma indiazinha com olhos verdes, com a imagem de um teclado ao fundo, com o nome "Nariz Gelado". Abaixo da foto existe um pensamento que expressa a tarefa do blog, um link para endereçamento de e-mail para a autora, calendário do mês, motor de busca interno, últimos posts, links para outros blogs ("Eu leio"), links para blogs em língua espanhola (em espanhol também), arquivos e medidor de visitas (sitemeter). Do centro para direita, são dispostos os posts em ordem de atualização. Cada post tem um título, texto, autor (no fim do texto), horário de postagem e link ("Pode meter o nariz") para o fórum de comentários.

Somente ao comentar um post percebe-se que existem regras de participação, aparecendo uma mensagem dizendo que o comentário irá ao ar somente depois de verificada se não existem ofensas e palavras de baixo calão.

Blog do Mino

a) Histórico

O blog do jornalista Mino Carta[11] surgiu oficialmente no dia 4 de setembro de 2006. Como em outros blogs, ele apareceu em momentos de grandes debates, neste caso, as eleições realizadas no mesmo ano. Mas, no dia 30 de agosto, é publicado o primeiro post, com o título "Você ainda não viu nada", em que aparece uma pequena amostra do que seria escrito. O post versa sobre PCC, eleições, fracasso do

11 Disponível em: http://blogdomino.blig.ig.com.br.

PSDB, democracia no Brasil e a mídia brasileira. Há ainda um aviso de que ele próprio, auxiliado por mais dois jornalistas do site da revista *Carta Capital*, atuariam como moderadores.

Mino Carta é um jornalista italiano que migrou ao Brasil ainda criança. É considerado um dos mais respeitados e importantes jornalistas do país. Ajudou a criar o *Jornal da Tarde*, as revistas *Veja*, *Isto É*, *Quatro Rodas*, além de *Carta Capital*, na qual permanece como diretor de redação.

b) Descrição

O blog possui uma barra de ferramentas do portal que o hospeda com um sistema de buscas dentro do site. Abaixo, vem um banner de propaganda do portal e, em seguida, o blog propriamente dito, que apresenta uma foto do jornalista com uma máquina de escrever. Na parte esquerda, links para as revistas *Carta Capital* e *Carta na Escola*, além de informações de como adquiri-las e assiná-las. Na parte direita, existe um link para serviços RSS e, abaixo, um breve perfil do jornalista. Uma outra parte é intitulada "Política do blog", em que constam as regras de participação para os comentaristas. Também há um espaço com os arquivos do blog e um espaço para *links* de outros blogs. Existe ainda a oferta de dois serviços: informações para que o usuário crie seu próprio blog e avisos de atualização.

Os posts são publicados na parte central do blog, por ordem de atualização. O post começa com o título, seguido do texto, logo abaixo. Depois, aparece a frase "enviada por Mino", seguido por link para enviar o comentário, o número de comentários dos posts, um link para enviar a mensagem e um link para o post. O blog oferece uma gama de serviços simples em relação a outros blogueiros analisados. Não há grande interação do jornalista com os seus comentadores.

Blog do Zé Dirceu

a) Histórico

Semelhante ao *Blog do Mino*, o *Blog do Zé Dirceu*[12] tem menos serviços do que outros que tratam de política e também está associado a um grande portal de internet. A trajetória política de José Dirceu está associada ao Partido dos Trabalhadores, ao movimento estudantil contra a ditadura militar e aos escândalos políticos no período em que ocupava o cargo de ministro da Casa Civil. No entanto, não foram encontradas informações sobre o histórico do blog.

b) Descrição

O blog possui uma barra de ferramentas do portal que o hospeda com um sistema de buscas dentro do portal *IG*. Atualmente, o blog está dentro do site do político. Logo abaixo, vem um banner com a foto do Zé Dirceu e uma frase: "um espaço para a discussão do Brasil". No canto esquerdo, existem links que permitem a navegação dentro do site, itens denominados "Juventude, entrevistas, convidados" (em que outras personalidades escrevem artigos), "Artigos do Zé", "Trajetória", "*Clipping*", "Defesa" e "Contato". Um pouco mais ao centro, existe um banner com a frase: "Blog do Zé Dirceu" e, abaixo, um arquivo com os seis últimos meses de postagens. Ao lado, estão publicados os posts, que começam com a data e horário de envio do texto, seguidos do título do post e o texto propriamente dito. O espaço com os comentários vem logo abaixo, com número de comentadores do post e um canal pelo qual é possível enviar um e-mail. Por fim, no canto superior direito, junto a uma foto do autor, existe um aviso sobre a moderação e as regras de participação no debate do blog. Não existem imagens, charges, vídeos ou música, como é possível encontrar em outros blogs.

12 Disponível em: http://www.zedirceu.com.br.

Análise comparativa dos blogs

Classificação dos blogs

a) Localização dos blogs

O *Blog do Noblat* já esteve hospedado no portal do grupo *Estado*. Atualmente está localizado dentro do domínio do jornal *O Globo*, empresa vinculada às organizações *Globo*, maior corporação da mídia tradicional brasileira, e figura entre os links oferecidos nos sites do jornal. É possível verificar o formato típico do jornalismo na composição dos posts e nas abordagens.

O blog *Nariz Gelado* está localizado dentro da comunidade de blogs *Apostos*, sem possuir nenhuma vinculação com instituições de mídias tradicionais, caracterizando-se como um blog independente. O blog não segue a linha dos diários on-line, mantendo uma linha de apresentação de críticas em relação aos assuntos políticos muito parecida com o formato dos blogs jornalísticos. Percebe-se a tendência de valorização da crítica aos políticos e o uso do humor irônico.

O *Blog do Mino* faz parte dos blogs da revista *Carta Capital*. Apesar de adotar uma maior pessoalidade em seus posts, percebe-se que Mino segue a mesma linha editorial da revista, alinhando suas idéias a uma posição política determinada. Os posts se caracterizam pela apresentação de posições pessoais diante do acontecimento publicado. Muitos dos leitores o acessam a partir do link presente na página do site da *Carta Capital*, garantindo ao blog um maior número de visitas.

O *Blog do Zé Dirceu*, atualmente, é uma seção de seu site pessoal e está hospedado no portal *IG*. Não existe nenhuma referência ou link com o Partido dos Trabalhadores, o que lhe possibilita maior liberdade para expressão de suas opiniões e posições políticas. Seu blog atrai pessoas que simpatizam com sua atuação e curiosos, o que lhe confere uma visitação menor que a dos jornalistas da grande mídia.

b) Perfil dos blogueiros

Ricardo Noblat é um jornalista conhecido dentro do cenário do jornalismo político nacional, mas, por ser um dos pioneiros dos blogs de política no Brasil, seu nome já está associado ao universo da internet. Jornalista com bons contatos dentro do universo político, usa de suas fontes para trazer ao leitor informações atualizadas de bastidores, em muitos casos, tentando antecipar as notícias (como nas eleições de 2006). Apresenta espaço para a divulgação de outros tipos de informações e serviços, o que o aproxima do formato de páginas pessoais. Em relação ao *Cansei*, o jornalista manteve uma posição neutra, postando colaborações contrárias e favoráveis ao movimento e alimentando os debates em seus fóruns de discussão.

Não se sabe o verdadeiro nome da titular do blog *Nariz Gelado*. A autora utiliza o pseudônimo "Nariz Gelado" para se identificar. Por ser desconhecida, a blogueira tem total liberdade para escrever e expressar sua opinião e posição política (contrária ao presidente Lula). Apesar de sua postura política em relação ao atual governo federal, a autora manifesta-se críticamente em relação ao movimento, questionando suas ações e estratégias, o que garantiu polêmicos debates no fórum de comentários. Cabe também destacar que a blogueira responde, em alguns casos, os comentários dentro do próprio fórum de discussão.

Mino Carta é um jornalista de origem italiana que vive no Brasil desde 1946. Sua extensa trajetória jornalística lhe confere credibilidade e destaque junto ao público, atraindo grande número de leitores ao seu blog. A partir da leitura de seus posts, verificou-se o pouco uso de links de direcionamento e a adoção de textos com um estilo mais pessoal, com comentários ácidos contra o que ele chama de "direita" e "elite", utilizando a ironia em diversos momentos.

José Dirceu é ex-presidente do PT e deputado federal cassado. Como líder petista, comandou o crescimento do partido e a campanha vitoriosa de Lula em 2002. Afastado da política, Dirceu utiliza o seu

blog para divulgar suas idéias e participar da vida política do país por meio da discussão na blogosfera. Por ser um político com grande renome nacional, consegue atrair um número razoável de leitores para seu blog. Sua credibilidade depende do alinhamento político do usuário. Seus posts se caracterizam por comentários e interpretações das notícias e artigos publicados na imprensa. Dirceu também se destaca por responder ou comentar alguns dos comentários feitos sobre os posts.

Análise da estrutura dos blogs:

a) Posts

Nos quatro blogs, os posts são publicados diariamente, variando a quantidade de dia para dia. No *Blog do Noblat*, existe um grande número de postagens, enquanto que no, *Nariz Gelado*, são postados um ou dois por dia, e um pouco mais nos blogs do Mino e Zé Dirceu. Dentro dos posts, em alguns casos, existem links de direcionamento para outros sites (por exemplo, textos de jornais ou vídeos do *YouTtube*). No *Blog do Noblat*, existe uma rede de colaboradores que postam regularmente no espaço. Mino Carta não publica nada aos finais de semana, e em seu site, não há postagens de outros autores. Zé Dirceu não publica nada aos domingos e também não possui postagens externas. Há um espaço, intitulado “Convidados”, no qual pessoas diferentes escrevem artigos, mas não posts.

b) Interatividade

A interatividade do leitor com o blogueiro, nos quatro blogs analisados, é realizada por dois meios: contato através de e-mail e comentários dos *posts* dentro de um fórum de discussão. No *Blog do Noblat*, existe um outro meio que é a seção “Desabafe”. Em relação às regras de participação, pode-se observar que todos eles seguem algumas normas, mas, no *Nariz Gelado*, as regras não estão explícitas, somente aparecem quando o interessado envia um comentário.

c) Biografia

Ricardo Noblat disponibiliza para os leitores um perfil mais completo, com mais informações pessoais e com uma foto sua. "Nariz Gelado" não se identifica, mas deixa um pensamento a ser interpretado pelos leitores[13] e uma foto que mostra um rosto, aparecendo olhos, boca e nariz. O *Blog do Mino* não apresenta tantos detalhes biográficos, é bastante sucinto na descrição de seu perfil e possui uma foto. Os dados biográficos de Zé Dirceu aparecem no item denominado "Trajetória". Há ainda um outro link intitulado "Defesa", em que trata com detalhes as acusações sofridas e a crise que o tirou do ministério e levou à sua cassação.

d) Links

O *Blog do Noblat* e o *Nariz Gelado* apresentam links internos (direcionamento para páginas internas) e links externos (direcionamento para outros sites). No *Blog do Mino*, não há a existência de links, apenas o seu próprio texto escrito, e não há postagens externas. No *Blog do Zé Dirceu*, existem links que reportam para vídeos ou textos de jornais.

e) Outros serviços

O *Blog do Noblat* oferece para seus usuários entrevistas, charges, imagens, áudios, vídeos, arquivo com todos os posts (incluindo fotos e vídeos), arquivos para download, além de enquetes e artigos com análises da política brasileira. O blog ainda disponibiliza arquivos com discursos políticos, documentos históricos, editoriais e notas oficiais. Também estão presentes no blog as seções "Desabafe", "Estação jazz & tal", "Frase do dia", "Serviço de RSS/XLM", Newsletter e seção com coberturas especiais.

13 "Quando a geada ameaça a planície, este meu arrebitado nariz congela. A geada é minha razão de ser. A História é meu escudo e minha lança. À espera de um longo e rigoroso inverno, escrevo. Eu sou Nariz Gelado".

O blog *Nariz Gelado* é mais simples, disponibiliza animações, imagens, links para vídeos (*YouTube*), calendário, e-mail para contato, motor de busca interno, últimos posts, seção "Eu leio" (links para outros blogs), seção "Em espanhol também" (links para blogs de língua espanhola), arquivos, serviço RSS e medidor de visitas (sitemeter).

O *Blog do Zé Dirceu* possui links para: site pessoal, seção "Juventude" (destinado aos jovens), seção "Entrevistas", seção "Convidados" (espaço para artigos de amigos), "Artigos do Zé", "Trajetória" e "*Clipping*" (entrevistas e reportagens que tratam do autor em outros meios de comunicação), seção "Defesa" e Contato (enviar um e-mail). O blog ainda disponibiliza uma seção de arquivos, que se encontra incompleta.

O *Blog do Mino* contém links para o site da *Carta Capital*, para o projeto *Carta na Escola*, sobre assinaturas desta revista e informações sobre onde encontrá-las, além de serviços RSS e Arquivos.

Análise do conteúdo dos posts:[14]

De acordo com a metodologia desenvolvida pelo grupo de pesquisadores, um post ou comentário é "informativo direto" quando o texto publicado acrescenta uma informação de autoria própria, e é "informativo indireto" quando esta informação provém de outra fonte; é "opinativo" quando reflete uma opinião pessoal do comentador ou blogueiro e, quando for o resultado de uma reflexão argumentativa e lógica, apresenta uma "avaliação crítica". O texto pode também ser "irônico", quando esse recurso estiver presente, e apresentar um "posicionamento político" se houver uma argumentação que faça referências ideológicas e partidárias. Um post é classificado como "propositivo" quando busca uma solução para a questão em debate, e

14 Um mesmo texto poderá acumular mais de uma categoria, possibilitando ao pesquisador reunir um maior número de dimensões da informação, o que explica o fato de que, às vezes, a soma das porcentagens ultrapassa 100%. As categorias elencadas foram amplamente discutidas e explicitadas em Penteado, Santos e Araújo (2006).

"avaliativo moral" quando o comentador expressa agressividade ou julgamentos sobre o conteúdo do post. Soma-se a essas categorias uma outra que diz respeito apenas à interatividade. Um comentário é "dispersivo" quando ignora o tema em debate, referindo-se a outra coisa, dando um novo rumo para a discussão ou dispersando-a.

Posts	Nariz Gelado	Noblat	Mino Carta	Zé Dirceu
Informativo Direto	25	6,3	57,1	0
Informativo Indireto	50	50	21,4	100
Opinativo	25	18,8	28,6	25
Análise Crítica	37,5	25	14,3	75
Irônico	25	18,8	57,1	0
Posicionamento Político	0	0	14,3	0
Propositivo	12,5	0	0	0
Avaliativo Moral	37,5	12,5	42,3	0

Tabela 1: Enquadramento dos posts (porcentagem)

Uma análise comparativa dos dados apresentados na tabela 1 permite observar que os blogueiros possuem características diferentes. Um elemento comum a todos os blogs estudados é o aspecto informativo que predomina na maioria dos posts. Mino Carta se destaca pela maior recorrência de posts informativos diretos (57,1%), enquanto que os demais utilizam outras fontes de informação (informativo indireto). Em relação à emissão de opiniões nos textos, há um equilíbrio entre os blogs, com exceção do *Blog do Noblat*. Posts com análises críticas foram mais utilizados pelo Zé Dirceu (75%). Mino Carta se destacou pelo alto índice de ironia (57,1%) empregado em seus artigos e por ser o único a se posicionar politicamente (14,3%). Por fim, posts com avaliação moral foram mais utilizados por Mino Carta (42,9%) e Nariz Gelado (37,5%).

Um olhar geral sobre os resultados ressalta que os posts, em sua maioria, são informativos, mas cada autor segue um formato de texto,

sinalizando a formação de uma blogosfera com múltiplas formas, em que a pessoalidade do blogueiro é determinante para o conteúdo dos posts. Uma outra característica observada foi que Noblat posta textos de colaboradores de diferentes posições ideológicas, ampliando o debate político na página principal no blog.

Foi somente encontrada uma imagem nos posts referentes ao movimento *Cansei*. Trata-se de uma charge, postada por Noblat, que tem a função de criticar e ironizar o movimento.

Links	Noblat	Nariz Gelado	Zé Dirceu	Mino Carta	Total
Nº de links	10	13	4	1	28
Links p/ outros blogs	1	5	0	0	6

Tabela 2: Links nos posts (números absolutos)

A tabela 2 indica que o blog *Nariz Gelado* é o que mais utiliza links de direcionamento, tanto para outras informações como para outros blogs. Por ser desconhecida, a autora utiliza esse recurso como meio de dar credibilidade às informações postadas em seu espaço. O *Nariz Gelado* ainda faz referência a outros blogs, recurso muito utilizado por blogueiros independentes. Também foi constatado que, em todos os posts estudados do Zé Dirceu, existe um link de direcionamento para uma matéria ou artigo, que comenta ou faz referência. Observou-se, por outro lado, que Mino Carta utiliza muito pouco o recurso de links, preferindo a postagem somente de textos.

Comentários	Nariz Gelado	Noblat	Mino Carta	Zé Dirceu
Informativo Direto	7	0	3,3	2,5
Informativo Indireto	7	1,9	2,5	7,5
Opinativo	42,1	31,3	30	32,5
Análise crítica	5,3	5	8,3	17,5
Irônico	17,5	23,8	33,3	10
Posicionamento Político	35,1	16,3	3,3	22,5

Propositivo	1,8	0	1,7	5
Avaliativo Moral	22,8	38,1	16,7	35
Dispersivo	8,8	15,6	38,3	15

Tabela 3: Interatividade (porcentagem)

O estudo dos comentários dos posts sobre o Movimento *Cansei* – quantificado na tabela 3 – indica que cada blog possui um perfil diferente em relação aos comentários. Percebe-se, de maneira geral, a ocorrência de poucos comentários de caráter informativo (direto e indireto). Por outro lado, pode-se observar o alto índice de comentários opinativos em todos os blogs estudados, destaque para o *Nariz Gelado* (42,1%). Em relação à apresentação de análises críticas, somente os comentários publicados no *Blog do Zé Dirceu* (17,5%) alcançaram um valor acima dos 10%. Comentários irônicos prevaleceram no *Blog do Mino* (33,3%), seguindo a característica dos textos do próprio blogueiro. O posicionamento político ocorreu com maior freqüência nos comentários expressos no *Nariz Gelado* (35,1%). A apresentação de comentários propositivos foi muito baixa em todos os blogs. Por outro lado, existe um grande número de comentários com avaliação moral, destaque para Noblat (38,1%) e Zé Dirceu (35%). Os comentários dispersivos tiveram maior ocorrência em Mino Carta (38,3%) e Noblat (15,8%).

Uma análise geral permite observar que os debates entre os comentaristas se caracterizam por textos opinativos ou avaliativos morais, com grande índice de ocorrências de ironias e posicionamentos políticos. Cabe, por fim, realçar que, no *Blog do Zé Dirceu* e no *Nariz Gelado*, foi observada a interação entre blogueiro e seus comentadores. Estes respondem diretamente alguns dos comentários nos fóruns de discussão.

Ocorrências	Noblat	Nariz Gelado	Zé Dirceu	Mino Carta	Total
Posts	16	8	4	14	42
Comentários	2.220	78	156	1.173	3.627

Tabela 4: Posts e Comentários sobre o *Cansei* (números absolutos)

A tabela 4 apresenta o número de posts existentes nos blogs estudados sobre o movimento *Cansei* e os comentários gerados. Verificou-se que Noblat (16) e Mino Carta (14) deram maior cobertura ao tema. O primeiro procurou manter uma posição neutra, trazendo informações sobre o movimento e posições favoráveis e contrárias. Já Mino Carta se colocou contrário ao movimento, associando-o a um movimento golpista, já em seu primeiro post, ironizando seus organizadores e seus objetivos.

Em relação à interatividade, foi possível perceber que o tema gerou grande polêmica e repercussão, com grande número de comentários, acima da média dos outros posts dos blogs estudados. Um post do Noblat chegou a atingir a marca de 672 comentários. Mesmo no blog independente *Nariz Gelado*, que possui poucos acessos e comentários em seus posts, verificou-se uma participação acima da média.

Acessos

Para a análise da hipertextualidade e do número de acessos dos blogs, existem alguns sites especializados. Para o presente trabalho, optamos pela pesquisa nos sites *Technorati* e *Alexa*. O primeiro procura medir a visitação e ranking dos blogueiros do mundo inteiro. Para isso, o site utiliza uma metodologia de avaliação dos últimos 180 dias. De acordo com esse método, o *Blog do Mino* ocupa a 30.508ª posição mundial, o blog *Nariz Gelado* ocupa a 64.717ª posição, e o *Blog do Noblat*, a 4.856ª posição. Uma outra forma de calcular a importância

do blog diz respeito aos links que citam o blogueiro. Quanto mais citações, maior a importância do blog. Essa contagem é obtida através do número de menções que outros blogs fizeram aos blogs avaliados. Nesse quesito, o *Blog do Noblat* é o mais citado, com 692 citações de diferentes blogs. Mino Carta aparece em segundo, com 516 citações, enquanto o blog *Nariz Gelado* foi mencionado 102 vezes, nos últimos 180 dias.

Um outro site de medição da quantidade de acessos é o *Alexa*. Por ele é possível escolher diferentes periodicidades para análise, mas, para efeito de comparação, optou-se pela manutenção dos últimos seis meses. A medição é realizada entre os usuários da barra de ferramentas do *Alexa*, que, segundo os idealizadores, são milhões de pessoas no mundo todo. Os dados sobre o número de usuários (*Reach*) do Alexa, que acessam cada um dos blogs, indicam uma vantagem para o *Blog do Noblat* em relação ao de Mino Carta. Há seis meses, ambos os blogs eram acessados por 0,6% dos usuários. Atualmente, esse índice subiu para quase 0,65% em relação ao Noblat. Já o *Blog do Mino* caiu para 0,55%. Esse site ainda disponibiliza o ranking que o blog ocupa no país. Nesse quesito, o *Blog do Noblat* aparece como 10º colocado, e o *Blog do Mino*, em 11º lugar; o *Nariz Gelado* aparece na 9.718ª posição, seguido pelo site do José Dirceu, com a 10.634ª posição.

Um fator muito importante que deve ser destacado é que, tanto no *Technorati* como no *Alexa*, o site do Zé Dirceu não possui muitos registros que permitam comparação. Uma hipótese para isso é que atualmente o *Blog do Zé Dirceu* está hospedado no site pessoal do próprio autor e não mais dentro dos blogs do *IG*, em que se hospedou durante parte do período pesquisado. E esses sites de busca priorizam a procura por blogs, e não sites da internet, como é o caso deste último.

Considerações Finais

Conforme verificado em outro trabalho (Penteado, Santos e Araújo, 2007), os blogs se constituem como novos atores políticos e novos espaços políticos sustentados pelas NTICs, e são importantes meios de ação política na sociedade contemporânea. Os dados obtidos sinalizam que os blogueiros são importantes fontes de informação política e que, em seus posts, promoveram um debate sobre o movimento *Cansei* fora dos meios de comunicação tradicionais.

O *Blog do Noblat* procurou manter uma posição neutra, apresentando uma abordagem mais informativa em relação ao movimento, como também postando textos de colaboradores favoráveis e desfavoráveis. Mino Carta se destacou pela grande ocorrência de posts irônicos e com avaliações morais. O jornalista adotou uma postura contrária ao movimento, desqualificando seus objetivos e seus organizadores. Já Zé Dirceu, ao contrário do esperado inicialmente, deu pouca atenção ao *Cansei*, somente postando quatro textos. Os posts se caracterizaram pelo seu aspecto informativo e pelo desenvolvimento de análises críticas. O blog *Nariz Gelado* se caracterizou por criticar o movimento, propor outras linhas de ação contra o "caos aéreo" (como, por exemplo, um dia sem voar), pela disseminação de boatos e por avaliações morais.

A blogosfera também permite a criação de novos espaços de debate político. O estudo dos comentários permitiu observar manifestações de uma parcela da população[15] sobre os temas políticos. No caso do *Cansei,* foi observado que o movimento provocou uma grande polêmica entre os comentaristas, despertando paixões e posicionamentos políticos polarizados. As discussões no *Blog do Noblat* foram marcadas, predominantemente, por comentários com avaliações morais e emissão de opiniões pessoais. Talvez por ter adotado uma postura neutra em

15 Essa parcela da população é formada por pessoas com acesso à internet e com interesse em política.

relação ao movimento, seu fórum de debate foi o mais tenso, com troca de ofensas e acusações entre os comentaristas com posições políticas contrárias. No *blog do Mino*, houve maior ocorrências de comentários dispersivos e irônicos, com um debate político de pouca qualidade[16] e diversidade de opiniões. Já o *Blog do Zé Dirceu* se caracterizou pela maior ocorrência de comentários alinhados com a posição política do titular, mas predominando avaliações morais e opiniões contrárias ao movimento, havendo pouco debate de posições diferentes. Os comentários com a emissão de opiniões e posicionamentos políticos são predominantes no blog *Nariz Gelado*. Nesse blog, observou-se um conflito entre críticas ao movimento e menções de apoio, inclusive com a participação da blogueira.

De uma maneira geral, foi constatado que, apesar de haver debate político dos comentadores, a maioria dos comentários fugiram ao tema do post de referência, ou então foram avaliativos morais, não se preocupando em apresentar propostas ou tecer reflexões com análises críticas, gerando um debate de conteúdo estéril para a promoção da democracia. Apesar de serem novos espaços para a promoção da democracia, os blogs por si só não garantem a formação de um debate no qual os participantes procuram apresentar argumentos e fatos que comprovem suas posições; pelo contrário, os fóruns se transformam em espaços de expressão de sentimentos pessoais, muitas vezes descontentes com a vida política brasileira.

Os blogs estudados também se afirmam como novos espaços eletrônicos de ação política informacional, uma vez que podem constituir grupos afinados politicamente, promover ações e movimentos sociais, arrecadar fundos, conquistar novos simpatizantes e disseminar informações. No caso do *Cansei*, o próprio movimento lançou um blog para divulgar suas propostas e eventos. Os blogs estudados funcionaram como “caixa de ressonância”, que, na maioria dos casos,

16 Pouca qualidade no sentido da falta de apresentação de comentários com análises críticas ou a apresentação de propostas.

serviu para desqualificar o movimento através de críticas e, principalmente, ironizando suas lideranças e posicionamentos.

Dessa forma, os blogs se constituem como novos mecanismos de representação política, no qual os blogueiros podem atuar na formação da agenda política (com alguma liberdade para selecionar os conteúdos, temas e enquadramentos), promover debates através de seus fóruns (possibilitando a expressão da pluralidade de visões sobre os assuntos abordados) e criando esferas públicas nas quais grupos, segmentos sociais e indivíduos podem expressar seus interesses. No entanto, a representação política é limitada na blogosfera. Os dados indicam que, na maioria dos casos, os blogueiros com maior número de acessos são os que conseguiram construir sua reputação anteriormente ao início de seu blog (Noblat e Mino Carta). Os blogs de desconhecidos (Nariz Gelado) são acessados por uma parcela bem reduzida, com pouco alcance e participação nos fóruns de discussões.

Podemos, portanto, afirmar que o movimento *Cansei* gerou uma efêmera repercussão na blogosfera, mas que atraiu um grande número de comentaristas aos posts dedicados ao tema. Entretanto, o debate ficou marcado pelo conflito de posições pessoais e avaliações morais, que refletiram uma divisão entre os que apoiavam o governo Lula e os descontentes com ele, que aproveitaram o movimento para expressar seu descontentamento. Por outro lado, os defensores da administração Lula procuraram ridicularizar o *Cansei* e acusá-lo de golpista, associando muitas vezes à "Marcha pela Família e Propriedade", movimento que antecedeu o golpe militar de 1964. Assim, a blogosfera repercutiu um debate marcado não pela promoção da cidadania e democracia, mas pela troca de acusações e ofensas morais, características que parecem moldar o atual debate político no país.

Referências

ALDÉ, A.; ESCOBAR, J. CHAGAS, V. “A febre dos blogs de política”. Trabalho apresentado ao GT: Comunicação e Política, do *XV Encontro da Compós*, Bauru, junho de 2006. Disponível em: http://www.faac.unesp.br/compos2006/imprimirGT02.htm. Acesso em 09/08/2006.

PENTEADO, C. L. C.; SANTOS, M. B. P.; ARAÚJO, R. de P. “Blogs de política: caminhos para reflexão”. Trabalho apresentado no *I Compolítica*. Salvador, novembro de 2006. Disponível em: http://www.poscom.ufba.br/congresso/pdf/gt4/Penteado_Santos_e_Araujo_2006.pdf. Acesso em 30/10/2007.

_____. “Blogs e eleições presidenciais no Brasil em 2006”. Trabalho apresentado no XIII *Congresso Brasileiro de Sociologia*. Recife, maio de 2007. Disponível em: http://www.sbsociologia.com.br/congresso_v02/index.asp?idcongresso=9. Acesso em 30/10/2007.

_____. “Internet e política: os blogs nas eleições presidências de 2006”. Trabalho apresentado no 31º *Encontro anual da ANPOCS*, Caxambu/MG, outubro de 2007. Disponível em: http://201.48.149.89/anpocs/arquivos/11_10_2007_12_42_33.pdf. Acesso em 30/10/2007.

Contribuições dos blogs e avanços tecnológicos na melhoria da educação

A ecologia dos meios (*media ecology*), conhecida também como "Escola de Toronto", "Escola de Nova York" ou "Escola de San Luis",[1] fundamentalmente parte do pensamento de Marshall McLuhan e foi enriquecida em sua breve, mas fecunda, história com as relevantes contribuições teóricas de pensadores como Neil Postman, Joshua Meyrowitz, Paul Levinson, Harold Innis, Walter Ong, Lewis Mumford, Jacques Ellul, Elizabeth L. Eisenstein, Eric Havelock, Edmund Carpenter, Jack Goody, Robert K. Logan, James W. Carey, Jay David Bolter e Lance Strate, entre outros.[2] Uma das melhores definições que foi elaborada do conceito "ecologia dos meios" procede de Neil Postman:[3]

A ecologia dos meios analisa como os meios de comunicação afetam a opinião humana, a compreensão, a sensação, e o valor; e como nossa interação com os meios facilita ou impede nossas pos-

1 De acordo com Fernando Gutiérrez, destacado pesquisador mexicano, especialista em temas de ecologia dos meios, a *media ecology* é uma metadisciplina que se encarrega do estudo de um conjunto complexo de relações ou inter-relações entre símbolos, meios e a cultura. A palavra "ecologia" implica o estudo dos ambientes e suas inter-relações: conteúdo, estrutura e impacto social. Um ambiente mediático é aquele que deriva das inter-relações entre o homem e as distintas tecnologias de comunicação como: livros, rádio televisão, internet (...). A "ecologia mediática" se refere ao estudo das técnicas, modos de informação e códigos de comunicação como parte principal de um ambiente inter-relacionado que projeta diferentes efeitos em um contexto determinado.

2 Também no site da *Media Ecology Association* é possível consultar uma útil relação de textos. Ver: http://www.media-ecology.org/media_ecology/readinglist.html: Acesso em: 10/07/2007.

3 Ver: http://www.media-ecology.org/media_ecology. Acesso em: 10/07/2007.

sibilidades de supervivência. A palavra "ecologia" implica o estudo de ambientes: sua estrutura, conteúdo e impacto nas pessoas.

Entre as distintas escolas ou correntes da Ciência da Comunicação que têm se preocupado em analisar de forma integral o complexo processo da comunicação, a ecologia dos meios particularmente se distingue por conceder particular ênfase no estudo das tecnologias e nos ambientes comunicativos, pois, como afirmou Marshall McLuhan em *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano* – cuja primeira edição foi publicada em 1964[4] –, em última instância, os meios de comunicação admitem ser compreendidos como tecnologias. De acordo com Marshall McLuhan, toda tecnologia pode ser considerada como lógica extensão dos órgãos, sentidos, faculdades ou funções do ser humano: "Qualquer invento ou tecnologia é uma extensão ou auto-amputação do corpo físico, e, como tal extensão, requer ainda novas relações ou equilíbrios entre os demais órgãos e extensões do corpo" (McLuhan, 1996:64).

Marshall McLuhan e, principalmente, Neil Postman empreenderam enérgicos questionamentos aos meios de comunicação alterando a cultura e as tradições. Postman, que faleceu em 5 de outubro de 2003, hoje é considerado um dos principais críticos dos meios de comunicação. No livro *Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business* (1986), Postman expressou algumas das mais enérgicas e racionalizadas críticas que se escreveu sobre a televisão em sua história.

De acordo com o célebre marxista francês Louis Althusser, nas sociedades capitalistas, as escolas e as tecnologias da informação cumprem as funções de aparatos ideológicos do Estado – os quais fundamentalmente operam através da persuasão com menores doses de violência. Os aparatos ideológicos do Estado contribuem para garantir a reprodução ampliada da ideologia dominante e a reprodução

4 *Comprender a los medios de comunicación: las extensiones del ser humano* foi o terceiro livro de Marshall McLuhan. Sem ser seu *best seller*, o citado livro foi traduzido para mais de 20 idiomas.

da qualificação diversificada da força de trabalho. A instrução escolar nas sociedades capitalistas simplesmente reproduz a desigualdade social, perpetuando o sistema de exploração classista. O aparato ideológico escolar (AIE) – o qual compreende o conjunto de distintas escolas – admite ser considerado como um dos aparatos ideológicos hegemônicos das sociedades capitalistas.

Conforme Marshall McLuhan (1996), os meios de comunicação, como as tecnologias em geral, incidem na incessante transformação da ecologia cultural das sociedades, resultando em inevitáveis trocas de sentido que, inclusive, alteram nossa percepção de tempo. Os efeitos da tecnologia, sustentou McLuhan (1996:39), "não se produzem ao nível das opiniões ou dos conceitos, senão que modificam os índices sensoriais, ou pautas de percepção, regularmente e sem encontrar resistência". Os meios – sustentou McLuhan – configuram nossa consciência e experiências. A fenomenologia da mudança tecnológica se encontra intimamente associada com os processos de aprendizagem e, portanto, de transmissão do legado cultural de todas as sociedades. As "remediações" que experimentam os meios inevitavelmente produzem mudanças significativas nos "ambientes educativos".

No desenvolvimento de todo meio de comunicação, é possível perceber uma progressiva transformação, com o propósito, nem sempre consciente ou deliberado, de fazer o meio mais parecido com o homem. Esse processo é designado como "remediação".

A "remediação" efetivamente não é um processo simples e, por isso, nem todas as pessoas conseguem percebê-lo. O conceito "remediação" admite pelo menos duas interpretações na ecologia dos meios. No livro *The Soft Age,* Paul Levinson (1997) empregou o termo "meio remedial" para descrever como nossas sociedades utilizam um meio para reformar ou melhorar o outro. De acordo com Levinson, em um esforço do qual nem sempre somos conscientes, tentamos fazer que os meios se pareçam mais com o homem. Em um de seus recentes

livros, *Cellphone: the story of the world's most mobile medium and how it has transformed everything!*, Levinson afirmou que "os meios de comunicação ainda competem – e de forma mais intensa – pela atenção das pessoas" (Levinson, 2004:12). Em termos darwinianos, sugere ele, a seleção do ambiente mediático se dá nas mãos das pessoas, as quais contribuem com sua preferência para a evolução de um meio determinado.

Constantemente, elas decidem entre ir ao cinema ou ficar em casa para ver televisão, ler um livro ou ver um vídeo, falar ao celular ou enviar um correio eletrônico. Os meios não evoluem por uma seleção natural senão por uma escolha humana. O meio que melhor evolui é aquele que se ajusta mais às diversas necessidades do homem. O processo de remediação dos meios de comunicação sintetiza tal adequação dialética que permite aos meios de comunicação "imitar" as faculdades ou órgãos do ser humano.

Nas primeiras linhas de *Comprender a los medios de comunicación: las extensiones del ser humano,* Marshall McLuhan (1996) afirmou que o conteúdo de todo meio é outro meio. Portanto, a internet é um novo meio remediador, pois assimila os meios que o antecederam. Os conteúdos da internet são os meios que a antecederam.

Os blogs: ambiente comunicativo e de aprendizagem no imaginário da web 2.0

> Os blogs estão dando voz e presença pública às pessoas comuns que têm coisas para dizer, que não necessariamente sabem sobre tecnologia, do desenho, ou de programação (…) É uma mudança fundamental que está ocorrendo com os blogs (texto), com *flickr* (fotografía) e com *YouTube* (vídeo).[5]

5 "Blogs, el quinto poder". Entrevista de Amaia Arribas a José Luis Orihuela. Cidade do México, *Excelsior,* Suplemento Dinero, p. 11, 21 de agosto de 2006.

Os weblogs ou blogs representam o coração da web. Tal afirmação adquire particular significado se reparamos no seguinte fato: Tim Berners-Lee,[6] o criador da web, desde janeiro de 1992, registrava a evolução de seu projeto e pesquisas no site *What´s New in ´92*, que tem sido considerado por alguns especialistas como o primeiro blog, entre os quais se destaca Dave Winer. De acordo com Winer [http://www.scripting.com], citado pelo destacado blogueiro argentino José Luis Orihuela (2006:40): "o primeiro weblog foi o primeiro site da web".

José Luis Orihuela, autor do blog *e-cuaderno.com,*[7] catedrático da Universidade de Navarra, Espanha, propõe a seguinte definição de blog:

> Um site da web que se compõe de entradas individuais chamadas anotações ou histórias dispostas em ordem cronológica inversa. Cada história publicada fica arquivada com sua própria direção URL e atrelada a outras, assim como a data e hora de sua publicação. Em inglês o termo "log" designa o registro da atividade de um servidor, e em um sentido mais amplo se refere a um diário, como "travelog", para os clássicos diários de viagem. Assim, o diário de navegação do internauta pela web se consolidou em 1997, e o termo "weblog", que se usa indistintamente em sua forma abreviada por blog. (Orihuela, 2006: 34).

O diário pessoal escrito em papel ganha uma nova roupagem de diário virtual, porém com as antigas questões. Para Schittine:

> Daí a importância de desenvolver certos pontos: a memória (imortalidade e permanência), o segredo (o que contar ou não a intimidade a um desconhecido), a tensão

6 Berners-Lee criou a www quando trabalhava no Laboratório Europeu de Física de Partículas (CERN), em Genebra, Suíça, no começo dos anos 1990, e a partir de objetivos muitos modestos: integrar e relacionar sua agenda, diretório e alguns arquivos pessoais através de hipertextos.
7 http://www.ecuaderno.com.

> entre o espaço público e o privado (que vai aumentar com a passagem para a internet) e a relação com o romance (ficção) e com o jornalismo (a observação dos fatos) (2004:14-15).

Em 1998, o número de blogs chegava apenas a 20 e, em 1999, foram incorporadas à internet as primeiras ferramentas gratuitas para a edição e publicação de blogs: *Pitas*, no mês de julho, e *Blogger*, em agosto. *Pitas* e *Blogger* contribuíram para incrementar o número de blogueiros, ampliando, portanto, as possibilidades expressivas de um novo ambiente de comunicações que se desenvolve rapidamente na internet: a blogosfera.[8]

De 2000 a 2002, o crescimento da blogosfera apenas foi perceptível. Talvez o fato mais relevante ocorreu em novembro de 2002, quando se iniciaram as operações da *Technorati*, uma das principais fontes de informação de pesquisa da blogosfera.

Em 2003, dois fatos favoreceram a expansão da blogosfera: no mês de fevereiro, o *Google*[9] comprou o *Blogger* da *Pyra Labs*, uma pequena empresa situada em São Francisco, Califórnia, Estados Unidos; em segundo lugar, em meados do mês de março, deu-se início à mais recente guerra empreendida pelo governo dos Estados Unidos contra o Iraque.

Na invasão ao Iraque, um fato deu grande visibilidade mediática aos blogs: a censura imposta pela CNN ao blog do jornalista Kevin Sites, por pressões recebidas da alta direção da CNN. Alguns blogueiros, em seguida, manifestaram sua solidariedade para Kevin Sites por meio de correios eletrônicos, nos quais objetavam o procedimento da CNN. Com isso, a audiência de notícias cresceu notavelmente em 2003 gra-

8 "Blogosfera" se refere a tudo que circula no mundo dos blogs.
9 *Google*, marca emblemática da economia do conhecimento, hoje é reconhecida como a marca de maior valor no mundo, de acordo com os resultados que recentemente apresentou a firma *BrandZ* no estudo *2007 BrandZ The most powerfull brands.* De acordo com os resultados do referido estudo, o valor de marca do *Google* aumentou de 66 mil para 434 milhões de dólares.

ças à oportuna contribuição dos blogs destinados a análises e ao relato de tão absurdo episódio bélico.

Os blogs têm sido objeto de freqüentes remediações em sua brevíssima história. A incorporação de outras tecnologias à internet tem propiciado o desenvolvimento de fotoblogs e videoblogs, os chamados "blogs de nova geração" (2.0) que permitem a incorporação de imagens, sons e vídeo.

Em 2005, registrou-se outra importante remediação da internet – e, portanto, também dos blogs – com a introdução do *podcasting*, tecnologia que permite gravar áudio no formato MP3 para ser distribuído na internet por meio de conexão RSS. O impacto do *podcasting* logicamente se estendeu aos blogs. Quando os conteúdos são publicados de um telefone móvel, fala-se de moblogs.

De acordo com estatísticas do *Technorati*,[10] no começo do mês de abril de 2007, o número estimado de blogs no mundo atingia a marca de 170 milhões. A cada dia são gerados 120 mil novos blogs: 1.4 por segundo, em média. E, quanto ao número de textos que diariamente são publicados nos blogs, o *Technorati* estimou uma média diária de 1.5 milhões por dia: 17 comentários ou posts por segundo.

No Brasil, de acordo com o *Ibope/NetRatings*, "em agosto deste ano (2007), aproximadamente nove milhões de usuários acessaram e leram blogs. O número representa 46% de internautas ativos no mês e reforça o crescimento da blogosfera no País"[11]. Outro levantamento, realizado pela *Intel*, mostra que, dos 170 milhões de blogueiros do mundo, 5,9 milhões são brasileiros.

Segundo os resultados do estudo 2007 do *Technorati*, o número e porcentagem de novos splogs (*spam blogs*) registrou um sensível incremento no Natal de 2006, quando diariamente foram gerados entre três mil a sete mil novos splogs. A geração de mensagens publicitárias de caráter intrusivo definitivamente representa uma delicada ameaça

10 http://technorati.com.
11 http://www.comunique-se.com.br.

ao desenvolvimento da web 2.0.

Orihuela, quando analisa os blogs e a blogosfera no meio e na comunidade, afirma que:

> No novo cenário da comunicação, as funções da blogosfera são múltiplas: um filtro social de opiniões e notícias, um sistema de alerta prévio para as mídias, um sistema de controle e crítica dos meios de comunicação, um fator de mobilização social, um novo canal para as fontes convertidas em mídias, (...) um enorme arquivo que opera como memória da web, o alinhamento privilegiado e uma alta densidade de links de entrada e saída e, finalmente, a grande conversação de múltiplas comunidades cujo objetivo comum é o conhecimento compartilhado (2007:9).

Portanto, os blogs podem ser considerados como um novo modo de comunicação em um novo ambiente digital que favorece a remediação na internet contribuindo para o desenvolvimento da web 2.0. O advento da web 2.0 definitivamente confirma o inexorável trânsito da chamada economia do conhecimento que Alvin Toffler, na *Terceira Onda*, antecipou: "À medida que avança a terceira onda, os meios de comunicação, longe de estender sua influência, são obrigados a compartilhá-la. Estão sendo derrotados em muitas frentes para o que eu chamo os meios de comunicação desmassificados" (Toffler, 1980:164).

A nova educação

A incorporação das novas tecnologias de informação hoje é afortunadamente um dos principais objetivos das políticas e programas educativos programados e impulsionados pelos governos. A "inclusão digital" é considerada determinante no desenvolvimento da economia

do conhecimento. O discurso pronunciado pelos governos gira em torno do fato de que a implantação das novas tecnologias na educação ajuda a diminuir as falhas educativas, se entendermos que a desigualdade de oportunidades de que padecem as crianças, jovens e adolescentes de setores desfavorecidos é um problema que não está radicado somente na parte econômica, mas que tem suas raízes nas áreas cultural, política e, o que aqui nos concerne, pedagógica.

A implementação das novas tecnologias na educação está criando espaço de apropriação significativa das mesmas. As escolas estão sendo providas de equipamentos de informática, mas sem uma capacitação de docentes ou com capacitação somente para professores de áreas muito específicas, em que a utilização da informática só era dada como uma disciplina.

Com a incursão das tecnologias no âmbito docente, o centro do saber, pelo menos o que se considera legítimo, deixa de ser os centros educativos, que têm sido questionados, e passa a apontar como saída possível a modificação das estratégias de ensino com as novas propostas didáticas.

Existem três posturas a respeito da incorporação das tecnologias da informação e comunicação na prática docente. A primeira é de resistência, associada ao medo, ao desconhecido, ao receio de fazer um mau papel frente aos alunos – os verdadeiros especialistas em tecnologias. A segunda é a postura de conformismo, segundo a qual os professores aceitam se atualizar sob a alegação de que não lhes resta outra alternativa. E a terceira é a mais otimista, que mostra que a educação necessita de uma revolução com o uso adequado das tecnologias de forma dialógica e contínua.

A origem de não aceitar as tecnologias está radicada na dificuldade de pensar sobre as culturas juvenis (Reguillo, 2000), o que impede de ver que os jovens estão experimentando e, por certo, vivenciando. Assim, a diferença geral, que de certa maneira se assenta ao vínculo

pedagógico, se converte em um obstáculo, uma lacuna muito difícil de ser superada.

Frente a esse cenário, as perguntas que nos podemos fazer versam sobre o que ocorre nas nossas instituições ante a erupção dos novos espaços gerados pelas ferramentas de informática, como são utilizadas, como lhes dão significado e sentido, e os imaginários que se articulam e as práticas que se geram em torno delas.

Então, por que continuar pensando em um espaço áulico como um conceito que tem limites espaciais? Por que somente se concebe a tecnologia como algo diretamente relacionado com os grandes centros de desenvolvimento tecnológico e econômico? Podemos dispor da tecnologia de ponta, mas devemos ser capazes de criar e inovar um pensamento e conhecimento através das tecnologias.

Os blogs definitivamente superam as plataformas educativas adotadas por algumas instituições – como *Learning Space* ou *Blackboard*, por exemplo – que foram uma resposta lógica dos ambientes educativos que migraram junto com o desenvolvimento da web 1.0.

Algumas instituições universitárias dispõem de sofisticados *campi* virtuais que servem para tarefas administrativas e docentes, assim como para a comunicação interna com os alunos. Apesar de haverem desenvolvido essas ferramentas, reproduzem o ensino universitário tradicional, já que mudam muitos elementos (exames, provas) da docência tradicional combinada com atrativas utilidades. Dessa maneira, os *campi* virtuais não aproveitam as potencialidades da internet e das tecnologias,[12] como a interatividade e o movimento, por exemplo, fatores distintos da denominada sociedade da ubiqüidade, cujo lema é comunicação para todos, em qualquer lugar, a toda hora.

E, quanto aos blogs, embora existam pretensões individuais de se tirar partido, não são uma ferramenta freqüente nas universidades, mas sim entre os universitários. Os blogs são muito populares e estão

12 Renomadas universidades, como a de Stanford (EUA), têm recorrido ao desenvolvimento vinculado ao espaço e ao imaginário dos jovens. Os videogames e as ferramentas musicais como o *iTunes* fazem parte da tecnologia docente.

sendo adotados massivamente pelos jovens graças a sua gratuidade e sua alta capacidade de difusão da informação, além de os internautas quererem ser protagonistas com sua participação, colaboração e interatividade em benefício próprio. Talvez seu aspecto mais conhecido seja seu impacto nos meios de comunicação tradicionais.

Além dos blogs, surgiram há dois anos, na Califórnia, os microblogs, criados por um grupo de amigos com o objetivo de compartilhar suas rotinas – um deles, Evan Williams, que foi o criador do *Blogger*. A principal ferramenta do gênero é o *Twitter*,[13] no qual cada usuário tem uma rede de amigos, que recebem automaticamente as postagens de seus contatos em mensagens curtas de até 140 caracteres, podendo ser enviadas e lidas pela web, por programas de mensagens instantâneas (MSN Messenger) ou por telefone celular. Além de os jovens usarem como mais um agregador de rede social, as empresas já começam a fazer parte da conversa global dos microblogs, utilizando o *Twitter* como instrumento de comunicação com seus clientes (Fusco, 2008). Esse instrumento é ainda um aliado para enviar mensagens de compromissos e apontamentos, como marcação de provas e avaliações.

O antecedente mais objetivo no âmbito universitário é o *Universia's blog*,[14] em que os estudantes mostram sua capacidade para assimilar essa nova ferramenta. Portanto, se nos perguntarmos a idoneidade de um blog no âmbito da docência e da atividade universitária, teríamos que assumir que ele permite o desenvolvimento das capacidades comunicativas e assimilação das diversas fontes de informação que existem na internet.

Um dos exemplos brasileiros é relatado por Cipriani (2006). Um professor da Universidade de Uberaba (MG) pediu para os alunos criarem seus próprios blogs para contar as experiências vividas em sala de aula com o objetivo de utilizar o blog como elemento do processo de avaliação e introduzir o uso de ferramentas de comunicação atuais no cotidiano dos futuros jornalistas e publicitários.

13 http://twitter.com.
14 http://blogs.universia.net.

> O uso do blog acadêmico contribuiu para que os alunos se tornassem mais conscientes da progressão de seus conhecimentos em relação às discussões da disciplina. Os processos de comunicação e conversação existentes em um blog foram os principais responsáveis pelo sucesso da experiência (Cipriani, 2006:67).

Uma das grandes vantagens do uso de blogs na área docente é que a maioria dos alunos os adota com facilidade, já que vêem neles não só uma ferramenta de trabalho interativa, mas também a oportunidade de criar uma comunidade de interesses, mais do que as próprias equipes de trabalho.

A passividade, da qual tanto se queixam os professores, está por trás do que se percebe uma aprendizagem mais ativa. Com as tecnologias, faz-se uma busca de informação na rede, a mesma que se debate, se critica ou se compartilha. Assim, os alunos aprendem a buscar e contrastar a informação para debater nas aulas temas da atualidade.

Se algo diferencia os blogs das plataformas virtuais das universidades é precisamente a não privacidade. Os conteúdos abertos dos blogs permitem aumentar essa comunidade de "amigos", e não ficar ilhado unicamente com os companheiros de classe. Estar abertos às opiniões de visitantes enriquece a visão de equipe. A estratégia de conteúdos abertos foi impulsionada pelo MIT, antecipando o êxito dos blogs.

Assim, os estudantes se conscientizam da importância de aprender a desenvolver a capacidade de inovação do próprio sistema (o que comumente chamamos de "open source" ou código aberto). Precisamente, o grande número de ferramentas e desenvolvimento dos blogs, frente aos conteúdos fechados das plataformas virtuais, são a chave de seu atrativo, já que os alunos vêem a importância de introduzir inovações e gerar conteúdos novos, estimulando sua participação e criatividade. Por isso, deve-se fomentar o uso e desenvolvimento de

software livre, uma vez que está servindo de suporte para experiências inovadoras que seriam economicamente inviáveis com ferramentas comerciais, facilitando ainda o acesso às TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação).

Apesar das benesses dos blogs, não se trata de substituir os blogs pelas plataformas virtuais. O campo virtual admite um âmbito restrito da comunicação entre alunos e docentes. Os blogs podem ser utilizados também para esse tipo de uso (já que também se pode colocar senha de acesso), mas estaria em desvantagem, já que não foi concebido para esse fim. Por isso, é conveniente pensar em uma ferramenta complementar e compatível com os campos virtuais.

A incorporação das novas tecnologias na educação é já uma realidade que nos facilita o aprendizado e a comunicação porque é um objetivo irrenunciável. Por isso, se faz necessário que as tecnologias sejam parte dos currículos com competências bem definidas. A formação dos professores é fundamental em matéria tecnológica, já que eles têm que se atualizar no uso das ferramentas que seus alunos dominam quase à perfeição. A alfabetização digital ainda está como uma disciplina pendente entre os professores, que devem reorientar suas práticas a projetos em que a aprendizagem instrumental seja um meio e não um fim, em que se criem motivações e a máxima seja "querer fazer para querer aprender, querer atuar para querer produzir".

Evidentemente, a questão da infra-estrutura, com internet de banda larga em todos os centros educativos, é requisito fundamental. Além do mais, seria interessante difundir o uso de esquemas abertos de propriedade intelectual que fomentem o trabalho colaborativo e a participação, um dos eixos fundamentais no uso dos blogs em aula.

Assim, não devemos confundir a conectividade e infra-estrutura com os conteúdos. Deve-se estimular os alunos para a construção de seus próprios conteúdos, com práticas abertas em que se estimule o enfrentamento à tecnologia, desde a intuição e a reflexão. Esse é o verdadeiro objetivo dos blogs pedagógicos.

Perspectiva possível: a aprendizagem móvel

As primeiras gerações de "nativos digitais" estão chegando às universidades. Elas tinham 5 ou 6 anos de idade em 1994, quando Tim Berners-Lee introduzia a web, inovação que culminaria com o desenvolvimento da internet. Hoje, elas têm 18 ou 19 anos. No seu tempo livre, eles já relegaram a televisão a um papel secundário. Elas dedicarão mais horas para jogar com avançados consoles – como *Nintendo* ou *Xbox* – e a navegar na internet. Para os "nativos digitais", a educação se encontra intimamente associada ao emprego de avançadas tecnologias de informação e comunicação, e a internet representa para eles um natural ambiente de aprendizagem.

O uso de avançadas tecnologias na educação por certo não é recente. Entretanto, como conseqüência desse desenvolvimento que têm apresentado as comunicações digitais, escolas e universidades efetivamente dedicadas à educação estão vendo a necessidade de destinar consideráveis recursos para transformar os velhos espaços áulicos. Nas salas de aulas, vão-se incorporar avançadas tecnologias de informação e comunicações para adaptá-las aos ambientes e cenários de aprendizagem que demandam o imaginário da Educação 1.0. Isso, entretanto, não é suficiente.

A sociedade da informação e do conhecimento é também a sociedade da ubiqüidade. No imaginário da sociedade da ubiqüidade, aprenderemos a nos desenvolver indistintamente no mundo real e no mundo virtual. As exigências educativas que supõe o imaginário da sociedade da ubiqüidade evidentemente se tornarão muito mais complexas. Além do mais, devemos ter muito presente o desenvolvimento atual de uma promissora web: a web 2.0. A aprendizagem móvel representa o principal objetivo educativo que nos leva ao desenvolvimento da web 2.0 e, logo, da web 3.0.[15]

15 A web 1.0 é a internet original, que se relaciona com seus usuários um por um, brindando-os com acesso a material de leitura e conteúdos estatísticos. É a internet com que todos estamos acostu-

A web 3.0, batizada de semântica, permitirá colocar dados na web que não apenas se tornem acessíveis às pessoas, mas também permitam a análise por máquinas de conteúdos RDF, sigla em inglês de "Estrutura de Descrição de Recursos". Entre os benefícios que poderão surgir disso, estão a integração de dados "escondidos" e sua reutilização, e imitar a associação de idéias realizadas pelas pessoas por meio de combinação de informações com dados interoperacionais, com relações explícitas, utilizando a linguagem ontológica da web [OWL, na sigla em inglês].

Em entrevista concedida à *Spotlight* e divulgada na revista HSM Management (n.64, p.122-128, setembro-outubro 2007), Timothy Berners-Lee, criador da world wide web, fala sobre a web 3.0 e afirma que "quando olhamos agora para a web semântica, o lado do código aberto é extremamente importante para a criação, para o setor acadêmico, para a ciência da computação e para os sites". Além da convergência de mídias,

> mudar a ordem de processamento de dados é o futuro da internet (...), é preciso passar da era em que dados – incluindo os softwares – ficam armazenados no microcomputador de cada um para o estágio em que são processados a partir de uma máquina centralizada (um servidor).[16]

Se os dados estiverem centralizados, com acesso de qualquer lugar, não precisamos de computador em casa. O *Google* trabalha

mados. A web 2.0, também chamada de web wiki, é a internet social, que habilitou e fomentou a comunicação e a interação e deu lugar a comunidades de interesses e redes de relacionamento, ao intercâmbio de informações e ao trabalho colaborativo em tempo real, como o *Orkut*, o *Second Life* e os blogs. A web 3.0, ou web semântica, é uma internet mundial multimídia muito diferente da atual, caracterizada pela intervenção de máquinas inteligentes que serão capazes, segundo se prevê, de indexar a voz humana e identificar diferentes elementos em textos, fotografias, gráficos e vídeos, em que os computadores em que se apóia a web sejam capazes de avaliar textos e extrair deles as idéias-chave (HSM Management, n. 64, Ano 11, v. 5, setembro-outubro 2007).

16 Nelson Mattos, vice-presidente do *Google*, em entrevista ao jornal *Zero Hora* (http://www.zerohora.com/blogdavanessa. Acesso em: 30/09/2007.

nessa direção, que chama de *cloud computing*,[17] o conceito de informação em todos os lugares, passando a ter serviços on-line, que podem ser acessados a partir de quaisquer microcomputadores ou dispositivos conectados à internet, como celulares.

No portal *Campus Technology*,[18] Howard Rheingold e Jerry Kane, professor do Boston College e especialista em temas de tecnologia educativa, apresentaram um "webinar" sobre estratégias para o emprego de wikis e outras tecnologias associadas com o desenvolvimento da web 2.0, destinadas a estimular a discussão nos processos de aprendizagem, assegurando uma efetiva gestão.

O repertório de temas abordados, na realidade, é parte da agenda de exigências educativas que hoje fazem parte do difícil trânsito dos modelos educativos próprios da Educação 1.0 para a Educação 2.0, tais como: criar comunidades em linha para transcender a experiência educativa para além do espaço áulico tradicional; transformar o processo de aprendizagem em efetiva gestão do conhecimento; estimular o desenvolvimento de projetos wikis e blogs entre estudantes; criar estratégias para o efetivo emprego de *iPods* e celulares como o *iPhone* com programas de educação móvel.[19]

O aprendizado móvel representa uma profunda remediação educativa que definitivamente vai além da já existente web 2.0. O aprendizado móvel, integrado e elaborado com a participação de todos, pode ser considerado uma das principais "idéias força" do futuro.

17 Algo como "nuvem computacional".

18 No portal *Campus Technology* [http://www.campustechnology.com] é publicado, mensalmente, uma revista eletrônica sobre temas de inovação e tecnologias educativas, além de distribuírem informações periódicas sobre estes temas através de grupos de notícias e correio eletrônico. Campus Technology também organiza conferências e congressos com especialistas das principais universidades dos Estados Unidos.

19 Em setembro de 2007 o Tecnológico de Monterrey (México) apresentou seus primeiros programas de mestrado na modalidade de aprendizagem móvel. E, em janeiro de 2008 o Tecnológico de Monterrey também terá a modalidade de aprendizagem móvel para o mestrado em administração de empresas, programas empresariais de educação contínua e algumas classes de licenciatura.

Referências

"A WEB 3.0, semântica". *Revista HSM Management*, n. 64, Ano 11, v. 5, setembro-outubro 2007.

ALTHUSSER, L. *La filosofía como arma de la revolución.* México: Cuadernos Pasado y Presente,1982.

"BLOGS, el quinto poder". Entrevista de Amaia Arribas a José Luis Orihuela. *Excelsior,* Suplemento Dinero, p. 11, 21 de agosto de 2006.

CAREY, J. C*ommunication as culture: essays on media and society*. Boston: Unwin Hyman, 1989.

CAREY, M. "The Intellectual Roots of Media Ecology". *The new jersey journal of communication*. V. 8, n. 1, p. 1-8, primavera de 2000.

CIPRIANI, F. *Blog Corporativo*. São Paulo: Novatec, 2006.

FUSCO, Camila. "O enigma dos microblogs". Revista *Veja*, Ed. 910, ano 42, n.1.

LEVINSON, P. *Cellphone: the story of the world's most mobile medium and how it has transformed everything!* London: Palgrave Macmillan, 2004.

LEVINSON, P. *The soft age: a natural history ad future of the information revolution.* London: Routeledge, 1997.

McLUHAN, M. *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano.* Barcelona: Paidós Comunicación, 1996.

MEYROWITZ, J. No *sense of place: the impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press, 1985.

ORIHUELA, J.L. "Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade". In: ORDUÑA, Octavio I. ROJAS et al. *Blogs: revolucionando os meios de comunicação*. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

ORIHUELA, J.L. *La revolución de los blogs*. España: La esfera de los libros, 2005.

REGUILLO, R. *Emergencias de las culturas Juveniles*. Buenos Aires: Editorial Norma, 2000.

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

TOFFLER, A. *La tercera ola.* México: Edivisión, 1980.

SITES

Blog da Vanessa. Disponível em http://www.zerohora.com/blogdavanessa. Acesso em 30/09/2007.

Comunique-se. Disponível em http://www.comunique-se.com.br. Acesso 07/10/2007.

Pesqiosa constata fortalecimento da web. Disponível em http://www.metodista.br/unesco/ibcc/ibcc. Acesso em 08/10/2007.

Rogério Christofoletti

Pedagogia dos blogs:

posts sobre o uso da ferramenta no ensino do jornalismo

Houve um tempo em que o professor reinava na sala de aula. Suas palavras vinham preenchidas de verdade e conhecimento. Sua postura inspirava autoridade e não havia sombra de dúvida sobre o seu papel na escola. O professor era a personificação da erudição, do rigor, da disciplina. Seu protagonismo na educação era incontestável. Mas o império exclusivo dos mestres já não é mais o mesmo. Esse pedestal não só enfraqueceu suas bases, como também vem sendo cada vez mais necessário revisar (ou reinventar) o lugar do professor na escola. Aliás, é preciso rever o que se entende por e o que se espera hoje da educação.

Uma resposta imediata a mudanças tão profundas está nas conseqüências que a tecnologia vem provocando nas sociedades contemporâneas. O desenvolvimento rápido e robusto dos meios de comunicação, sua maciça penetração e capilaridade, e a assunção de um lugar quase onipresente na vida social permitiram que a mídia (seus processos, práticas e produtos) influenciasse não apenas a maneira como nos comunicamos, mas também como nos socializamos. Assim, a tecnologia mudou nossas relações afetivas e profissionais. Gerações

passadas “aprenderam” a beijar com astros e estrelas do cinema; as mais atuais fazem sexo e amigos pela internet. Trabalhadores do século passado ampliaram em muito suas capacidades produtivas; operários atuais cumprem suas jornadas longe de suas empresas, ampliando as horas de dedicação a tais atividades e, com isso, as ocorrências de doenças ocupacionais.

A tecnologia alterou também nossas relações com o divino. Igrejas evangelizam pela TV, pastores pregam pela internet,[1] textos sagrados podem ser ouvidos em CDs e áudio-livros, com trilha sonora e efeitos edificantes. Publicações dirigidas aos fiéis circulam com facilidade em mercados editoriais cada vez mais rentáveis e influentes. Crentes produzem vídeos e os compartilham em portais,[2] experimentando uma nova comunhão.

Contornando estrategicamente o debate redutor da tecnofilia *versus* tecnofobia, encaremos a tecnologia como um advento histórico irreversível, de proporções totalizantes e de ritmo crescentemente, acelerado nas últimas décadas. Mais: de alta influência na vida social contemporânea. E, se as repercussões se dão na esfera pública, não ficam de fora as conseqüências internas, privadas. A tecnologia modifica sensivelmente nossas relações com o conhecimento, por exemplo. Como a escola, historicamente, construiu-se como um ambiente aglutinador dos saberes, seus pilares são abalados, inicialmente, com a difusão dos meios eletrônicos de comunicação (TV e rádio...) e, depois, com a disseminação das redes telemáticas (com ênfase na internet).

Isto é, antes a fonte do conhecimento era o professor. Em poucos anos, a exclusividade se esvaiu e outros centros irradiadores entraram em cena, disputando não apenas a atenção dos alunos (seus pais, suas famílias...), mas também a autoridade para destacar o que é relevante ou não no momento. Formação e informação se aproximaram, tornando

1 http://www.arcauniversal.com.
2 http://www.godtube.com.

porosas as fronteiras que as dividem. As paredes que cercavam o mundo da escola ruíram, e as trocas com o exterior acontecem com mais facilidade e intensidade. A TV, o videocassete e depois o aparelho reprodutor de DVD ganharam espaço nas salas de aula; o projetor de slides e o datashow sobrepuseram-se ao quadro negro. Antenas parabólicas foram "plantadas" nos pátios de escolas antes isoladas; computadores disseminaram-se não só como máquinas de escrever mais modernas, mas como ferramentas de ensino e aprendizagem com recursos até então inéditos. A internet – por via telefônica, a cabo, a rádio ou por satélite, em acesso discado ou banda larga – conectou a sala de aula e os laboratórios de informática em tempo real ao mundo que, desde sempre, circundou a escola. O silêncio e o isolamento anteriores deram lugar a uma polifonia cacofônica, parente próxima do caos.

Post 1: cinco observações, seis conseqüências

Este é um ensaio[3] sobre panoramas em movimento, cenários em contínua construção. As observações lançadas a seguir correm um risco deliberado de apoiar hipóteses em bases movediças, o que pode incorrer não apenas na instabilidade das idéias como na sua natureza provisória.

O que parece certo é que mudanças tão profundas em período tão curto ainda fazem rodopiar cabeças em toda a parte. Torna-se, então, urgente e incontornável repensar o que é educação hoje, de que forma deve ser a escola, como se ensina e como se aprende, e que papel ocupa o professor nesse processo.[4] É evidente que este ensaio, limitado por natureza, não responderá a indagações tão decisivas e com-

3 Comentando a forte influência de Jean Baudrillard nos Estados Unidos, mesmo após sua morte, Juremir Machado da Silva (2007) faz uma contundente defesa do ensaio como recurso consistente das Ciências Humanas e Sociais.

4 Para uma discussão equilibrada e suficientemente clara sobre esses temas, ver Kensky (2007).

plexas. Entretanto, quero fazer apontamentos que tangenciem esses temas, atendo-me ao ensino de jornalismo, hoje circunscrito no Brasil às escolas de nível superior. Vou concentrar a discussão em torno do uso dos blogs como ferramenta pedagógica e recurso didático, com o objetivo de destacar suas funcionalidades e potencialidades, dando também maior relevo aos elementos que podem auxiliar professores e formadores desses profissionais. Martelam aqui as perguntas: como os blogs são usados nos cursos de jornalismo? **O que têm aos professores da área?** Como se pode lançar mão dos blogs de forma eficaz pedagogicamente? Pode-se, afinal, pensar uma pedagogia do uso dos blogs?

Antes, porém, de perseguir essas questões, destaco cinco características que ajudam a conformar (e a problematizar) a educação nos tempos atuais e nos anos próximos. Elas ajudam a compor o pano de fundo das discussões que aqui apresento.

- O ambiente da educação mudou. Diferente de há quatro décadas, por exemplo, hoje, a educação não se restringe apenas aos domínios da escola. A instrução formal é oferecida em modalidades não-presenciais, à distância, apoiada por recursos midiáticos cada vez mais sofisticados e eficientes. Não é mais necessário, por exemplo, freqüentar uma escola de informática para aprender a usar um software de edição de imagens ou áudio. Em diversos sites da internet, é possível não apenas encontrar tutoriais, cartilhas, vídeo-aulas, mas também versões alternativas (e gratuitas) desses softwares. Evidentemente, nem todas as demandas na área da educação são satisfeitas tão facilmente, mas o acesso ao conhecimento foi largamente ampliado pela tecnologia, oferecendo possibilidades distintas das rotineiras aulas presenciais. Isto é, a escola ainda é um lugar de produção, difusão e comunhão de saberes, mas não é o único. Pode-se aprender muito fora da escola;

- Por conta do aumento na oferta de oportunidades de educação/instrução, o professor perdeu parte de seu prestígio como ator principal dessa história. Não goza mais de exclusividade, enfraquecimento que lhe custa na autoridade, antes só comparável a dos pais ou responsáveis. Assim como a escola, o professor perdeu terreno para outros centros irradiadores de conhecimento e informação.

- Os alunos já não são mais os mesmos também. Porque suas fontes de alimentação informacional são muitas, seus interesses são difusos e fragmentados. Além disso, prevalecem entre eles motivações mais imediatistas e pragmáticas. Assim, os alunos parecem ter uma relação mais utilitária com o conhecimento, atitude bem diversa do antigo desejo de dispor de uma cultura ampla, erudita e humanística;

- Se escola, professor e aluno mudaram, a relação entre esses atores nesse cenário também se modificou. Antes, era líquido e certo que professores ensinavam e alunos aprendiam. Hoje, isso acontece. Também há ocasiões em que os alunos demonstram ter mais familiaridade e atualização de certos assuntos. Isso porque têm acesso a fontes que os professores não acessam, por exemplo. Nesses casos, o aluno parece “saber mais” que o professor. Geralmente, essa inversão de papéis fica mais evidente quando os temas pertencem às culturas de massa ou às áreas tecnológicas. Então, algumas cenas se repetem na sala de aula: o aluno exibe mais destreza no mouse do que sua professora; a aluna “conhece mais” cinema e games do que seu mestre... O discurso de que “professor é quem, de repente, aprende” deixa de ser retórica e ganha novos contornos. Mudou a relação entre professores e alunos no processo de ensino-aprendizagem;

- As neurociências, a psicologia e a educação têm avançado nas respostas sobre como funciona o cérebro humano, como os processos criativos, de interação e de construção colaborativa interferem no desenvolvimento humano.

Dessas observações, derivam ao menos seis conseqüências:

- Para se manter como espaço privilegiado de produção e difusão de conhecimentos, a escola não pode se distanciar do mundo exterior, das rotinas e agendas sociais. Também não pode ignorar o mercado ou o mundo do trabalho;

- Para redesenhar sua função na educação e acompanhar o ritmo das mudanças que afetam o seu campo de trabalho, o professor deve adotar uma postura contínua de reciclagem profissional;[5]

- Para ocupar um espaço na escola que não seja só decorativo, os professores terão de ser mais atrativos em suas estratégias, satisfazendo mais os interesses de seus alunos. Não significa dizer que o professor vai se deixar escravizar pelas muitas vontades do alunato, mas que deverá ouvir mais seus públicos;

- Um desafio maior será construir uma nova relação entre professores e alunos, em que ambos aprendam. Com isso, a educação precisará deslocar o foco de suas atenções, dos sujeitos (professor e aluno) para o objeto (o conhecimento). Ao que os sintomas indicam, essa relação deve ser mais franca, aberta, horizontalizada e colaborativa;

- Como ainda estamos no olho do furacão, há muito a descobrir no campo da educação, o que significa dizer que outras certezas atuais podem vir abaixo nos próximos tempos;

5 Engrosso aqui o coro de Demo (2006).

- Se a escola, o professor, o aluno e o processo já não são mais os mesmos, é preciso reinventá-los com liberdade, criatividade e sem o apego a velhas noções. Esse desapego não consiste em, como se diz, jogar a criança com a água do banho, mas em uma disposição autêntica de buscar soluções, de criar, de estudar e pesquisar saídas. Nada é mais educativo que isso.

Post 2: fechando o foco sobre o ensino de jornalismo

No Brasil, as escolas de comunicação são realidades recentes, com as primeiras experiências datando de sessenta anos atrás.[6] A pesquisa e a pós-graduação são mais jovens ainda – têm a metade desse tempo. Decorrência natural é que o acumulado crítico sobre o ensino de comunicação ainda seja incipiente, embora já haja referências importantes para a realidade nacional (Rizzini, 1953; Oliveira, 1970; Marques de Melo, 1974, 1979, 1991; Kunsch, 1992, 2007; Moura, 2002; Machado e Palacios, 2007).

A preocupação com a formação profissional de comunicadores e, em especial, de jornalistas, parte majoritariamente da academia. Exceto por um documento de 1997 da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), o setor produtivo praticamente silencia sobre o assunto. Entre as empresas jornalísticas, restam iniciativas formativas que mais se assemelham ao adestramento profissional.[7] Apesar dos pesares, algumas ações direcionam cérebros e energia para a reflexão crítica sobre o ensino de jornalismo no país. Destacam-se as atuações de entidades científicas como a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom) e a Associação Brasi-

6 Cf. Marques de Melo, 2007:34.

7 Refiro-me aos cursos de grandes empresas, como *Folha de S.Paulo* e *Editora Abril*. Não exagero ao dizer "adestramento" porque os próprios promotores montam os programas de seus cursos não para a formação, mas para a formatação dos profissionais às suas linhas editoriais e produtivas. O slogan do Curso de Jornalismo Aplicado de *O Estado de S.Paulo* menciona a expressão "Adestramos focas"...

leira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), bem como o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ), que lidera importantes debates sobre as condições de ensino oferecidas nas escolas, sobre a avaliação dos cursos e sobre a própria capacitação dos professores da área.[8]

Independente de direcionamentos institucionais, há movimentos muito interessantes no ensino de jornalismo. Eles vêm de professores, que, de forma isolada e desordenada, investem em práticas pedagógicas, experimentando técnicas e processos para aprimorar a formação na área. Há que se ressaltar que têm sobrado criatividade e ousadia em detrimento da preocupação com o registro e a reflexão acadêmica acerca desses experimentos. Isto é, a atitude mais comum entre os professores da área tem sido esforçar-se para que suas aulas sejam mais eficientes ou atraentes, deixando de lado o estudo rigoroso e sistemático de suas práticas pedagógicas, o que muito contribuiria para avanços no campo.

As experiências didáticas no ensino de jornalismo se dão, geralmente, em duas frentes: consumo midiático com reflexão crítica ou produção supervisionada. No primeiro, estariam práticas como a exibição de áudios, filmes, documentários, reportagens e outros materiais, seguidos de debates, e os exercícios de crítica de mídia ou de comunicação comparada. A segunda frente de experiências didáticas – produção supervisionada – compreende as atividades práticas laboratoriais em rádio, televisão, meios impressos e internet, devidamente acompanhadas por professores e orientadas para a experimentação de formatos e linguagens.

Nos últimos anos, por conta da avassaladora expansão da internet, dos baixos custos e da facilidade de manejo, os blogs têm sido usados como ferramentas de ensino em diversas situações (cf. Mantovani, 2006). Gomes e Silva (2006), por exemplo, oferecem o estado da arte

8 Em 2007, o FNPJ passou a editar a *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo* (Rebej), primeiro periódico científico voltado especificamente a essas reflexões. Versão eletrônica em: http://www.fnpj.org.br/rebej/ojs.

no uso dos blogs em contextos educacionais. Apesar de o foco das autoras ser a blogosfera portuguesa, as referências apresentadas permitem observar que, tanto nos Estados Unidos quanto na Europa (principalmente na Península Ibérica), há convergências conceituais sobre as vantagens da aplicação desses diários virtuais nos processos de ensino e aprendizagem (Orihuela e Santos, 2004; Martindale, 2004). Gutierrez (2005), por sua vez, enfrenta o campo teórico da educação, tentando articular os pensamentos de Vygotsky, Paulo Freire, Bakhtin e Prigogine, na clara intenção de respaldar conceitualmente o uso e a apropriação dos blogs na sala de aula, nos ambientes de interação com os alunos.

Seja na sua utilização como recurso ou estratégia pedagógica, os blogs têm servido não apenas como meios de comunicação entre alunos e professores ou como repositórios de exercícios de classe, mas também como ambientes de incentivo à interação/conversação.[9] No caso do ensino de jornalismo, as aplicações se multiplicam, conforme veremos adiante.

Post 3: habilidades e competências para o jornalismo

Preocupado com a formação de levas de novos profissionais, Guillermo Franco (2007), editor de *El Tiempo*, da Colômbia, insiste na tecla de que é necessário repensar as escolas de jornalismo.[10] Com base num estudo divulgado em novembro de 2006 pela *Online News Association*, e juntando episódios que demonstram a crise do sistema midiático tradicional, o jornalista propõe que se comece a revisar os programas de formação de jornalistas a partir de uma avaliação do cenário contemporâneo do mercado. Segundo ele, é preciso saber o

9 Para uma discussão dos blogs nas áreas da Comunicação e da Sociologia, mais especificamente sobre a função e presença dos diários virtuais na tensão público-privado, ver Schittine (2004). Com um acento mais corporativo do tipo "entenda a revolução que vai mudar seu mundo", ver Hewitt (2007). Ambos editados no Brasil.

10 Disponível em http://www.eltiempo.com/vidadehoy/educacion/home/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR-3416257.html Acesso em 11/12/2007.

que está acontecendo com a indústria da mídia para compreender o contexto para o qual estão sendo preparados novos profissionais e, aí sim, definir um perfil que satisfaça as expectativas do mercado e da sociedade.

A pesquisa a que Franco (2007) se refere foi realizada por C. Max Magee na Northwestern University, com orientação de Rich Gordon, e objetivou responder quais são as habilidades necessárias para se atuar numa redação digital.[11] Além de algumas tradicionais – como atenção aos detalhes, senso de notícia, gramática e estilo, versatilidade, habilidades de comunicação e para trabalhar sob pressão do relógio –, outras tantas habilidades foram mencionadas por jornalistas e gestores na pesquisa:

- Escrever tanto para meios impressos quanto para eletrônicos;
- Saber editar áudio e video;
- Poder gerar produtos multimedia;
- Ter noções de usabilidade;
- Conhecer formas alternativas de contar histórias;
- Entender a narrativa digital;
- Saber criar, promover e administrar comunidades on-line;
- Ter noções de jornalismo participativo;
- Estar familiarizado com os sistemas de administração de conteúdos;
- Saber relacionar tipos de conteúdos com dispositivos móveis;
- Ser capaz de entender hábitos e razões e consumo de informação pelos públicos.

Guillermo Franco (2007), no entanto, enfatiza: “Porém, mais importante do que ter as habilidades é estar disposto a aprendê-las e desenvolvê-las”.[12]

11 O estudo “The roles of journalists in online newsroom” reuniu 35 habilidades em quatro categorias: atitudes, habilidades de edição, criação de conteúdo e manejo de ferramentas de produção on-line. Um resumo da pesquisa está disponível em http://www.eltiempo.com/vidadehoy/educacion/home/ARCHIVO/ARCHIVO-3416269-0.pdf.

12 Tradução do autor: “Pero más importante que tener las habilidades es estar dispuesto a

Interessados em mapear as competências que um comunicador digital deve ter na atualidade, os pesquisadores da Rede Iberoamericana de Comunicação Digital (Rede ICOD) realizaram, em 2005, uma investigação com 113 profissionais e gestores de meios e organizações midiáticas em sete países. Por meio de entrevistas em profundidade e grupos focais, o estudo recolheu um conjunto de competências vinculadas ao conhecimento (saber) e às capacidades (fazer), sejam elas digitais ou não. Por "competências digitais", a Rede ICOD entende "todos os conhecimentos e capacidades que derivam da introdução de novas tecnologias informáticas dentro dos ambientes de trabalho comunicacional". Os pesquisadores explicam que a identificação dessas competências não descarta ou substitui os conteúdos tradicionais da área, mas amplia esse leque de conhecimentos e capacidades.

> ... ficou clara a necessidade de abandonar as atitudes instrumentais e pandigitalistas (e o seu complemento apocalíptico) para indagar a fundo as conseqüências profissionais e acadêmicas da digitalização da comunicação. Neste sentido ficou claro que *o digital concentra (e revela) competências e suprime fronteiras gerando um perfil de comunicador polivalente e multimédia.* Esta polivalência ao nível das competências produz, como fenómeno complementar, a necessidade de uma multidisciplinaridade teórica (polivalência epistemológica) (Rede ICOD, 2006).[13]

Duas considerações altamente relevantes são apontadas pelos pesquisadores acerca desse "homem orquestra": a) é possível que o digital "contribua para confundir funções e atribuições e que as empresas exijam competências que praticamente são impossíveis de combinar"; b) a polivalência absoluta é uma utopia, mas sinaliza para

aprenderlas y desarrollarlas". Disponível em http://www.eltiempo.com/vidadehoy/educacion/home/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR-3416257.html. Acesso em 05/12/2007.

13 Disponível em http://www.icod.ubi.pt. Acesso em 28/11/2007.

a urgência dos profissionais conhecerem “um pouco de tudo” em suas áreas.

Observando o conjunto do que se espera, os blogs parecem ser as plataformas mais à mão para o desenvolvimento dessas habilidades e competências.

Post 4: o que blogs podem ensinar

Nos cursos de jornalismo, é muito comum verificar que professores de disciplinas de caráter instrumental ou tecnológico recorrem aos blogs[14] para dinamizar suas aulas, facilitar a escoagem da produção das turmas ou permitir atividades mais práticas. Entretanto, os blogs podem ser usados por quaisquer disciplinas do curso, mesmo as mais teóricas ou distantes das preocupações com a tecnologia. O que irá determinar as vantagens dessa utilização serão os objetivos pedagógicos a serem alcançados, a definição das competências e habilidades a serem desenvolvidas, a criatividade na condução das aulas e a familiaridade do professor com sistemas de publicação e hospedagem de blogs. Combinadas e satisfeitas, essas condições contribuirão para o êxito da experiência. Não é necessário atender a todas, mas as duas primeiras me parecem indispensáveis para um bom uso.

Blogs são recomendáveis no ensino de jornalismo por reunir um conjunto de aplicabilidades que permitem o desenvolvimento de diversas habilidades e competências. Além disso, apresentam condições operacionais tentadoras: baixo custo (inclusive, muitas opções de serviço gratuito), facilidade de postagem e atualização dos conteúdos, oferta de templates prontos e possibilidade de customização do blog pelo autor. Por suas próprias características, os blogs permitem ainda

14 Para conceituar “blog”, seguimos a discussão empreendida por Barbosa (2003), a taxonomia oferecida por Recuero (2003), considerando os blogs na sua dimensão de terreno que hospeda/converge/dispersa comunidades virtuais e de ambiente de interação e colaboração (cf. Primo e Recuero, 2003).

o estabelecimento de uma rede pessoal de relacionamentos (por meio dos links no blogroll), condição que muito atrai os mais jovens.

Em contextos brasileiros, Beatriz Ribas faz uma consistente reflexão sobre o uso dos blogs na formação de jornalistas, apresentando também sua experiência em duas instituições de ensino superior na Bahia. Entre suas conclusões, a autora destaca que

> os blogs podem ser o início de um ensino voltado realmente para as especificidades do meio, na medida em que permitem não somente o exercício da pesquisa em base de dados digitais, da produção de texto com áudio, vídeo, fotografias e até infografias, como também um espaço onde os estudantes praticam a autonomia na publicação, a descentralização da produção e o trabalho colaborativo (2007:171).

Em termos práticos, os blogs permitem o estabelecimento de uma outra relação de professores e alunos, mais aberta, mais fluida, próxima e horizontalizada. Com isso, possibilitam também a emergência de novos processos de ensino-aprendizagem, não só mais centrados na direção propositiva do professor. O blog – como recurso ou estratégia – exige uma postura menos dependente do aluno frente ao mestre, já que desse aluno será esperado um conjunto de performances resultantes de tomadas de decisão que o próprio aprendiz deve assumir. Assim, os blogs permitem que emerjam competências e habilidades bem-vindas aos futuros jornalistas, como versatilidade, autonomia, disciplina, capacidade de execução simultânea de muitas tarefas, entre outras.

Numa estratégia pedagógica que elege o blog como elemento central, o aluno é levado, primeiro, a criar o seu meio de comunicação: escolher um título para o blog, optar por um serviço de hospedagem e

pelos templates oferecidos, definir as temáticas de que vai tratar, o que significa dizer apontar para um público. Em seguida, é necessário tomar decisões sobre que widgets colocará em seu blog, que estratégias adotará para divulgar sua mídia, a quem dará *link* em seu blogroll. Depois de mais ou menos organizado o terreno, o novo blogueiro vai se deparar com os desafios cotidianos e comuns a outras mídias: manter periodicidade, produzir conteúdos, diferenciar-se da concorrência, manter a qualidade técnica do produto, fidelizar o público.

Parece pouco, mas não é.

No blog, seu autor escreve, aplica imagens (fotos ou ilustrações), estabelece links com outros sites e blogs, vincula arquivos de áudio e vídeo, edita, publica os conteúdos e administra os comentários de seu público, dando respostas, checando novas informações, repelindo spams. Além disso, diariamente, o blogueiro precisa fazer a ronda em seus favoritos, deixar comentários em outros blogs, informar-se sobre os movimentos da blogosfera, definir suas pautas. A quantidade de operações derivadas da criação de um blog consome muito tempo, dedicação e energia, sem falar em outros recursos, como investimentos materiais (equipamentos, softwares, sistemas) e operacionais (cursos rápidos de manuseio de aplicativos etc.).

Se o blog é a mídia de um homem só, a quantidade de trabalho sobrecarrega o blogueiro. No caso do aluno de jornalismo, possibilita que ele se envolva diretamente em todas as etapas de planejamento, produção, edição e difusão de conteúdos. Professores de Redação Jornalística podem recorrer a blogs para o ensino prático de estruturas textuais diversas no jornalismo. O recurso auxilia a definir e formatar estilos de escrita; funciona como laboratório de experimentação nos gêneros opinativos; contribui para delimitar dimensões de textos, já que a sua veiculação na internet impõe outras regras de consumo e circulação. Ainda nas disciplinas de redação, os alunos-blogueiros poderão explorar alternativas estruturais e de linguagem, bem como experimentar outras narrativas hipertextuais.

A manutenção de um blog coloca desafios também na área da edição de conteúdos. Os professores da área poderão desenvolver em seus alunos as habilidades não apenas de juntar conteúdos em texto e imagem, mas também editar arquivos em áudio e vídeo, com a preocupação sobressalente de conceber o produto com coesão, organização, clareza e apuro estético. Isto é, entra em cena a arquitetura da informação. E porque os alunos tratarão de elementos de diversas procedências, professores de Legislação em Comunicação, de Ética e de Deontologia Jornalística vão dispor de exemplos práticos para a discussão de direitos autorais, licenças de uso de conteúdos, manipulação digital de imagens, plágios, invasão de privacidade e outras questões relativas à ética no universo digital.

Professores de Técnica de Reportagem ou disciplinas semelhantes poderão lançar mão de blogs para ensinar a planejar grandes coberturas, para orientar produção e veiculação de jornalismo em tempo real, ou mesmo experimentar modalidades como a que se apóia em dispositivos móveis (telefones celulares, smartphones etc.).

Às aplicações descritas anteriormente, devem se somar outras quatro, que considero as mais relevantes e distintas no uso dos blogs como ferramentas educativas no jornalismo. Penso que elas dimensionem o raio de alcance das contribuições exclusivas dos blogs no ensino de jornalismo.

- Mais do que em outras mídias, o blogueiro precisa trabalhar em regime coletivo e colaborativo. Ele troca links, checa informações com outros blogueiros e, muitas vezes, posta um conteúdo que mescla produções autorais e cedidas por suas fontes ou colegas. Em termos pedagógicos, os blogs ensinam seus editores a estabelecer redes de relacionamentos, cultivá-las e atuar solidariamente com elas. O trabalho colaborativo se distancia tanto do *pool* quanto da competitividade agressiva que enxerga no concorrente não um rival, mas o inimigo;

- Menos por conta dos blogs e mais decisivamente pelo espírito da chamada web 2.0 – que incentiva participação, interatividade, serviços e compartilhamento de recursos e produtos –, blogueiros são instados a trabalhar com mais transparência, adotando a postura de um jornalismo “open source”, ainda um tabu.

- A possibilidade de cada aluno dispor de seu próprio blog cria uma situação até então inédita nas escolas de jornalismo: o produtor é o proprietário da mídia. Nesse sentido, os cursos de comunicação não devem se restringir apenas às estratégias de ensino de produção e veiculação de conteúdos, mas precisam enfatizar na formação dos novos jornalistas o enfrentamento e a solução de problemas de cunho administrativo. Isto é, na condição de blogueiros, os alunos vão se deparar com situações de tomadas de decisão que antes ficavam restritas às cúpulas das empresas jornalísticas, tais como: buscar formas de sustentação financeira (uso de links patrocinados ou não?); adotar estratégias de ampliação de visibilidade no mar de informações da internet (inserção de links em quais motores de busca e diretórios especializados?); definir posturas empresariais na comunidade a que serve (aderir a campanhas virtuais ou não?); investir em mecanismos e processos que confiram mais credibilidade e autoridade junto à blogosfera (trocar links e gerar tráfego com e para quem?). Até então, sem os blogs, quem respondia pela produção de conteúdo pouco participava de decisões tão estratégicas quanto essas;

- E, talvez mais importante do que foi mencionado antes: blogs levam seus editores a lidar com a crítica e o público. Devido ao sistema de comentários que permite não só elogios e sugestões, como reclamações, queixas e correções, os blogs amplificam as vozes de seus leitores, que buzinam nos ouvidos dos editores. Tra-

dicionalmente, o jornalismo trata seu público de forma paternalista, distanciada e sem a devida consideração. Com a experiência dos blogs, os alunos da área – futuros profissionais – poderão medir o retorno de seus públicos (*feedback*), preparar-se melhor para enfrentar suas demandas e exigências, e permitir-se enxergar aliados nos leitores. Blogueiros parecem ouvir mais seu público do que jornalistas. Demonstram preocupar-se mais em cativá-los também. Essas capacidades são muito bem-vindas no jornalismo contemporâneo, ainda muito ensimesmado e arrogante.

Quer dizer, o blog é a salvação do ensino de jornalismo, certo? Errado, claro que não. Ele é mais uma ferramenta educativa, que oferece potencialidades diversas e permite o desenvolvimento de habilidades e competências desejáveis à profissão. Mas é preciso entender que o blog é uma mídia de transição. Sim, ele já mudou muito nos seus primeiros dez anos, deixando de ser apenas o diário virtual do adolescente. Vai mudar mais nos próximos tempos, e talvez até deixe de existir. O blog é um recurso, uma estratégia, um pretexto.

O que importa mesmo é ver o que essa ferramenta permite extrair em termos de ensino e aprendizagem na prática jornalística. Não basta jogar os alunos nos blogs como se atiravam cristãos aos leões. Há limitações na própria mídia: seu alcance massivo é menor se comparado ao da TV, por exemplo; as condições de identificação/conhecimento do público consumidor são ainda primitivas, entre outros aspectos.

É necessário considerar ainda outros elementos restritivos ao sucesso no uso dos blogs como ferramentas eficientes de ensino de jornalismo: despreparo dos docentes, indefinição pedagógica do seu uso, conservadorismo didático e fatores como as barreiras de segurança de algumas escolas, que impedem a livre navegação na web, temendo pornografia, pedofilia, crimes virtuais e ciberdissidência. Todos esses

limitadores podem tornar os blogs ferramentas tão úteis quanto hoje são máquinas de escrever.

Referências

BARBOSA, J. A. “Weblogs: múltiplas utilizações, um conceito”. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, 2 a 6 de setembro de 2003.

DEMO, P. *Formação permanente e tecnologias educacionais*. Petrópolis: Vozes, 2006.

FENAJ. Programa Nacional de Estímulo à Qualidade da Formação Profissional dos Jornalistas. Vila Velha (ES), 1997. Disponível em http://www.fenaj.org.br. Acesso 14/11/2007.

FRANCO, G. “Repensar las facultades de periodismo”. *El Tiempo.com*. (28/01/2007). Disponível em: http://www.eltiempo.com/vidadehoy/educacion/home/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR-3416257.html. Acesso em 05/12/2007.

GOMES, M. J.; SILVA, A. R. “A blogosfera escolar portuguesa: contributos para o conhecimento do estado da arte”. *Prisma*, n.3, p. 289-309, Portugal, outubro de 2006. Disponível em http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n3_outubro_de_2006/a_blogosfera_escolar_portugues.html. Acesso em 05/12/2007.

GUTIERREZ, S. “Weblogs e educação: contribuição para a construção de uma teoria”. Revista *Novas Tecnologias na Educação* - Renote. Porto Alegre: CINTED-UFRGS, v.3, n.1, maio de 2005.

HEWITT, H. *Blog: entenda a revolução que vai mudar seu mundo*. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2007.

KENSKI, V. M. *Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação*. Campinas: Papirus, 2007.

KUNSCH, M. M. K. (Org.) *O ensino de comunicação: análises, tendências e perspectivas futuras*. São Paulo: Abecom e ECA-USP, 1992.

KUNSCH, M. M. K. (Org.) *Ensino de Comunicação: qualidade na formação acadêmico-profissional.* São Paulo: Eca-USP e Intercom, 2007.

MACHADO, E. e PALACIOS, M. (Orgs.) *O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade – metodologias & softwares.* Salvador: EdUFBA, 2007,

MANTOVANI, A. M. “Blogs na educação: construindo novos espaços de autoria na prática pedagógica”. *Prisma*, n. 3, p. 327-349, Portugal, outubro de 2006.

MARQUES DE MELO, José. *Contribuições para uma pedagogia da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1974.

MARQUES DE MELO, J.; FADUL, A.; SILVA, C. E. L. da (Coords.) *Ideologia e poder no ensino de comunicação*. São Paulo: Cortez & Moraes, Intercom, 1979.

MARQUES DE MELO, J. *Comunicação e modernidade: o ensino e a pesquisa nas escolas de comunicação*. São Paulo: Loyola, 1991

_____. "A batalha da qualidade no ensino de comunicação: novos (antigos) desafios". In: KUNSCH, M. M. K. (Org.) *Ensino de Comunicação: qualidade na formação acadêmico-profissional*. São Paulo: Eca-USP e Intercom, 2007.

MARTINDALE, T.; WILEY, D. "An introduction teaching with webblogs". (2004). Disponível em: http://teachable.org/papers/2004_blogs_in_teaching.pdf Acesso em 10/12/2007.

MOURA, C. P. de. *O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares.* Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

OLIVEIRA, P. G. *Formação jornalística*. Porto Alegre: Sulina, 1970.

ORIHUELA, J. L.. SANTOS, M. L. "Los weblogs como herramienta educativa: experiencias con bitácoras de alumnos". *Quaderns Digitals*, n.34, outubro de 2004. Disponível em: http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=7751. Acesso em 10/12/2007.

PRIMO, A.; RECUERO, R. "Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia". *Revista da Famecos*, n.22, dezembro de 2003.

RECUERO, R. "Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais". (UFBA), v.1, n.31, p. 1-15, 2003.

REDE IBEROAMERICANA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL. "Comunicação digital: competências profissionais e desafios acadêmicos". Rede ICOD, 2006. Disponível em http://www.icod.ubi.pt. Acesso em 28/11/2007.

RIBAS, B. Blogs como ferramentas de ensino do jornalismo. In: MACHADO, E. e PALACIOS, M. (Orgs.) *O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias & softwares*. Salvador: Edufba, 2007.

RIZZINI, C. *O ensino de jornalismo*. Rio de Janeiro: MEC, Departamento de Imprensa Nacional, 1953.

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

SILVA, J. M. "O imperialismo da french theory (sobre um certo Jean Baudrillard)". *Matrizes*, n.1, p. 179-185, São Paulo, outubro de 2007.

Leonardo Foletto

Blogosfera x campo jornalístico:

aproximação e conseqüências

A efetiva aproximação dos weblogs com o jornalismo tem como marco inicial o ano de 2001. Embora ela já se rascunhasse alguns anos antes, com a criação dos primeiros blogs em meados da década de 1990, é em 2001, principalmente com os atentados terroristas às Torres Gêmeas do *World Trade Center* em 11 de setembro, que os weblogs passam a ter visibilidade para o grande público e, como conseqüência disso, passa a ser vislumbrada a função que eles poderiam ocupar no jornalismo. Autores como Blood (2002, 2003), Hiler (2002), Dovigi (2003), Gillmor (2004) e Orihuela (2005, 2006) consideram que, a partir dessa data, os testemunhos pessoais sobre determinados acontecimentos, situações ou lugares, que já correspondiam à grande parte da blogosfera, passaram a ganhar maior importância como informação de relevância jornalística; isso se dá em grande parte devido ao caos que se tornou a busca por qualquer tipo de informação sobre o que estava acontecendo nos locais dos atentados e também porque, do outro lado, havia pessoas no local que desejavam compartilhar suas histórias e, como diz Hiler (2002), "publicar a verdade". Dan Gillmor, em entrevista a Andrews, afirmou que o caos que se instaurou no mundo todo com a intensa busca por informação sobre as vítimas do atentado foi o "ponto da virada" para o mundo dos blogs:

> Nós tivemos uma explosão de testemunhos pessoais e públicos, e alguns deles eram bastante poderosos. Eu me lembro do velho clichê que dizia que os jornalistas escreviam o primeiro rascunho bruto da história. Bem, agora os blogueiros é que estavam escrevendo esse rascunho (Gillmor apud Andrews, 2006).[1]

Poucos meses depois, já se notava um crescimento significativo de blogs sendo usado como fontes de informação de relevância jornalística, fazendo com que eles, de alguma maneira, passassem a influenciar o jornalismo. Recuero (2003) diz que "essa influência se tornou muito mais clara a partir do início da guerra no Iraque [em março de 2003] com o aparecimento na mídia e no ciberespaço dos warblogs, blogs que têm como foco central a questão da Guerra, sob as suas mais diversas formas". Os editores dessas páginas da web contavam o dia-a-dia da guerra sob o seu ângulo, personalizando a informação passada na *persona* do autor que as divulga, contrapondo-se com a visão objetiva e impessoal que o jornalismo tem como prática consolidada.

A partir de então, os weblogs com informações jornalísticas, produzidos por jornalistas ou não, passaram a ganhar espaço no jornalismo digital. E, naturalmente, esse crescimento provocou discussões sobre o real valor da informação postada nos blogs, já que muitos deles não se utilizavam dos procedimentos adotados pelo jornalismo praticado pela mídia tradicional. Esaas discussões surgiram em torno principalmente de uma questão: podem os blogs praticar o jornalismo?

Na academia, diversos autores questionam-se sobre essa pergunta. A americana Rebecca Blood (2001) afirma que as técnicas jornalísticas não poderiam ser praticadas pelos blogueiros – pelo menos não da forma como foram concebidas inicialmente; Lasica (2002) citou os blogs como uma forma de "jornalismo amador", em que muito das expectativas profissionais atuais não estarão mais presentes; Wall

1 Disponível em http://www.wired.com/news/culture/media/0,71753-0.html. Acesso em 10/11/2007.

(2004) vai numa mesma linha ao dizer que eles são como um "mercado informal" do jornalismo, em que a entrada é mais fácil para os "pequenos jogadores" – no caso, os jornalistas-blogueiros.

Num outro lado da discussão, Regan (2003) diz que o surgimento desse tipo de weblog expõe os pontos fracos do jornalismo, mudando muitas das opiniões convencionais sobre quem é o jornalista e o que é o jornalismo; Rosen (2005) diz que eles são como **"**uma força que abrirá os buracos existentes nas 'muralhas' dos *gatekeepers*, dando um fim ao reino de soberania do jornalismo"[2] (Rosen, 2005). Autores como Salaverría (2005) e Aldé & Chagas (2005) apontam ainda para outras questões, indicando o weblog como um novo gênero dentro do jornalismo digital.

Enquanto os pesquisadores de jornalismo buscam compreender o fenômeno dos weblogs, o mercado começa a incorporá-los gradativamente. Grandes grupos de mídia passam a contar, em seus portais, com blogs de seus colunistas mais experientes ou mesmo de editorias específicas, embora, num primeiro momento, muito deles sejam apresentados como colunas "que mudaram de nome e se tornaram mais dinâmicas, com atualização contínua e a possibilidade de inserção de comentários dos leitores" (Palacios, 2006b). Mesmo com essas limitações, um número considerável de jornais on-line passa a adotar os weblogs como ferramentas de seus sítios, "acreditando no poder individual e no interesse do público que busca notícias na internet pelos blogs" (Quadros, Rosa e Vieira, 2005); nos Estados Unidos, 86% dos 100 maiores jornais americanos[3] utilizam-se de blogs em suas versões na web. No Brasil, não há ainda uma pesquisa que quantifique esses dados, mas uma observação rápida é suficiente para notar que pelo menos alguns dos jornais considerados mais importantes do

2 Tradução do Autor: "a force that will 'blow open holes in the gatekeepers' firewalls', and as ending journalism's reign of 'sovereignty' (Rosen, 2005). Disponível em: http://journalism.nyu.edu/pubzone/*weblogs*/pressthink/2005/01/21/berk_essy.html. Acesso em 14/11/2007.

3 Os resultados completos da pesquisa podem ser vistos no http://journalism.nyu.edu/pubzone/blueplate/issue1/top100.html. Acesso em 23/11/2007.

país (*Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Zero Hora*) mantêm blogs de seus jornalistas em suas versões na rede. Isso sem contar os blogs com informações de relevância jornalística que são editados de forma independente, sem vinculação a grandes portais de mídia, que, em países como Estados Unidos e Inglaterra, passam a ganhar um espaço cada vez maior, com alguns até disputando a audiência com empresas jornalísticas tradicionais.

Blogosfera X campo jornalístico

A repercussão causada pela aproximação da blogosfera e do campo jornalístico, juntamente da crescente propagação dos blogs na internet, passou a provocar sérios questionamentos no *habitus*[4] do campo jornalístico. Alguns recursos utilizados comumente em jornais on-line tradicionais, como a interatividade, têm sua função questionada frente à liberdade com que a blogosfera se utiliza deles e, mais do que isso, os aproveita para criar novas discussões e trazer novas informações. Um exemplo: a facilidade de acesso à criação de um blog – basta um computador com ligação à internet e alguns poucos minutos – pode provocar dúvidas da ordem do *habitat* do campo, trazendo uma questão pertinente: como, teoricamente, qualquer informação publicada em um blog pode adquirir status de notícia; quem estaria ocupando o *habitat* do campo jornalístico e, portanto, fazendo o papel de agente do campo?

Os questionamentos trazidos ao *habitus* do campo jornalístico

4 Tanto o conceito de *habitus* quanto o de campo usados aqui são os formulados pelo francês Pierre Bourdieu. De maneira resumida, pode-se definir o *habitus* como sendo "um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações" (apud Setton, 2002), e o campo como "um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior deste espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar este campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em conseqüência, suas estratégias" (Bourdieu, 1997:57).

pela blogosfera acabam provocando efeitos de várias ordens no mesmo. Palacios (2006a) aponta como sendo oito esses efeitos de aproximação entre a blogosfera e o campo jornalístico. Eles serão explicados a seguir.

1) Subversão do lugar de emissão ("liberação do pólo emissor");

Por ser gratuito e de fácil acesso, qualquer um pode criar um blog e postar o que quiser nele, inclusive informação de relevância jornalística. Assim, ocorre a liberação do pólo de emissão da informação para qualquer um que tenha o interesse em obtê-lo, não o deixando somente com os agentes do campo jornalístico. Subverte-se o tradicional lugar de emissão; é aberta uma brecha para que outros emissores possam ocupar um espaço que até então não existia, fazendo com que mais pessoas tenham o seu lugar para informar e o use da maneira que achar adequado – muito embora ter esse espaço, por si só, não garanta uma visibilidade significativa a ele.

2) Questionamento do *habitat* do campo ("quem são os jornalistas?");

Não-jornalistas podem adquirir livremente um lugar de emissão da informação jornalística e usá-lo para esse fim sem ter condições teóricas e muitas vezes técnicas para isso. Com a profusão de blogs, cujas informações ganham status jornalístico, haverá necessidade de maior seleção destes por parte dos usuários da web; essa seleção vai se basear, dentre outros fatores auxiliares, no questionamento de quem é que está ocupando o *habitat* do campo jornalístico e fatalmente levará à pergunta: o blogueiro é ou não jornalista, ou melhor dizendo, um agente do campo jornalístico?

Essa pergunta provocará uma dúvida na ordem do *habitat* do campo, o que tornará necessário repensar o papel do jornalista a fim de novamente identificá-lo ou não como único agente do campo jorna-

lístico. Como decorrência, é possível que haja uma revisão, ou reordenamento, do *habitus* do mesmo.

3) Mudança nos critérios de noticiabilidade;

Com o acréscimo de novos pólos na emissão da informação jornalística, os critérios utilizados para classificar determinado acontecimento como notícia tornam-se diferentes. Haverá pessoas para além do campo classificando-os, o que já presume que outros interesses podem ser levados em conta na hora de determinar o que é ou não notícia; do outro lado, haverá um maior número de pessoas interessadas em fatos que não ganhariam status de notícia se não houvesse alguém para classificá-las como tal.

Um exemplo simples ajuda a explicar esse e também os dois primeiros efeitos apontados nos subtópicos anteriores: às onze horas da noite, acontece um acidente entre dois carros em frente a um parque importante de uma grande cidade. Devido a uma série de situações parecidas ou de maior gravidade ocorridas no mesmo dia, o jornal local não noticiou o acidente em sua edição do dia seguinte. Um blogueiro X, morador do local, que, no momento da batida violenta dos dois carros, estava na janela de seu apartamento, tirou uma foto do ocorrido. Em poucos minutos, acessou a internet em seu computador pessoal e produziu uma nota sobre o acontecimento, com foto, e a postou em seu blog.

Um também vizinho do local do acidente, assíduo navegador da web, conhecia o blog de X e o acessou; rapidamente, ligou para outros vizinhos pedindo para fazerem o mesmo; estes ligaram para outros conhecidos e, dentre eles, estava um parente de um dos envolvidos na batida. O blogueiro X, em pouco tempo, viu seu post ganhar importância ao ser a única fonte de informação sobre o acidente. Esse exemplo pode trazer algumas questões pertinentes: o blogueiro X postou a informação em seu blog pelo fato de estar perto do local do

fato, e essa informação ganhou importância para determinado grupo de pessoas, adquirindo para eles status de notícia. Daí se deduz que a presença de pessoas além do campo classificando fatos como notícia, com interesses diferentes dos agentes do campo, pode reforçar a 'proximidade' como um importante critério de noticiabilidade. O blog X também se beneficiou pela liberação do pólo emissor da informação de relevância jornalística para produzir o seu post, o que exemplifica o primeiro efeito causado pela aproximação da blogosfera e do jornalismo; e o mesmo blogueiro X, que não é jornalista, passou a ocupar, sem se dar conta, um lugar no *habitat* do campo jornalístico, o que confirma o segundo efeito.

4) Maior vigilância da mídia tradicional;

Como citado no segundo capítulo, o advento dos blogs de informação de relevância jornalística é decorrente de vários fatores e, dentre os principais, está o fato de que muitas pessoas não estavam contentes com o que era noticiado pelo jornalismo tradicional, cada vez mais distante da realidade por elas observada. A expansão mundial dos weblogs do início da década possibilitou que muitas pessoas passassem a manifestar essa insatisfação, transformando os seus blogs em "observatórios da imprensa". Atentos a cada passo da mídia tradicional, eles podem apontar os erros cometidos com mais liberdade do que em outras mídias, transformando-se em poderosos antídotos contra o jornalismo descuidado.

A mídia tradicional, sentindo-se mais fiscalizada, pode optar por critérios mais claros na hora de escolher o que é ou não notícia, assim como em sua relação com o grande público.

5) Ampliação do debate pela via de comentários de usuários;

Da mesma forma como a criação de um blog é feita de forma fácil e rápida, a interatividade dele com o usuário da internet através da

ferramenta de comentários também o é. Em grande parte dos blogs existentes, pode-se deixar um comentário apenas clicando no link que é oferecido; por vezes, é exigido que o usuário se cadastre no servidor em que o blog está hospedado, o que prontamente se pode fazer colocando o e-mail e nome da pessoa. Essa facilidade encontrada propicia um aumento do debate entre o produtor da informação de relevância jornalística e o seu leitor, possibilitando que haja maior quantidade e rapidez na troca de informação entre as duas partes.

6) Potencialização do jornalismo público (jornalismo participativo, *grassroots journalism*);

A facilidade já citada de se criar um blog faz com que qualquer pessoa que queira disponibilizar sua informação tenha possibilidade de fazer isso. Dessa forma, cresce ainda mais a possibilidade de qualquer cidadão participar na produção e veiculação da informação, aumentando o potencial do chamado jornalismo participativo[5] e provocando ainda mais discussões se este novo "cidadão-repórter" pode ou não se tornar agente do campo jornalístico.

7) De audiência a rede;

A relação entre os produtores e os consumidores de notícia no jornalismo de hoje, que ainda tem como esquema predominante o "um-muitos", pode vir a se tornar "muitos-muitos", formando assim uma rede mundial de produção e transmissão de conteúdo e informação. O leitor deixa de ser passivo e passa a ser um usuário dessa rede.

As decorrências para o campo jornalístico desta nova relação que se forma são consideráveis. Uma delas é que esta rede de produção de informação – sendo informação de relevância jornalística – pode reivindicar uma posição dentro do campo jornalístico, independente da

5 O jornalismo participativo é definido por J.D. Lasica como "o ato de um cidadão ou grupo de cidadãos, desempenhar um papel ativo nos processos de recompilação, cobertura, análise e difusão de notícias e informação" (Lasica, 2003). Disponível em: http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958873.php. Acesso em 09/03/2007.

aceitação ou não dos agentes deste campo (jornalistas), o que pode ocasionar uma redefinição do próprio *habitus* do campo jornalístico.

Essa constatação leva a crer que o jornalismo pode passar por uma transformação de suas normas e leis, incorporando novas características ou modificando as já existentes, e, dessa maneira, o campo jornalístico como se conhece hoje poderá passar por uma séria transformação.

8) Novo ecossistema informativo;

Esse efeito diz respeito ao novo sistema de produção de informação citado no subtópico anterior, que prevê a mudança da relação dos produtores e consumidores de informação jornalística de audiência para rede. É ainda uma incógnita como esse novo ecossistema informativo se dará; é possível que ele se forme nos moldes da blogosfera, em que o modelo de circulação "muitos-muitos" fará com que tanto jornalistas quanto blogueiros participem, de maneira conjunta, de uma rede aberta de produção de informação jornalística. Pode se formar assim um fenômeno que transitará à parte pelo campo jornalístico, constituindo-se por meio de uma simbiose de funções e interesses das duas partes envolvidas.

Os oito efeitos citados aqui questionam o *habitus* do campo jornalístico; esse questionamento traz como conseqüência a criação de diretrizes para o alargamento do campo. Palacios (2006a) apresenta três diretrizes principais, que vão ser detalhadas no próximo tópico.

Alargamento do campo jornalístico

Até aqui, viu-se que a blogosfera – um espaço anárquico, informal, em que ocorrem múltiplas conversações entre os blogs e a cultura que eles geram – aproximou-se do campo jornalístico como um fenôme-

no disperso, não organizado, e produziu efeitos de várias ordens no *habitus* desse campo. Como conseqüência dos efeitos, três diretrizes para o aumento do campo jornalístico foram pensadas, apontando direções para o alargamento do mesmo.

A seguir, serão apresentadas as três diretrizes:

1) Jornalismo difuso;

"Jornalismo difuso" é o nome dado por Palacios ao uso do blog como instrumento de reportagem – ou de um testemunho, de uma crônica – de determinado local onde fatos de extrema relevância jornalística estão acontecendo. É dada a voz aos que estão na "cena do crime", vendo com seus próprios olhos a realidade que lhes é oferecida para enxergar. Os blogueiros utilizam sua posição privilegiada em determinado local para noticiar aquilo que vêem de forma mais direta, pessoal, o que acarreta não respeitar todas as normas do campo jornalístico. A apuração, que acaba sendo de menor qualidade, é compensada pelo maior uso da opinião do blogueiro que, estando no local dos acontecimentos, tem a possibilidade de melhor contextualizar a sua informação com ações que o jornalismo tradicional não teria interesse, condições e liberdade para fazer, como, por exemplo, ouvir todo o tipo de pessoas (mesmo que elas não sejam categorizadas como "fontes confiáveis") e usar a primeira pessoa para relatar uma experiência vivida.

Exemplo prático do jornalismo difuso são os warblogs, blogs que tem como foco central a questão da guerra criados por pessoas que estão nos locais onde ocorrem conflitos armados. Esses blogs, como citado anteriormente, foram responsáveis pelo aumento da visibilidade e da influência da blogosfera no jornalismo ainda em 2003, quando o seu uso foi bastante comum em decorrência da proximidade da Guerra do Iraque e da invasão americana ao Afeganistão.

Palacios (2006a) aponta como principal força desse tipo de jornalismo a multivocalidade presente nele e o testemunho direto com

que seus autores se propõem a fazer. Como fraqueza, sinaliza a "incapacidade de fornecer um contexto interpretativo de maneira que a chuva de informações possa adquirir significado e transformar-se em conhecimento" (Palacios 2006a), daí surgindo, também, o nome "difuso" da classificação.

2) Jornalismo de recuperação da informação residual ("jornalismo lateral");

É o tipo de jornalismo que se dispõe a dar visibilidade a notícias, eventos e fatos que não ganham relevância oportuna na mídia tradicional. O advento dos blogs como novos pólos de emissão da informação jornalística dentro do campo possibilita maior diversidade de assuntos e acontecimentos que poderão vir a ser classificados como notícias, o que, logicamente, traz consigo uma diferença nos critérios de noticiabilidade usados até então.

De início, com o maior número de pessoas publicando em seus blogs fatos e acontecimentos com valor noticioso, outros interesses serão levados em conta na hora de determinar o que é ou não notícia. Assim, tanto aquilo que hoje é descartado pela mídia tradicional – por exemplo, o caso do acidente usado no terceiro efeito no *habitus* causado pela aproximação do campo jornalístico e da blogosfera – como também os fatos que não foram aproveitados de uma forma adequada por essa mesma mídia podem ser utilizados pelos blogueiros, o que pode levar a mais fatos serem considerados como notícias.

O aumento de produção de notícias fora do campo jornalístico propicia também maior diversidade de informações noticiosas produzidas. Como conseqüência, é ampliada a percepção de que existem mais informações com valor noticioso do que a mídia hoje mostra. É o advento do chamado "jornalismo lateral", que traz novos fatos para o cidadão, acostumado com o jornalismo "horizontal" produzido pela mídia tradicional.

3) Jornalismo de aprofundamento da colaboração ("jornalismo colaborativo");

A capacidade conversacional dos blogs por meio da blogosfera traz a possibilidade de se produzir uma informação de relevância jornalística em que mais pessoas estejam envolvidas em sua produção, e até mesmo na sua apuração. Isso ocorre de duas formas: através da ferramenta de comentários, e, principalmente, dos links, que possibilitam uma interligação de diversas pessoas, ao mesmo tempo, apurando e complementando a informação praticamente até o seu esgotamento completo.

Um dos resultados dessa colaboração é o aprofundamento de assuntos que ela pode trazer, na medida em que mais pessoas trabalhando na abordagem do fato proporcionarão maior riqueza de detalhes ao apresentá-lo como notícia. Outra decorrência é que a permanência da notícia em um circuito que se retroalimenta constantemente pela multiplicidade de vozes faz com que novas perspectivas e olhares sempre possam ser acrescentados.

Como as perspectivas apontam uma web cada vez mais rápida e fácil de usar nos próximos anos, o potencial de crescimento desse tipo de jornalismo de aprofundamento da colaboração só tende a crescer.

Conclusão

As três diretrizes de alargamento do campo jornalístico aqui mostradas são decorrências diretas dos efeitos causados pela aproximação entre a blogosfera e o campo jornalístico. Apesar de estarem apresentadas de forma separada, pode-se notar que elas apontam para o mesmo sentido: o de buscar uma maior interação entre os diferentes agentes de uma sociedade, de tornar o jornalismo mais articulado – o que acarreta uma apresentação dos fatos de maneira mais complexa

em relação à forma simplificada e reducionista que predomina hoje. A esse tipo de jornalismo mais praticado hoje, que está dentro do campo sendo pressionado pela blogosfera, Mar de Fontcuberta (2006) chama de “jornalismo mosaico”.

É um tipo de jornalismo que não atende a todas as necessidades da sociedade complexa atual, em que os fenômenos sociais estão “a cada dia mais inter-relacionados, e onde a busca do isolamento de cada um destes a fim de se achar uma solução única e, portanto, simples, leva a ocultar toda a realidade que se pretende solucionar” (Morin, 2005:12). Em contraponto a esse tipo de jornalismo, compartimentalizado, organizado como um sistema fechado em si mesmo, a autora propõe que o jornalismo desejável hoje deva responder às características de um sistema aberto, que está em contínua relação com o entorno no qual se desenvolve, recebendo informação desse entorno e lhe dando a resposta possível. É então que Fontcuberta (2006) apresenta o conceito de jornalismo sistema, como aquele que não isola os acontecimentos, mas os organiza em um contexto determinado que estabelece uma gama de interações com seus receptores, contribuindo assim na construção do sentido e na compreensão da realidade:

> O jornalismo sistema explica processos em que os fatos aparentemente novos ou inesperados são sucessivas pontas de muitos icebergs sociais cujas partes ocultas nunca foram suficientemente mostradas. E, para isso, ele sabe que as notícias necessitam ser explicadas, analisadas e interpretadas desde seu princípio (ou desde sua eclosão a luz pública) até o fim. (...) Isso significa, em primeiro lugar, a busca da máxima transparência na produção de pautas jornalísticas e nos critérios empregados para a adoção ou não das mesmas; (...) implica oferecer uma explicação e um seguimento dos fatos noticiáveis que leve em conta o processo de seu desenvolvimento desde todas as perspectivas necessárias

> para sua compreensão pluridimensional[6] (Fontcuberta & Borrat, 2006:42).

Em outras palavras, é uma proposta para se adotar o pensamento complexo no campo jornalístico; buscar fazer um jornalismo complexo para uma sociedade complexa, na qual, essencialmente, o público deixa de ser simples consumidor de uma mercadoria rígida para passar a ser um participante desse sistema que seria adotado na produção de notícias.

É no sentido do jornalismo sistema que apontam as três diretrizes de alargamento do campo jornalístico ocasionadas pela blogosfera. Transformar o consumidor em participante, usar diferentes estratégias – como os testemunhos pessoais, por exemplo – a fim de buscar uma contextualização maior dos acontecimentos, trazer novos fatos à tona para propor uma explicação mais coerente com a realidade complexa que se apresenta aos cidadãos: são todos recursos que os blogs produtores de informações de relevância jornalística estão trazendo ao jornalismo tradicional.

Pode-se dizer que os blogs estão trazendo isso também porque eles próprios são frutos diretos de uma resposta à reivindicação da sociedade atual por uma informação mais complexa. O advento do uso dos weblogs como fonte de informação de relevância jornalística, em 2001 veio para responder a uma demanda da sociedade de ter outras visões dos acontecimentos, articulando os fatos como um todo e explicando o contexto em que eles estão inseridos.

A questão ainda a ser estudada e debatida é de que forma esse jornalismo sistema pode ser aplicado na prática, no dia-a-dia do jor-

6 "El periodismo sistema explica procesos en los que los hechos aparentemente nuevos o inesperados son las sucesivas puntas de muchos icebergs sociales cuyas partes ocultas nunca fueron lo suficientemente mostradas.Y para ello sabe que las noticias necesitan ser explicadas, analizadas e interpretadas desde su principio (o desde su eclosión a la luz pública) hasta su fin.(...) Ello significa en primer lugar la búsqueda de la máxima transparencia en la producción de sus pautas periodísticas, en los criterios empleados para la inclusión (…) Implica ofrecer una explicación y un seguimiento de los hechos noticiables que tenga en cuenta el proceso de su desarrollo desde todas las perspectivas necesarias para su comprensión pluridimensional." [Tradução do autor]

nalismo. Se ele é fruto de uma reivindicação da sociedade por um jornalismo mais complexo, articulado e não tão reducionista e simplista, como que, na prática, se dará essa configuração? Como transformar o consumidor em usuário de um sistema de produção de notícias sem que o mesmo não perca a credibilidade e adote procedimentos que não estão no *habitus* do campo jornalístico? Ou mesmo o *habitus*, não terá ele que se "adaptar" a esse sistema complexo, tendo de passar por mudanças que tocam diretamente no seu âmago?

São questões que, por ora, não encontram respostas. A busca por elas, aliada à expansão da web para cada vez mais lugares e pessoas distintas, é que possivelmente provocará o surgimento de algumas hipóteses mais consistentes para explicar a situação. Como diz Orihuela (2006), "os blogs abriram a porta para que as pessoas se convertam em protagonista dos processos comunicativos. Mas mais além dos blogs se estende o fenômeno de todos os meios sociais, e isso não é uma moda nem uma tendência, mas uma mudança de paradigmas que não tem mais volta".

Referências

ALDÉ, A.; CHAGAS, V. **"**Blog de política e identidade jornalística (transformações na autoridade cognitiva e na relação entre jornal e leitor)". In: *Pauta Geral*, n.7. Salvador: Calandra, 2005.

ALONSO, J.; MARTINEZ, L. "Medios interactivos: caracterización y contenidos". In: ALIAGA, R. S.; DÍAZ NOCI, J. *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.

ANDREWS, R. *9/11:Birth of Blogs*. (2006). Disponível em: http://www.wired.com/news/culture/media/0,71753-0.html. Acesso em 10/11/2007.

ARAÚJO, A. V. "Weblogs e jornalismo: os casos de *No Mínimo Weblog* e *Observatório da Imprensa* (Bloi). Universidade de São Paulo. Escola de Comunicação e Artes. Dissertação de Mestrado, 2006.

BLOOD, R. *Weblogs: a history and perspective*. (2001). Disponível em: http://www.rebeccablood.net/essays/*weblog*_history.html. Acesso em 01/08/2006.

_____. *We've got blog: how weblogs are changing our culture*. Cambridge (USA): Perseus, 2002a.

_____. "Weblogs and journalism in the age of participatory media". (2003). Disponível em: http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html. Acesso em 19/05/2007.

BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

DOVIGI, M. *Blog: Il tuo pensiero online con un clic*. Milano: Apogeo, 2003.

FOLETTO, L. "Os weblogs como propulsores do alargamento do campo jornalístico". Universidade Federal de Santa Maria. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo), 2007. Disponível em: http://rapidshare.com/files/158089846/Monografia_Completa.pdf.html. Acesso em 20/01/2008.

FONTCUBERTA, M. de; BORRAT, H. *Periódicos: sistemas complejos, narradores em interacción.* Buenos Aires; La Crujía, 2006.

GILLMOR, D. *Nós, os media*. Lisboa; Presença, 2004.

GRANIERI, G. *Blog Generation*. Roma: Laterzi, 2005.

HILER, J. "Blogosphere: the emerging Media Ecosystem. How Weblogs and Journalists worktogether to Report, Filter and Break the News". (2002). Disponível em: http://www.microcontentnews.com/articles/blogosphere.htm. Acesso em: 15/10/2007.

LASICA, J.D. *Blogging as a form of journalism*. (2002). Disponível em: http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958873.php. Acesso em: 9/03/2007.

_____. *What is participatory journalism?*. (2003). Disponível em: http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php. Acesso em 12/02/2007.

MORIN, E. *Introdução ao pensamento complexo*. Porto Alegre; Sulina, 2005.

OLIVEIRA, R. M. C. de. "Diários públicos, mundos privados: diário íntimo como gênero discursivo e suas transformações na contemporaneidade". Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação. Dissertação de mestrado, 2002. Disponível em: http://bocc.ubi.pt/pag/oliveira-rosa-meire-diarios-publicos-mundos-privados.pdf . Acesso em 28/02/2005 .

ORIHUELA, J. L. "Weblogs: el medio y el mensaje". *Nuestro Tiempo*, n. 601-602, p. 48-53, júlio-agosto de 2004.

ORIHUELA, J. L.; ALONSO, J.; ANTÚNEZ, J. L.; ORDUÑA, O. I. R.; VARELA, J. *Blogs: la conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*. Madri: ESIC, 2005.

PALACIOS, M. "Alargamiento del campo periodístico na era del blogging". Trabalho apresentado em colóquio na Universidade Nacional de Córdoba. Córdoba: dezembro de 2006a.

_____. "Blogosfera e jornalismo on-line no Brasil ou porque Noblat, Josias e cia. não fazem Blogs. *LUPA*, FACOM/UFBA. (2006b). Disponível em: http://docs.google.com/View?docid=adf4grpvfm38_28gc7rm9. Acesso em: 16/11/2007.

QUADROS, C. I.; ROSA, A. P.; VIEIRA, J. "Blogs e as transformações no jornalismo". Revista da *E-Compós*, n. 3, agosto de 2005. Disponível em www.compos.com.br/e-compos. Acesso em: 28/11/2007.

RECUERO, R. "Warblogs: os blogs, a Guerra do Iraque e o jornalismo on-line. (2003). Disponível em: http://www.pontomidia.com.br/raquel/warblogs.pdf. Acesso em: 13/11/2006.

REGAN, T. "Weblogs threaten and inform traditional journalism". (2003). Disponível em: http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/68-70V57N3.pdf. Acesso em: 02/11/2007.

ROSEN, J. Bloggers vs. journalists is over. Disponível em: http://journalism.nyu.edu/pubzone/*weblog*s/pressthink/2005/01/21/berk_essy.html. Acesso em 14/11/2007.

SALAVERRÍA, R. *Redacción periodística en internet*. Pamplona: EUNSA, 2005.

SETTON, M. da G. "A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea". **(**2002). Disponível em: http://www.anped.org.br/rbe20/anped-20-04.pdf. Acesso em 11/02/2007.

WALL, M. "Blog as black market journalism: a new paradigm for news". (2004). Disponível em: http://bcis.pacificu.edu/journal/2004/02/wall.php. Acesso em 03/12/2007.

SITES

Entrevista com José Luis Orihuela. (2006). Disponível em: http://www.andresmilleiro.info/blog/entrevista-a-jose-luis-orihuela. Acesso em 07/012007.

Juliana Lúcia Escobar

Blogs como nova categoria de webjornalismo

Desde que o webjornalismo começou a se configurar, surgiram diferentes iniciativas que buscaram explorar o que diversos autores (Deuze, 2002; Palácios, 2003; Díaz Noci, 2005b) consideram, com algumas coincidências, como características próprias do jornalismo na web. Características que são, a nosso ver, potencialidades do ambiente www no que diz respeito à disposição e à divulgação de qualquer tipo de conteúdo. Um dos objetivos do trabalho que deu origem a este artigo – nossa dissertação de mestrado, defendida em maio de 2007[1] – era descobrir como tais potencialidades podem ser exploradas pela apropriação jornalística que vem sendo feita dos blogs, um novo mecanismo de publicação de conteúdos na web que gera um modelo específico de site.

Consideramos que as tecnologias, e muito especialmente as de comunicação, não determinam os fenômenos socioculturais, mas os condicionam. Ao estudá-las, portanto, é preciso considerar as apropriações que delas fazem os agentes humanos, conscientes de que são sempre processos complexos que geram influências recíprocas.

Para descobrir o que o blog, como tecnologia, pode trazer para a prática profissional do jornalismo, realizamos um estudo de caso,

1 ESCOBAR, J. L. "**Deu no post - blogs como nova categoria de webjornalismo: um estudo de caso sobre o Blog do Noblat". Universidade** do Estado do Rio de Janeiro, PPGC. Dissertação de Mestrado, 2007.

tendo como hipótese a possibilidade de o jornalismo de blog estar se configurando como uma nova categoria para o webjornalismo. Escolhemos o *Blog do Noblat* por termos constatado, em trabalho anterior, que, embora não tenha sido cronologicamente o primeiro jornalista brasileiro a criar um blog, o destaque alcançado pela atuação de Noblat como blogueiro durante o desenrolar do escândalo que ficou conhecido como mensalão permite-nos considerar que ele teria inaugurado, em 2005, o jornalismo de blog no Brasil.[2]

Adotamos a perspectiva que considera, no desenvolvimento tanto do jornalismo quanto das tecnologias de comunicação, aspectos de continuidade mais do que os de ruptura. Concordamos com Palácios, para quem

> as características do Jornalismo na web aparecem, majoritariamente, como Continuidades e Potencializações e não, necessariamente, como Rupturas com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores (2003:22).

Assim é que alguns atributos estão presentes nos diversos tipos de jornalismo, desde o praticado em panfletos e libelos no séc. XVII até o que podemos encontrar atualmente na web. Sendo assim, para considerar este ou aquele blog como veículo jornalístico, nossa proposta é que inicialmente se verifique a existência de tais atributos.

No entanto, antes de se falar em blog jornalístico, cabe delimitar claramente que modelo de site entendemos como blog.

Uma definição mínima

Sébastien Paquet (2002) considera que os blogs estão na raiz

2 Ver ESCOBAR, J. L. "*Blog do Nobla*t e escândalo midiático: jornalismo sobre novas bases". **UNIrevista** – Vol. 1, n° 3 (julho 2006). Disponível em: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Escobar.pdf. Acesso em 27/01/2008.

do que chama de *personal knowledge publishing* (publicação de conhecimento pessoal) e, em seu artigo, faz uma breve descrição do surgimento do fenômeno nos EUA. Especialmente naquele país, podemos citar ao menos duas situações que ilustraram bem o uso dos blogs como veículos noticiosos: os atentados de 11 de setembro de 2001 (Schittine, 2004:158) e a cobertura da Guerra do Iraque com os warblogs (Recuero, 2003).

Em pouco tempo, os blogs ganharam versões destinadas à publicação de fotos — fotologs ou flogs — e de vídeos — videologs ou vlogs, ainda que eles não dispensem o uso da escrita. Já não se limitam mais a diários virtuais e nem podem ser considerados apenas escritos íntimos ou adolescentes publicados na web, como chegaram a ser vistos inicialmente.

Antes de discorrer sobre o fenômeno dos blogs jornalísticos, vamos delimitar o universo sobre o qual estamos falando, apresentando, abaixo, nossa definição de blog. Alertamos o leitor para o fato de que este é o nosso entendimento particular, a definição a que chegamos a partir da nossa pesquisa. Portanto, será discordante do entendimento de outros autores e colegas, inclusive de alguns também presentes nesta coletânea. Em termos gerais, consideramos que blog é um novo mecanismo de produção e divulgação de conteúdos na web que gera um modelo específico de site. A nosso ver, do ponto de vista tecnológico, três atributos caracterizam um site como blog:

a) Facilidade e agilidade para a publicação de conteúdos, dispensando o conhecimento de linguagens de programação como HTML, PHP ou JavaScript*;*

b) Disposição do conteúdo (cuja unidade mínima denomina-se post) em ordem cronológica inversa, de modo que as publicações vão se sucedendo da mais antiga para a mais recente. Esta, situada no topo da página, é a primeira a ser visualizada pelo internauta na tela de seu computador. Alguns estudiosos consideram que esse atributo é o

que diferencia os blogs de outros tipos de publicação on-line (Paquet, 2002; Blood, 2003);

c) Data, hora e autor de cada *post* registrados automaticamente.

Como nosso entendimento aqui é o de que a tecnologia condiciona, mas não determina as atualizações das práticas sociais, concordamos com a diferenciação entre "blog/texto", "blog/programa" e "blog/lugar", proposta por Primo e Smaniotto (2006), por permitir a distinção entre os aspectos tecnológicos e humanos desse novo mecanismo de produção e divulgação de conteúdo on-line.

O "blog/texto" é o conjunto de todo o conteúdo produzido pelo blogueiro, disponibilizado em posts, geralmente textos escritos, mas que podem também ser imagens, áudios e vídeos, uma vez que tal denominação leva em consideração que texto não é apenas a mensagem divulgada por signos verbais.

"Blog/programa" é um software responsável pelas três características marcantes desse modelo de site citadas acima. Pode ser entendido ainda como uma ferramenta informática utilizada para a produção do blog/texto. Note-se, no entanto, que o formato precedeu o desenvolvimento do software, conforme lembra Rebecca Blood (2003).

"Blog/lugar" seria a localização do blog/texto na www indicada por um endereço específico. Tal acepção nos remete ao conceito de *virtual settlement* de Quentin Jones adotado por Recuero (2001) quando discute outro conceito, o de comunidade virtual: *virtual settlement* é entendido como um lugar simbólico situado no ciberespaço que teria a função de territorialidade necessária para a constituição de laços comunitários entre os indivíduos. É um delimitador de fronteiras simbólicas e não concretas. Funciona como o suporte para a verdadeira comunidade virtual e é imprescindível para que ela se forme. No entanto, a mera existência de um *virtual settlement* não garante o estabelecimento de uma comunidade virtual. Uma sala de bate-papo, por exemplo, é um

virtual settlement, mas somente dará origem a uma verdadeira comunidade virtual se as pessoas de fato utilizarem este lugar no ciberespaço para a criação e manutenção de laços e relações sociais. Comunidades virtuais surgem a partir dos usos que as pessoas fazem de um determinado *virtual settlement.*

Para tornar mais clara a distinção entre as três acepções para blog que adotam, Primo e Smaniotto dão os seguintes exemplos de referência a cada uma delas:

> a) como programa: "Parei de usar o Blogger. Instalei o Movable Type"; b) como lugar: "Não encontrei teu blog no *Google*. Qual o endereço dele?"; c) como texto: "Li ontem teu blog". A confusão entre os diferentes usos do mesmo termo pode levar a conclusões imprecisas (Primo e Smaniotto, 2006:02).

Neste artigo, quando usarmos apenas blog, estamos nos referindo ao "blog/texto". Além dos três atributos já citados, ainda do ponto de vista tecnológico, há outros que podem ser oferecidos pelo "blog/programa", mas cujo uso depende exclusivamente da apropriação que dele faz cada agente humano. Comentários, *permalinks*[3] e *linkbacks*[4] são os principais atributos desse tipo.

Em nossa pesquisa, nosso enfoque é no uso do mecanismo de publicação de comentários, sistema que, tecnicamente, assemelha-se aos fóruns on-line que existem desde os primórdios da web. A nosso ver, embora seja algumas vezes considerada como marca distintiva dos blogs, essa possibilidade, por si só, não é suficiente para caracterizar esse modelo de site. No início, nem todos os blogs contavam com

3 Recurso que possibilita ao blogueiro criar um endereço específico para cada post publicado em seu blog/lugar. Uma das utilidades é facilitar a inclusão de link, em outros blogs e sites, para um post específico.

4 Recursos que facilitam a conversação entre blogs, permitindo, em alguns casos, a inclusão automática de links referenciando posts entre si.

a possibilidade de inclusão de comentários dos leitores (Chagas, 2006:48). E esse recurso está presente também em outros tipos de sites como o *Comunique-se*,[5] o *Overmundo*[6] e *O Globo Online,*[7] que publicam comentários de leitores logo abaixo dos textos, na mesma página. Nos blogs, por sua vez, os comentários geralmente situam-se em janelas ou espaços separados da área principal destinada aos posts.

Blogs jornalísticos – propondo parâmetros

É por possuir atributos intrínsecos e, num certo sentido, imutáveis, que o jornalismo pode ser entendido como prática social consolidada, preservando, em seus mais diversos formatos, os mesmos traços distintivos. Entre tais atributos, estão os relacionados à sua matéria-prima, as notícias, "marcadas em diferentes sociedades democráticas por similitudes significativas devido aos valores-notícias partilhados que são uma parte importante da cultura jornalística" (Traquina, 2005b:26).

No entanto, ainda antes de se falar em valores-notícias, temos como atributos básicos do jornalismo a novidade, a atualidade, a universalidade e o interesse. É preciso acrescentar a essa lista um valor muito caro à comunidade jornalística: a veracidade.

> Existe um acordo tácito entre os que escolhem esta profissão de jornalista e o leitor/ouvinte/telespectador que torna possível dar credibilidade ao jornalismo: o principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia, não é ficção, isto é, os acontecimentos ou personagens das notícias não são invenção dos jornalistas (Traquina, 2005a:19).

5 http://www.comunique-se.com.br.
6 http://www.overmundo.com.br.
7 http://www.oglobo.globo.com.

Ainda que caibam divergências teóricas quanto em que medida o relato jornalístico seria um retrato fiel (teoria do espelho), uma seleção (teoria do *gatekeeper*), uma construção ou reconstrução social (*newsmaking*), ou uma representação distorcida da realidade (teorias instrumentalistas) (Traquina, 2005a e 2005b; Pena, 2005; Wolf, 1987), é consensual a idéia de que o jornalismo refere-se à realidade, aqui entendida como aquilo que se passa no mundo factual.

Assim, como prática profissional consolidada, entendemos que jornalismo é a difusão para um grande número de pessoas, geralmente com periodicidade determinada, de acontecimentos reais dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse.

Como prática social, o jornalismo é fruto da ação de agentes humanos situados no espaço e no tempo que, apropriando-se das tecnologias e inovações disponíveis, promovem renovações e reconfigurações de tal prática. A partir do uso de novos suportes, surgiram as variantes radiojornalismo, telejornalismo e, mais recentemente, webjornalismo, cada qual apresentando características particulares configuradas em grande parte como adequações às potencialidades técnicas da mídia utilizada — rádio, televisão e internet, respectivamente.

Com nosso estudo, pretendíamos verificar se o jornalismo de blog pode ser considerado uma nova categoria de webjornalismo. Segundo a tipologia proposta por Deuze (2002), os blogs estariam situados em algum patamar entre os sites do tipo metajornalísticos e de comentários (*meta and comment sites)* e os destinados a compartilhamento e discussão (*share and discussion sites)*. O autor considera que blogs são publicações altamente individuais e personalizadas e que, portanto, não poderiam ser consideradas propriamente como jornalísticas.

Para nós, no entanto, é justamente a personalização que torna possível considerar um blog como jornalístico, pois a apropriação específica de cada agente humano é o que determina o tipo de conteúdo de um blog. E se para Díaz Noci (2005) a personalização é apenas uma

conseqüência da presença das cinco características que considera como próprias do *webjornalismo* (interatividade, multimidialidade, hipertexto, assincronismo e memória), para nós, esta é justamente a característica mais distintiva dos blogs jornalísticos: é a maneira como este novo mecanismo de publicação de conteúdo on-line é utilizado que nos permite classificar determinado blog como jornalístico. Blood lembra que

> A alegação inicial de que "blogs são uma nova forma de jornalismo" vem sendo gradualmente revisada para "alguns *weblog*s estão fazendo jornalismo, pelo menos em parte do tempo". Como os entusiastas reconhecem, blogs utilizados para registrar memórias, planejar encontros, ou coordenar grupos de trabalho não podem ser classificados como jornalismo segundo nenhuma definição (Blood, 2003).[8]

Sendo assim, em primeiro lugar, para ser considerado jornalístico, um blog deve possuir os atributos que consideramos necessários para o jornalismo de uma maneira geral: difusão para um grande número de pessoas, geralmente com periodicidade determinada, de acontecimentos reais dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse. Em segundo lugar, entendemos, assim como Blood (2003), que o simples fato de ser mantido por um jornalista não torna um blog jornalístico, pelo mesmo motivo que um romance escrito por um jornalista não é necessariamente jornalismo. Conforme argumenta a autora, "o jornalismo é caracterizado pela estrita adesão a princípios e padrões aceitos, não por títulos ou colocação profissional" (2003).[9]

8 Tradução da Autora**: "**The early claim 'weblogs are a new form of journalism' has been gradually revised to 'some weblogs are doing journalism, at least part of the time'. As even the enthusiasts now concede, weblogs used to record memories, plan weddings, or coordinate workgroups can't be classified as journalism by any definition". Disponível em: www,rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html. Acesso em 27/01/2008.

9 Tradução da Autora:"journalism is characterized by strict adherence to accepted principles and

Como exemplo, cita o caso do jornalista do *The New York Times*, Jayson Blair, que durante anos inventou histórias e entrevistas que foram publicadas no conceituado diário.

Conforme constatou Schittine, "enquanto os blogueiros manifestam um desejo de escrever como jornalistas, estes buscam uma escrita mais leve, menos informativa e mais ficcional do que aquela que realizam em seu dia-a-dia" (2004:156). Os jornalistas entrevistados pela autora não pretendiam usar seus blogs profissionalmente. Assim, se o blog de um jornalista se destina a um outro tipo de conteúdo que não o noticioso, não é um blog jornalístico. De forma similar, "blogs mantidos por respeitadas empresas noticiosas serão certamente qualificados como jornalismo se mantiverem os mesmos padrões da organização" (BLOOD, 2003).[10]

Analisando o aspecto da difusão, o fato de estar disponível na www não é suficiente para considerar um blog como voltado para um grande número de pessoas, uma vez que há blogs cujo acesso é restringido segundo a vontade do próprio blogueiro.[11]

Por fim, os blogs não possuem periodicidade determinada para atualizações. As publicações podem ser feitas a qualquer momento, também segundo a vontade do blogueiro, que tanto pode postar várias vezes ao dia quanto ficar dias, semanas ou meses sem disponibilizar conteúdo novo.

Dito isso, consideramos que blogs jornalísticos são aqueles cujos endereços são públicos, estando acessíveis a qualquer pessoa com acesso à internet; que se destinem, na totalidade ou na maior parte do tempo, a divulgar acontecimentos reais dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse; e, ainda, cujos blogueiros tenham a preocupação e se esforcem para:

---

standards, not by title or professional standing."

10 Tradução da Autora: "Weblogs maintained for respected news organizacion will certainly qualify as journalism if they uphold the same standards as the entire organizacion."

11 Por exemplo, o servidor *Blogger* oferece a opção de tornar seu blog público ou não. Blogs não públicos estão disponíveis na internet, mas não aparecem no Blogger.com.

a) disponibilizar freqüentemente conteúdos novos, ainda que sem periodicidade fixa ou determinada;

b) e divulgar seus "blogs/lugares", tornando-os endereços na web amplamente conhecidos com o intuito de atrair um número expressivo de internautas, ou seja, uma grande audiência (que na internet é expressa por número de *page views)*.

Entendemos que, somente a partir de um acompanhamento sistemático e cuidadoso, pode-se determinar se tal ou qual blog é ou não jornalístico.

Blogs jornalísticos e o que trazem de novo

Considerando-se sua inserção no sistema das mídias noticiosas, os blogs parecem trazer uma contribuição genuína no que diz respeito ao formato de apresentação das informações. Temos um rompimento, já que a disposição do conteúdo nos blogs se diferencia do velho modelo de hierarquização adotado pelos veículos impressos, eletrônicos (rádio e TV) e on-line (portais e sites informativos): capa com manchetes, escalada com manchetes e *home* com chamadas, respectivamente.

Desde que a diagramação foi descoberta pelos veículos impressos, o jornalismo segue critérios de hierarquização segundo os quais a posição de cada notícia já é uma informação quanto à sua importância. As primeiras páginas dos jornais e revistas e todas as subseqüentes possuem áreas mais nobres (a metade superior, as páginas ímpares e nestas, a informação que estiver mais à esquerda) ou menos nobres (os opostos, ou seja, a metade inferior e as páginas pares). Essa divisão tem como base a cultura letrada ocidental, em que o processo de leitura se dá de cima para baixo, da esquerda para a direita. Quando abrimos um jornal ou revista, a página que logo estará diante de nosso

campo de visão é a de numeração ímpar. Ou seja, a organização da informação tem como base os automatismos que o homem moderno letrado ocidental incorporou ao processo de leitura no suporte escrito, notadamente o livro, do qual jornais e revistas são herdeiros diretos.

Mas a diagramação não nasceu com os jornais. Durante muito tempo, a disposição das notícias era feita de acordo com uma lógica que obedecia a critérios diferentes dos que se tem atualmente. Notícias começavam na primeira página e continuavam nas páginas internas, por exemplo, sem que houvesse indicação para o leitor sobre essa continuidade. Com a introdução da diagramação, a leitura passou a ser ordenada seguindo, entre outros, critérios de importância estipulados pelos jornalistas em conjunto com diagramadores e paginadores.

Essa lógica hierárquica também está presente no jornalismo radiofônico e televisivo com a escalada (no jargão jornalístico, a leitura das manchetes daquela edição na abertura dos programas jornalísticos em forma de chamadas — frases-síntese sobre cada matéria). Assim, radiojornais e telejornais são divididos em blocos e é comum que os primeiros sejam dedicados às *hard news* ou notícias "pesadas", como as de política e economia, e os últimos, às notícias mais "leves", *soft news,* sobre cultura e esporte, por exemplo.

E o jornalismo on-line, notadamente de portal, também seguiu tal padrão: tem-se uma capa ou *home* – página inicial do portal que corresponde à primeira página dos jornais impressos –, em que temos chamadas para cada seção do site, que nada mais são além de manchetes e submanchetes – frases curtas, capazes de chamar a atenção e despertar a curiosidade do internauta.

Com o blog, abandona-se esse modelo de hierarquização da informação. Devido à disposição em ordem cronológica inversa, a informação mais importante é simplesmente a mais recente ou, melhor dizendo, a que foi publicada mais recentemente. O que vemos é o rompimento de um modelo organizativo da informação pela primeira

vez em décadas: não se tem mais capas, manchetes, chamadas. A primeira página ou capa de um blog é o último post publicado, tenha sido no próprio dia, há semanas ou meses atrás. Os posts registram, automaticamente, dia e horário das publicações. A organização básica do arquivo é por data. A definição das informações quanto ao que é mais ou menos importante segue tão somente um critério: o tempo.

No caso de blogs jornalísticos, há nuances: além do critério temporal automatizado, o jornalista/blogueiro também interfere na decisão sobre o que é importante. Entre os utilizados por blogueiros em geral, e não apenas jornalistas, está o de retardar a publicação de novidades. Mantendo um post como o mais recente durante algum tempo, o blogueiro foca a atenção dos leitores sobre aquele assunto. Pode também repetir sua publicação em dias e horários diferentes. Quanto ao arquivamento dos posts, alguns blogs oferecem alternativas ao registro simples e automático organizado por data.[12]

O que nos parece é que o jornalismo de blog pode estar se apresentando como a primeira categoria de webjornalismo nascida genuinamente a partir da internet, uma vez que esse novo fazer jornalístico apresenta características muito próprias. Uma delas seria, no que diz respeito à apresentação das informações, o rompimento com padrões criados pelo jornal impresso e de tal forma consolidados, que passaram a ser repetidos nos formatos jornalísticos midiáticos subseqüentes.

Nesse ponto, cabe uma outra inferência: o modelo organizativo proposto pelo blog, dispensando *homes*, manchetes e destaques, pressupõe a relação com um tipo diferente de leitor. Este seria caracterizado pelo interesse na informação mais recente, mas, sobretudo, por se considerar capaz de dispensar a hierarquização dos textos proposta por terceiros, jornalistas ou não. Para tal leitor, jornalistas, portais e blogs são alguns dos elementos que lhe servem de guia ou filtro para que obtenha as informações que deseja. Isso nos leva a concordar

12 Ricardo Noblat, criou seções em seu blog de modo a publicar diferentes tipos de conteúdo, como textos de colaboradores, documentos etc. e também para agrupar posts sobre um determinado tema. Ver http://oglobo.globo.com/pais/noblat/

com uma reflexão de Dominique Wolton:

> Possibilitar o acesso à informação é um progresso, mas não é o suficiente para criar uma certa igualdade, pois o que procurar para fazer o quê? Estas questões remetem diretamente às competências supostas ao usuário e, portanto, às desigualdades culturais e cognitivas [...] (Wolton, 2003:137).

O leitor capaz de realmente usufruir da variedade de informações que a rede oferece seria aquele já educado na cultura web, letrado não apenas segundo a lógica do alfabeto, mas que também domine a linguagem hipertextual e multimidiática. O internauta assíduo seria menos dependente da organização hierarquizada proposta por um jornalista por saber e preferir determinar suas prioridades buscando ler e, por vezes, opinar sobre os assuntos que ele mesmo julga relevantes.

O jornalismo de blog seria próprio para atender a esse leitor que ainda é, muito provavelmente, um tipo ideal: alguém capaz de desempenhar o papel de webeditor que, por si só, seleciona por onde navegar e como encontrar, no mar de informações e dados disponíveis na www, aquilo que atende às suas necessidades. Apto a ouvir, ler, ver, clicar, teclar — tudo ao mesmo tempo —, seria alguém capaz de agir mais do que rápida, simultaneamente. Um leitor já imerso na cultura da interface de que nos fala Steven Johnson (2001), que tem como uma de suas principais marcas a metáfora com o desktop (papéis sobre papéis), criada por Alan Kay ao propor o sistema de janelas, hoje tão familiar aos usuários dos computadores. Para Johnson, "a janela não criou uma nova consciência — simplesmente nos permitiu aplicar a consciência que já tínhamos ao espaço — informação na tela" (2001:65) e ainda "tornou possível pensar o jornalismo como um processo de filtragem, uma vista que dá para outras vistas" (Idem:79).

A capacidade de lidar com o desktop agora na tela do computador

pode ser ilustrada pelo que Bolter e Grusin chamam de *windowed style*:

> Nas atuais interfaces, janelas se multiplicam na tela: é normal para usuários sofisticados ter dez ou mais janelas ativas, sobrepostas, abertas ao mesmo tempo. As múltiplas representações dentro das janelas (texto, gráficos, vídeo) criam um espaço heterogêneo, que competem pela atenção do observador. Ícones, menus e barras de ferramentas acrescentam outras linhas de significado visual e verbal (Bolter e Grusin, 2000:32).[13]

A própria internet tem um caráter pedagógico, na medida em que ensina o internauta a ler dessa nova forma. Quanto mais utiliza seus serviços (e-mail, FTP, buscadores etc.) e quanto mais navega pela web, mais o leitor se torna apto e letrado nessa cultura da interface.

Mas, na busca pela informação que atenda à sua demanda naquele momento, mais do que o esforço físico de digitar um endereço, o internauta precisa também se certificar se aquele é um site confiável. Ainda que já se tenham estabelecido portais e veículos de comunicação on-line que contam com credibilidade — ou porque a herdaram de sua atuação anterior à internet (caso do *UOL*, vinculado aos grupos *Folha* e *Abril*), ou porque a conquistaram justamente por sua atuação especificamente na web (como o *Terra*)[14] –, nem tudo se encontra nestes

13 Tradução da Autora**:** "In the current interfaces, windowns multiply in the screen: it is not unusual for sophisticated users to have ten or more overlapping or nested windows open at one time. The multiple representations inside the windows (text, graphics, video) create a heterogeneous space, as they compete for the viewer's attention. Icons, menus, and toolbars add further layers of visual and verbal meaning".

14 O *UOL* (Universo Online) foi um dos primeiros portais horizontais no Brasil, sendo referência quando a internet comercial chegou ao país, em 1995/96. Foi criado e ainda hoje pertence a dois fortes grupos de mídia jornalística impressa nacionais: a *Abril*, editora da *Veja* e de várias outras revistas, e o Grupo *Folha*, da *Folha de S.Paulo*, entre outros jornais. Já o *Terra*, também pioneiro entre os portais, surgiu na web, em 1995, a partir de uma iniciativa do grupo que controlava a RBS, afiliada da *TV GLOBO* em Porto Alegre. Desde o início, constituiu-se como uma rede de operadoras locais que tinham como carro-chefe o provimento de acesso à internet. A criação de conteúdos veio quase simultaneamente e a rede, inicialmente *Nutecnet* e depois *ZAZ*, tornou-se referência no ambiente web, foi adquirida pelo grupo italiano *Telecom*, adotando a marca *Terra*. Mantém-se entre os portais brasileiros líderes de audiência, junto com *UOL* e *Globo.com*.

sites consolidados e confiáveis. A grande quantidade de dados e a variedade de fontes disponíveis na web podem ser também um dificultador: para obter o que se deseja, é preciso informação e espírito crítico.

Retomamos, aqui, mais uma vez, o ponto destacado por Wolton sobre as competências do internauta e a necessidade da permanência dos intermediários humanos e não só tecnológicos no acesso ao conhecimento e na busca por informações na rede.

> Certamente, sendo o acesso livre, facilita para quem sabe utilizar os sistemas, o problema não é então o acesso à informação, mas sim a capacidade em saber o que procurar. *O contexto da competência* é essencial.
> [...]
> *Se não se tem a competência para assimilar o aprendizado, os sistemas de informação e de conhecimentos erguerão outros tantos muros intransponíveis.* Principalmente o que se acessa diretamente sem intermédio de um professor ou de um pesquisador que sempre facilitam acessar o que não se conhece. Aqui não há mais um introdutor, um intermediário, como sempre houve em toda a história.
> [...]
> Aliás, começa-se a perceber a força de emancipação e de progresso que existe no estatuto dos intermediários. A emancipação não reside mais em suprimir os intermediários, mas ao contrário em reconhecer o seu papel (Wolton, 2003:135-36).

Embora o autor não os cite, acreditamos que os jornalistas são também intermediários humanos fundamentais nesse universo em que a oferta de informação se torna cada vez maior. Organizações de comunicação consolidadas, assim como jornalistas que conquistaram prestígio e credibilidade nos veículos noticiosos tradicionais, ao migrarem para a rede, podem funcionar exatamente como introdutores

e intermediários para os internautas inexperientes e ainda não alfabetizados na linguagem da web. Como organizadores avalizados do conhecimento (Aldé e Chagas, 2005), os profissionais da comunicação funcionam como filtros ou guias para os internautas em geral, mesmo os mais experientes. São intermediários no processo de transmissão das mensagens, selecionando-as, formatando-as, enquadrando-as. Os comentaristas e colunistas avançam ainda mais nessa intermediação, uma vez que não lhes cabe apenas mostrar ou relatar os acontecimentos, mas sim analisá-los, interpretá-los.

> Virtualmente, está tudo on-line; na prática, devido às limitações de tempo e interesse, cada usuário acessará somente algumas destas informações e sites. Os jornalistas, então, cumprem esta função de organizadores autorizados da informação on-line. Como muitos outros filtros, têm sua credibilidade originada fora da web, na medida em que os usuários procuram sites de instituições "confiáveis", como os de universidades e da própria imprensa, por já conhecê-las e avaliá-las a partir de parâmetros estabelecidos externamente (Aldé e Chagas, 2005:3).

Um último post

Apropriado por jornalistas e/ou utilizado jornalisticamente, o blog pode ser considerado o primeiro produto nascido genuinamente na internet. É nesse sentido que rompe com um padrão que veio sendo sucessivamente adotado pelos meios noticiosos antecessores (impressos, eletrônicos e on-line). O blog apresenta, como novidade formal, um modelo de disposição do conteúdo que foge da hierarquização da informação segundo sua importância. A atualização contínua, já adotada no webjornalismo de portal (Barbosa, 2003) ganha ainda mais

destaque, tornando-se um dos grandes diferenciais dos blogs jornalísticos. A simplicidade e agilidade para a publicação de conteúdos novos, características tecnicamente inerentes ao blog, conferem a essa ferramenta um par perfeito de atributos para que se alcance um antigo fetiche jornalístico: vencer o tempo. Os jornalistas, auxiliados pelas tecnologias surgidas em cada contexto técnico-cultural, vêm imprimindo cada vez mais velocidade à produção das notícias a fim de diminuir o intervalo entre a ocorrência de um fato e sua divulgação.[15] Nos nossos dias, o blog se apresenta como uma ótima arma nessa eterna corrida contra o tempo.

Por fim, acreditamos que o jornalismo segue tendo um papel a desempenhar, mesmo num contexto social-tecnológico que facilita a produção e divulgação de conteúdos, em tese, para qualquer pessoa. Afinal, conforme Dominique Wolton provocativamente perguntou em debate com o público durante palestra proferida na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, em 2005, "se todos falam, quem está sendo ouvido?". Hoje, uma resposta para essa indagação é: os jornalistas, eles continuam sendo ouvidos e tendo suas opiniões consideradas.

15 A tradicional "luta" do jornalista contra o tempo, uma relação histórica, é tema amplamente discutido por Franciscato (2005).

Referências

ALDÉ, A.; CHAGAS, V. “Blog de política e identidade jornalística (transformações na autoridade cognitiva e na relação entre jornal e leitor)”. Artigo apresentando na V Bienal Iberoamericana de la Comunicación. México, set. de 2005. (Cortesia dos autores)

ALDÉ, A.; CHAGAS, V.; ESCOBAR, J. L. “A febre dos blogs de política”. *Revista Famecos*, n. 33, agosto de 2007. Disponível em: http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/33/alessandra_alde.pdf. Acesso em 27/01/2008.

BARBOSA, S. “Jornalismo de portal: novo formato e categoria para o jornalismo digital”. In: MACHADO. E; PALÁCIOS. M. (Orgs.). *Modelos de Jornalismo Digital***.** Salvador: Calandra, 2003.

BLOOD, R. *Weblog and journalism in the age of participatory media*. Disponível em: http://www.rebeccablood.net/essays/*weblog*s_journalism.html. Acesso em 27/01/2008.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. R*emediation: understanding new media*. Cambridge, Mass; London, England: The MIT Press: 2000.

CHAGAS, V. “A blague do blog: interatividade, subjetividade e horizontalidade nos blogs jornalísticos de política”. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. Monografia de conclusão do curso de graduação em jornalismo, 2006.

DEUZE, M. *The internet and its journalisms*. Amsterdã (Holanda), 2002 (Cortesia do autor).

DÍAZ NOCI, J. “La escritura ciberperiodistica. 1, 2 e 3”**.** Curso “Escrever para jornal on-line: prática e pesquisa”, ministrado em dezembro de 2005, no PPGC da UERJ – Rio de Janeiro. Disponível em http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos1.pdf, http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos2.pdf, http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/cursos/diaznoci/generos3.pdf. Acesso em 27/01/2008.

FRANCISCATO, C. E. *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão: Editora UFC. Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira: 2005.

GILLMOR, D. *We the Media*: grassroots journalism. *By the people. For the people*. Sebastopol. O’Reilly Meida, Inc., 2004.

JOHNSON, S. *Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

NOBLAT, R. “O que um blog pode ensinar”. Observatório da Imprensa, 01.02.2005. Disponível em:
http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=314ENO002. Acesso em 22/01/2006.

PALÁCIOS, M. “Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória”. In: MACHADO, E.; PALÁCIOS, M. *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra, 2003.

PAQUET, S. *Personal knowledge publishing and its uses in research.* Disponível em: http://radio.weblogs.com/0110772/stories/2002/10/03/personalKnowledgePublishingAndItsUsesInResearch.html. Acesso em 27/01/2008.

PENA, F. *Teoria do jornalismo***.** São Paulo: Contexto, 2005.

PRIMO, A.; SMANIOTTO, A. M. R. *Comunidades de blogs e espaços conversacionais*. *Prisma.com*, v. 3, p. 1-15, 2006. Disponível em http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/insanus.pdf. Acesso em 27/01/2008.

RECUERO, R. C. *Comunidades virtuais: uma abordagem teórica*. Disponível em http://pontomidia.com.br/raquel/teorica.htm. Acesso em 27/01/2008.

_____. *Warblogs: os blogs, a guerra no Iraque e o jornalismo on-line*. Trabalho apresentado no Núcleo de Tecnologias da Informação e da Comunicação do XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Belo Horizonte, 2003.

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

SCHUDSON, M. “A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão”. In: TRAQUINA, N. (Org.) J*ornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.

_____. Introduction – “The ideal of objectivity”; Chapter 4 – “Objectivity becomes ideology: journalism after World War I”; Chapter 5 – “Objectivity, news management, and the critical culture”. In: *Discovering the News: a social history of American news papers*. Estados Unidos: Basic Books, 1978.

THOMPSON, J. B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. *O Escândalo Político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAQUINA, N. *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. Volume 1. Florianópolis, Insular: 2005a.

_____. *Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional*. Volume 2. Florianópolis, Insular: 2005b.

WOLF, M. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1987.

WOLTON, D. *Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

Os blogs na web 2.0:

representação e recuperação coletivas de informação

A velocidade das transformações no ciberespaço é extremamente rápida e não poderia ser diferente em um ambiente que hoje conecta milhões de pessoas interagindo através de ferramentas que permitem não só a comunicação, como também a colaboração para produção e publicação de conteúdo. Mas nem sempre foi assim, e o que hoje se chama de web 2.0 se diferencia da web anterior pela participação ativa dos internautas na inserção e gerenciamento do conteúdo on-line.

O modelo de comunicação "todos-todos", oriundo da popularização da internet e da web, ganhou força com o surgimento de ferramentas que propiciam o que Lemos (2002) chamou de "liberação do pólo emissor", permitindo que qualquer internauta publique informação na rede e reconfigurando o cenário midiático (Fragoso, 2007). Hoje, qualquer usuário da web pode publicar conteúdo através de blogs, wikis, editores de escrita coletiva, software de relacionamento, sistemas de trocas P2P, fotologs, vídeologs, podcasts etc. Além de potencializar a liberdade de emissão, a *web* 2.0 é responsável pela alteração dos padrões de representação e recuperação de conteúdo. A folksonomia (*folksonomy*), expressão originária da junção dos termos "folk" e "taxonomia" pelo arquiteto da informação Thomas Vander Wal, permite aos próprios usuários da web representar informação através da adição

de uma tag ao registro e recuperá-lo através dessa tag nomeada livremente por cada usuário.

O objetivo deste artigo é traçar um panorama atual dos métodos de representação e recuperação de conteúdo nos blogs, desde suas primeiras manifestações até o contexto atual para apresentar alternativas colaborativas de gerenciamento de informação baseadas na folksonomia e propor que as práticas hipertextuais na web 2.0 têm seus padrões alterados devido à participação de qualquer usuário na representação e na recuperação de informação.

A representação e a recuperação da informação: o antes e o depois da web

A escrita permitiu ao homem o armazenamento do conhecimento adquirido ao longo do tempo, antes limitado à memória humana e transmitido oralmente de geração a geração. A prensa tipográfica de Gutenberg facilitou, além da estocagem, uma maior disseminação de informações. Com o passar dos anos e com o surgimento do computador, foi possível a compressão do texto impresso em arquivos digitais e, com a internet, a liberdade de emissão e o intercâmbio de conteúdo, que passa a ser produzido e publicado on-line por qualquer indivíduo com acesso à rede. O que se vê atualmente é o crescimento desenfreado de uma avalanche de informações, e as páginas web são o mais forte exemplo do fato.

Frente ao montante de conhecimento e de documentos produzidos acerca do mesmo, as formas de representar e recuperar informação se tornaram objeto de atenção do homem, que tratou imediatamente de criar formatos que permitissem inserir um tipo de ordem que auxiliasse a busca pelos dados. A preocupação de Vannevar Bush, em 1945, com a quantidade de conhecimento científico produzido durante a Segunda

Guerra Mundial resgatou uma forma de escrita já praticada em séculos anteriores,[1] o hipertexto, que, através do *Memex*,[2] permitiria[3] o armazenamento de informações e o acesso a elas de maneira semelhante ao pensamento humano, ou seja, de forma associativa, e não em ordenações hierárquicas. O hipertexto foi nomeado em 1965 por Theodor Holm Nelson, que, inspirado em Bush, propôs o *Projeto Xanadu* no intuito de construir uma espécie de Biblioteca de Alexandria, só que através de computadores, em que todo o conhecimento produzido pudesse ser armazenado de forma conectada.

Antes desses sistemas, as formas de representar e recuperar informação eram regidas por sistemas baseados em modelos hierárquicos, classificações numéricas, alfabéticas, ordenações por classes e subclasses e outras formas de taxonomia que determinam a busca por meio de palavras-chave em sistemas de vocabulários controlados. O principal problema apresentado por sistemas de informação baseados em taxonomias é, segundo Feitosa (2006), a insuficiência de termos de busca abrangidos pelos sistemas. Se o indivíduo que faz a pesquisa pela informação utiliza uma palavra-chave que não está relacionada ao documento que procura no sistema, os resultados são incompletos, insatisfatórios e até mesmo inexistentes. Para o autor, a indexação das informações é fundamental, pois interfere diretamente nas operações de busca e recuperação e, assim, se o sistema não abrange determinado termo, cuja relação com a informação que procura é subentendida pelo o usuário, os resultados não atendem às necessidades do usuário, que é obrigado a utilizar novos termos de busca para encontrar o documento.

Na web, até pouco tempo, os sistemas de busca por informação não se diferenciavam muito do que havia antes do surgimento das pá-

1 As primeiras manifestações hipertextuais ocorreram em textos impressos nos séc. IX, com o surgimento da pontuação e nos séc. XVI e XVII, por meio de manuscritos e *marginalias*.
2 "As We May Think" – ensaio publicado em 1945 em que Bush propunha a construção do *Memex*. Disponível em: http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush,
3 O *Memex* nunca chegou a ser construído.

ginas. Hoje, comumente chamados de buscadores, existem dois tipos de mecanismo de recuperação na web: os diretórios e os motores de busca (Céndon, 2001; Feitosa, 2006). Os diretórios foram a primeira solução encontrada para o problema da organização da informação na web, e são sistemas que constroem hierarquicamente índices de sites, divididos em categorias, que podem trazer subcategorias. A coleta dos dados é realizada por editores humanos que realizam a tarefa por meio de pesquisas na web, de sugestões de usuários e do auxílio de robôs. Ao contrário dos diretórios, os motores de busca não organizam seus índices de forma hierárquica, mas buscam colecionar o maior número possível de informações através da utilização de robôs que percorrem continuamente a web, visitando sites e indexando suas páginas. A recuperação dos dados pelos usuários se dá por meio de palavras-chave e/ou até mesmo de linguagem natural.

As possibilidades oferecidas pelos buscadores disponíveis na web dificultam a recuperação da informação devido a:

a) centralização da organização da informação: seja em mecanismos de indexação manual ou automática, a ausência de termos de busca abrangidos pelo sistema pode acarretar resultados insatisfatórios. Além disso, Cendón (2001) atenta para que, embora as bases de dados de cada buscador sejam enormes, elas não são iguais e, dessa forma, quando não encontra o que busca em determinado sistema, o usuário é obrigado a procurar em outros, e assim procede até encontrar o que procura.

b) falta de atualização do sistema: a internet é dinâmica, a cada segundo novas informações vão sendo disponibilizadas, retiradas ou modificadas e, assim, de acordo com Cendón (2001), é imprescindível para a eficiência de um buscador a atualização constante. Sem esse processo de atualização, o usuário pode obter resultados contendo endereços que não mais existem, ou que existem, mas com informações diferentes.

c) critérios de busca estabelecidos pelos sistemas: muitas vezes, o usuário pode realizar uma busca que, no final, considera inútil. Devido à pluralidade de formas de como a informação é organizada, diversas também são as formas de encontrá-la e, assim, o usuário é obrigado a consultar as páginas de ajuda dos diferentes sistemas que consulta. Segundo Branski (2004), a maioria dos internautas não domina controles básicos e não explora todas as potencialidades dos buscadores.

d) ausência de mecanismos de filtragem e a falta do uso de formas padronizadas para o armazenamento de informações na web, apontadas por Maedche apud Feitosa (2006): geram resultados confusos, incompletos, insatisfatórios, irrelevantes. Técnicas de indexação automática, baseadas em popularidade de sites e links, como no caso do *PageRank*[4], ou então baseadas em algoritmos de resultados de localização e de frequência de palavaras em um site, dificultam as pesquisas e nem sempre oferecem resultados relevantes ao usuário (Céndon, 2001). A listagem de páginas fornecidas ao usuário que realiza a pesquisa pode, muitas vezes, apresentar, nas primeiras posições, páginas que não possuem relevância nenhuma para a sua pesquisa. Dessa forma, o usuário termina sem a informação que buscava ou então inicia outra busca, em outro buscador, o que pode demorar, já que ele pode realizar a tentativa em mais de um sistema.

Mas e os blogs? Qual a sua importância nos processos de representação e recuperação de informação na web? Como ferramentas que possibilitam a qualquer internauta a publicação de conteúdo online, os blogs também se constituem como um meio de representação e recuperação de informação por meio do hipertexto, que finalmente pode ser construído de forma coletiva.

4 http://www.google.com/technology. A técnica do *PageRank* foi inicialmente utilizada pelo *Google* e funciona, basicamente, colocando em primeiros lugares na listagem dos resultados de busca os sites que mais são linkados por outros sites.

Blogs como ferramentas de representação e recuperação coletivas de informação

Tanto no *Memex* como no *Projeto Xanadu*, eram visíveis as características de não-linearidade e coletividade da prática hipertextual, já que um hipertexto poderia ser percorrido a partir de qualquer ponto e a possibilidade de inserção de comentários nos registros, em cada sistema, caracterizava uma criação coletiva. No entanto, com o surgimento da web, esse potencial coletivo do hipertexto foi diminuído, já que não era qualquer usuário que podia interferir em uma página, alterando seu conteúdo ou então inserindo e/ou excluindo links. Apenas aqueles que conheciam linguagens de programação podiam criar uma página e publicar conteúdo na rede.

Com o desenvolvimento de ferramentas baseadas na cooperação – como os blogs, e além deles, enciclopédias on-line escritas de forma conjunta pelos usuários, como a *Wikipédia*, editores de escrita coletiva, como o *Google Docs & Spreadsheets*,[5] webjornalismo participativo, como no caso do *Terra*, com o *VC Repórter*[6], sites como o *Slashdot*[7] e o *Digg*,[8] que possuem conteúdo divulgado sugerido pela audiência, *sites* de publicação de vídeos, como o *YouTube*,[9] entre outros sistemas –, a web passa por um novo momento, denominado por Tim O'Reilly (2005) de web 2.0.

"A web 2.0 é a segunda geração de serviços on-line e se caracteriza por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo" (Primo, 2006:1), e assim se torna o *background* de atuação dos usuários que, via hipertexto, vêm gerenciando a informação na web.

5 http://docs.google.com/.
6 http://www.terra.com.br/vcreporter/.
7 http://www.slashdot.com.
8 http://www.digg.com.
9 http://youtube.com.

Nos blogs, a representação e a recuperação de informação por meio do hipertexto ocorre desde sempre, ou seja, antes mesmo do surgimento do termo web 2.0. Os primeiros blogs, que se constituíam em listas de links para outras páginas na web, já demonstravam a vontade do autor do blog de linkar o que considerava útil e interessante e de permitir que outros internautas visualizassem as informações que encontrava pela web, e assim facilitar a recuperação das mesmas.

Inicialmente, os blogs traziam, nas laterais das páginas, as chamadas "blogrolls", listas de links para outros blogs, organizadas de acordo com critérios estabelecidos pelo próprio autor do blog. As blogrolls, inicialmente, continham links que apontavam para outros blogs que o autor costuma ler e também para seus conhecidos que possuíam blogs. Mais tarde, as blogrolls começaram a ser povoadas com links não só para blogs, mas também para outros sites na web, escolhidos e linkados também de acordo com a preferência de cada autor de blog.[10]

O hipertexto é útil para que os blogs ganhem visibilidade na web. Quando são criados, seu autor passa a visitar e comentar em outros blogs deixando o link do endereço do seu blog, que assim é visitado pelo autor do blog que recebeu seu comentário e pelos demais leitores. De acordo com Recuero (2003), essas práticas formam "webrings", círculos de relações entre blogueiros que se visitam e se linkam mutuamente.

A utilização do hipertexto como forma de escrita nos blogs resulta na proliferação de links tanto para dentro da própria página, linkando a antigos posts e arquivos, como para outros blogs e endereços externos na web. Assim, além de alterar a rede hipertextual como um todo, os blogs instauram um processo de representação da informação na web realizado pelos próprios blogueiros, que passam a possuir mais

10 Com o tempo, os blogs também passaram a apresentar anúncios publicitários, já que fica a cargo do dono do blog liberar ou não o espaço para publicidade. O *Google* possui o *AdSense*, um sistema que agrega anúncios em blogs e gera retorno financeiro ao blogueiro proporcional ao número de vezes em que seus leitores clicarem nos anúncios que são definidos pelo *Google* de acordo com o conteúdo postado no blog.

uma forma de recuperar informação que não somente por meio de sistemas de busca. Por conseguinte, a atuação do hipertexto como instrumento de representação e recuperação de informação nos blogs favorece tanto autores quanto leitores, já que estes últimos também podem inserir links nos comentários que efetuam.

Para um grupo de blogueiros que "se lê" mutuamente, com certa freqüência, a busca por informação na web ocorre, muitas vezes, por meio dos blogs. É comum ler uma informação em determinado blog e depois percorrer o resto do círculo de blogs que se costuma ler para saber como os outros blogueiros estão comentando o assunto, para saber se estão falando sobre isso ou não e, conseqüentemente, para encontrar novas informações a respeito do que foi postado, já que cada blogueiro tem uma opinião, um estilo de escrita, e assim pode linkar para outras páginas que o leitor ainda não encontrou a respeito do tema.

Um dos problemas apontados anteriormente no que concerne à busca por informação na web é a centralização da organização das informações pelos buscadores, que pode acarretar resultados insatisfatórios no momento em que determinados termos de busca não são incluídos no sistema. Os blogs se tornam uma nova opção de pesquisa na web no momento em que estariam classificando as informações em função do conteúdo que disponibilizam. Recuero (2003) faz uma classificação dos tipos de blog de acordo com o conteúdo publicado que facilita a percepção de como a busca pela informação pode ficar mais direcionada quando efetuada apenas em blogs:

a) Weblogs diários – trazem posts sobre a vida pessoal do autor, sem o objetivo de trazer informações ou discuti-las, mas simplesmente relatar fatos cotidianos, como um diário pessoal.

b) Weblogs publicações – trazem informações de modo opinativo, buscando o debate e o comentário. Podem focar um tema específico ou então tratar de generalidades.

c) Weblogs literários – contam histórias ficcionais ou agrupam um conjunto de crônicas ou poesias com ambições literárias.

d) Weblogs *clippings* – apresentam um apanhado de links ou recortes de outras publicações, visando filtrar a informação publicada em outros lugares.

e) Weblogs mistos – misturam posts pessoais e informativos, com notícias, dicas e comentários de acordo com o gosto e opinião pessoal do autor.

Leitores de blogs ou possuem seu próprio blog com a blogroll dos outros blogs que costumam ler, ou então, até mesmo quem não possui um blog mantém uma lista de favoritos, que costuma acompanhar com alguma frequência, diária ou não. Isto significa que os leitores sabem onde procurar informação nos blogs que costumam ler. Dessa forma, o que poderia ser chamado de "tematização" dos blogs facilita a busca pela informação. Por exemplo, um indivíduo que costuma ler blogs e que se interesse por política, certamente terá uma lista de blogs favoritos que tratem sobre o tema e, ao navegar por esses favoritos, estará sujeito a encontrar links entre posts que, em determinando momento, estejam comentando algum fato importante no cenário político.

Outra ferramenta que auxilia na recuperação das informações em um blog são os *permalinks,* que consistem em um link ao final de cada post contendo o endereço do post específico. Caso alguém queira linkar um post que leu em determinado blog, não precisa colocar o endereço da página com o link, o que faria o leitor procurar no blog todo pelo post que fala sobre o assunto. Com os permalinks, é possível linkar posts específicos.

Os *trackbacks* são outro tipo de ferramenta que permite a conexão entre os assuntos postados nos blogs. Dois blogs que contenham posts falando sobre o mesmo assunto podem conectá-los por meio dos trackbacks, facilitando a navegação, já que assim seus leitores podem ver onde mais o assunto está sendo discutido.

Os trackbacks e os permalinks são importantes no que diz respeito ao que vem sendo discutido como o poder da longa cauda. A longa cauda (do inglês *the long tail*) é um termo utilizado na estatística para identificar distribuições de dados da curva de Pareto, em que o volume de dados é classificado de forma decrescente. O livro *The long tail* foi publicado nos EUA e é resultado de um estudo desenvolvido por Chris Anderson, editor-chefe da revista *Wired*,[11] no qual analisa as alterações no comportamento dos consumidores e do próprio mercado a partir da convergência digital e da internet. Antes do surgimento da rede, a compra e venda de produtos feita unicamente no meio físico abarcava apenas a oferta de produtos populares, que tivessem um relativo sucesso, já que os custos de armazenagem, distribuição e exposição dos produtos são muito altos. Com a internet e a transformação da matéria em bits, é muito mais fácil ofertar produtos de forma praticamente ilimitada, devido aos baixos custos de armazenagem, distribuição e exposição. Assim, tornou-se possível encontrar todo o tipo de produto na rede, o que permitiu que as pessoas passassem a experimentar mais e a consumir produtos que até então desconheciam.

Os blogs também se regem pelo poder da longa cauda, pois, por meio do microconteúdo e da reunião de pequenos grupos com interesses segmentados, ganham espaço na rede ao se conectarem com outros sistemas. Dessa forma, ao lado de um modelo centralizador de distribuição de informações, tem-se, através dos blogs, um sistema baseado na conexão de microrredes de blogueiros. É por isso que Tim O'Reilly (2005) afirma que a web 2.0 fortalece as bordas da rede, ao contrário da web anterior, que, não permitindo a qualquer usuário a publicação de conteúdo na rede, focava-se em um centro distribuidor de informações.

As ferramentas de busca especializadas em blogs também facilitam a pesquisa por informação nessas páginas. No caso do

11 http://www.wired.com

Technorati,[12] o site traz na página inicial uma grade de temas e uma lista de blogs falando sobre o assunto. É possível escolher entre vídeo, música, cinema, DVD, jogos, notícias e negócios e visualizar o número de links para posts que falem, por exemplo, sobre o *Wii*, videogame da marca *Nintendo*.

Porém, há quem não confie na liberdade dos usuários e na organização das informações por meio dos links. A quantidade de informações na web e a forma como estão organizadas, conectadas através de links que podem ligar um documento a qualquer outro sem nenhuma autoridade para a criação desses links, que então podem surgir de acordo com a intenção de quem quer que seja que os criou, são dificuldades na busca dos dados na web, segundo Dreyfus (2001). Para ele, os *links* não foram introduzidos porque são um modo mais fácil de encontrar informação, mas porque são uma forma natural de usar a velocidade e o poder de processamento dos computadores para relacionar uma grande quantidade de informação independente de significado e estrutura. Se tudo pode ser linkado com tudo, desconsiderando o significado, o crescimento do tamanho da web e a arbitrariedade dos links dificultam a recuperação de conteúdo (Dreyfus, 2001). O autor também atribui o fracasso da Inteligência Artificial ao fato de que os computadores não entendem o senso comum, que influencia na organização das informações e que muda com o tempo e com o contexto (Dreyfus, 2001).

Dessa forma, num primeiro momento, o posicionamento de Dreyfus (2001) tem sentido frente ao que poderia parecer uma certa desorganização na web. Porém, além de viabilizar a escrita coletiva on-line, algumas das novas ferramentas[13] que surgem com a web 2.0 agregam a folksonomia como uma forma de representação e recuperação de conteúdo, o que vai de encontro aos postulados do autor.

Como uma nova alternativa aos buscadores atuais, a folksonomia

12 http://technorati.com

13 Como, por exemplo, *Flickr*, *Del.icio.us* e demais sistemas baseados na folksonomia.

traz a possibilidade de o usuário comum da web relacionar qualquer palavra a um dado que publica. Assim, a informação fica armazenada e pode ser recuperada através da tag que o próprio usuário criou, e não mais por meio de um vocabulário controlado, que muitas vezes é desconhecido de quem faz a busca.

A folksonomia corresponde às características da web 2.0 e atende aos princípios de cooperação apontados por Tim O'Reilly (2005) como alicerces desta nova fase da web: a) arquitetura de participação; b) aproveitamento da inteligência coletiva; c) riqueza decorrente da experiência dos usuários; e d) crença nos usuários como co-desenvolvedores. Como se pode observar, são todos princípios que se perfazem com a participação ativa dos usuários no gerenciamento das informações.

Nos blogs, a folksonomia pode ser vista através da prática dos marcadores,[14] que, assim, se constituem como tags, criadas pelos próprios blogueiros e utilizadas tanto por estes como pelos leitores para recuperar algum post. Nas ferramentas de busca especializadas em blogs, como no *Technorati*, existem listas de tags criadas através da contribuição dos blogueiros que inserem um código em seus posts e, dessa maneira, automaticamente, o *Technorati* adiciona tags em sua página relacionadas com os posts.

Poderíamos dizer que a folksonomia é uma espécie de "vocabulário descontrolado", mas isso não significa que o esquema seja uma desordem total. Na verdade, de acordo com Spiteri (2006), "Folksonomias são simplesmente o conjunto de termos através do qual um grupo de usuários etiquetou conteúdo; elas não são conjuntos de classificação de termos ou etiquetas pré-determinadas".[15]

É um mecanismo de representação e recuperação de informação

14 Um post falando sobre um show do Foo Figthers em Porto Alegre traria marcadores como "música", "Foo Fighters" e "Porto Alegre".

15 Tradução da autora: "folksonomies are simply the set of terms that a group of users tagged content with; they are not a predetermined set of classification terms or labels" (Spiteri, 2006). Disponívem em: http://weblogy.ir/2007/v4n2/a41.html. Acesso em 22/08/2007.

que não é feito por especialistas anônimos – o que muitas vezes pode limitar a busca por não trazer determinadas palavras-chave –, mas sim um modo em que os próprios indivíduos que buscam informação na rede ficam livres para representá-la e recuperá-la, realizando essas ações com base no senso comum e tendo, assim, um novo leque de opções ao efetuar uma pesquisa para encontrar algum dado.

Assim, esse "vocabulário descontrolado" altera as formas de representar e recuperar informação na web e também os padrões hipertextuais até então praticados, pois é construído de forma coletiva, permitindo uma organização semântica do conteúdo e ampliando as possibilidades de busca dos dados na web. Eis então que surge um novo tipo de hipertexto, o hipertexto 2.0 (Aquino, 2007), no qual os links são as tags, construídas pelos próprios usuários que por elas podem navegar com base no significado das informações, representando e recuperando informação de forma não-linear e coletiva.

Dessa forma, os blogs, antes mesmo de se ouvir falar em web 2.0, concederam a liberdade de publicação ao usuário comum. Hoje, a folksonomia vem permitir ao usuário, por meio da representação do conteúdo, a organização dos dados para posterior recuperação. Com tais possibilidades, os blogs, as ferramentas de busca que se restringem a esse tipo de página e também a folksonomia são vistos como um processo alternativo de representação e recuperação de conteúdo na web capaz de contornar as dificuldades dos sistemas de busca baseados em uma organização limitada e apenas eficiente quando o termo adequado é digitado no momento da procura pela informação. Agora, os usuários podem percorrer novos caminhos por conta própria e não mais permanecer presos às limitações dos buscadores.

A falta de atualização de um sistema de busca, que dificulta a recuperação da informação, já que a web é dinâmica e muda constantemente, modificando o conteúdo das páginas, criando novos endereços e excluindo outros, pode ser reparada nos blogs. Ainda que vários

blogs sejam criados em um dia e abandonados no outro, são vários também os blogueiros que se preocupam em manter suas páginas atualizadas, muitas vezes acrescentando mais de um post por dia. São blogs que assumem um compromisso com seus leitores, trazendo a informação, comentando-a, permitindo a discussão e atualizando o decorrer dos acontecimentos.

É comum também os próprios leitores de um blog avisarem ao blogueiro do surgimento de um novo fato relacionado ao post, ou seja, a atualização é feita não só pelo autor do blog, mas com a colaboração de leitores atentos que acompanham os fatos em outros sites, ou até mesmo outros meios, e se preocupam em atualizar a informação disponibilizada nos blogs que costumam ler. Isso permite a atualização constante do conteúdo dessas páginas pelos próprios usuários e garante a eficácia da busca por informação nos blogs.

As ferramentas de busca e até mesmo as de construção de blogs, como no caso do *Blogger*,[16] costumam trazer em suas páginas iniciais os blogs que foram atualizados nos últimos minutos, permitindo ao internauta que faz uma busca ter constantemente à disposição o que vem sendo atualizado na blogosfera nos últimos minutos.

A ausência de mecanismos de filtragem e a falta do uso de formas padronizadas para o armazenamento de informações na web – apontados por Maedche (apud Feitosa, 2006) –, que geram resultados confusos, incompletos, insatisfatórios e irrelevantes, são dificuldades novamente passíveis de serem contornadas pelos blogs por meio dos marcadores. Assim, é o próprio usuário da web que representa e recupera as informações no blog através do hipertexto. É certo que os marcadores também podem servir como formas de "esconder conteúdo", ou seja, dependendo da palavra que o blogueiro utiliza como marcador, se for algo totalmente absurdo, em desacordo com o conteúdo do post, algo como uma tag "mascarada", um leitor comum não conseguirá encontrar o post que procura. Isso seria uma

16 http://blogger.com.

desvantagem para o blogueiro, mas também uma forma de proteção para o autor do blog, ainda que pareça contraditório querer esconder informações publicadas na web.

Essas práticas ilustram a percepção de que, em uma busca tanto em listas pessoais de blogs favoritos ou blogrolls como em sistemas especializados de busca em blogs, a informação buscada foi representada por um usuário comum da web, que criou uma página pessoal e começou a publicar assuntos de seu interesse, que, conseqüentemente, interessam a outros internautas. Essa representação se dá por meio do hipertexto que passa a ser construído pelos próprios usuários da web, que conectam as informações que encontram pela rede em seus blogs e também permitem que outros usuários possam relacionar novos links nos comentários.

No entanto, alguns obstáculos surgem em função da representação e recuperação coletivas do conteúdo. Problemas como o tagspace (Xu et al., 2006), no qual os usuários adicionam a mesma tag para dados diferentes; a polissemia, quando uma única palavra tem múltiplos significados relacionados; e a sinonímia, quando palavras diferentes têm o mesmo significado (Golder e Huberman apud Marlow, 2006) são dificuldades encontradas na prática da folksonomia. No caso dos marcadores, a utilização de tags "mascaradas", visando ocultar informações do leitor, também dificulta a recuperação.

Se, por um lado, o usuário fica livre das limitações dos buscadores, ele pode sentir-se desorientado em uma busca por meio de dados organizados com base na folksonomia, já que as pessoas pensam diferente e criam tags diferentes.

Ainda não foram encontradas soluções para tais problemas, porém, Marlow et al. (2006) acreditam que o que poderia auxiliar na resolução do impasse seria a utilização de um sistema de sugestão de tags no qual, no momento em que o usuário fosse adicionar a tag, seria disponibilizada uma listagem com as tags mais comuns já relacionadas com aquele dado, o que já se utiliza em sistemas de *bookmarks on-*

line como o *del.icio.us*,[17] mas ainda não em blogs. No entanto, Guy e Tonkin (2006) alertam para a ocorrência de favorecimento de algumas tags, o que obrigaria novos usuários a se familiarizarem com tags já existentes. Outra opção é o debate entre os usuários acerca da elaboração das tags, o que pode ocorrer em sistemas como o *Flickr*,[18] que é uma espécie de fotolog em que os usuários podem trocar comentários e mensagens e assim discutir sobre as tags que podem adicionar tanto nas próprias fotos como nas dos outros. No caso do blogs, essa discussão poderia ser feita entre autores e leitores por meio de comentários ou então em espaços de discussão propiciados por ferramentas de busca desse tipo de página.

No entanto, a maioria das sugestões dadas pelos autores que estudam a folksonomia é direcionada para sistemas baseados em folksonomia. Os blogs não são fundamentalmente baseados em folksonomia, mas a utilizam por meio dos marcadores. Utilização de plural ao invés do singular, "bundles", que são conjunto de tags utilizadas no *del.icio.us*[19] (Guy e Tonkin, 2006), bem como o uso de "tesauros" (Noruzi, 2007) e/ou guias para construção de vocabulários controlados como um auxílio na construção de sistemas taxonômicos (Spiteri, 2007) são sugestões direcionadas para sistemas em que qualquer usuário pode representar e recuperar informação. No caso de um blog, a representação do conteúdo é feita unicamente pelo blogueiro, e assim os problemas diminuem, já que não é qualquer internauta que cria os marcadores. Ainda que todas as sugestões sejam úteis aos blogs, a utilização de tesauros ou guias de vocabulários controlados não parece ser tão utilizável quanto a discussão, a criação de bundles e a preferência pelo plural, o que parece fazer mais sentido em um blog.

É o dono do blog que decide qual palavra irá usar como marcador

17 http://delicious.com.

18 http://flickr.com.

19 O usuário cria uma bundle e define quais tags farão parte da bundle. Cada vez que etiqueta um bookmark com uma tag que faz parte de uma bundle, o *del.icio.us* automaticamente insere o bookmark dentro daquela bundle.

e, somente se os leitores não entenderem o significado das marcações e não conseguirem recuperar algum post, podem então, por meio dos comentários, solicitar ao autor do blog que utilize outras palavras. As bundles se mostram equivalentes às categorias de posts. Em sistemas de publicação de blogs, como o *WordPress*,[20] o blogueiro pode criar categorias de posts, e seria interessante para os leitores que o blogueiro mantivesse um padrão de tags para cada categoria. A recuperação se tornaria mais fácil para os leitores que, conhecendo as tags de uma categoria, poderiam encontrar posts específicos.

Percebe-se, então, que a principal diferença da utilização da folksonomia em blogs e outros sistemas baseados em folksonomia é o fato de que a representação da informação em um blog é feita pelo blogueiro, ainda que comentários também possam ser considerados como parte do conteúdo do blog. É a partir da criação dos marcadores que a folksonomia começa a fazer parte de um blog, porém, com a sugestão de utilizar bundles nas categorias, outras potencialidades folksonômicas para os blogs podem surgir, e certamente surgirão. Os blogs são espaços de escrita coletiva, já que, por mais que os leitores não possam modificar um post, podem escrever junto com o blogueiro através dos comentários, muitas vezes influenciando a criação de novos posts. Os leitores são aqueles que procuram informação dentro de um blog e assim, estão tão interessados no aperfeiçoamento dos marcadores quanto o blogueiro que tenta ganhar visibilidade na web criando marcações que tragam novos leitores para seu blog.

Frente aos problemas decorrentes de uma prática coletiva entre blogueiros e leitores, as soluções também podem ser elaboradas de forma coletiva dentro dos próprios ambientes de representação e recuperação de informação. Pelo formato que possui, permitindo uma interação dialógica entre os internautas por meio dos comentários, o blog se diferencia de outros sistemas baseados em folksonomia por não ter a prática como instrumento principal ou fundamental, mas por poder

20 http://wordpress.com.

utilizá-la para gerenciamento de conteúdo e permitir a participação ativa de leitores e blogueiros na criação dos marcadores.

Considerações finais

Os objetivos deste artigo buscaram traçar um panorama de como a informação vem sendo representada e recuperada nos blogs desde seu início, procurando mostrar as alterações dessas práticas e suas conseqüências sobre o hipertexto. A segunda fase da web, que chamamos de web 2.0, potencializa as formas de publicação e organização de conteúdo e passa a conceber um papel mais ativo dos usuários da web nessas atividades. De um modelo baseado na transmissão de conteúdo, em que o usuário ficava limitado a navegar pelas páginas sem interferir na criação e disposição dos links, passamos a um modelo de comunicação bilateral, onde os papéis de emissor e receptor de informação se fundem por meio da utilização de ferramentas como os blogs, que permitem a representação e a recuperacão coletivas de conteúdo.

Os blogs reforçam, na web 2.0, o seu caráter interacional, pois, como se disse ao longo do texto, o conteúdo de um blog não se limita aos posts, mas abrange também os comentários e assim permite a interação direta, dialógica entre blogueiros e leitores. Ao incorporar a folksonomia na organização do conteúdo disponível, os blogs têm seus processos de representação e recuperação de conteúdos alargados, na medida em que conferem ao blogueiro uma nova forma de gerenciar a informação, por meio da liberdade para marcação dos posts, e ao leitor mais uma forma de recuperar posts específicos, de interferir na criação dessas marcações e linká-las em outros espaços na web.

O hipertexto concretiza suas características de não-linearidade e criação coletiva no momento em que pode ser construído e modificado

por qualquer usuário que assim adquire liberdade para mapear os dados e utilizar formas alternativas de encontrar informação. A dependência de critérios de busca, de vocabulários controlados e de padrões de organização lineares para encontrar algum dado na web pode ser substituída por outros meios de dispor e encontrar conteúdo. São formatos coletivos que, por mais desorganizados que possam parecer, são feitos pelos próprios usuários, alterando práticas antigas e criando um novo tipo de hipertexto através da folksonomia.

A web, bem como a internet, sempre funcionou com base na cooperação (Martins, 2006), ainda que, no início, tenha limitado a criação de páginas aos programadores. Porém, logo foram criados instrumentos que recolocaram nas mãos dos usuários o poder de participação. Os blogs e a folksonomia são um bom exemplo de como representação e recuperação de conteúdo são práticas cada vez mais delegadas aos usuários e aqui serviram para demonstrar como novas vias de acesso podem ser construídas de forma coletiva dentro da web.

Referências

BRANSKI, M. R. "Recuperação de informações na web". *Perspect. cienc. inf.*, v.9, n.1, Belo Horizonte, janeiro-junho de 2004.

BUSH, V. *As we may think*. (1945). Disponível em: http://www.theatlantic.com/unbound/flashbks/computer/bushf.htm. Acesso em 17/08/2007.

CENDÓN, B. V. "Ferramentas de Busca na Web". In: *Ci. Inf.*, Brasília, v.30, n.1, p. 39-49, janeiro-abril de 2001.

DREYFUS, H. L. *On the internet*. Londres: Routledge, 2001.

FEITOSA, A. *Organização da informação na web: das tags à web semântica.* Brasília: Thesaurus Editora, 2006.

FRAGOSO, S. "Quem procura, acha? O impacto dos buscadores sobre o modelo distributivo da world wide web". In: XVI Encontro Anual Compos, 2007, Curitiba. *Anais do XVI Encontro Anual da Compós,* Curitiba, 2007. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_177.pdf. Acesso em 19/08/2007.

GUY, M.; TONKIN, E. “Folksonomies: tidying up tags?” *D-Lib Magazine*, v.12, n.1. Disponível em: http://www.dlib.org/dlib/january06/guy/01guy/html. Acesso em 19/08/2007.

MARLOW, C.; NAAMAN, M.; BOYD, D.; DAVIS, M. “Position Paper, Tagging, Taxonomy, Flickr, Article, ToRead”. **(**2006). Disponível em: http://www.rawsugar.com/www2006/29.pdf. Acesso em 19/08/2007.

MARTINS, B. C. “Cooperação e livre fluxo da informação: a influência da cultura hacker na definição dos padrões da Comunicação Mediada por Computador”. In: *Unirevista*, v.1, n.3, julho de 2006. Disponível em: http://www.unirevista.unisinos.br/index.php?e=3&s=30&a=615. Acesso em 06/05/2007.

NORUZI, A. “Folksonomies: why do we need controlled vocabulary?” In: *Webology*, v.4, n.2, junho de 2007. Disponível em: http://www.webology.ir/2007/v4n2/editorial12.html. Acesso em 19/08/2007.

O’REILLY, T. *What is Web 2.0?*. (2005). Disponível em: http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html. Acesso em: 14/06/07.

PRIMO, A. “O aspecto relacional das interações na web 2.0”. *Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Brasília, 2006.

RECUERO, R. “Weblogs, webrings e comunidades Virtuais”. (2003). Disponível em: http://www.pontomidia.com.br/raquel/webrings.pdf. Acesso em 20/08/07.

SPITERI, L. “Controlled Vocabulary and Folksonomies”. (2006). Disponível em: http://216.239.51.104/search?q=cache:eN1MjEgggA4J:www.termsciences.fr/IMG/pdf/Folksonomies.pdf+louise+spiteri+folksonomies&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=6&gl=br&client=firefox-a. Acesso em 22/08/07.

SPITERI, L. F. “Structure and form of folksonomy tags: the road to the public library catalogue”. *Webology*, n.2, junho de 2007. Disponível em: http://www.webology.ir/2007/v4n2/a41.html. Acesso em 22/08/07;

XU, Z.; FU, Y.; MAO, J.; SU, D. « Towards the semantic web: collaborative tag suggestions”. (2006). Disponível em: http://www.rawsugar.com/www2006/13.pdf. Acesso em 22/08/07.

Fernando Firmino da Silva

Moblogs e microblogs:
jornalismo e mobilidade

O contexto ubíquo e pervasivo das tecnologias móveis digitais na cultura contemporânea tem desencadeado uma série de fenômenos e práticas de sociabilidade e de comunicação. As cenas típicas do uso de dispositivos móveis com conexões sem fio nos espaços públicos de países como Japão, Coréia do Sul, Finlândia, Estados Unidos, Brasil e os da Europa já se incorporaram ao cotidiano desses lugares. São práticas que se inserem no âmbito da mobilidade a partir do uso do artifício da comunicação móvel através de mensagens MMS e SMS,[1] gerando algumas práticas como smart mobs*,* flash mobs[2] e mídias locativas.[3]

Dentro desse conjunto de novos fenômenos, estão os moblogs (a junção das palavras "móvel" e "blog"), que são blogs atualizados por meio do uso de tecnologias móveis digitais como celulares e smartphones de qualquer lugar e em interface com o espaço urbano. Para isso, utiliza-se, principalmente, do envio de mensagens MMS*,* que permite o anexo de fotos, vídeos e áudio, além do próprio texto. O uso de dispositivos portáteis potencializa a mobilidade e a instantaneidade

1 MMS (mensagens multimídia) e SMS (mensagens curtas).
2 Smart mobs (mobilizações inteligentes) e flash mobs (manifestações-relâmpago).
3 Lemos (2007a:1) define mídia locativa como "um conjunto de tecnologias [refere-se diretamente às móveis digitais] e processos info-comunicacionais cujo conteúdo informacional vincula-se a um lugar específico. [...] As mídias locativas são dispositivos informacionais cujo conteúdo da informação está diretamente ligado a uma localidade".

das postagens gerando um vínculo em "tempo real" com as redes telemáticas.

Portanto, percebe-se que essa modalidade de blog, pelas características apresentadas, enquadra-se num perfil adequado para o uso jornalístico, que exige, mais que qualquer outra prática, o caráter do imediatismo e da atualização contínua em situações de cobertura de um evento (crises, acidentes, conflitos) em que está em jogo a competição pelo tempo real entre diversas mídias.

Entende-se aqui por blog os diários pessoais que surgiram na rede caracterizados pela atualização cronológica (similar aos diários, alguns íntimos) com narração de fatos cotidianos e pessoais de jovens internautas. Os blogs evoluíram para plataformas mais sofisticadas e diversificadas de usos para difusão de informações, de notícias, de opiniões, constituindo-se em verdadeiras redes sociais e jornalísticas de comunicação no ciberespaço.

Este artigo pretende explorar essas novas condições que os blogs apresentam para o jornalismo do ponto de vista de mobilidade e de plataforma tomando-se como objetos o moblog e o microblog. As conexões sem fio disponíveis (Blutooth, Wi-Fi, Wimax, GPRS[4] e de terceira geração), as tecnologias móveis digitais de diversas naturezas, como celulares, smartphones, PDAs, câmeras digitais e outros dispositivos portáteis apresentam uma reconfiguração da relação mobilidade+jornalismo[5] nunca antes experimentada nas características e

4 Bluetooth, Wi-Fi e Wimax e GPRS são padrões de conexão sem fio utilizados principalmente para conectar equipamentos móveis à internet.

5 No jornalismo, sempre foi utilizado algum tipo de tecnologia móvel ou tecnologia sem fio, como o telégrafo, o gravador analógico, o microfone, as câmeras fotográficas e de vídeo. Entretanto, deve-se ater ao termo "tecnologia móvel digital". O uso do termo "digital" ajuda a entender de que tipo de tecnologia está se tratando no momento. Esse qualificativo define com mais precisão o contexto do aparato de dispositivos portáteis. O processo de digitalização das tecnologias móveis do tipo câmeras e gravadores digitais, celulares, palmtops e smartphones muda a natureza da relação que se estabelece devido às novas potencialidades oferecidas. Aplicado ao jornalismo, esses dispositivos digitais vão se caracterizar pela facilidade de produção, distribuição e instantaneidade, propiciando a condição de mobilidade em todas as etapas produtivas. Um material em formato digital pode ser enviado instantaneamente para distribuição em redes telemáticas, enquanto que o formato analógico passa por outros processos de decodificação e edição até a distribuição final. Identifica-se também a presença da convergência tecnológica com um único dispositivo concentrando uma multiplicidade de funções e diminuindo, conseqüentemente, a quantidade de equipamentos a carre-

nas dimensões expostas atualmente nos blogs móveis.

No nosso entender, os moblogs parecem ser a porta de entrada para novas experiências no campo do jornalismo em relação ao uso de plataformas portáteis, dada a especificidade que Castells et al (2006:127) colocam de que "os dispositivos móveis são pessoais, portáteis e pode-se caminhar com eles".[6] O repórter necessita de ferramentas que facilitem o seu deslocamento urbano de forma rápida e prática durante o desenvolvimento de suas atividades de apuração, reportagem, edição e publicação.

No entanto, essa visão não seria, necessariamente, a de um repórter cyborg com um aparato tecnológico preso ao corpo, que vai sacando cada equipamento nas situações que surgem no seu trabalho. Com a crescente portabilidade e a convergência multimídia que concentra num único dispositivo, diversas funções, a exemplo do celular, cada vez mais se precisa de menos para se fazer mais com esses aparelhos híbridos e ubíquos que disparam múltiplas operações, como atesta Lemos (2007b) no artigo "Comunicação e práticas sociais no espaço urbano" quando apresenta a noção de hibridismo que os celulares adquiriram.

> Pensar o celular como um "Dispositivo Híbrido Móvel de Conexão Multirrede" (DHMCM) ajuda a expandir a compreensão material do aparelho e tirá-lo de uma analogia simplória com o telefone. A denominação de DHMCM permite defini-lo melhor e com mais precisão. O que chamamos de telefone celular é um *Dispositivo* (um artefato, uma tecnologia de comunicação); *Híbrido*, já que congrega funções de telefone, computador, máquina fotográfica, câmera de vídeo, processador de texto, GPS, entre outras; *Móvel*, isto é, portátil e conectado em mobilidade

gar. Esses dispositivos podem estar sempre on-line enquanto os analógicos, off-line. O jornalismo sempre buscou essas condições, só agora plenamente estruturadas, principalmente para narrar a partir do local do acontecimento situações de guerra, de conflitos, acidentes, de esportes ou para a produção de matérias factuais.

6 Tradução do Autor: "los aparatos móviles son personales, portátiles, y se puede caminar" con ellos" (Castells et al, 2006:127).

> funcionando por redes sem fio digitais, ou seja, de *Conexão*; e *Multirredes*, já que pode empregar diversas redes, como: Bluetooth e infravermelho, para conexões de curto alcance entre outros dispositivos; celular, para as diversas possibilidades de troca de informações; internet (Wi-fi ou Wi-max) e redes de satélites para uso como dispositivos GPS (Lemos, 2007b).[7]

A oferta de conexões sem fio[8] também torna o acesso ao ciberespaço pelos dispositivos móveis sempre on-line e modifica a experiência em relação ao desktop devido à portabilidade proporcionada e o uso da própria web como uma plataforma[9] para a produção (Cobo Romaní; Pardo Kuklinski, 2007). Portanto, com essa estrutura de tecnologias móveis e conexões wireless tem-se o que denomino de "ambiente móvel de produção" (Silva, 2007a, 2007b), que se vincula diretamente ao moblog jornalístico ampliando as condições de mobilidade do trabalho em campo. Esse referido ambiente refere-se aqui à potencialização do uso de dispositivos portáteis, conexões sem fio para a produção de forma remota, diretamente do local do evento.

O acesso ao ciberespaço favorece as etapas do processo jornalístico – pauta, reportagem e edição - mantendo a interface com o espaço urbano na navegação pelas redes telemáticas de alta velocidade. Todavia, os moblogs e os microblogs, como blogs atualizados por meio de aparelhos portáteis digitais, vem se beneficiando dessa estrutura com experiências de produção e difusão de conteúdo apontando para

7 Disponível em: http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/DHMCM.pdf

8 A estrutura de conexões sem fio disponível está crescendo rapidamente no Brasil e no mundo. Os chamados hostpots (pontos de acesso) não são mais restritos aos aeroportos e shoppings. Em Salvador, por exemplo, o Grupo de Pesquisa em Cibercidades – GPC da UFBA desenvolve desde julho de 2007 uma pesquisa inédita no país de mapeamento dos hotspots da cidade através do projeto WI-FI Salvador [http://www.wifisalvador.facom.ufba.br] via *Google Maps*. Por outro lado, os celulares banda larga com tecnologia de terceira geração (3G) ampliam essa cobertura geográfica por oferecer conexão em alta velocidade através das operadoras de telefonia celular.

9 A tendência atual é a migração das aplicações web para a internet móvel como uma plataforma diferenciada. Além do acesso a e-mail a partir de celulares, outros serviços começam a ser adaptados para o acesso móvel visando à produção como o *Google Docs*. A TV digital, que começou a operar oficialmente no Brasil em 2 de dezembro de 2007, também pode ser assistida por meio aparelhos móveis. Isso dimensiona a importância do celular como um computador e como uma plataforma.

o desencadeamento do processo de produção jornalística do próprio *mainstream media.*

A experiência da agência de notícias *Reuters* com o projeto de jornalismo móvel[10] é um fato concreto das potencialidades do uso de tecnologias móveis que devem adentrar os meios de comunicação de massa e a blogosfera. Em outubro de 2007, a *Reuters*, em parceria com a fabricante finlandesa de celulares *Nokia*, construiu um protótipo, um kit de ferramentas para o repórter móvel que permite editar e publicar textos, áudio, imagens e vídeo a partir do celular. Este kit se constitui de um celular *Nokia N95*,[11] um teclado externo bluetooth da *Nokia*, um microfone direcional da *Sony* para reduzir o ruído e captar melhor o áudio, e um tripé para gravação de entrevistas em vídeo.

Figura 1:kit de ferramentas que faz parte do projeto de jornalismo móvel da agência *Reuters* (reprodução)

Esse protótipo seria uma evolução ao que John Pavlik (2001)

10 http://www.reutersmojo.com

11 As especificações técnicas do Nokia N95 incluem uma câmera embutida de 5 megapixels com qualidade de gravação de vídeo similar ao do DVD, um HD de 8 gigabytes para armazenamento de dados, geolocalização via GPS (Sistema de Posicionamento Global), editores de fotos e vídeos.

apresentou no livro *Journalism and New Media* como estação de trabalho do jornalista móvel em desenvolvimento na Universidade de Columbia e definido como um "sistema integrado de apuração e de produção da notícia para o repórter em campo" (Pavlik, 2001:49).[12] Na apresentação de três cenários para o uso da estação de trabalho do jornalista móvel (reportagem política, reportagem internacional e cobertura de convenção), Pavlik formula uma questão instigante: "Isto é um cenário de ficção ou realidade jornalística?".[13] Sete anos depois, percebe-se que, não somente é uma realidade jornalística (a *Reuters* é exemplo disso) como, a partir da sofisticação das tecnologias móveis digitais e as conexões sem fio, o jornalismo caminha para o uso intensivo desses dispositivos integrados à produção jornalística. Os repórteres cidadãos, ou seja, usuários que também se tornam produtores de notícias enviando fotos, vídeos e textos para publicação (Bruns, 2005; Brambilla, 2006) já vêm praticando isso há um tempo com o importante papel de relatar situações que fogem da cobertura da mídia.

Para o âmbito do *mainstream media*, evidenciam-se algumas questões, como a qualidade final da notícia instantânea e a pressão sobre o repórter com um *deadline* permanente, o domínio de diversas ferramentas ou funções que devem ser levados em consideração na análise dessa nova natureza do jornalismo em que as rotinas produtivas se dimensionam. Por isso, há a necessidade de se explorar esse instigante universo discorrendo sobre as implicações e potencialização do moblog e do microblog a partir do uso de dispositivos móveis e sem fio procurando entender como o jornalismo se posiciona nesse ambi-

12 Tradução do Autor: "integrated system of news gathering and production for the reporter in the field" (Pavlik, 2001:49).

13 Em 2001, não se tinha ainda o iPhone com sua tela sensível ao toque e uma interface inovadora; não existia o iPod com a experiência ampliada de ouvir música em mobilidade; os celulares ainda não traziam embutidos câmeras de vídeo e de fotos e eram pouco navegáveis na internet se limitando ao sistema Wap; os smartphones não concentravam como hoje as funções de telefone e computador de mão; as conexões sem fio não se apresentavam tão sofisticadas e tão amplas em termos de cobertura como atualmente (Bluetooth, Wi-Fi, GPRS, 3G). Isso demonstra que, num pequeno intervalo de tempo, a tecnologia digital evoluiu muito rapidamente, justificando, em parte, a questão de Pavlik.

ente na perspectiva de produção e difusão da notícia no séc. XXI em situação de mobilidade.

Moblog. Seria um blog 2.0?

O moblog pode ser compreendido como um avanço em relação ao blog tradicional. É uma espécie de blog 2.0, para fazer referência às ferramentas avançadas da web 2.0. O componente mobilidade apresenta uma reconfiguração da experiência de blogar no jornalismo e também na rede social de amigos que passa a interagir e conectar o espaço físico com o ciberespaço. Portanto, busca-se um contato permanente das relações através do uso dos artefatos digitais, principalmente câmeras nos celulares, que possibilitam a diminuição dessas fronteiras com a geração de imagens do espaço urbano. Essa imagens instantâneas e, em alguns casos com teor jornalístico, estabelecem uma nova conexão e o surgimento de novas práticas considerando que

> A introdução de câmeras dentro de celulares tem gerado novas práticas sociais. Por exemplo, quando os membros de uma rede social não podem estar juntos fisicamente, as imagens capturadas e compartilhadas em tempo real através de celulares não somente podem fornecer uma maneira original de compartilhar a experiência vivenciada mas, igualmente, reforçam esta rede de amizade no campo da vida real e da relação social. (Graham; Satchell; Rouncefield, 2007:1).[14]

Quando essa relação se estreita com o jornalismo e amplia-se além da captura de imagens, complexificando-se, abre-se espaço para

14 Tradução do Autor: "The introduction of cameras into mobile phones has brought about new social practices. For example, when members of a social network cannot be together physically, images captured and shared in real time via mobile phones not only can provide an authentic way to share the experience, but also, ultimately, reinforce real life friendship network and social connectedness" (Graham; Satchell; Rouncefield, 2007:1).

a formulação de algumas questões a serem observadas como a compressão do espaço-tempo, desaparecimento do *deadline* e uma outra dimensão do uso do ciberespaço na navegação em dispositivos móveis on-line (Sousa e Silva, 2006). Essas circunstâncias fazem parte da circularidade do fenômeno da cibercultura com sua abrangência em termos de penetrabilidade caracterizada pela ubiqüidade que as tecnologias digitais representam na cena contemporânea com modificação da noção de espaço-tempo.

Nesse contexto, o moblog, que surgiu em janeiro de 2001 (Goggin, 2006), se caracteriza como uma modalidade ideal de blogs para fins jornalísticos por apresentar a especificidade de atualização a partir de qualquer lugar, utilizando-se de uma gama de dispositivos portáteis com conexão à internet via wi-fi ou GPRS, por exemplo, para produção e upload de textos, áudio, vídeo, fotos. Notebooks, palmtops, smartphones e celulares se constituem como tecnologias com essa finalidade. Os dois últimos, mais ainda, por expandir a condição de ubiqüidade caracterizada pela portabilidade e pelos recursos disponíveis nos aparelhos como editores de texto, câmera digital para fotos, áudio e vídeo, acesso à web, e-mail e conexão GPRS ou de terceira geração para produção[15] e envio do conteúdo produzido via MMS.

No tocante às experiências que usam essa estrutura disponível para o exercício da prática jornalística em mobilidade, têm surgido projetos em diversos lugares como: na África, com o *Voices of África*,[16] em que repórteres de Gana, Quênia, Moçambique e África do Sul produzem e enviam textos, imagens e vídeos para o *Africa News* através celulares *Nokia E61* equipados com GPRS; nos Estados Unidos, com os repórteres do jornal *News-Press*[17] produzindo suas matérias na rua

15 Este presente artigo, por exemplo, foi produzido a partir de um smartphone da Palm utilizando-se o editor de texto embutido no aparelho e a navegação pela internet para pesquisa. Evidentemente, que para a produção de textos em grande quantidade, há uma série de inconvenientes como as interfaces dos aparelhos e o tamanho diminuto do teclado, mas pontua-se uma série de vantagens no tocante à produtividade com a possibilidade de escrever e fazer pesquisas específicas de qualquer lugar como na fila de um banco, numa parada de ônibus ou nos intervalos de aula. As tecnologias da mobilidade ampliam a experiência para novos ambientes no deslocamento pelo espaço urbano.
16 http://www.africanews.com/site/list_messages/10175.
17 http://www.news-press.com/apps/pbcs.dll/frontpage.

e enviando do local do acontecimento, sem deslocamento até à redação. Para isso, saem munidos de notebooks, celulares e gravadores digitais com um trabalho dentro do conceito de jornalismo móvel; no Brasil, o *Jornal de Debates*[18] fez, em maio de 2007, uma cobertura móvel da Festa Literária Internacional de Parati utilizando o celular como plataforma de produção; em Recife, uma equipe de fotógrafos e repórteres do *Sistema Jornal do Commercio* (TV, jornal e portal *JC Online*) realizou a cobertura em tempo real do carnaval 2008 a partir de um blog[19] utilizando celulares *Nokia N95* com banda larga 3G; o blog do *Globo Esporte*[20] tem realizado coberturas em tempo real em ocasiões como os jogos da seleção brasileira e corridas de Fórmula 1 com postagens diretamente do local, identificando sempre o selo "tempo real" .

Figura 2: O blog do *Globo Esporte* realiza cobertura em tempo real diretamente do local do evento (reprodução).
Fonte: http://globoesporte.globo.com/ESP/0,,GEN685-6081,00.html.

18 http://www.jornaldedebates.ig.com.br.
19 http://jc.uol.com.br/blogs/blogcarnaval2008.
20 http://globoesporte.globo.com/ESP/0,,GEN685-6081,00.html.

As operadoras de telefonia celular como *Tim*, *Claro* e *Vivo* também têm iniciativas relacionadas a moblogs e ambientes de compartilhamento de vídeos e fotos produzidos pelos usuários, como o *Vivo Moblog*,[21] definido como um diário multimídia móvel e que tem mais de 200 mil pessoas cadastradas; a *TIM* criou o *TIM Studio,*[22] em que os usuários enviam pelo celular áudios, vídeos e imagens; e a *Claro* apresenta o *Claro VideoMaker*,[23] com a mesma idéia de envio de vídeos. Essas experiências são todas oriundas dos moblogs e dos fotologs.[24]

Desdobrando-se mais ainda essas iniciativas para o campo do jornalismo, os blogs tornaram-se um fenômeno e uma plataforma para jornalistas e empresas do *mainstream media* que os utilizam para interagir de uma forma mais próxima dos internautas – devido às suas características de circulação –, mais próprias e personalizadas das notícias com agregação via RSS, *Del.icio.us*, espaço para comentários, adição de vídeos e fotos e uma infinidade de novos serviços que são constantemente adicionados para gerar uma interação mais intensiva na blogosfera.

A interface entre espaço urbano, tecnologias móveis e ciberespaço, identificadas na modalidade moblog, estabelece reconfigurações na esfera da experiência ampliada de envio e acesso a mensagens e notícias em condições de mobilidade. A atualização de um blog através do uso de dispositivos móveis digitais provavelmente é diferente de uma atuação diante de um desktop e abre espaço para novas caracterizações desse gênero e a formulação de novas questões, principalmente se for levado em consideração o uso no *mainstream media*.

Pode-se indagar: que aspectos das rotinas produtivas jornalísticas contemporâneas se alteram com uma produção em mobilidade propor-

21 http://moblog.vivo.com.br/v1/default.aspx.
22 http://www.timstudio.com.br/home.
23 http://www.claroideias.com.br/portal/site/CIdeias/menuitem.1927e42abbf8aebb5d3e0010648051a0/&idlocal=48.
24 Fotologs são blogs fotográficos com compartilhamento de imagens na internet.

cionada pelo moblog jornalístico? Como a convergência de funções (um único profissional incorporando funções de produção de fotos, vídeos e áudio, edição de textos) e a convergência multimidiática (um único dispositivo incorporando câmara de foto e vídeo, gravador de áudio, editor de textos, navegador de internet, acesso a e-mail, conexões sem fio e GPS) potencializa a produção da notícia ou interfere nela? Dentro desse contexto, devem ser identificadas como conseqüências outras características que resultam do desaparecimento do *deadline* (a conexão permite a condição do estar on-line, em tempo real o tempo todo) e da compressão do espaço-tempo.

O uso intensivo de tecnologias móveis e da própria mobilidade vinculado à conexão sem fio generalizada de fato diminui o tempo para a execução de diversas tarefas antes centradas em um escritório central. "[...] Os sistemas de conexão sem fio reduzem a busca e a incerteza diminuindo o tempo exigido para que se obtenha o que se necessita" (Mitchell, 2003:57).[25] Pellanda (2006) enfatiza essas alterações observadas no uso do moblog fora de um ambiente estático caracterizado por um desktop em favor de dispositivos móveis com acesso *always on* ao ciberespaço:

> Não somente os conteúdos dos blogs passam a ser alterados pela situação de acesso à internet em ambiente móvel, mas toda a relação de conversação gerada pelos *posts* e comentários. A questão espaço/tempo muda quando há a possibilidade de inserção no ciberespaço com o internauta presenciando o fato e não somente fazendo uma narração posterior (Pellanda, 2006:212).

Por trás desse ambiente de crescimento dos moblogs e microblogs que se observa atualmente, está, contextualmente, o acelerado

25 Tradução do Autor: "[...] wireless systems reduce search and uncertainty, and minimize the time required to get what we need" (Mitchell, 2003:57).

desenvolvimento da microeletrônica com a minituarização dos componentes a partir da década de 1970 (Castells, 1999), o que vai desencadear na portabilidade das tecnologias móveis digitais de comunicação na década de 1990 e início do séc. XXI (Castells, Fernández-Andèvol, Qiu e Sey, 2006).

Lemos (2004) situa esse desenvolvimento em três fases: a primeira, na década de 1970, com o computador pessoal (PC); a segunda, nas décadas de 1980-1990 com o "computador coletivo (CC); e, no séc. XXI, "computadores coletivos móveis" (CCM), proporcionados pelas tecnologias como laptop, palms e, principalmente, celulares e smartphones voltados para a mobilidade e a conexão dentro de um cenário de computação ubíqua. O termo "computação ubíqua" ou "ubicomp" surgiu em 1991 com Mark Weiser para designar o aspecto de onipresença dessas tecnologias nas quais "o computador desaparece nos objetos". Esse aspecto relaciona-se ao conjunto de ferramentas que invade o dia-a-dia das pessoas de forma quase imperceptível, de tão natural que se torna num processo de convergência como o dos aparelhos, o que está bem caracterizado no *iPhone* com sua tela táctil, interface amigável e um conjunto de funções como PC, TV, rádio, câmara, telefone, web.

Para Salaverría (2007), a convergência tecnológica, num sentido mais amplo, se verifica no campo da comunicação no âmbito da produção, da difusão e recepção, empresarial e profissional. Fonseca e Sousa (2006)[26] enfatizam que "além da sobreposição/supressão de funções, a busca da instantaneidade e a convergência para um padrão multimídia [presente nas empresas de comunicação com características de *cross* mídia[27]] são fortes implicações da compressão do tempo nas rotinas produtivas do jornalismo industrial", com os repórteres assumindo outras funções.

26 Disponível em: http://www.intexto.ufrgs.br/n15/a-n15a13.htm. Acesso em 18/08/2007.
27 "Cross mídia" é um conceito utilizado para definir a prática do jornalismo a partir do cruzamento de várias mídias. Num sentido prático, o repórter que trabalha dentro desta perspectiva pode produzir conteúdo para diversas mídias como web, rádio, mídia impressa, televisão.

Microblog – outra face dos blogs móveis

Uma outra variável dos moblogs é o microblog, que vem sendo adotado por grandes grupos de comunicação como *BBC, Los Angeles Times, The New York Times, IG, CNN, The Guardian* e por uma infinidade de internautas. Enquanto os atentados do 11 de Setembro e a Guerra do Iraque potencializaram os blogs, o incêndio na Califórnia em 2007 e as eleições presidenciais americanas em 2008 fizeram explodir a audiência dos microblogs como *Jaiku*[28] (do Google), *Twitter*[29] e *Pownce*,[30] que vem sendo tratados como ferramenta jornalística.

O microblog, que surgiu em março de 2006, pode ser atualizado de várias maneiras, principalmente através do envio de mensagens do celular e de mensageiros instantâneos como o *MSN* e *Google Talk*. A principal característica desse formato de blog é o espaço limitado a 140 caracteres para o envio de texto e, talvez por isso, foi rapidamente incorporado pelo *mainstream media* como mecanismo jornalístico.

Com links, notas curtas e atualizações contínuas, prende a atenção do internauta para as reportagens de maior fôlego e contextualizadas que serão exploradas nas edições on-line ou impressas. Essas pequenas "pílulas" de notícias curtas vão construindo um nó de informações que pode desencadear na expectativa para a leitura das matérias jornalísticas mais aprofundadas sobre o tema em foco do dia. Por isso, talvez, se deva a adoção rápida dos microblogs por jornais on-line consagrados, como *The New York Times* e *BBC*, que perceberam que surgia um novo fenômeno na internet com características apropriadas para "chamadas" de suas notícias principais. No caso dos incêndios na Califórnia, o *mainstream media* utilizou seus jornalistas e repórteres cidadãos para enviar notícias curtas direto das regiões atingidas (cercadas por mansões de famosos de Hollywood), acompanhando e narrando de forma imediata os fatos presenciados. Na Espanha, o *El País*

28 http://www.jaiku.com.
29 http://twitter.com.
30 http://www.pownce.com.

criou o *Micrografias*,[31] uma categoria de microblog fotográfico, mas que parte da mesma idéia. O *Micrografias* é atualizado a partir de um telefone celular com fotografias do cotidiano, do espaço urbano. O jornalista Javier Castañeda utiliza uma câmara VGA (*Sony-Ericsson T610 e K320i*). As imagens são postadas sem tratamento, sem edição e os internautas podem fazer comentários.

Figura 3: blog *Micrografias* do *El País.com* com atualização através de telefone móvel (reprodução)

Esse fenômeno dos microblogs segue os mesmos princípios do moblog de atualização em mobilidade e do aspecto da conectividade (Mitchell, 2003; Lemos, 2004; Castells, Fernández-Andèvol, Qiu e Sey, 2006) permitidos pelo aparato de tecnologias móveis digitais em poder de jornalistas e repórteres cidadãos espalhados pelo mundo. “A conectividade se tornou uma característica definidora da nossa condição urbana no século XXI” (Mitchell, 2003:11).[32] Olhando a partir

31 http://blogs.elpais.com/micrografias.

dessa perspectiva de conexão sempre on-line com o ciberespaço, a produção jornalística contemporânea (incluindo-se principalmente o jornalismo cidadão) tem à disposição um cenário formatado para o desenvolvimento da narração em condições de mobilidade e em tempo real. Esse "ambiente móvel de produção" reestrutura o campo do jornalismo no tocante à produção e difusão de informação, permitindo, mais do que nunca, a instauração da instantaneidade da notícia devido à conectividade dos dispositivos móveis digitais. Nesse sentido, Pellanda vai considerar que com

> a crescente popularização principalmente de aparelhos celulares (telemóveis) e também palmtops e outros modelos de aparatos portáteis para informações, blogs passam a ser narrados em tempo real e no espaço físico onde acontecem as interações sociais (2006:200).

Os microblogs, por exemplo, quando surgiram pareciam algo banal, fútil, uma simples extensão das mensagens de texto de celulares. Mas, com os desafios de cobertura dos incêndios da Califórnia e das eleições americanas, percebeu-se que são mais uma ferramenta poderosa para o jornalismo na cobertura de situações como acidentes, guerras e crises.

Considerações finais

A idéia defendida aqui é de que se tem nos microblogs e nos moblogs a possibilidade de redefinição da relação jornalismo, mobilidade e rotinas produtivas pelas novas configurações que as tecnologias móveis digitais e as conexões sem fio incorporam à produção.

32 Tradução do Autor: "Connectivity had become the defining characteristic of our twenty-first-century urban condition" (Mitchell, 2003:11).

Entende-se que essas modalidades de blog geram uma nova relação com os leitores/internautas, pois estes também realizam, muitas vezes, navegação pelas notícias por meio de telefones móveis em movimento, em deslocamento pelo espaço urbano. Logo, essa audiência é mais sensível aos aspectos da atualização contínua e instantânea. A questão da mobilidade e da conexão sem fio se apresenta como um ponto central nessa perspectiva e deve ser levada em consideração no processo de produção.

Diante da observação dessas características, tornou-se comum no jornalismo digital o selo "em tempo real", inserido em blogs e sites noticiosos visando à caracterização de um jornalismo mais dinâmico do ponto de vista da produção e da difusão. Portanto, parece factível que os moblogs e microblogs, em combinação com as tecnologias móveis digitais, representem movimentos indicativos de novos formatos para o jornalismo, tanto em relação à demanda na produção quanto na difusão e na recepção de conteúdo; e essa exigência pelo imediatismo reflete-se, conseqüentemente, nas funções jornalísticas, no *deadline* e na relação tempo-espaço. As organizações jornalísticas também não são imunes às transformações. Pelo contrário, elas precisam integrar a produção e os canais de difusão de conteúdo gerados pelos repórteres em campo que alimentam os moblogs e a produção geral.

As configurações da sociedade contemporânea, via expansão da cibercultura, ensejam novos movimentos na interação entre espaço urbano e ciberespaço. Para o campo do jornalismo, os pesquisadores devem lançar olhares atentos para a identificação das conseqüências e das potencialidades inerentes ao processo da mobilidade e da adoção intensiva de tecnologias móveis e conexões sem fio que permitem um vínculo mais forte com as redes digitais. A blogosfera se revela como uma das catalisadoras dessas condições através dos moblogs e dos microblogs. Esses blogs móveis operacionalizam atividades relacionadas à condição da mobilidade, que sempre foi almejada pelo jornalismo

na sua busca incessante pela notícia instantânea, em tempo real, do noticiar primeiro. Durante os períodos de crises e de emergências, o frenesi de uma cobertura com essas características ganha mais relevância na disputa pela audiência alimentada pelo próprio anseio do imediatismo do público.

Referências

BRAMBILLA, A. M. "Jornalismo open source: discussão e experimentação do OhmyNews International". Universidade Federal do Rio Grande do Sul. PPGCOM. Dissertação de Mestrado, 2006.

BRUNS, A. *Gatewatching: collaborative online news production*. New York-Washington: Peter Lang, 2005.

CASTELLS, M.; ARDÈVOL, M. F.; QIU, J. L.; SEY, A. *Comunicación móvil y sociedad*. Barcelona: Ariel e Fundação Telefônica, 2006.

CASTELLS, M. *A Sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. 4ª edição. São Paulo: Paz e Terra, v.1, 1999.

COBO ROMANÍ, C.; PARDO KUKLINSKI, H. *Planeta web 2.0: inteligencia colectiva o medios fast food*. Flacso México, Barcelo/México, 2007. Disponível em: http://www.planetaweb2.net. Acesso em 15/10/2007.

FONSECA, V. P. da S.; SOUZA, P. H. R. de. "O pós-fordismo na produção jornalística". In: *Intexto*, ed. 15, 2006/2. Disponível em: http://www.intexto.ufrgs.br/n15/a-n15a13.htm. Acesso em 18/08/2007.

GOGGIN, G. *Cell phone culture: mobile technology in everyday life*. New York: Routledge, 2006.

GRAHAM, C.; SATCHELL, C.; ROUNCEFIELD, M. "Sharing places, digital content and lived life". 2007. Disponível em: http://www.mediacityproject.com/shared-encounters/papers/1_SharingPlaces.pdf. Acesso em 15/10/2007.

LEMOS, A. "Mídia locativa e territórios informacionais". In: *Carnet de Notes*. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/locativa.pdf. 2007a. Acesso em 10/03/2007.

_____. "Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM)". 2007b. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/DHMCM.pdf. Acesso em 15/09/2007.

_____. “Cibercultura e mobilidade: a era da conexão”. *Revista eletrônica Razón y palabra*, n. 41, outubro-novembro de 2004. Disponível em: http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n41/alemos.html. Acesso em 14/03/2006

MITCHELL, W. J. *ME++: the cyborg self and the network city*. Boston: MIT Press, 2003

PAVLIK, J. V. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.

PELLANDA, E. C. “Weblogs de bolso: análise do impacto da mobilidade no cenário – publicações instantâneas na web”. Revista *Prisma*, n.3, outubro de 2006. Disponível em: http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n3_outubro_de_2006/*weblog*s_de_bolso_analise_do_im.html. Acesso em 15/10/2007.

_____. “Desdobramentos dos ‘olhares’ móveis sobre o terrorismo em Londres: como as vítimas viraram repórteres”. Revista *E-Compós*, Brasília, dezembro de 2005. Disponível em: http://www.compos.com.br/e-compos. Acesso em 15/06/2006.

SALAVERRÍA, R. “El periodismo en la era digital: convergencia multimedia”. In: XXVIII Encuentro Nacional de Facultades de Comunicación Social. Lima, setembro 2007. Disponível em: http://www.apfacom.org/web-encuentro. Acesso em 09/10/2007.

SILVA, F. F. da. “Tecnologias móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao mainstream”. In: V SBPJor (CD-ROM). Aracaju-SE/Brasil, 2007a .

_____. “Uso de dispositivos portáteis na produção da notícia”. In: Jornalistas da Web. Disponível em: http://www.jornalistasdaweb.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=2241. Acesso em 20/08/2007b.

SOUSA E SILVA, A. “Do ciber ao híbrido: tecnologias móveis como interfaces de espaços híbridos”. IN: ARAÚJO, D. C. (Org.). *Imagem (ir) realidade: comunicação e cibermídia*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

Posfácio

Os blogs e seu além

O que dizer, à guisa de posfácio, após o amplo e intenso debate desenvolvido sobre os blogs? De fato, nada sobrou para ser tematizado e tudo que podia se dizer foi dito. É inegável, entretanto, que sempre se quer dizer ainda alguma coisa quando a conversa resvala para os blogs. Eles estão na ordem do dia dos debates sobre mídia e espaço democrático. Para os colunistas e formadores de opinião da mídia proprietária de massas, esse além que se acrescenta ao dito é sempre da ordem de ressaltar a irrelevância da internet como modo de comunicação ou do blog como mídia: ali só se escreve para si próprio ou para o falatório de um murcho grupinho de comunicadores fracassados. Por outro lado, os blogueiros invocam sem cessar os efeitos libertadores de uma blogosfera que estaria gerando um emponderamento do público e revolucionando a comunicação massiva. Pensar para além dessa dicotomia me parece uma tarefa a altura do desafio do pósfácio.

Se a discussão sobre a internet dos anos 1990 envolvia o debate sobre o estatuto das comunidades virtuais – se eram comunidades "por assim dizer" ou reais – e as transformações que o nascente es-

paço das páginas web traziam para essa realidade, a conversa a partir do início do novo século gira em torno dos blogs e do segundo estágio da web: uma rede totalmente democratizada e acessível para os homens comuns publicarem seus conhecimentos e exprimirem sua opinião. Há mesmo quem diga que a web 2.0 é o blog, e que o universo www começou na Internet como "web logs": páginas hipertextuais que remetiam aos sítios e seus conteúdos. Não fosse a emergência das interfaces de redes sociais e uma vaga sensação de engodo que nos acomete, poderíamos nos entregar cegamente a essa interpretação.

Por um lado, chama a atenção que no blog haja certa fusão de elementos fundamentais dos grupos de discussão com características determinantes das páginas web. Os grupos de discussão que vão emergir nos anos 1980, constituindo a rede usenet e a base das comunidades virtuais então nascentes, se organizam em torno da partilha do conhecimento sobre algum tópico ou tema. Essa maneira de se ordenar torna as redes sociais visíveis e duradouras, contribuindo para o seu crescimento e proliferação. Diferentes das instituições ou dos grupos, as redes sociais fazem circular, através de seus canais, notícias, dicas, interesses, no seio de uma comunidade que partilha certas atividades e age coletivamente. O canal de uma rede social é formado pela interação de seus membros. Em termos do conhecimento, uma grande economia se faz quando os problemas da ação coletiva podem ser resolvidos de modo simples e econômico por alguma tecnologia de comunicação. As redes sociais promovem comunidades de atividade ou interesse, em vez dos grupos de opinião da imprensa ou das massas de consumo da mídia irradiada.

Já as páginas web foram construídas a partir da necessidade de se fazer de forma simples, fácil e dinâmica um documento virtual com o material produzido de modo independente e disperso sobre certo assunto. Tim-Berners Lee criou o universo das teias de comunicação para automatizar a confecção de documentos a partir do material es-

palhado na rede. Desse modo, o endereço virtual do sítio atrairia e ordenaria textos, imagens, sons e vídeos disponibilizando um documento organizado informacionalmente. As páginas web fizeram da internet um espaço hipermediatizado, gerando um local concentrador de informações sobre alguém, algo ou algum assunto. Esse espaço foi apropriado pelos participantes das comunidades virtuais, criando os sítios das comunidades ou seus anexos, que disponibilizavam seus diversos materiais.

Há quem considere o sítio *Slashdot* o antepassado dos blogs. Nesse sítio, era proposta alguma discussão sobre tema ligado à tecnologia computacional, conectando alguns documentos com alguma notícia atual para propor o debate. Ele era formado por programadores envolvidos com o movimento ligado ao sistema operacional Linux e à programação com fonte aberta à modificação pelos usuários. Embora o sítio tenha começado como uma ação entre uns poucos amigos participantes do movimento open source, foi tendo sua leitura e participação ampliada e obrigou seus criadores a inventarem modos de possibilitar essa expansão sem sacrificar seu caráter autônomo e informal. Já havia, então, o material aberto para a discussão, o espaço para que se fizessem os comentários, a enquete automatizada capaz de avaliar o valor e o peso das opiniões na comunidade, o grupo dos produtores e opinadores com valor acumulado para se tornarem moderadores temporários dos materiais diariamente propostos, as páginas para que os freqüentadores pudessem dar livre vazão a suas opiniões. Mas o *Slashdot* não é um blog, do mesmo modo que os sítios da *Amazon* ou do *eBay* tampouco o são.

Os blogs vão se tornar a principal maneira de se comunicar na internet logo depois dos sítios e dos grupos de discussão enfrentarem seu colapso comum no seio do processo da radicalização da guerra em rede, a partir do recrudescimento do Zapatismo, por um lado, e dos movimentos globais de resistência iniciados em Seattle, por outro.

Era como se o atentado de 11 de Setembro impetrado pela Al Qaeda revelasse um limite para a primeira internet – vislumbrado nas violentas e intermináveis guerras verbais (*flame wars*), nos palhaços que falam de tudo para aparecer, nos ególatras que acham que sabem mais do que ninguém sobre algo, nos trogloditas (*trolls*) que gostam de ofender e humilhar os participantes das discussões (característicos dos grupos de discussão), ou nas desfigurações (*defacements*) dos sítios por seus antipatizantes, nos ataques de negação de serviço (DDOS) aos sítios tornados alvos, nas derrubadas e seqüestros de redes, computadores e salas de bate papo (*chat rooms*) do universo www – e, ao mesmo tempo, apontasse a necessidade de ultrapassar esse limite com a transformação de suas práticas. Pois, desde o início, a internet permitira aos movimentos e às atividades sociais uma crescente emancipação em face das instituições e das comunidades tradicionais, permitindo que a informal fluidez do movimento social ganhasse força e duração por meio dos processos interativos da comunicação distribuída em rede. Mas os limites dessa expressão seriam apropriados pelas empresas e Estados e voltados violentamente contra esses movimentos a partir do final de 2001.

Desde os anos 1980 que os movimentos de advocacia social e a geração das Organizações Não-Governamentais estavam fortemente condicionados ao uso dos grupos de discussão e da utilização das BBS. E foi a gestão de informação impulsionada por essas redes interativas que fez da comunicação distribuída uma das principais armas na luta contra os governos disciplinares e as megacorporações no período. A eficácia da reunião da ação militar desmanteladora com o controle total da distribuição da comunicação, que mantinha os governos disciplinares no bloco soviético, vai conhecer seu colapso funcional com a entrada em cena da internet na comunicação globalizada. Por outro lado, as guerras de informação dos estados e corporações contra as redes dos movimentos sociais vão esbarrar na dinâmica transversal

dos grupos de discussão, que vão garantir a integridade dessas redes nesse desigual embate.

Nos anos 1990, o poder integrador das páginas web e do universo www trouxeram para a comunicação distribuída a reunião dos diferentes movimentos em ações coletivas, seja para empreender uma luta comum, seja para construir uma atividade comum. A dinâmica da distribuição das informações e dos debates desenvolvidos pelos grupos de discussão se alia à gestão do conhecimento como um bem comum de todos das páginas web e sítios virtuais. A paixão dispersiva das opiniões e ideologias e a paixão concentradora do consumo e dos gostos encontram sua remediação na mídia interativa de comunicação distribuída. Nasce a guerra em rede (*netwar*), que permite aos movimentos sociais enfrentar vantajosamente estados e corporações. O movimento zapatista, nascido em 1994, será o principal exemplo desse poder, e a principal escola de aprendizado para ONGs e movimentos sociais.

Duas novas modalidades de ação emergiam com a guerra em rede. A primeira nasce da reunião dos grupos de discussão com as páginas web, que vão trazer segurança para a comunicação anônima entre parceiros na rede – pois os instrumentos interativos de busca e enquete da comunicação distribuída tornam o anonimato reputável. Na medida em que me mantenho no âmbito da ação empreendida pela rede, sei que posso confiar em meu desconhecido parceiro por meio das informações que a rede me oferece automaticamente a seu respeito, produzidas pelo histórico de sua participação e pelas enquetes feitas com o resultado das interações passadas de outros membros da rede com ele. Esse tipo de informação impulsiona as organizações sem líder (*leaderless*) como forma privilegiada de ordem nas comunidades virtuais. A segunda é a zoação, ou enxameamento (*swarm*), e o movimento de afluência (*swarming*) como táticas de luta. Por meio desse tipo de ação, posso transformar instantaneamente

qualquer lugar em uma praça de guerra. A rede, sobretudo a rede sem fio, permite coordenar a reunião e a dispersão dos participantes anônimos de uma ação distribuídos em pequenos agrupamentos. Como previsto no projeto original da internet, era possível manter a segurança, o anonimato e a integridade da comunicação entre aliados em um processo de luta qualquer. O rosto eternamente encoberto do subcomandante Marcos exprimia essas qualidades na rede zapatista, fazendo dos seus comunicados a voz anônima do coletivo, pois o rosto e a voz de Marcos eram os de qualquer um que pertencesse à rede.

Teria essa primeira web sucumbido ao seu sucesso? Pois foi o sucesso dessa primeira web quem gerou a marcha zapatista de Chiapas à Cidade do México e o Fórum Social Mundial de Gênova em 2001. O atentado de 11 de Setembro põe esse sucesso na contramão, rachando a instável aliança desses movimentos com seus participantes e a opinião pública globalizada. Um exemplo significativo dessa divisão pode ser visto por meio do colapso do tradicional grupo de discussão formado para organizar os congressos hackers da série HOPE, em 2001/2002, sob o impacto dos efeitos do atentado. Até o congresso de 2000, a lista de discussão capitaneada pelo grupo *2600* mantinha uma coesão em suas posições; mas, após o atentado, o grupo rachou e os hackers a favor de cooperar com a guerra e com os EUA contra os fanáticos e comunistas vão se chocar violentamente com os libertários anárquicos e vegetarianos *indies* contrários à guerra e ao governo Bush. A lista naufragou em meio ao ódio, racismo e intolerância generalizados. Para o congresso dos hackers de 2004, um blog substituiu a tradicional lista de discussão, abrigando um fórum de debates. Após o atentado, os grupos foram submersos pela avalanche de palhaços, ególatras e trogloditas e as páginas web sucumbiram aos desfiguradores e invasores. Isso, acrescido aos spams, decreta a morte da web 1.0, abrindo espaço para a nova web e seus filtros eficientes, mineração de dados miraculosa e redes sociais promissoras.

O movimento da web 2.0 começa em 2000 no blog do *Cluetrain Manifest*, em que publicitários, marketeiros e empreendedores pensam a internet como um lugar capaz de revolucionar a publicidade, o marketing e os negócios desgastados com a violência e estupidez da mídia proprietária de massas e seu modelo invasivo e esmagador. A internet devia ser como o blog: uma plataforma em que programas open source tornariam o conhecimento de programação desnecessário e tornariam o usuário um produtor e cooperador das empresas. Na nova web, a publicidade encontraria a nova voz dos grupos da cultura da mídia, que transformariam a publicidade em uma honesta recomendação crítica dos usuários. Os usuários se transformariam em sócios das empresas por meio de sua cooperação interessada na mesma medida em que as empresas reconhecessem seu valor e garantissem sua livre expressão e participação. A cooperação, a colaboração e a livre expressão seriam os instrumentos desta nova web que uniria empresários e usuários por meio da livre comunicação.

Em 2003, essa nova web mostra seu poder político auxiliando os movimentos contra a Guerra do Iraque a promoverem a primeira manifestação internacional descentralizada de massas através do blog *Move On*. Pouco depois, ela mostra sua força novamente, arrecadando através do blog *Dean for America* 40 milhões de dólares em contribuições de 50 e 100 dólares para o candidato à indicação do partido democrata Howard Dean. Independente de serem considerados os espaços de uma personalizada "escrita de si", os blogs guardavam o poder organizador das páginas web reunido ao poder noticiador dos grupos de discussão. E os códigos impulsionados pelos programas de fonte aberta permitiam que novas aplicações fossem inventadas a partir dos fluxos de comunicação de base produzidos pelos usuários. Se, em 2003, o *The New York Times* vai celebrar a opinião pública global como quarto poder por sua manifestação contra a guerra, em 2006, a tradicional revista *Times* vai eleger o anônimo "você" como homem do

ano pela cooperação generalizada promovida por meio da nova web entre usuários e empresas, com o *YouTube* sendo apresentado como principal exemplo.

Uma coisa chama de imediato a atenção: os blogs já nascem com filtros de palhaço, derrubadores de ego, pesquisadores de opinião, controladores de spam e mineradores de dados – todos os antídotos contra as mazelas da primeira web. Um sítio como o *Digg* pode surgir como uma promissora empresa da Nova Economia, tendo todo o seu trabalho realizado pela interação entre os instrumentos de classificação e enquete da interface e a produção dos blogs na web. Um trabalho inteiramente colaborativo, com a cooperação emergindo da conexão dos blogueiros com as ferramentas da interface.

A revolta no *Digg* quando da divulgação da chave criptográfica das mídias de alta definição revelou um estremecimento nessa imagem idílica. Em uma nova versão das antigas revoltas de trabalhadores, os "sócios," que até então trabalhavam graciosamente para o empreendimento bilionário, resolveram pôr de lado a cooperação e partiram para a guerra, forçando a empresa a fazer várias reviravoltas até acomodar a situação. Era como se o espírito da velha web se insurgisse e trouxesse de volta todo o conflito varrido para debaixo do *flash*, com direito a hackers, protestos e revoltas. A web 2.0 sempre fora um modo de exorcizar a revolução democrática despertada em Seattle. Os protestos de então traziam a internet para as ruas, bradando contra o modelo irradiativo da indústria, do comércio, da mídia e dos governos. O atentado de 11 de Setembro autorizou o forte controle dos aeroportos, que bloqueou o *swarming*, enquanto a brutal repressão policial aos protestos e a institucionalização da tortura em Guantánamo fizeram a multidão refluir para a web javanizada.

Mas a nova aliança entre interfaces de redes sociais e blogs começa a ensaiar sua revanche, conduzindo uma revolta de dimensões planetárias que transformaram Obama em presidente dos EUA. A derro-

ta de Hillary para a indicação do Partido Democrata seguida da derrota de McCain mostraram a viabilidade de construir uma candidatura fundada no apoio dos eleitores. A internet já havia garantido a derrota do conluio das elites católicas e da mídia proprietária de massas brasileira nas eleições de 2006. McCain tentou usar a net como mídia de massas comprando o topo do *Google* e do *Digg*, o que não funcionou. Assim como não havia funcionado o conluio dos conservadores e tucanos no Brasil despejando milhares de agentes na web para repetir suas piadas infames contra os adversários, além de orquestrar um uníssono na mídia proprietária de massas afinado com seus interesses. Parece que os velhos métodos de mesmerização e repetição ininterrupta não funcionam tão bem na web. Lá como cá, as poucas vozes dissonantes existentes puderam se fazer ouvir e soaram mais fortes que a dos endinheirados. O capital social parece ter encontrado sua mídia na internet para combater o capital monetário.

Do que os blogs serão capazes, ainda estamos por ver. Este livro ajuda a compreender essa nova mídia investigando as transformações que ela introduz nas mais diversas áreas de atuação.

Sobre os autores

Sobre as organizadoras

Adriana Amaral é doutora em Comunicação Social pela PUCRS (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul), mestre e jornalista pela mesma instituição. Fez Estágio de doutorado em Sociologia da Comunicação no Boston College, Estados Unidos, com bolsa do CNPq (2004-2005), do qual também é Consultora ad hoc. É professora e pesquisadora do Mestrado em Comunicação e Linguagens da UTP (Universidade Tuiuti do Paraná). Autora do livro Visões Perigosas: uma arque-genealogia do cyberpunk (Editora Sulina, 2006), Adriana também é sócia-fundadora e membro do Conselho Científico Deliberativo da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber), além de co-editora da Revista Interin (UTP) e parecerista de diversos periódicos científicos. Seus interesses de pesquisa são: comunicação e cibercultura, imaginário da ficção científica, cultura cyberpunk, plataformas sociais de música online e apropriações e reconfigurações das tecnologias pelas culturas juvenis . Seus temas de pesquisa encontram-se no blog http://palavrasecoisas.blogspot.com. Contato: adriamaral@yahoo.com

Raquel Recuero Raquel Recuero é doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2006), mestre pela mesma instituição (2002) e jornalista pela Universidade Católica de Pelotas (1998). Atualmente, é professora adjunta do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Católica de Pelotas e pesquisadora vinculada ao CNPq, além de vice-coordenadora do Grupo de Trabalho de Cibercultura da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação) e membro da Association of Internet Researchers (AoIR). Seus interesses de pesquisa focam principalmente redes sociais na Internet, comunidades virtuais e jornalismo digital. Mantém o blog Social Media desde 2002, onde comenta as questões relativas a seus interesses de pesquisa (http://www.pontomidia.com.br/raquel). Contato: raquel@pontomidia.com.br.

Sandra Portella Montardo é doutora e mestre em Comunicação Social pela PUCRS (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul) e publicitária pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Fez estágio de Doutorado na Université René Descartes, Paris V, Sorbonne, com bolsa concedida pelo CNPq. É consultora *ad hoc* do CNPq. Faz parte do corpo docente do Mestrado Profissionalizante em Inclusão Social e Acessibilidade do Centro Universitário Feevale e é professora do Curso de Comunicação Social da mesma instituição. Atua também como pesquisadora dos Grupos de Pesquisa Comunicação e Cultura e Informática na Educação, vinculados ao CNPq. É membro do Conselho Científico Deliberativo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber), gestão 2007-2009. Escreve sobre publicidade on-line, marketing digital e análise de redes sociais na web no blog *Tekhnè* (http://www.tekhne.blogspot.com. Contato: sandramontardo@feevale.br.

Sobre os convidados

André Lemos é Ph.D. em Sociologia pela Paris V, Sorbonne (1995), Pós-Doutorado pela University of Alberta e McGill University, Canadá (2007-2008), Professor Associado da Faculdade de Comunicação da UFBa e Pesquisador 1 do CNPq. Autor de vários artigos e livros sobre cibercultura foi membro do júri do prêmio Best of Blogs, da Deutsche Welle, Bonn, Alemanha e é membro do conselho internacional do Prix Ars Electronica para Digital Communities e Board do "Wi. Journal of Mobile Media" e "Canadian Journal of Communication", Canadá. Blogueiro desde 2001, idéias, livros, artigos, projetos, podem ser vistos em http://andrelemos.info.

Henrique Antoun é Professor Associado da ECO – UFRJ (1998), coordenador do Grupo de Trabalho Comunicação e Cibercultura da COMPÓS (2007) – Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – e Secretário Executivo da ABCiber (2007) – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Pesquisador do núcleo principal do PPGCOM da UFRJ (2001), doutor em Comunicação da UFRJ (1993), mestre em Filosofia da PUC-RIO (1989), bacharel em Design da UERJ (1977), tem um pós-doutorado desenvolvido no *McLuhan Program in Culture and Technology* (2006). Desenvolve pesquisa sobre as transformações da mediação social e os problemas do governo democrático na cibercultura, com Bolsa de Produtividade do CNPq (2007), no CIBERIDEA – Núcleo de Pesquisa em Tecnologia, Cultura e Subjetividade.

Sobre os participantes

Adriana Andrade Braga é pós-doutora (PUCRS), doutora em Ciências da Comunicação (Unisinos/RS) e graduada em Psicologia (FUMEC-MG). Atualmente, é professora adjunta no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-RJ, onde desenvolve o projeto de pesquisa Interações Digitais. É autora do livro *Personas Materno-Eletrônicas: uma análise do blog Mothern* (Sulina, 2008), organizadora da coletânea *CMC, Identidades e Género: teoria e método*, (Editora da UBI, Portugal, 2005) e vencedora do Harold Innis Award 2007 (Media Ecology Association/EUA) e do Prêmio Capes de Teses 2007. Contato: adrianabraga1@yahoo.com.br.

Cláudio Penteado é doutor e mestre em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo e especialização em Comunicação Social pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero. Atualmente, é Professor Adjunto da Universidade Federal do ABC. Tem experiência na área de Ciência Política, atuando principalmente nos seguintes temas: mídia e política, marketing político, campanha eleitoral e democracia. Contato: claudiopenteado@bol.com.br.

Fernando Firmino da Silva é doutorando em Comunicação e Cultura Contemporânea na Universidade Federal da Bahia (UFBa). Tem mestrado em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e é jornalista pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Atualmente, é professor titular no Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPB. É pesquisador do Centro Internacional de Estudos e Pesquisa em Cibercultura da FACOM/UFBa, nos Grupos de Pesquisa em Cibercidades e em Jornalismo On-line. Sua tese de doutorado trata do uso das tecnologias móveis digitais, conexões sem fio e da mobilidade no jornalismo. Edita o blog *Jornalismo móvel* (http://jornalismomovel.blogspot.com). Contato: fernando.milanni@globo.com

Helaine Abreu Rosa é doutora em Comunicação Organizacional pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) e mestre em Administração (UFRGS). É bacharel em Comunicação Social/Relações Públicas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Atua como docente de graduação e pós-graduação nas áreas de Comunicação Social e Gestão da Produção no Centro Universitário Feevale, onde também é pesquisadora do Grupo Comunicação e Cultura. Atua como professora convidada do Instituto Brasileiro de Gestão e Negócios (IBGEN), ministrando aulas nos cursos de Pós-Graduação em Comunicação Empresarial e Marketing. Contato: helainerosa@feevale.br.

Jan Schmit possui doutorado em Sociologia pela Bamberg University (Alemanha). Atualmente, é Pesquisador Senior em mídia interativa digital e comunicação política no Instituto Hans-Bredow em Hamburgo. Seus interesses de pesquisa incluem comunicação on-line em geral e a web 2.0 e os softwares sociais em particular. Mais informações podem ser encontradas em seu blog, disponível em http://www.schmidtmitdete.de.

Juliana Escobar é mestre em Tecnologias de Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (2007), com a dissertação *Deu no post: blogs como nova categoria de webjornalismo: um estudo de caso sobre o Blog do Noblat*. É bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal de Juiz de Fora (1999). Atua como Jornalista da Embrapa Informação Tecnológica (SCT) desde maio de 2006. Áreas de interesse: internet, interatividade, democratização da comunicação, webjornalismo, jornalismo participativo e política. Blog: http://julianaescobar.blog.terra.com.br. Contato: ju.lucia@terra.com.br.

Leonardo Feltrin Foletto é aluno do Mestrado em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). É jornalista formado pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Integra o grupo de pesquisa em Jornalismo Digital da UFSM, liderado pela Prof.ª Dra. Luciana Mielniczuk, e o Laboratório de Pesquisa Aplicada em Jornalismo Digital (Lapjor), liderado pelo Prof. Dr. Elias Machado, seu orientador. Pesquisa sobre conceitos e tipologias de weblogs jornalísticos na blogosfera brasileira. É blogueiro desde 2003. Atualmente, mantém os blogs http://subbcultcha.blogspot.com e http://cenabeatnik.blogspot.com, este último focado em jornalismo musical. Contato: leofoletto@hotmail.com.

Marcelo Burgos Pimentel dos Santos é doutorando em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Possui graduação e mestrado em Ciências Sociais pela mesma instituição. Atua como professor no Centro Universitário Monte Serrat (Unimonte), em Santos-SP. Desde 2000, é pesquisador do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política (NEAMP). Já participou de diversas pesquisas e publicou trabalhos em Congressos e Simpósios no Brasil sobre os seguintes temas: processo eleitoral, mídia, ação política, jornalismo impresso e telejornal. Contato: marceloburgos@uol.com.br.

Marcelo Träsel é mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). É jornalista formado pela mesma instituição. Atua como docente da disciplina de Comunicação Digital na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e como consultor em sistemas

de interação e redes sociais. Seu principal tema de pesquisa é a participação do público no jornalismo on-line. Tem publicado artigos sobre fenômenos de interação social mediada por computador em serviços de escrita coletiva e na blogosfera. É um dos administradores da comunidade *Insanus.org* (www.insanus.org), em que edita os blogs *Martelada*, *Garfada*, *Conversas Furtadas* e colabora no blog *Nova Corja*. Contato: marcelo.trasel@pucrs.br.

Maria Clara Aquino é doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), instituição pela qual é mestre. É jornalista graduada pela Universidade Católica de Pelotas (UCPel). Seus temas atuais de pesquisa e de artigos publicados são o hipertexto e a memória na web e suas relações com sistemas baseados, e folksonomia e ferramentas de busca. Escreve no blog *Outro Blog de Pesquisa* (http://www.outroblogdepesquisa.wordpress.com). Contato: mcjobst@uol.com.br.

Octavio Islas é jornalista, professor e diretor do Projeto Internet-Cátedra de Comunicação Estratégica e Cibercultura do Instituto Tecnológico de Monterrey, Campus Estado do México. É membro do Sistema Nacional de Investigadores (SNI), Diretor da Associación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) e coordenador dos conselhos editoriais da Revista Mexicana de Comunicación e Razón y Palabra. Blog: http://espacioblog.com/octavio-islas. Contato: octavio.islas@itesm.mx.

Rafael de Paula Aguiar Araújo é pesquisador do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política (NEAMP) do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUC-SP, e está terminando o doutorado pela mesma instituição. Possui graduação e mestrado em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. É professor da Escola de Sociologia e Política de São Paulo e da Universidade de Mogi das Cruzes, além de trabalhar como consultor. Tem experiência na área de Ciência Política e Sociologia, com ênfase em Teoria Política Moderna e Teoria da Mídia, atuando principalmente nos seguintes temas: política, arte, mídia, comunicação e imagem. Contato: rafa77@uol.com.br.

Rogério Christofoletti é doutor em Ciências da Comunicação (USP), mestre em Lingüistica pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e jornalista pela mesma instituição. É professor e pesquisador da Universidade do Vale do Itajaí (Univali), onde atua na graduação – no curso de Jornalismo – e na Pós-graduação – no mestrado em Educação, do qual é vice-coordenador, além de editor da revista *Contrapontos*. Atualmente, pesquisa em duas frentes: ética jornalística e tecnologias na educação. É autor de dois livros (*O discurso*

da transição, ed. Univali, 2001, e *Monitores de Mídia*, ed. UFSC e Univali, 2003) e co-organizador de outros três títulos, além de duas dezenas de artigos em periódicos do Brasil, Portugal, Peru, Equador e Colômbia. Desde maio de 2005, mantém o blog *Monitorando* (http://monitorando.wordpress.com). Contato: rogerio.christofoletti@uol.com.br.

Rosa Meire Carvalho de Oliveira é jornalista (1986) e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas na UFBa (2002). Atualmente, é doutoranda em Educação, Comunicação e Tecnologias na Faculdade de Educação da UFBA. É autora de uma das primeiras pesquisas acadêmicas sobre blogs no Brasil. Publicou, recentemente, capítulo no livro *Avaliação da aprendizagem em educação online*, organizado pelos professores Marco Silva e Edméa Santos (UERJ), e lançado em 2006 pela Edições Loyola/SP. Participa também de coletânea resultante do V Congresso Internacional de Tecnologias de Informação na Educação (Challenges 2007), organizada pela Universidade do Minho, em Portugal (no prelo). Escreve no blog *Tanebits*, (http://tanebits.zip.net). Contato: rosameire8@uol.com.br.

Sobre o tradutor

Fábio Fernandes é jornalista e tradutor de vários livros, como *A era das máquinas espirituais*, de Ray Kurzweill, e a nova tradução de *Neuromancer*, de William Gibson, lançada em 2008. Fábio é doutor em Comunicação e Semiótica pelo programa da PUCSP, professor e vice-coordenador do curso de Tecnologias e Mídias Digitais da PUC-SP. É autor de *A construção do imaginário cyber: William Gibson criador da cibercultura* (ed. Anhembi Morumbi, 2006) e mantém o blog *Pós-Estranho* (http://www.verbeat.org/blogs/posestranho). Contato: ffernandes1@uol.com.br