

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
MESTRADO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
CONVÊNIO

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE -INSTITUTO DE ARTE E  
COMUNICAÇÃO SOCIAL  
INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA

MORENO ALBUQUERQUE DE BARROS

EMERGÊNCIA E DINÂMICA INFORMACIONAL NA BLOGOSFERA



Niterói  
Rio de Janeiro  
2009

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
MESTRADO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
CONVÊNIO  
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA

MORENO ALBUQUERQUE DE BARROS

EMERGÊNCIA E DINÂMICA INFORMACIONAL NA BLOGOSFERA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação do convênio PPGCI/UFF – IBICT/MCT , como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Ciência da Informação

Orientador: Professor Doutor  
Aldo de Albuquerque Barreto

Niterói  
Rio de Janeiro  
2009

# MORENO ALBUQUERQUE DE BARROS

## EMERGÊNCIA E DINÂMICA INFORMACIONAL NA BLOGOSFERA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) em convênio com a Universidade Federal Fluminense (UFF), para obtenção do grau de Mestre em Ciência da Informação.

Área de Concentração: O conhecimento da informação e a informação para o conhecimento  
Linha de Pesquisa 2: Representação, gestão e tecnologia da informação

### **Data de aprovação:**

### **Banca Examinadora:**

---

Prof. Dr. Aldo de Albuquerque Barreto - Orientador  
Ph.D Information Science, The City University, Londres, Inglaterra

---

Profa. Dra. Rosali Fernandez de Souza  
Ph.D. Information Science, Polytechnic of North London/Council for National Academic Awards (CNAA)

---

Dr. Nilton Bahlis dos Santos  
Doutor em Ciência da Informação – IBICT/UFRJ-Eco

### **Suplente:**

---

Profa. Dra. Lena Vania Ribeiro Pinheiro  
Doutora em Comunicação e Cultura - IBICT/UFRJ-Eco

## **RESUMO**

Esta pesquisa parte da problemática da emergência para promover o entendimento da dinâmica dos blogs como ferramentas de comunicação e compartilhamento dentro da esfera temática da Ciência da Informação. Apresenta os preceitos teóricos da blogosfera e caracteriza a tipologia dos blogs analisados, observando as limitações ou distinções entre os diferentes atores que compõem a esfera temática em Ciência da Informação - acadêmicos, profissionais e discentes.

Palavras-chave: blogs, blogosfera, emergência, tipologia, perfil.

## **ABSTRACT**

This research is based on the problem of emergence, to promote the understanding of the dynamics of blogs as communication and sharing tools in the thematical sphere of Information Science. It presents the theoretical precepts of the blogosphere and characterizes the types of blogs analyzed, observing the limitations or distinctions between the different parties that make up the thematical sphere of Information Science - academics, professionals and students.

Keywords: blogs, blogosphere, emergence, tipology, profile

## LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1: Ciência da Informação e três mundos     | 17 |
| Figura 2 – Estado da blogosfera, 2008             | 34 |
| Gráfico 1 - Cauda Longa                           | 58 |
| Gráfico 2 – Faixa etária                          | 68 |
| Gráfico 3 – Sexo                                  | 69 |
| Gráfico 4 – Cidade                                | 70 |
| Gráfico 5 – Área de formação                      | 71 |
| Gráfico 6 – Grau de instrução                     | 72 |
| Gráfico 7 – Perfil do blogueiro                   | 73 |
| Gráfico 8 – Local de trabalho                     | 74 |
| Gráfico 9 – Início do blog                        | 76 |
| Gráfico 10 – Tipo de blog                         | 77 |
| Gráfico 11 – Tipo de hospedagem                   | 78 |
| Gráfico 12 – Sistema de gerenciamento de conteúdo | 79 |
| Gráfico 13 – Sistema de monetização               | 80 |
| Gráfico 14 – Tipo de conteúdo                     | 81 |
| Gráfico 15 – Direcionamento do blog               | 82 |
| Gráfico 16 – Tipologia dos posts                  | 83 |
| Gráfico 17 – Média de publicação                  | 84 |
| Gráfico 18 – Comentários                          | 85 |
| Gráfico 19 – Razões de blogar                     | 86 |
| Gráfico 20 – Comentários em outros blogs          | 88 |

## LISTA DE TABELAS

|  |    |
|--|----|
| Tabela 1 – Demografia da blogosfera              | 36 |
| Tabela 2 – Faixa etária                          | 68 |
| Tabela 3 – Sexo                                  | 69 |
| Tabela 4 – Cidade                                | 70 |
| Tabela 5 – Área de formação                      | 71 |
| Tabela 6 – Grau de instrução                     | 72 |
| Tabela 7 – Perfil do blogueiro                   | 74 |
| Tabela 8 – Local de trabalho                     | 75 |
| Tabela 9 – Início do blog                        | 76 |
| Tabela 10 – Tipo de blog                         | 77 |
| Tabela 11 – Tipo de hospedagem                   | 78 |
| Tabela 12 – Sistema de gerenciamento de conteúdo | 79 |
| Tabela 13 – Sistema de monetização               | 80 |
| Tabela 14 – Tipo de conteúdo                     | 81 |
| Tabela 15 – Direcionamento do blog               | 82 |
| Tabela 16 – Tipologia dos posts                  | 83 |
| Tabela 17 – Média de publicação                  | 84 |
| Tabela 18 – Comentários                          | 85 |
| Tabela 19 – Razões de blogar                     | 86 |
| Tabela 20 – Comentários em outros blogs          | 87 |

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

IBICT – Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia

HTML – Hypertext Markup Language

RSS – Really Simple Syndication, Rich Site Summary ou RDF Site Summary

URL – Uniform Resource Locator

XML – Extensible Markup Language

## SUMÁRIO

|  |     |
|--|-----|
| RESUMO   | II  |
| ABSTRACT   | III |
| LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS                            | IV  |
| LISTA DE TABELAS                                       | V   |
| LISTA DE ABREVIATURAS                                  | VI  |
| <br>   |     |
| 1. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA                               | 8   |
| <br>   |     |
| 2. OBJETIVOS   | 17  |
| <br>   |     |
| 3. METODOLOGIA E MÉTODOS                               | 22  |
| <br>   |     |
| 4. PRECEITOS TEÓRICOS QUE ORIENTAM A PESQUISA          | 23  |
| <br>   |     |
| <b>4.1 Blogs: história e definição</b>                 | 30  |
| 4.1.1 Características gerais e técnicas                | 37  |
| 4.1.2 Tipologia de blogs                               | 38  |
| 4.1.3 Escrita em blogs, autoridade e comunidade        | 39  |
| 4.1.4 Escrita em blogs comparada à escrita acadêmica   | 44  |
| <b>4.2 Habermas, esfera pública e blogosfera</b>       | 45  |
| <b>4.3 O senso de comunidade</b>                       | 48  |
| <b>4.4 A questão da autoridade</b>                     | 51  |
| 4.4.1 Amadorismo e autoridade                          | 54  |
| 4.5 O valor do blogs                                   | 56  |
| <br>   |     |
| 5. COLETA DE DADOS                                     | 60  |
| <br>   |     |
| <b>5.1 Ferramental</b>                                 | 63  |
| 5.1.1 Questionário                                     | 65  |
| 5.2 Resultados métricos                                | 68  |
| <br>   |     |
| 6. COMPREENDENDO A BLOGOSFERA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO | 90  |
| <br>   |     |
| 6.1 Conteúdo e técnica                                 | 96  |
| <br>   |     |
| 7. REFLEXÕES FINAIS                                    | 102 |
| <br>   |     |
| REFERÊNCIAS  | 106 |
| <br>   |     |
| ANEXOS   | 112 |
| <br>   |     |
| Anexo 1: Questionário                                  | 113 |

## 1. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A pesquisa teórica e empírica potencialmente é capaz de demonstrar a efetividade da utilização da estrutura de links em uma rede informacional *online*<sup>1</sup> e conseqüentemente identificar nichos de uma estrutura mais complexa que podem ser categorizados como esferas comunitárias na *Web*<sup>2</sup>. Entretanto, a análise de estruturas menores dentro dessas esferas *online* ainda representa um desafio, e provavelmente a solução não é particularmente técnica em essência, mas sim sociológica, através de uma análise da dimensão informacional compartilhada que estas estruturas comportam.

É provável que o melhor caminho seja tentar compreender a organização dessas comunidades *online* através de verificação de suas características estruturais, como a similaridade da informação passível de compartilhamento dentro destas comunidades, ou as modalidades de colaboração entre as pessoas que participam destas comunidades.

Explicações sociológicas de comunidades virtuais<sup>3</sup> *online* têm particularmente focado em estudos de usuário e o comportamento dos participantes de comunidades em ambientes eletrônicos<sup>4</sup>. Pouca pesquisa tem sido realizada no que concerne ao exame das estruturas colaborativas eletrônicas, como as fornecidas pela esfera dos blogs<sup>5</sup>, em um nível maior do que o individual, e não focada em eventos particulares (conferências *online*, grupos de discussão específicos), e são ainda inconclusivas ao apontar um fator de causa particular para essa emergência e ocorrência. Ainda são reduzidos os estudos que buscam explicar os fatores que causaram o surgimento e as relações sociais por trás da conectividade eletrônica de um conjunto de pessoas.

O foco particular deste estudo é examinar as características e a dinâmica da esfera dos blogs com temática em Ciência da Informação produzidos no Brasil, através da análise

---

<sup>1</sup> Lévy, 1999. O termo “online” se refere a estar conectado via Internet.

<sup>2</sup> Cooley et al., 1997; Kosala e Blockeel, 2000. Web é o sistema interligado de documentos hipertexto acessado via Internet.

<sup>3</sup> Grupo de pessoas que interagem através de meios de comunicação com base na Internet, como chats, email, listas de discussão, softwares sociais e outros.

<sup>4</sup> Wellman, 1996; Garton et al., 1999; Koku et al., 2000. O ambiente eletrônico comporta as comunidades virtuais interligadas através de redes de computadores.

<sup>5</sup> *Website* que se caracteriza por edição constante e conteúdo apresentado em ordem cronológica inversa.

de um conjunto de atores inseridos em uma esfera informacional comum que é conduzida através da ferramenta dos blogs.

Estes atores aqui apresentados representam três distintos grupos de pessoas dentro de uma taxonomia de indivíduos atuantes na área da Ciência da Informação: a instituição acadêmica, composta por pesquisadores, pensadores e docentes; a instituição liberal – concernente ao corpo profissional - composta por profissionais da informação e áreas correlatas; e a instituição discente, composta por alunos de graduação em Biblioteconomia, Documentação, Ciência e Gestão da Informação e alunos de pós-graduação em Ciência da Informação e áreas correlatas.

Esta pesquisa poderá impor uma restrição a priori sobre a esfera *online*, mas deverá produzir bons resultados em termos de um foco temático e descoberta de recursos de informação específicos.

Blog, termo contrátil de *weblog*, é um *website* que contem breves entradas de informação, chamadas posts, arranjadas em ordem cronológica inversa. Em sua essência, os blogs são aplicações da *Web*, gerenciando uma base de dados de qualquer tipo. Blogs envolvem o uso de ferramentas de gerenciamento do conteúdo, o que torna muito mais simples a inserção de posts, conseqüentemente aumentando o número e frequência de publicações.

Os posts<sup>6</sup> geralmente são itens pequenos com uma variedade de tipos de informação – texto, imagens e sons. Essas entradas de informação ou posts são normalmente consideradas objetos dinâmicos em forma de relatos ou referência, de onde a estrutura do blog irá extrair grande parte de sua extensão.

De acordo com o mais recente levantamento realizado pelo Technorati<sup>7</sup>, a principal máquina de busca de blogs, atualmente existe cerca de 133 milhões de blogs<sup>8</sup> em escala mundial, número 100 vezes maior em comparação aos três anos anteriores.

---

<sup>6</sup> De acordo com o Dicionário Aurélio, postar [De posta2 + -ar2].V. t. d. Bras. Pôr (carta, postal, impresso, etc.) na caixa do correio.

<sup>7</sup> <http://technorati.com>

Podemos definir a blogosfera como a esfera composta por todos os blogs presentes na *Web* ou como grupos de autores comprometidos com um domínio de conhecimento que interagem através de softwares sociais para produzir artefatos de informação que promovem projetos e objetivos compartilhados, e sustentam uma rede social dinâmica.

Atualmente já é possível falar em termos efetivos e semânticos de uma biblioblogosfera, definida por sua própria comunidade como composta por blogs temáticos em Biblioteconomia e Ciência da Informação. Por ora, nos concentraremos na blogosfera como uma estrutura mais complexa que comporta a esfera dos blogs temáticos em Ciência da Informação, objeto deste estudo.

Constata-se a existência de blogs produzidos por três conjuntos de atores atuantes na área da Ciência da Informação. Diversos blogs produzidos por acadêmicos, profissionais e discentes da área da Ciência da Informação e Biblioteconomia já foram catalogados. Tomemos a guisa de exemplo, o “Blog do Emir” (Emir Suaiden, Diretor do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia - IBICT, acessível em <http://blogdoemir.blogspot.com>), o “Blog do Kuramoto” (Hélio Kuramoto, coordenador geral de Projetos Especiais do IBICT- acessível em <http://kuramoto.wordpress.com/>), “Renaland” – Tecnologias aplicadas à Biblioteconomia e Ciência da Informação (professora de Biblioteconomia e Ciência da Informação Renate Landshoff, da FESP/FaBCI – acessível em: <http://renaland.blog.uol.com.br>), representando a gama dos blogs acadêmicos, seja focando em tópicos específicos ou utilizados como ferramentas adicionais à didática; “Digeracy” (Fabiano Caruso, bibliotecário, acessível em <http://www.fabianocaruso.com>) representando os blogs liberais, produzidos e editados por profissionais da Ciência da Informação e área afins; e BSF (Bibliotecários Sem Fronteiras, blog comunitário direcionado aos alunos de Biblioteconomia e Ciência da Informação, acessível em: <http://www.bsf.org.br>), representando os blogs discentes, promovidos e gerenciados pelos estudantes e aprendizes da área.

---

<sup>8</sup> State of the blogosphere 2008. Acessível em: <http://www.technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>. Acesso em setembro, 2008.

Kuramoto (2006), afirma que “O blog é um meio de comunicação muito utilizado e mais dinâmico que um portal”. Dentro da especificidade dos seus propósitos, a idéia inicial de seu blog é :

“disponibilizar para a sociedade informações sobre arquivos abertos e sobre o movimento de acesso livre à informação, divulgando as iniciativas nacionais e internacionais. A expectativa é que o blog estimule a comunidade a criar outras páginas na rede mundial de computadores relacionadas ao assunto acesso livre, além de servir como uma ferramenta de discussão e trocas de idéias. A intenção é também trazer mais colaboradores para o debate acerca dos arquivos abertos... os participantes podem escrever e apresentar sugestões, serve como um fórum de discussão e as contribuições serão sempre bem-vindas” (Kuramoto, 2006)

Os blogs convergem noções anteriormente dicotômicas entre o autor da temática e o autor da tecnologia, como identificadas por Souza e Campos (2003) na produção de hiperdocumentos:

Sem a responsabilidade de ser também autor, o analista de sistema se coloca no espaço de mero “implantador” do hiperdocumento, não interagindo de forma efetiva a possibilitar verdadeira comunicação. Além disso, como ponto fundamental, ambos não percebem que o hiperdocumento inaugura nova perspectiva de autoria e dessa forma ambos são autores desse novo meio textual, pois a forma como os conteúdos são dispostos interfere no próprio dizer, ou seja, interfere no próprio produto final, que é o hiperdocumento.

Esta perspectiva do autor conteudista e do autor da tecnologia de hipertexto é ponto vital para a compreensão dos blogs. A dicotomia é suplantada quando os softwares de blogs acoplados ao serviço de hospedagem criam um sistema altamente efetivo e simples para a atualização regular de *websites*.

Consequentemente, essa flexibilidade de publicação cria uma forma fluida e viva de auto-representação: a *homepage*<sup>9</sup> (como um lugar) se torna o blog (como uma pessoa), capaz de articular uma voz. E quando existe uma multiplicidade de vozes em um espaço, as possibilidades de interação e ação surgem por intermédio das conversações. E onde existe conversação existe compartilhamento de informação.

---

<sup>9</sup> Página principal de um *website*.

Conversação para quê, para quem, sobre o que? A conversação existe? Se sim, como ela se sustenta em um ambiente onde os autores são proprietários e controladores de seu próprio espaço? A linguagem em um blog sustenta a identidade e força de um grupo?

Neste momento, a percepção da natureza das relações virtuais é importante, assim como a densidade da rede, já que diretamente se relaciona ao potencial de comunicação e transmissão e compartilhamento de informação. Percebemos que no caso do blog do Kuramoto, existem expectativa e intencionalidade quanto aos seus propósitos - como apresentado acima, em suas próprias palavras, a idéia inicial do blog. Entretanto, nós enquanto leitores de seu blog, não podemos identificar os fatores reais que o levaram a criar esse blog dentro de uma proposta temática. Apenas Kuramoto é conhecedor das razões que o levaram a blogar. Em outras palavras, que razões são essas? Qual foi o fator de emergência? Qual é a real necessidade de se criar um blog com temática em Ciência da Informação? São questões que esta pesquisa busca responder.

Existe pouco consenso sobre a missão do blogueiro<sup>10</sup> em Ciência da Informação. Eles atuam apenas na replicação e difusão de notícias e histórias ou também refinam notícias e constroem suas próprias histórias? Eles estão defendendo certas causas ou ideologias?

Ao longo da pesquisa, busco mediar esse debate acadêmico, e ao mesmo tempo, obter novas percepções sobre as atividades de um grupo de mais de 40 blogueiros em Ciência da Informação.

Assim, a variedade do compartilhamento de informações apresentada nesta dissertação traz consigo uma problemática essencial: qual a razão de emergência destes blogs com temática em Ciência da Informação?

Esta pesquisa se justifica por diversas razões. Em primeiro lugar, podemos afirmar que o fenômeno dos blogs é especialmente novo e crescente. A possibilidade de

---

<sup>10</sup>Aquele que bloga, o indivíduo por trás do blog, o autor conteudista.

analisar suas propriedades no momento de emergência é uma oportunidade atraente para o estudo proposto.

Um melhor entendimento dos mecanismos pelos quais os blogs afetam ou não a Ciência da Informação forneceria não apenas uma base mais sólida para a pesquisa científica social sobre blogs. Ele ajudaria também a esclarecer alguns debates públicos ainda hoje não resolvidos. Os blogs há muito deixaram de ser meros diários de adolescentes. O que na verdade, nunca foram essencialmente.

Muito além disso, é importante questionar, os blogs são importantes para a Ciência da Informação? Se eles são importantes, eles possuem algum efeito positivo ou negativo na área em que se inserem e à comunidade a qual se voltam?

Dentre as etapas da pesquisa, procuro levantar também questões de definição e o entendimento sobre como os blogs e a blogosfera funcionam. Depois disso, eu procuro focar na pessoa por trás do blog, o blogueiro, especificamente os atores inseridos dentro da área da Ciência da Informação e as suas razões de blogar. Finalmente, reflito sobre como a blogosfera retrata a área da Ciência da Informação.

Existem importantes artigos e debates sobre as implicações da blogosfera, e em menor número, artigos sobre blogs como objeto da Ciência da Informação. O que é necessário são as evidências reais e algumas hipóteses que poderiam esclarecer alguns preconceitos em relação aos blogs e potencialmente, resolver esses problemas, se eles de fato existem.

A pesquisa acadêmica ainda não encontrou uma “fórmula”, ou uma metodologia, para contribuir mais eficientemente para a compreensão da blogosfera - levando em conta a velocidade das transformações das aplicações na Internet, e não somente porque a pesquisa é muito teórica, mas essencialmente porque ela ainda é insipiente.

Os livros populares sobre blogs fornecem poucas conclusões. Em geral estão focados em questões técnicas sobre os sistemas de edição de conteúdo, funcionando como uma espécie de manual para iniciantes. Isso não significa que esses tipos de

análises devam ser automaticamente desconsiderados, mas indica que muitas das asserções são mais preocupadas em observar os fatos exatamente como se apresentam, do que compreender a sua dinâmica e até mesmo transformá-los.

A ausência de um tipo de análise rigorosa afetou consideravelmente os debates públicos em torno da blogosfera, levando a uma ênfase sobre especulações pobremente informadas acerca dos usos e potencialidades dos blogs. Conseqüentemente, apesar do seu crescente poder numérico e de penetração, o poder político e propósitos da blogosfera permanecem fracamente compreendidos.

Uma consequência disso, e no caso desta pesquisa em particular, nós sabemos muito pouco como os blogs afetam a Ciência da Informação, porque simplesmente existe pouca discussão sobre o tópico. É provável que exista na área da Ciência da Informação uma ligeira impressão de que os blogs são relevantes, mas pouco esforço em dizer o porquê, como, quando e pra quem eles são importantes e relevantes.

Neste estudo, eu busco preencher de alguma forma, essa ausência no conhecimento dentro da Ciência da Informação.

Um elemento crucial e que direciona todo o processo investigativo deste estudo, é que eu sou possuidor de uma visão interna sobre a emergência, crescimento, amadurecimento e consolidação dos blogs com temática em Ciência da Informação. Tenho presenciado e participado desde o início da configuração da blogosfera da Ciência da Informação, até os dias de hoje, quando os blogs já enfrentam questionamentos em relação à sua identidade e futuro.

Essa visão de dentro (*inside view*) representa enorme diferença, considerando a possibilidade de extrapolar aqueles debates que somente apresentam a blogosfera descritivamente, sob a ótica de um pesquisador que está a par da dinâmica da rede e das interações sociais, mas que não necessariamente e efetivamente faz parte ou está incluso nelas.

Uma das intenções do estudo é examinar diferentes aspectos da relação entre os blogs e a Ciência da Informação, através de uma análise mais ampla e rigorosa. Para

isso, é imprescindível a aplicação de ferramentas das ciências sociais para estudar a blogosfera.

Já que os blogs são um fenômeno recente, eles são uma boa fonte de estudo para extrair inferências críticas e causais. A riqueza das informações codificadas ali presentes permite que os pesquisadores mapeiem as conversações sobre determinados tópicos no instante em que elas ocorrem, e assim, por exemplo, podem começar a responder importantes questões pré-existentes sobre as circunstâncias, estrutura e forma do discurso e do debate público, e no caso particular desta pesquisa, no discurso da Ciência da Informação.

A discussão na esfera dos blogs com temática em Ciência da Informação se aproxima de uma deliberação democrática? Será que os blogs que versam sobre Ciência da Informação são tão polarizados ou incestuosos que eles apenas mencionam e fazem referência àqueles que concordam com suas argumentações, afirmações, opiniões e exposições? Será que os blogs em Ciência da Informação replicam as distinções entre os atores atuantes na área?

Os debates sobre como a Internet interfere nos estudos da área da Ciência da Informação cresceram enormemente nos últimos anos. A blogosfera é mais uma fonte de dados em qual podemos aprofundar.

Este estudo foca nos blogs que escrevem sobre questões relacionadas à Ciência da Informação. Ele explora os tópicos que interessam os blogueiros, e como estes blogueiros utilizam seus blogs para engajar no debate público e atividade na área de Ciência da Informação. Este estudo também examina sua relação com as mídias tradicionais e a tipologia dos blogs. O estudo investiga a forma como os blogueiros da área de Ciência da Informação no Brasil exercem a ato de blogar.

A temática se revela original, já que ainda não existem no Brasil muitas pesquisas científicas realizadas acerca dos blogs, apesar de o número de publicações sobre estes estar crescendo consideravelmente<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup>Levantamento realizado na máquina de busca para artigos acadêmicos Google Scholar ([www.scholar.google.com](http://www.scholar.google.com)), em junho de 2006, recuperou apenas 316 artigos em língua portuguesa que

Estudiosos de diversas áreas e disciplinas estão escrevendo sobre blogs e a blogosfera, abordando tópicos que variam da análise da conversação (Schittine, 2004) a comunidades virtuais (Recuero e Primo, 2003). É notável que a maioria das pesquisas explore as possibilidades da aplicação dos blogs a certa especificidade, como por exemplo, ferramentas para educação ou sistemas de gestão do conhecimento em empresas. Entretanto, estudos com este foco geralmente baseiam os blogs como um único ambiente, desconsiderando todos os outros tipos de blogs que possuam capacidades diferenciadas.

Herring (2004) mostrou através de um estudo empírico que diversos aspectos apresentados em definições dos blogs ainda assim não representavam o grupo dos blogs por completo, já que existem subculturas com diferentes padrões. Os blogs profissionais utilizam a ferramenta de maneira completamente distinta do que os estudantes fazem, por exemplo.

Consequentemente, considerando a ausência de uma pesquisa sólida sobre blogs dentro da área da Ciência da Informação brasileira<sup>12</sup>, é justificável analisar as experiências do uso de blogs produzidos por representantes da área. E a melhor forma de alcançar isso é a partir de um esboço teórico que observa a esfera que os comporta, a sua razão de emergência, sua tipologia e os padrões de produção e difusão da informação dentro deste veículo.

---

contenham menção à palavra “blog”. O número pula para 9.000 quando pesquisado pelo termo “blog” em artigos acadêmicos em qualquer língua. Em janeiro de 2009, a mesma busca por artigos em língua portuguesa que contenham menção à palavra “blog” recuperou 5650 artigos.

<sup>12</sup> Levantamento realizado no Google Scholar, em junho de 2006, pelo termo “blog”, associado ao termo “Ciência da Informação”, recuperou 15 artigos com menção aos descritores – as 4 primeiras obras de minha autoria. Em janeiro de 2009, após mesma busca, são recuperados 199 artigos com menção aos descritores, grande parte, artigos que não versam especificamente sobre blogs, mas que estão indexados em ferramentas de blog, como o Periódico Encontros Bibli (<http://encontros-bibli-blog.blogspot.com/>)

## 2. OBJETIVOS

Barreto (2007) acredita que a informação tem muitas maneiras de ser enunciada, indicando-a como "estruturas significantes com a competência de gerar conhecimento"; aquilo que, num contexto cultural específico, possui valor denotativo, evocativo, mágico e místico.

O objeto de estudo da Ciência da Informação é um constante construir de princípios e práticas relacionados com a criação da informação como a ação humana de dar existência ao que não existia antes.

Barreto não acredita que seja possível enunciar objetivos com permanência definitiva para a área de Ciência da Informação. Esta é uma área de estudo especial, pois é determinada pela prática e muitas vezes, conceitualmente dependente de tecnologias intensas, com elevado teor de inovação. Seus objetivos são, também, tecnologicamente dependentes e se modificam, se redefinem, envelhecem, são substituídos.

Os objetivos da Ciência da Informação se inscrevem em realidades diferenciadas de três mundos: o mundo da realidade subjetiva, o mundo da realidade dos objetos e o mundo cibernético. Na interpretação de Barreto, o mundo subjetivo dos conteúdos de informação, o mundo dos instrumentos, e o mundo do ciberespaço será cada vez mais tomado pelo mundo cibernético, da informação em rede da *Web 2.0*<sup>13</sup>, da vivência pela não presença nas comunidades com objetivos compartilhados, como na figura 1:

Figura 1 - Ciência da Informação e três mundos



<sup>13</sup>Segunda geração de desenvolvimento Web que busca facilitar a comunicação, assegurar o compartilhamento de informação, interoperabilidade e colaboração na World Wide Web.

Os objetivos da Ciência da Informação se modificam de acordo com a velocidade com que mudam às realidades que o definem; a sua importância relativa, dentro de determinado tempo, está indicada pela prioridade que a sociedade coloca, em sua percepção de valor, da eficácia das diferentes mídias e formatos da informação (BARRETO, 2007).

Para Barreto, é uma constatação atual que o mundo - C - vem encobrendo os demais mundos e definindo o núcleo N na figura acima.

Na contemporaneidade, da *Web 2.0*, a Ciência da Informação é contexto dependente para o estoque, almoxarifagem e disseminação da informação. É, assim, limitada por contextos proprietários de conteúdos, dentro de cada especialização, seja na ambiência de C&T, artes ou outras contemplações contextuais. Os objetivos da Ciência da Informação são, hoje, delineados pelos especialistas de cada comunidade de informação.

O objeto interno da Ciência da Informação, do seu estudo, do ensino e da pesquisa se relaciona, na atualidade, unicamente, à apropriação e compreensão da tecnologia da informação. O que nos permitiria reescrever novos objetivos para a área na era da *Web 2.0* como:

- 1- Registrar, organizar e distribuir, unicamente, a informação de conteúdo delimitado pela tecnologia da informação;
- 2- Conhecer e mediar o processo de produção, distribuição e consumo da informação nas mídias atuais da TI; desde a geração pelo autor, sua inscrição adequada na estrutura oportuna e a distribuição priorizando a apropriação pelo receptor; sua posterior difusão e assimilação gerando inovação para um melhor estágio de desenvolvimento do indivíduo e da sua comunidade de convivência.
- 3- Facilitar a ação de integração social, através das redes eletrônicas, fortalecendo a participação cidadã em comunidades eletrônicas;
- 4- Promover a fluência digital como uma forma de educação para operar novos instrumentos de acesso e interação com a informação;
- 5 - Estimular o desenvolvimento e competência para operar o software e a informação livre;

6- Promover ambientes informacionais abertos nos quais o usuário possa, de maneira consciente e responsável, alterar os estoques de informação gerando nova qualidade informacional para toda a sociedade;

7- Promover a formação o respeito e a integridade dos ambientes colaborativos, dentro das regras firmadas por seus integrantes.

A Ciência da Informação coordenará e induzirá o desenvolvimento de uma infraestrutura de possibilidades democráticas e sem barreiras para se exercer a opinião pessoal. Esta habilidade de enunciar diretamente sobre os conteúdos em rede será a mais importante entre as futuras fontes de informação, através da realimentação, retorno e avaliação da comunidade de cada usuário (BARRETO, 2007).

Tendo essas premissas como base, este estudo tem como objetivo geral analisar as questões acerca da emergência de uma esfera de blogs com temática em Ciência da Informação no Brasil, tendo como consequência um direcionamento: a identificação dos elementos que tenham levado a comunidade da Ciência da Informação a utilizar os blogs como uma ferramenta de compartilhamento de informações dentro de sua área temática.

Como objetivos específicos, podemos discriminar os seguintes:

- Verificar os preceitos teóricos da esfera dos blogs temáticos em Ciência da Informação;
- Caracterizar a tipologia dos blogs analisados, observando as limitações ou distinções entre os diferentes atores que compõem a esfera - acadêmicos, profissionais e discentes – e o tipo de comunicação que se estabelece dentro da blogosfera temática;
- Identificar de que forma os conjuntos de atores atuantes na área da Ciência da Informação fazem uso dos blogs;

- Verificar como se dá a promoção dos blogs como ferramentas de compartilhamento de informações dentro do escopo da Ciência da Informação.

É mister para a Ciência da Informação o estudo de temas emergentes, sem fechar portas para a novidade e a originalidade (Barreto, 2006), verificando que poucas pesquisas nacionais na área contemplaram os blogs como objetos pertencentes a uma dimensão informacional e sua aplicação dentro da área da Ciência da Informação propriamente<sup>14</sup>.

Exploro a idéia de que a extensão da comunidade no mundo virtual e digital deve, em algum modo particular, se relacionar com a estrutura sociológica da comunidade no mundo físico. Os padrões de conectividade e a centralização de algumas instituições dentro da rede eletrônica também devem refletir isso. Essas são questões de pesquisa não cobertas pela literatura existente e onde existem importantes hipóteses teóricas para serem investigadas dentro do escopo da Ciência da Informação.

É por demais conhecida a importância que a comunidade científica e o corpo profissional atribuem à produção, difusão e compartilhamento de informação, e da documentação científica e técnica em uma área do conhecimento. Neste sentido, acredito que o estudo ora proposto pode contribuir para um maior entendimento sobre o fenômeno dos blogs no Brasil, incluindo-se a extensão com que estas ferramentas contribuem para o fluxo de informação no campo da Ciência da Informação.

Sei que é difícil mensurar com precisão o grau de contribuição para a construção do conhecimento na área, porém mais simples, desejo mostrar que os blogs de alguma forma contribuem positivamente para maiores possibilidades de trocas de informação que levam à construção do conhecimento.

---

<sup>14</sup> Vale mencionar o artigo “Weblog como objeto da Ciência da Informação”, de Inara Souza da Silva, publicado em outubro de 2008 no periódico DataGramZero. Um breve levantamento indica a ocorrência de produção na área acerca dos blogs, em outros países: Las bitácoras o weblogs y la lógica del campo informativo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. v. 10, 2004. p.113-128.; Information hub blogs. *Journal of Information Science*, 31 (4) 2005, pp. 297–307.; Blogging For knowledge sharing, management and dissemination. *Business Information Review*. London, Thousand Oaks and New Delhi, vol. 22(4): 269–276.; Conversations in the Blogosphere: An Analysis "From the Bottom Up". *School of Library and Information Science, Indiana University Bloomington*. Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences, 2005.; Information Diffusion Through Blogspace. WWW2004, May 17–22, 2004, New York, New York, USA.; Tracking Information Epidemics in Blogspace. Proceedings of the 2005 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence.

E conseqüentemente, espero desmistificar possíveis entendimentos errôneos acerca do uso e aplicabilidade dos blogs.

Esse universo teórico é uma premissa para a ampliação das direções a serem cobertas dentro do escopo do trabalho. É possível também que o trabalho contribua para levantar novos estudos e discussões sobre a aplicabilidade dos blogs dentro das práticas da Ciência da Informação, seja por parte dos acadêmicos, estudantes ou profissionais da área.

Desejo, igualmente, colaborar para o aperfeiçoamento das metodologias adotadas e melhoria da qualidade dos resultados, considerando especialmente seu emprego na investigação de sistemas baseados na *Web*.

Espero que o esforço possa ser de ampla utilidade para aqueles envolvidos com a produção de blogs, resultando em benefício para os usuários dos mesmos e, conseqüentemente, concorrendo para incrementar o fluxo de informação no campo da Ciência da Informação brasileira, oferecendo-lhe ampla visibilidade graças às possibilidades de difusão que a Internet propicia.

### **3. METODOLOGIA E MÉTODOS**

A presente pesquisa adota uma metodologia multifacetada e é exploratória, experimental e descritiva.

É uma pesquisa exploratória pelas características inovadoras de seu tema e de sua metodologia, proporcionando maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito. Trata de um tema e metodologia relacionados a novos tópicos no desenvolvimento da Ciência da Informação, que são os documentos em formato digital e em estoques de informação eletrônicas.

A pesquisa exploratória mostra-se adequada, pois partimos de uma problemática com a intenção de aprofundar o estudo nos limites de uma realidade específica, buscando antecedentes e maiores conhecimentos para, em seguida, prosseguir com a metodologia experimental e descritiva. Além disso, a identificação de comportamentos de um fenômeno é essencialmente uma atividade de caráter exploratório

A metodologia tem elementos experimentais, pois possui um instrumental de coleta de dados, um universo e um corpus definidos para a pesquisa realizada. As evidências dos dados experimentais a partir da coleta programada para este fim contribuem para determinar as características dos comportamentos analisados e explicar as causas do fenômeno estudado.

E, ainda, uma pesquisa descritiva, pois relata em sua narrativa conceitos novos a partir de enunciados provocados pela pesquisa exploratória e experimental. A pesquisa descritiva tem por objetivo discriminar os atores da rede específica dos blogs com temática em Ciência da Informação, bem como registrar, analisar e correlacionar fenômenos ou fatos, sem interferir no ambiente analisado.

#### 4. PRECEITOS TEÓRICOS QUE ORIENTAM A PESQUISA

Evidencia-se no mundo de hoje uma crise das mídias tradicionais. Como explica Barreto (2008), a linguagem nova e o imediatismo dos meios digitais estão querendo fechar um capítulo na história das inscrições impressas em formato tradicional.

No Brasil esta mudança, ainda não é tão sentida devido à considerável exclusão digital e a condições culturais específicas de se expor o porte da informação como uma condição comprobatória da sua leitura.

Tem sido pensada neste início de século a questão do valor da tecnologia e sua turbulência, quando ajuizada com a possibilidade de uma existência mais simples e com mais felicidade. Barreto questiona qual é o papel da tecnologia da informação neste dilema do ser humano atual. Quanto dela se orienta para alicerçar a razão a felicidade do ser humano na simplicidade dos seus espaços de convivência e quanto para valorizar mercados e um marketing de consumo?

Nesta nova configuração, as práticas com os universos de documentos em formato digital estão institucionalizadas e com um regime próprio e diferenciado. A informação digital, seu volume e as novas ferramentas que trazem estão incidindo diretamente sobre o indivíduo e sua existência (BARRETO,2008).

Fatos e idéias tinham um percurso formal bem definido dentro do regime tradicional estático do sistema de recuperação da informação. No regime estático a esfera privada do pensamento e a esfera pública da apropriação para o saber estavam comportadas e bem definidas.

Barreto reconhece que uma nova e livre configuração para publicitar fatos e idéias se estabeleceu e está mudando a vida no mundo da informação. Em 1999 apareceram na rede Internet os primeiros blogs, uma página da *Web* cujos enunciados são organizados cronologicamente na forma inversa como um diário.

Como argumenta Barreto, estas exposições podem ou não pertencer ao mesmo gênero de escrita, referir-se ao mesmo assunto ou ter sido escritos pela mesma pessoa.

Os blogs hoje representam uma mudança radical na geração e uso da informação pela sociedade. O post (postagem), próprio deste novo meio, tem uma linguagem própria nos seus espaços e é livre para manifestar sua escrita como em um feitiço de conversação instantânea que produz esta nova forma de escrita.

A velocidade do mundo textualiza a velocidade uma escrita nova que é a linguagem digital que vem com um outro traço. Em um texto simples, a postagem tem um vigor dinâmico que materializa a escrita em uma ação de conversação.

Como serão, então, a maioria dos documentos digitais de amanhã? Estamos preparados para lidar com eles usando as rotinas atuais das técnicas tradicionais de regimes de informação estáticos? A coisa toda mudou. Agora nós mesmos nos colocamos frente ao grande arquivo da humanidade e com ferramentas de navegação infinitamente mais completas que os astrolábios. Hoje nós somos a informação. Não se trata de uma desordem que se instalou, mas de uma nova ordem sobre outro regime de informação (BARRETO, 2008).

A postagem tem o seu código reduzido e simplificado o que subverte a estrutura da linguagem. A velocidade do meio de transferência impõe à escrita uma economia de palavras sem uma economia de significados.

As pessoas gostam de ler as postagens porque são enunciados escritos por pessoas e não corporações ou intermediários. Por estranho que pareça, os indivíduos gostam de saber o que os outros indivíduos pensam, e o que tem a dizer, usando uma linguagem comum e simples.

Há algo de positivo nessa simultaneidade, nesse aqui-e- agora, que se impõem como negação do tempo do texto tradicional. É uma a busca da interioridade como em um tempo místico, um tempo de celebração de todos os tempos (BARRETO,2008).

Postar é não escrever um texto excessivamente longo e complexo; é contar algo que faça a diferença para quem está lendo. Na escrita há sempre opções de enunciados para cada colocação de um discurso.

Barreto (2007) argumenta que a informação digital, seu volume atual e as novas ferramentas que trazem, estão incidindo diretamente sobre a área da Ciência da

Informação. As tecnologias de lidar com a informação digital batem a porta das práticas da informação.

Desde o início da década de 1990 as tecnologias da informação estão definitivamente inseridas no contexto dos atos de informação, na Ciência da Informação. As mudanças ocorridas na tecnologia, durante os últimos anos, modificaram os agentes e os métodos associados com o pensar e as práticas da informação. As reflexões sobre as condições de acesso, distribuição e uso da informação foram extensas.

Barreto cita dois exemplos: a Ciência da Informação vem tradicionalmente "organizando a informação" através de universos metodológicos das classificações que remontam aos ensinamentos de Platão no século 400 a.C. Os sistemas de classificação formais como interface ao conhecimento foram desenvolvidos e construídos de cima para baixo.

Surge com a informação digital uma forma de organizar conteúdos homogêneos, agregando conceitos que são atribuídos a cada objeto ou documento pelo seu possuinte, segundo a sua visão de uma melhor recuperação. Assim vai se construindo, colaborativamente, de baixo para cima, *tags clouds*<sup>15</sup> em um novo sistema para armazenar e recuperar a informação, que pode ser "visualizado" e atualizado a cada hora.

Fatos e idéias tinham, também, um percurso formal bem definido dentro de um sistema de geração reunião e processamento para armazenamento e recuperação da informação. Barreto aponta que a esfera privada do pensamento e a esfera pública da apropriação estavam comportadas e bem definidas.

A partir dos meados da década de 1990 apareceram na *web* os primeiros blogs. Hoje são mais de 130 milhões em todo o mundo, e crescem a uma média de 180 mil por dia. Bem mais do que inocentes diários eletrônicos, os blogs hoje representam uma mudança radical na geração e uso da informação pela sociedade.

---

<sup>15</sup> nuvens de etiquetas, palavras-chave.

Podem ser perigosos para quem não entende a velocidade e a força da informação que trazem, e até prova contrária, confiabilidade de conteúdo. Abordam a infinidade dos assuntos, uns blogs podem ser classificados como muito bons, e outros de nada valem, mas como reforça Barreto, possuem uma relação na instantaneidade de fatos do cotidiano e na geração de idéias relacionadas à política, a ciência, tecnologia, artes e, cidadania que pelo seu volume não podem mais ser desprezados pela academia e pela área de informação. Não podem ser ignorados como fonte potencial de informação relevante.

O blog representa uma explosão da esfera pública e modifica a vivência e a convivência na sociedade, que sintonizada pela publicidade da informação forma e se orienta pela sua opinião pública condição fundamental, para que, se efetue a introdução de idéias novas.

Quando falamos de opinião pública, estamos nos referindo à opinião racional, informada e formada de maneira livre e consensual por uma comunidade específica atuando na esfera pública. Esse sincero atuar denota os possíveis atributos de verdade e confiabilidade.

Manuel Castells (1999) entende que os interesses comuns que reúnem as pessoas em comunidades *online* situam-se principalmente em torno de interesses pessoais e/ou profissionais/especializados, mas que, conforme a interação via rede se intensifica e amplia, surge a dimensão de solidariedade nestas relações. Ele chama de *Mass Self Communication* (a intercomunicação individual) os avanços recentes extraordinários na comunicação entre as pessoas. Em pouco tempo, houve uma explosão de novas formas de comunicação. As pessoas desenvolveram seus próprios sistemas tais como o SMS<sup>16</sup>, o Skype<sup>17</sup> e os blogs. O que realmente importa não é tanto a existência de todos esses blogs, mas a ligação que há entre eles, e o que eles condensam e difundem com a totalidade de interfaces comunicacionais.

---

<sup>16</sup> *Short Message Service*, protocolo de comunicação que permite a troca de mensagens de texto entre telefones celulares.

<sup>17</sup> Programa que permite que os usuários realizem chamadas telefônicas através da Internet.

A *Mass Self Communication* constitui certamente uma nova forma de comunicação em massa, porém, produzida, recebida e vivenciada individualmente. Ela foi recuperada pelos movimentos sociais de todo o mundo, mas eles não são os únicos a utilizar essa nova ferramenta de mobilização e organização.

A mídia tradicional tenta acompanhar esse movimento e, fazendo uso de seu poder comercial e midiático passou a se envolver com o maior número possível de blogs. Falta pouco para que, através da *Mass Self Communication*, os movimentos sociais e os indivíduos em rebelião crítica comecem a agir sobre a grande mídia, a controlar as informações, a desmenti-las e até mesmo a produzi-las (Castells, 2006).

No contexto dos Dispositivos de Interação Virtual, Santos (2008), explica que

As novas tecnologias permitem a criação de dispositivos de interação que servem como base para que se desenvolvam novas formas de organização que possibilitam a incorporação e convivência da mais ampla diversidade, assim como a convergência das diferentes dinâmicas particulares e, às vezes, até contraditórias dentro dos movimentos. Neste sentido, as novas tecnologias podem oferecer suporte e instrumentos efetivos para novas formas de organização social. Evidentemente, não será uma organização social hierárquica e centralizada, mas uma organização que ganha a forma de rede e que se apresenta como uma multiplicidade de organizações civis e de comunidades virtuais.

Steven Johnson (2003), em “Emergência: a dinâmica de redes em formigas, cérebros, cidades e softwares”, fala sobre as leis da emergência, onde comunidades, comportamentos, ações surgem a partir da agregação e da repetição de padrões simples, num movimento de auto-organização que ocorre da base para o alto, isto é, que não parte da ação inicial de nenhuma liderança ou inteligência supra-ordenadora. Diz ele:

Formigas criam colônias; cidadãos criam comunidades; um software simples de reconhecimento de padrões aprende como recomendar novos livros. O movimento das regras de nível baixo, para a sofisticação do nível mais alto é o que chamamos de emergência (Johnson, 2003, p. 14).

Johnson explica que a “emergência” é aquilo que ocorre quando o todo é mais inteligente do que a soma de suas partes. É o que acontece quando você possui um sistema composto de partes relativamente simples em termos cerebrais - normalmente existem milhares ou milhões de partes - e elas interagem de maneira relativamente

simples. E ainda, de alguma forma, a partir de toda essa interação, um tipo de estrutura ou inteligência maior emerge, normalmente sem qualquer mestre superior definindo a ordem. Esses tipos de sistemas tendem a se desenvolver e evoluir da base para o topo, o que Johnson denomina uma dinâmica "bottom-up".

Johnson afirma que é necessário existir algum outro elemento que surge para congrega toda a informação e transformá-la em uma estrutura de maior nível que pode na verdade fazer sentido como um todo.

Em termos de redes sociais e da blogosfera, Johnson acredita que existe grande valor nas inovações ocorrendo em menor escala, na base desses sistemas. Há um número suficiente de pessoas interessadas em contribuir, levando-o a crer que a sociedade irá descobrir maneiras interessantes de trabalhar sobre o tremendo volume de dados que está sendo produzido por todas as pessoas na *web*.

Em uma primeira compreensão sobre o conceito de emergência no contexto da blogosfera como um sistema complexo, Johnson acreditou que o que estava emergindo a partir desse sistema era que o ato coletivo de blogar produzia uma forma básica de jornalismo. O que se poderia chamar de jornalismo da base para o topo (*bottom-up*) ou jornalismo entre pares (*jornalismo peer-to-peer*).

Funciona da seguinte maneira: blogueiros individuais, cada um agindo em interesse próprio (os componentes cerebrais simples, de Johnson), publicam pedaços de informação em seus blogs. Então as respostas (referência cruzada) iniciam. Os leitores e outros blogueiros tomam estes pequenos pedaços de informação, retrabalham sobre ele, e então os inserem novamente dentro do sistema na forma de posts de blogs, respostas via email ou comentários em posts individuais de blogs. E o processo segue, continuamente neste ciclo.

No final da linha, em alguns casos, a blogosfera pode ganhar uma história que foi coletivamente editada pelo sistema. Quando esse processo é repetido milhões de vezes ao longo de um período, com centenas de milhares de participantes, então é possível esperar que essas histórias construídas coletivamente apareçam naturalmente.

Ainda assim, é bastante difícil afirmar com certeza, que ao final desse processo, a blogosfera é emergente ou não. O todo é mais inteligente do que a soma de suas partes? Algum tipo de estrutura ou inteligência surge a partir de milhões de pessoas escrevendo em seus computadores pessoais? Provavelmente, precisamos de metodologias mais apuradas para identificar se a blogosfera é de fato um modelo emergente real. Existem muito indícios, mas especialmente por conta do seu volume, difícil de mensurar com exatidão. Entretanto, o sistema da blogosfera exerce um papel importante em abrigar e promover o fluxo, disseminação e refino dessa abundância de informação.

Castells por sua vez, reconhece a dimensão social da

"cultura Internet", onde um dos pilares fundamentais seria a realidade social. Esta realidade social é constituída através de interações que, por sua vez, seriam estabelecidas no espaço das redes. E o espaço das redes é construído enquanto "espaço de fluxos". (1995, pág. 436)

Ele explica que o espaço é sempre um reflexo das práticas da sociedade e que, atualmente, haveria uma nova lógica fundamentando esses processos. Ele afirma que toda a estrutura social contemporânea está estabelecida em torno dos fluxos. Dessa maneira, esses fluxos dariam forma a uma nova configuração espacial, o que ele denomina "espaço de fluxos".

O espaço de fluxos é a organização material das práticas sociais de tempo compartilhado que funcionam por meio de fluxos. (2001, pág. 436)

Wellman (2000, 2001 e 1997) afirma que é possível estudar grupos sociais *online* simplesmente pelas suas redes, padrões de fluxos de informação e relações entre as pessoas. Wellman traz um ponto muito importante em sua proposta de análise dessas redes:

É possível, através de seu método, estudar os laços e relações sociais, sua composição, papéis exercidos pelos membros e categorizar essas redes como grupos sociais simplesmente através do estudo desses fluxos.

Meadows (1999), em seu livro "A Comunicação Científica", ressalta a importância do que já denomina

“comunicação eletrônica”, analisando os processos atuais de comunicação científica nos tópicos “canais eletrônicos”, “as redes eletrônicas e os leitores”, a “edição eletrônica” e a “recuperação eletrônica de informações”.

Em uma esfera (infraestrutura) compreendendo diversas estruturas, as pessoas podem ser divididas de acordo com seus interesses ou identidades. Os delimitadores comuns são raça, etnia, classe, gênero, língua, nacionalidade e religião. Esses são, na terminologia de Dahlgren (2001) “temas públicos”, com as esferas públicas sendo formadas em torno de temas de interesse, exatamente como a esfera pública burguesa de Habermas era um tema público formado em torno de temas de interesse à burguesia europeia naquele momento, essencialmente comércio e política. Dentro dessa estrutura de esfera pública, a blogosfera da Ciência da Informação pode ser vista como um tema público onde a temática é concernente à área da Ciência da Informação.

#### 4.1 Blogs: história e definição

Jon Barger foi o editor do primeiro blog conhecido<sup>18</sup> e concebeu o termo - “*weblog*<sup>19</sup>” - em 1997, definindo-o como uma página da *Web* onde um diarista (da *Web*) relata todas as outras páginas interessantes que encontra. O termo foi alterado por Peter Merholz<sup>20</sup>, que decidiu pronunciar “wee-blog<sup>21</sup>”, que tornou inevitável o encurtamento para o termo definitivo “blog”.

Blood (2004), pioneira no uso de blogs, relatou suas experiências, explicando que em 1999, os blogs eram distintos tanto em forma como conteúdo das publicações periódicas que os precederam (e-zines e journals). Eles eram rudimentares em design e conteúdo, mas aqueles que os produziam achavam que estavam realizando algo interessante e decidiram ir adiante.

Os *blogueiros* referenciavam entradas interessantes em outros blogs, normalmente adicionando suas opiniões. Créditos eram concedidos a um blogueiro individual quando outros reproduziam os links que este havia encontrado. Devido à

---

<sup>18</sup> <http://www.robotwisdow.com>

<sup>19</sup> Em inglês, diário da web

<sup>20</sup> <http://peterme.com>

<sup>21</sup> Em inglês, uma alusão a “nós blogamos”

freqüente interligação entre os blogs existentes na época, os críticos chamaram os *blogueiros* de incestuosos, que por sua vez sabiam que amplificavam as vozes uns dos outros quando criavam links entre si. E assim a comunidade cresceu.

Os *blogueiros* pioneiros trabalharam para se tornar fonte de links, ligações para outros blogs e tópicos de interesse, indicando material de qualidade, aprendendo a escrever concisamente, utilizando os elementos que induziam os leitores a visitar outros *websites*.

O panorama mudou quando, naquele mesmo ano de 1999, diversas empresas lançaram softwares desenvolvidos para automatizar a publicação em blogs. Um destes softwares, chamado Blogger<sup>22</sup>, apresentava enorme facilidade para publicação de conteúdo, e com a sua interface privilegiando a escrita espontânea, foi adotado por centenas de pessoas.

O conhecimento tecnológico para manutenção de uma ferramenta para publicação na *Web* passou a não ser mais um requisito. A estrutura técnica era gerenciada pela empresa, que também oferecia a criação de blogs a custo zero, assim como os valores agregados: um item em um blog possui valor de produção irrisório comparado com o de um artigo veiculado na grande mídia ou em periódicos técnico-científicos.

Essa adoção em massa, e a não utilização dos links de indicações como o elemento central da forma de produzir um blog causou controvérsia na comunidade original *blogueira*. Eles acusavam os blogs gerados pelos novos softwares de serem simplesmente Diários (agendas de vida), e não blogs – pois o que representava os blogs “de verdade” eram os links que indicavam tópicos de interesse e faziam menção a outros blogs.

Alguns achavam que com a seleção criteriosa e justaposição de links, os blogs poderiam se tornar uma importante nova forma de mídia alternativa, agregando informações oriundas de diversas fontes, revelando diferentes pontos de vista e talvez,

---

<sup>22</sup> <http://blogger.com>

influenciar a opinião em larga escala – uma visão chamada “mídia participativa” (Blood, 2004).

Mas a mensagem passou a modelar o meio. No início de 2000, o serviço de gerenciamento de conteúdo Blogger introduziu uma inovação – o *permalink* – que transformaria o perfil dos blogs. Os *permalinks* garantiam a cada publicação em um blog uma localização permanente - uma URL – que poderia ser referenciada. Anteriormente, a recuperação em arquivos de blogs só era garantida através da navegação livre (ou cronológica).

O fator de permanência em links é desejável quando itens do conteúdo são propensos a serem indicados ou citados por uma fonte externa à organização originadora, como por exemplo, um blog que queira mencionar um conteúdo específico em outro blog, fazendo esta menção simplesmente apontando o *permalink* do conteúdo em questão.

Um post, em geral, só permanece na página principal (homepage) de um blog por um período de poucos dias, até que a ordem cronológica inversa o “empurre” para baixo, dando visibilidade para as entradas mais recentes. Visitantes que por ventura tenham se interessado por algum post apresentado na homepage, podem retornar dias depois à página central do blog apenas para descobrir que o item desejado foi substituído por um item novo.

No que concerne à recuperação da informação, publicar *permalinks* é um método empregado por blogueiros para encorajar visitantes a armazenar uma URL específica (o *permalink*), que serve como uma unidade de informação para referência e que contém maior longevidade.

O *permalink* permitia então que os *blogueiros* pudessem referenciar publicações específicas em qualquer blog. Em seguida, hackers<sup>23</sup> criaram programas de comentários aplicáveis aos sistemas de publicação de blogs que ainda não ofereciam tal capacidade.

---

<sup>23</sup> Pessoas capazes de alterar os detalhes de sistemas programáveis e códigos computacionais.

O processo de se comentar em blogs significou uma democratização da publicação, consequentemente reduzindo as barreiras para que leitores se tornassem escritores.

A blogosfera, termo que representa todos os blogs, ou os blogs como uma comunidade ou rede social (Wikipedia, 2007), cresceu em ritmo espantoso. Em 1999 o número de blogs era estimado em menos de cinquenta; no final de 2000, a estimativa era de poucos milhares. Menos de três anos depois, os números saltaram para algo em torno de 2,5 a 4 milhões (Drezner e Farrel, 2004, p.5).

Esse aumento significativo no número de blogs ao longo dos anos, fez com que a grande mídia desse maior importância ao fenômeno: entre 1995 e 1999 apenas onze artigos jornalísticos sobre blogs foram publicados. No ano de 2003, 647 artigos foram publicados (Drezner e Farrel, 2004, p.5).

Provavelmente a maior diferença entre os blogs e a mídia tradicional é que os blogs compõem uma rede baseada em ligações - os links, propriamente. Todos os blogs por definição fazem ligação com outras fontes de informação, e mais intensamente, com outros blogs.

Muitos blogueiros mantêm um “*blogroll*”, uma lista de blogs que eles frequentemente lêem ou admiram, com links diretos para o endereço desses blogs. Os *blogrolls* representam um excelente meio para observar os interesses e preferências do blogueiro dentro da blogosfera; os blogueiros tendem a utilizar seus *blogrolls* para ligar outros blogs que compartilham os mesmos interesses.

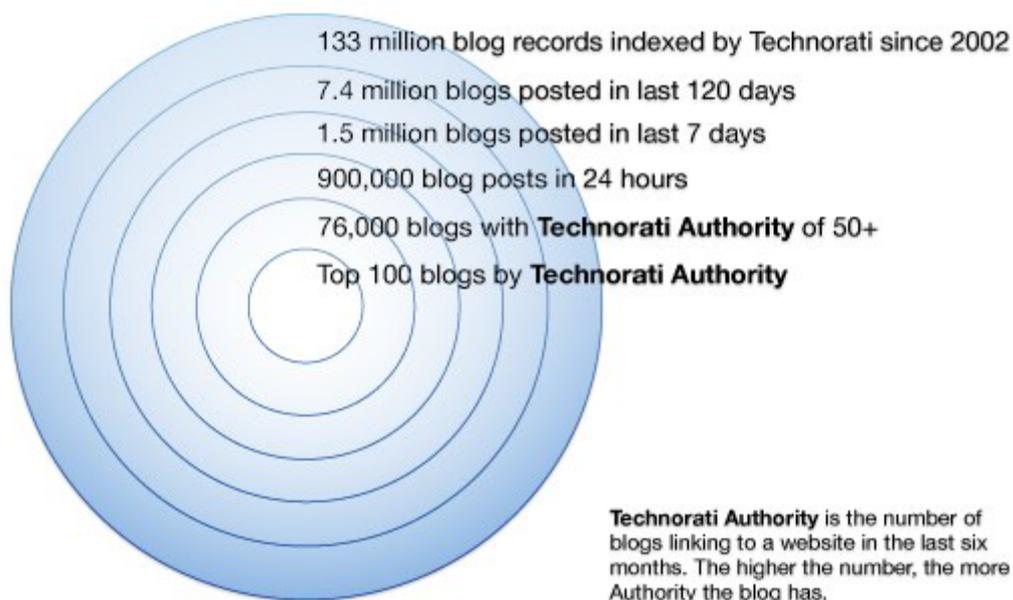
Como percebemos, alguns elementos estão presentes em todos os blogs, o que permitiu a criação de um glossário específico: o autor do blog é chamado de blogueiro; as inserções textuais são chamadas de posts ou entradas; os links que referenciam os posts individualmente são chamados de *permalinks*; e *blogging* entende-se como o ato de blogar, ou prover conteúdo ao blog.

Atualmente existem cerca de 130 milhões de blogs, de acordo com o estudo State of Blogosphere<sup>24</sup>. O estudo revela que a blogosfera aumentou em 100 vezes nos três quatro anos e que atualmente ela segue a tendência de dobrar de tamanho a cada seis meses.

A rede Technorati, especializado em realizar buscas em blogs, disponibiliza anualmente este relatório sobre o estado da blogosfera. O relatório mais recente, 5th annual State of the Blogosphere report<sup>25</sup>, apresenta números que indicam que os blogs já podem ser considerados "*mainstream*". Entretanto, entre os estudiosos de redes sociais, existe uma incerteza em relação ao crescimento dos leitores de blogs, contra o número de pessoas que efetivamente escrevem blogs.

Os números do mais recente relatório do Technorati, publicado em setembro de 2008, podem ser visualizados na figura abaixo:

Figura 2 – Estado da blogosfera, 2008



<sup>24</sup> State of blogosphere, relatório anual. Acessível em: <http://www.sifry.com/stateoftheliveweb/>. Acesso em novembro, 2008.

<sup>25</sup> <http://www.technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>

Em 2004, ano em que o Technorati disponibilizou seu primeiro relatório sobre o estado da blogosfera, a empresa afirmou rastrear cerca de 4 milhões de blog. Este número aumentou para quase 20 milhões no ano seguinte. Em 2007, o número de blogs rastreados e efetivamente indexados já era superior a 70 milhões. No relatório de 2008, o número chegou a 133 milhões de blogs indexados, significando que o a blogosfera praticamente dobrou de tamanho entre os anos de 2007 e 2008.

Um ponto interessante, é que as tentativas e expectativas de blogar (mais de 130 milhões de pessoas) são de alguma forma bastante elevadas, mas o uso efetivo de blog enquanto uma ferramenta de escrita não acompanham esse ritmo. Do total de 133 milhões de blogs indexados pelo Technorati, apenas 1.1% deles, ou 1,5 milhão de blogs foi atualizado nos últimos 7 dias.

Demograficamente, existe um foco considerável na blogosfera anglo-saxônica, como explica Recuero (2008). O Technorati pesquisa 133 milhões de blogs, dos quais apenas 7% - 9,31 milhões - seriam da América Latina. Recuero realizou uma breve pesquisa em sites que oferecem alguma medida do tráfego na Internet, por exemplo, o Alexa<sup>26</sup>, e concluiu que dois sites de hospedagem livres de blogs - o Blogger e o Wordpress - estão entre os 20 sites mais acessados do Brasil<sup>27</sup>. Ainda de acordo com o Alexa ainda, o Brasil teria, sozinho, cerca de 6,5% dos blogs hospedados no sistema Blogger e 4,7% dos blogs hospedados no sistema do Wordpress. Dados do Ibope/NetRatings mais antigos (abril de 2008<sup>28</sup>) apontam para 13% dos 40 milhões de usuários de Internet no Brasil como blogueiros (cerca de 5,2 milhões de usuários). Levando em conta que em países como o México e o Chile essas ferramentas são igualmente importantes (o México e o Brasil são, de acordo com o Alexa, respectivamente responsáveis pela 3ª e pela 4ª posição em tráfego do Blogger).

Recuero acredita ser possível discutir até que ponto a amostra do Technorati é representativa em termos latino-americanos. Ou seja, sabe-se que o relatório possui dados relevantes e importantes com relação à blogosfera anglo-saxônica, mas é preciso

---

<sup>26</sup> <http://www.alexa.com/>

<sup>27</sup> [http://www.alexa.com/site/ds/top\\_sites?cc=BR&ts\\_mode=country&lang=none](http://www.alexa.com/site/ds/top_sites?cc=BR&ts_mode=country&lang=none)

<sup>28</sup> [http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/relativizando\\_o\\_estado\\_da\\_blogosfera.html](http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/relativizando_o_estado_da_blogosfera.html)

relativizar as observações devido a pouca representatividade da América Latina (principalmente por razões lingüísticas) na amostra.

Tabela 1 – Demografia da blogosfera

| <b>Demographics</b>                     | <b>U.S. Bloggers<br/>(N=550)</b> | <b>European Bloggers<br/>(N=350)</b> | <b>Asian Bloggers<br/>(N=173)</b> |
|---|----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Male</b>                             | 57%                              | 73%                                  | 73%                               |
| <b>Age</b>                              |                                  |                                      |                                   |
| <b>18-34 years old</b>                  | 42%                              | 48%                                  | 73%                               |
| <b>35+</b>                              | 58%                              | 52%                                  | 27%                               |
| <b>Single</b>                           | 26%                              | 31%                                  | 57%                               |
| <b>Employed full-time</b>               | 56%                              | 53%                                  | 45%                               |
| <b>Household income &gt;\$75,000</b>    | 51%                              | 34%                                  | 9%                                |
| <b>College graduate</b>                 | 74%                              | 67%                                  | 69%                               |
| <b>Average blogging tenure (months)</b> | 35                               | 33                                   | 30                                |
| <b>Median Annual Investment</b>         | \$80                             | \$15                                 | \$30                              |
| <b>Median Annual Revenue</b>            | \$200                            | \$200                                | \$120                             |
| <b>% Blogs with advertising</b>         | 52%                              | 50%                                  | 60%                               |
| <b>Average Monthly Unique Visitors</b>  | 18,000                           | 24,000                               | 26,000                            |

De qualquer forma, ainda tomando como medida a ênfase anglo-saxônica, o estereótipo do blogueiro típico americano, apenas 56% informaram possuir um emprego em tempo integral; 74% são estudantes universitários e 51% possuem uma renda familiar anual em torno de \$75.000. O número médio de visitantes únicos mensais reportados pelos blogueiros que participaram do levantamento anual do Technorati é de 18.000. Isto é, 600 visitantes por dia. Pode-se considerar que ter os seus pensamentos, idéias, opiniões e discursos lidos por 600 pessoas todos os dias é bastante surpreendente para a maioria das pessoas, mas equiparando estes dados com os dados de circulação e penetração da grande mídia, eles são consideravelmente menores. Especialmente se existe apenas 1,5 milhão de pessoas lendo esses blogs.

O relatório apresentado em 2008 indica que existe uma média de 900.000 blogs criados a cada 24 horas. No relatório de 2007, esse número era 1,5 milhão e em 2006, 1,3 milhão. O Technorati sugere que a redução no número se deve a uma indexação mais efetiva por parte de seus sistemas e o corte no alto número de blogs *spams* que eram adicionados ao índice. É provável que a blogosfera já tenha atingido o seu nível máximo de expansão, e agora adentra uma fase de estabilização.

De qualquer modo, essa aparente estabilização da blogosfera não reduz a sua contribuição para a dinâmica da Internet. Ainda que possa existir um argumento de que os blogs não são ainda "*mainstream*", ou que jamais serão, é importante apreciar a oportunidade de olhar para essa força cultural em uma ótica quantitativa. Nesse sentido, o relatório *State of the Blogosphere* oferecido pelo Technorati deve ser valorizado.

Visitar e ler blogs tem se tornado cada dia mais comum e "*mainstream*", e a linha que anteriormente separava blogs de *websites*, ou blogs de sites de notícias, está cada vez mais invisível. Escrever posts extensos, mesmo que apenas uma vez por semana, pode ser uma tarefa árdua.

Um dado apresentado no relatório, e que é de suma importância para os propósitos dessa pesquisa, é que a maioria dos blogueiros (79%) escreve sobre seus interesses pessoais. Porém, mais da metade de todos os blogueiros também escrevem sobre negócios e suas atividades profissionais. Enquanto apenas 12% se identificam como blogueiros corporativos, um total de 46% se considera blogueiros profissionais, significando que eles escrevem sobre suas atividades de trabalho, sua indústria e o mercado em que se inserem, mas não em um senso oficial, institucional.

#### **4.1.1 Características gerais e técnicas**

De acordo com Winer (2003), os blogs apresentam as seguintes características:

- Personalização - são desenvolvidos para serem utilizados por uma única pessoa, expressando personalidade individual (também podendo ser utilizados para colaboração entre diversas pessoas);
- Baseados na *Web* - podem ser frequentemente atualizados, são fáceis de manter e acessíveis em qualquer computador com conexão à Internet;
- Automatizados - as ferramentas de publicação para blogs auxiliam o autor a apresentar suas palavras de forma atrativa, e até distribuí-las;

- Criam comunidades - os blogs podem fazer ligações entre si, permitindo a troca de idéias e estimulando a geração e compartilhamento do conhecimento.

Ito (2004, p.7) indica que apesar de tecnicamente similares, os blogs diferem das páginas *Web* tradicionais em alguns aspectos. Blogs envolvem o uso de ferramentas de gerenciamento do conteúdo, o que torna muito mais simples a inserção de entradas, que em consequência aumenta o número e frequência de publicações.

#### 4.1.2 Tipologia de blogs

Blood (2000), pioneira no movimento dos blogs, catalogou alguns tipos dos blogs existentes na época de sua explosão, em meados de 1999, indicando que o modelo clássico então era o filtro, um tipo de blog que seleciona conteúdo da *Web* por meio de critérios – normalmente de interesse do autor do blog. O blog filtro é em essência uma coleção de links que aponta para outros *websites* e páginas, geralmente acompanhada de uma breve descrição acerca do conteúdo indicado e a razão de ser interessante.

Em contraposição, existe o blog com modelo de diário, geralmente atualizado diversas vezes ao longo de um dia, coletando os registros dos pensamentos do autor, como por exemplo, algo que ocorreu no caminho ao trabalho, notícias sobre o final de semana ou uma breve reflexão sobre um determinado assunto ou problema estritamente relacionado ao autor do blog.

Knauss (2006) argumenta sobre a existência de dois tipos de blogs. O primeiro, os blogs referenciais, são aqueles onde o autor utiliza o link como a sua unidade fundamental de circulação, construindo posts em torno de idéias e experiências geradas em outros locais: “veja isso”. Blogueiros referenciais reportam, distribuindo indicações e pedaços de informação, pensamentos ou entretenimento acontecendo dentro da *Web*. Eles podem - e fazem – adicionar sua própria informação, pensamento ou entretenimento aos links que revelam (extrapolações, justaposições, ensaios longos e pessoais), mas a direção transparente de seu foco permanece como sua característica distinta. O segundo tipo é referente aos blogs experienciais, onde o autor é direcionado por suas próprias

introspecções, criando entradas a partir de experiências e opiniões pessoais: “que tal isso?”. Eles são contadores de histórias (ou efemeridades), produzindo o que quer que eles tenham a oferecer dentro de suas perspectivas. Eles podem – e fazem – adicionar links para informação explicativa ou de suporte, e até fontes externas únicas e desconhecidas. Mas sua motivação, seu ímpeto, surge de um desejo de fornecer narrativa, e não referenciá-la. E entre os dois tipos, não há como apontar um melhor que outro. Kottke (2006) defende a idéia de que a evolução natural dos blogueiros é do *blogging* para edição, não para a escrita.

Kottke faz ainda uma interpretação dos blogs baseado em duas classificações: blogs impressionistas e blogs realistas. Os blogs realistas são auto-explicativos, auto-suficientes e são entidades evidentes. Os blogs impressionistas servem como um complemento ao todo, similar aos pontos que compõem uma tela de Georfes-Pierre Seurat, que não são individualmente tão interessantes, até que se tomem alguns passos atrás, distantes da pintura, para enxergar a arte por completo.

A blogosfera é dominada por blogs não-impressionistas e pelo tipo de conteúdo que eles produzem. E para quem valoriza o impressionismo, esta interpretação da blogosfera pode ser ruim.

#### **4.1.3 Escrita íntima em blogs**

Os blogs são escritos continuamente e publicados sem revisão. Algumas vezes os blogueiros revisam os posts posteriormente e decidem republicá-los. Outros blogueiros tornam um princípio a limitação da revisão, preferindo a “imediatez” da primeira expressão de um pensamento. A publicação instantânea encoraja a escrita espontânea mais do que um pensamento cauteloso sobre os argumentos. Essa permissão para a escrita espontânea liberta os autores da expectativa de que a sua escrita precisa ser perfeita e precisa.

O ato de blogar pode ser um excelente método para alguém desenvolver e manter uma voz clara e confiante, e a habilidade de formular e ser fiel às suas próprias opiniões.

Theodore Nelson o sociólogo americano, criador do hipertexto, faz críticas a interface *Web* da Internet, dizendo que

"tudo hoje é muito copiado; as pessoas falam em blogs, wikis, redes sociais on-line. Não são idéias originais, são coisas de que já se falava nos anos 60. Publicar um diário é a coisa mais velha do mundo, o *blog* é um diário que rola mais para baixo." (2007)

Barreto (2008b) acredita que a procura de uma audiência que faz a grande diferença. O diário é uma narrativa de privacidade íntima e o blog enuncia uma vivência que se quer consentida na convivência, com visibilidade.

Uma grande parte do que fazemos, falamos e escrevemos em rede é feito para convencer, agradar ou para deixar registro para nossas testemunhas. Nossa vida ativa acontece em uma ditadura testemunhal, que nos impomos e aceitamos no viver atual.

Nossa atuação nas diversas esferas da vida se relaciona a esta querência de convencer e não decepcionar as testemunhas, um marco que confirma e valida nosso atuar.

Cada um de nós tem várias e diferentes testemunhas: na família, os amigos, na profissão, com seus alunos, seus leitores ou pares nas diversas comunidades de convivência. Na rede são nossas testemunhas que nos destacam no meio da multidão.

Barreto acredita que as nossas trocas de informação se modificam de acordo com a "qualidade" destes espectadores privilegiados que irão, por opção nossa, julgar e aceitar nosso feito, dito ou escrito e transferir esta apreciação ao longo do tempo. Daí, talvez, a grande sedução do desejo da escrita em blogs, onde podemos relatar nossas façanhas para uma maior memória, pois escrever é mostrar-se e dar-se a ver para a apreciação dos outros.

A escrita cria um passado ao qual podemos sempre recorrer ou regressar para uma acolhida de prova ou de nova representação. A escrita cria uma memória iluminada no presente.

A informação não existe sem as testemunhas e toda a memória depende delas. Os estoques de memória existem, enquanto existirem as testemunhas ou as testemunhas das testemunhas do que lá se encontra.

Existe um apanhado bastante complexo de coisas pertencentes à esfera pública e à esfera privada. De um lado, as histórias individuais, valores, posições e escritas que são resultantes de experiências particulares, e de outro lado, como essas coisas se inserem no mundo social onde as pessoas debatem e tomam decisões sobre determinados temas. Não existe um blogueiro privado, já que a partir do momento que expõe as palavras e as publica, o autor entra no mundo público. O que existe é uma responsabilidade privada, e isso é o que concede valor ao que é dito e escrito (Barreto, 2008b).

A construção e articulação do indivíduo permanecem como a característica mais distinta do ato de blogar. Ao passo que os blogs impessoais crescem superando os blogs íntimos, a dinâmica central dos blogs recai sobre temas pertencentes à experiência do blogueiro em observar, analisar e reagir ao mundo e a blogosfera, e então articulá-la para a esfera pública. E assim, a experiência pode ser discutida, compartilhada.

A diferença entre a prática da escrita pública agora, comparada com anos passados, é como a Internet é capaz de amplificar a voz de um indivíduo. Barreto explica que, por causa da neutralidade da rede, a visibilidade de uma pessoa é potencialmente tão ou mais abrangente do que indivíduos pertencentes a núcleos acadêmicos ou membros da mídia dominantes. O blog se torna um veículo, um meio de massa. A habilidade de falar diretamente e imediatamente com o público com base na experiência de alguém, e a possibilidade que as experiências de uma só pessoa possam afetar o debate público, é o principal ponto de ruptura da escrita íntima na Internet.

Os blogs oferecem uma oportunidade de se pensar adiante sobre a importante natureza pessoal na prática intelectual pública. Os blogueiros apresentam as contradições em torno do pessoal, seus atos e sua construção, e como isso se projeta na performance pública intelectual.

Enquanto que os blogs pessoais podem ser cheios de inserções que só o autor ou leitores íntimos são capazes de compreender, os posts em geral precisam ser formulados de maneira clara, se a intenção é a que sejam lidos por outras pessoas. A escrita em blogs é um confronto entre os argumentos e opiniões de um autor, e a maneira como eles são refletidos nas palavras dos outros. As discussões são muito mais abertas e mais

permanentes do que discussões em um seminário ou conferência. O blog é um arquivo permanente (desde que o autor preserve seus arquivos e o servidor permaneça *online*) e passível de pesquisa. O que é publicado em um blog pode ser citado e discutido em qualquer ambiente.

Os blogs revertem um sistema de geração de autoridade e conseqüentemente credibilidade no sentido de que um modelo de transmissão de informação e comunicação partindo de um só fornecedor para muitos receptores, já não é compatível com as demandas dos receptores de hoje. Assim, as pessoas com maior sensibilidade para as transformações dentro desse modelo de transmissão da informação decidiram fazer uso pessoal de ferramentas que o jornalismo e o sistema editorial acadêmico utilizam em maior escala há anos.

As entradas nos blogs possuem uma similaridade baseada na autoridade comum, não em conteúdo comum. Em outras palavras, o autor do conteúdo é aquele que controla a publicação, e o sentimento de autoridade faz parte da experiência de blogar.

Os blogueiros escrevem sobre uma variedade de tópicos e categorizam seu conteúdo como querem, em contraste com uma lista de discussão, onde o desvio dentro de um tópico predefinido normalmente desagrada e pode resultar em censura. Os blogueiros, ainda, possuem controle sobre a estrutura dos posts individuais.

Um problema com os blogs é que apesar de suas características interativas, eles se apresentam ao público como uma coleção de textos fixos, estáticos; mesmo que os usuários sejam livres para adicionar comentários, eles não são autorizados a modificar os posts do autor. Essa é uma razão de algumas pessoas defenderem as listas de discussões e wikis em contraposição aos blogs.

Porém, ainda que as listas de discussões preencham função similar aos blogs, possibilitando um grande número de pessoas a participarem de um fórum informal, uma única pessoa ou um pequeno grupo pode produzir um blog, o que dá a eles uma capacidade de estruturação mais individual, e geralmente mais personalizada do que as listas de discussão. Com a possibilidade de se comentar em histórias construídas no blog, o emaranhado de comentários estará sempre disponível aos leitores, e o leitor poderá

escolher um assunto de interesse específico, não sendo necessário ter de percorrer todo o conteúdo da lista e “deletar” e-mails indesejados.

Devemos ressaltar que na maior parte dos casos, a cultura da blogosfera é focada em interações da comunidade local entre um pequeno número de blogueiros. Membros da comunidade informal podem apontar aos blogs de outros em um *blogroll*. Kumar (2002) explica que geralmente, essa seqüência de respostas ocorre durante uma explosão de alta atividade quando um tópico interessante surge, torna-se notório, e então retrocede.

Dentro de uma comunidade de blogueiros interagindo, um tópico qualquer pode se tornar o sujeito de intenso debate por um período de tempo e então ser reduzido. Estas explosões de atividade são classificadas através da quantificação de troca de links entre os blogs envolvidos, dentro de um intervalo de tempo.

No lado positivo, os blogs facilitam a rápida transmissão de informação, já que as pessoas podem facilmente publicar comentários e alertas em tempo real. O lado negativo é que os blogs também facilitam a rápida transmissão de “má informação”, ou informação proveniente de fontes não confiáveis. O fato de que qualquer pessoa pode criar um blog levanta as mesmas questões que especialistas têm se preocupado por longos anos, particularmente com respeito à informação científica na *Web*, a autoridade sobre a informação. Alguns blogueiros, mesmo com credibilidade, relutam em revelar suas identidades, particularmente se os seus pontos de vista *online* podem afetar suas vidas “reais”. Isso reforça o fato de que é responsabilidade maior do leitor separar opiniões de fatos e fatos de opiniões.

De qualquer forma, esta discussão nem estaria acontecendo se não houvesse a preocupação efetiva com o que é publicado nos blogs. O que ocorre é que existe uma comunidade gigantesca capaz de “fiscalizar” o conteúdo. Uma má informação publicada em blog, que ganha notoriedade, é passível de ser contestada pela comunidade, que poderá contar com especialistas sobre o tópico abordado. Uma má informação então pode passar por avaliação dos leitores e ser descartada e o seu autor ser considerado uma fraude.

Os (considerados) melhores blogs normalmente oferecem um prisma pessoal que combina referências para fontes de informação confiáveis com uma escrita subjetiva,

pessoal. Os blogs representam a publicação pessoal, enquanto as pessoas compartilham assuntos de interesses diversos. O fator de serendipidade<sup>29</sup> exerce grande papel, já que os blogs desvendam o desconhecido, o bizarro, a novidade, que poderiam permanecer escondidos. Quanto mais pessoas passam a participar da blogosfera, maior será a confiabilidade nos blogs para a construção de um universo de transmissão informacional.

#### **4.1.4 Escrita em blogs comparada à escrita acadêmica**

Considerando suas características democráticas, os blogs enfrentam as noções tradicionais de autoridade e os critérios de legitimidade acadêmica, e enfatizam um aspecto progressivo na escrita que na maior parte das vezes é ignorado pela imprensa comercial e acadêmica: ao invés de comunicar o texto como um produto de um longo e denso debate racional-crítico, o texto típico de blog meramente representa o produto de um pensamento gerado espontaneamente.

A Pesquisa deve estar supostamente relacionada com tópicos atuais, e que de preferência, levem aos resultados que poderão gerar novas aspirações dentro do maior grupo de especialistas possível.

Mas a fórmula da escrita acadêmica nem sempre é capaz de alcançar audiência diferente do que os próprios acadêmicos. Isto porque as formas tradicionais e “ritualizadas” tendem a limitar a leitura para aqueles que são rigorosamente treinados para ler certo estilo de escrita. Uma característica singular da escrita acadêmica é a prática rigorosa e formal da citação. Em sua superfície, os blogs parecem populares, no sentido de que as referências são aleatórias e variam de links para descrições escritas, a menções casuais das fontes. Na verdade eles freqüentemente referem tão explicitamente quanto os textos acadêmicos, apesar de mais simples, como por exemplo, um link direto para uma página de um livro disponível na Internet.

Os blogs são escritos de forma que compartilhem experiências em vez de apenas apresentá-las, e para isso os leitores precisam ser capazes de encontrar livros, música ou

---

<sup>29</sup> acaso feliz, aleatoriedade

*websites* mencionados. Enquanto que a escrita tradicional é estruturada pelas regras da argumentação, o blog é estruturado pelo tempo e impulsos do dia, documentando e não apenas estruturando o rastro do pensamento. Os blogs preferem focar em conexões e breves conjuntos dos pensamentos. Os links são então vitais para esse gênero. Se tirarmos os links dos blogs, nós teremos um diário virtual simplesmente, uma forma muito mais introspectiva e privada de escrita.

Mortensen e Walker (2004, p. 17) argumentam que essa noção das interligações (hipertexto) faz com que um blogueiro possa ser visto como a versão moderna dos rastreadores de Vannevar Bush: uma pessoa que liga dois documentos, anteriormente separados, criando um rastro ou caminho através deles para que outras pessoas sejam capazes de seguir.

Algumas dessas pessoas rastreadoras sentem prazer com a tarefa de estabelecer rastros úteis em uma enorme massa de registros. Essa tarefa de conectar informação que já está disponível é, também, parte do trabalho de pesquisa. Para pesquisadores que estudam os fenômenos *online*, o blog é perfeitamente aplicável para esse trabalho de conectar descobertas dispersas, ao mesmo tempo permitindo que essa informação seja compartilhada, promovendo discussões em torno de um assunto.

## 4. 2 Habermas, esfera pública e blogosfera

O termo blogosfera foi concebido por Brad L. Graham, em 1999, e posteriormente redefinido por William Quick, em 2001, referenciando blogs políticos e warblogs<sup>30</sup> (Wikipedia, 2007), enquanto que Steven Levy alertou sobre uma blog-esfera em um artigo da revista Newsweek de 2002, como um universo alternativo criado pela junção de centenas de milhares de blogs. Quick (2001) sugeriu chamar o cyberspaço intelectual que os blogueiros ocupam como “blogosfera”, tendo a expressão grega *logos* como uma referência à participação em argumentos racionais, como proposto pelos sofistas. Um *website* técnico direcionado para profissionais da *Web* definia a blogosfera como “um

---

<sup>30</sup> Blog devotado a cobrir notícias acerca de uma guerra corrente.

termo que alguns autores utilizam para descrever o jornalismo interativo tornado possível pelos participantes em blogs”. (Roth, 2004)

O termo “esfera” tem sido utilizado há muito tempo no discurso do dia-dia para representar o mundo em qual existe os relacionamentos de um indivíduo. Quando acadêmicos da Comunicação, da Ciência da Informação e outras áreas se deparam com o termo esfera, eles tendem a pensar em Jürgen Habermas e o impacto da opinião pública, ou a esfera pública.

Para Habermas, a esfera pública (burguesa) é a esfera das pessoas privadas reunidas em um público; um domínio da vida social em que a opinião pública pode ser formada (1984, p.42). Esse domínio é acessível a todas as pessoas. Ele percebe como a burguesia vivendo dentro dos regimes absolutistas no final do Séc. XVIII compõe uma arena discursiva de grupos civis exigindo liberdade de expressão, constitucionalismo e outros direitos democráticos.

De acordo com a sua teoria, a liberalização do mercado, desde a Idade Média, fez crescer a “sociedade civil”, um processo enriquecido pelo fortalecimento de fóruns agregando indivíduos, como as casas de café (coffee houses) e salões literários, onde eles engajavam em assuntos além daqueles sancionados por padrões econômicos, tutores religiosos e líderes de Estado.

Apesar de nem todas as classes sociais estarem representadas – o termo no senso de esfera “pública” jamais representou um grupo igualitário - apenas nesse momento na história a esfera privada se emancipou dos domínios da autoridade pública em uma extensão que a esfera política pública poderia alcançar seu completo desenvolvimento.

De acordo com Habermas, a burguesia aprendeu a arte do debate crítico-racional em associação com os aristocratas, que se misturavam com os burgueses (1984, p.46-52), artistas e intelectuais nos salões (França), *coffee houses* (Inglaterra), e as sociedades de tábola (Alemanha).

As discussões promovidas entre os burgueses e as opiniões que eles produziam se espalhavam ao público através da imprensa, e permitia que o público afetasse o processo de tomada de decisão, mesmo que no final a decisão coubesse às “autoridades”.

Habermas estabelece três critérios presentes nestes ambientes críticos: primeiro, os ambientes preservaram um tipo de relacionamento social que, longe de pressupor a igualdade do status, desconsiderava o status por completo. (1984, p.51) Segundo, as discussões ocorrendo nesses ambientes eram responsáveis pelo debate de problemas jamais discutidos anteriormente. (1984, p.52) Terceiro, a percepção do princípio do público como sendo inclusivo e não exclusivo.

O que realmente revolucionou foi a capacidade das pessoas se engajarem no debate independente de suas posições, ocorrer uma emancipação na participação e no potencial para mobilização.

A esfera pública (no Séc. XVIII) entra em colapso quando os ambientes de discurso público que Habermas argumentava (em 1962) ser tão essencial para a formação de uma esfera pública crítica falham com a diminuição do papel da comunidade e dos indivíduos, como consequência da expansão do “comercialismo” e da mídia de massas.

Em um dos primeiros estudos sobre blogs, Mortensen e Walker (2002) consideraram a Internet, onde os indivíduos são capazes de publicar suas vidas para o mundo ver, como um renascimento da esfera pública de Habermas.

Dahlberg (2001) percebe que “a Internet facilita o discurso que tem como referência a estrutura básica do debate racional-crítico, e que em várias maneiras se aproxima aos requisitos da esfera pública”.

Lee Salter escreve que a Internet é um meio que promove a racionalidade comunicativa, ou o ideal Habermasiano de que, comunicando com um outro indivíduo, o argumento levantado “prevalece ou falha de acordo com o poder do melhor argumento” (Salter, 2003, p.121).

Na esfera pública, o passado e o status do discursador não eram importantes. A razão era único fator a ser levado em conta. A meritocracia era sempre o objetivo. A esfera era inclusiva no começo, apesar de na realidade essa inclusão ser limitada aos que possuíam propriedades e educação. Mas a completa participação do público não era um requisito para que a esfera de Habermas funcionasse. Contanto que os que participam mantenham a esfera, e contanto que a esfera funcione como um todo, os indivíduos não precisam estar tão bem informados quanto o grupo (Rutigliano, 2004).

Em outra perspectiva, Papacharissi (2002) identifica três pontos contraditórios entre a Internet e a esfera pública. Um é que, apesar da Internet permitir grande volume de armazenamento de informações, acesso e acessibilidade tendem a ser desiguais. O segundo, apesar de as pessoas poderem se comunicar com maior facilidade através das tecnologias da Internet, comparadas com tecnologias anteriores pode haver uma fragmentação da audiência. O terceiro problema é que qualquer esfera pública *online* vai enfrentar os problemas da esfera pública burguesa de Habermas, e ser corrompida pelo comercialismo.

Mortensen e Walker concordam que no mundo moderno da mídia de massa, indivíduos perderam a noção de participação no discurso público. Os blogs, entretanto, resgatam os ambientes de crítica do começo dos anos de 1800, onde problemas privados podiam ser discutidos e conseqüentemente transformados em problemas públicos.

Os blogs podem ser considerados análogos aos *coffee houses*, salões e távolas: uma zona agitada entre as esferas pública e privada. Um blog expressa as atitudes e convicção de seu autor individual enquanto pertence ao domínio público e levanta questões que podem ser de interesse público. O blog conecta a arena pública com os indivíduos (Mortensen e Walker, 2002). Nesse sentido, está assegurada a idéia de que os blogs vão ao encontro dos preceitos da esfera pública de Habermas.

### **4. 3 O senso de comunidade**

Em geral, os blogs são escritos por um autor único, e são estreitamente identificados com este indivíduo. Pode-se dizer que o blog funciona como uma junção de

documento e pessoa, interligando redes de hipertexto com redes sociais. Ainda, visitantes podem comentar em blogs, criando um link individual direcionado ao blog. Quando se tratam as pessoas como sinônimas dos blogs os quais são autores, os comentários que visitantes deixam em outros blogs podem ser entendidos como links recíprocos dentro de uma rede social.

O padrão de inter-relação em um determinado número de blogs forma então um hipertexto social, e esse hipertexto social não apenas transporta informação em links, mas também cria formas de comunidades virtuais na proporção em que as pessoas estabelecem sua presença *online* e comunicam-se entre si.

Encontrar ou definir uma comunidade em ambientes virtuais tais como a *Web* ou grupos de email é uma tarefa mais trabalhosa por não dispor de um local físico e nenhuma interação física observável. Apesar disso, existem estudos demonstrando a efetividade de comunidades virtuais para a comunicação, especialmente de cunho científica (Pinheiro, 2003 e Gomes, 2006).

As comunidades virtuais podem ser definidas como agregados sociais que surgem na *Web* quando um determinado número de pessoas mantém uma discussão pública por tempo suficiente e com a vitalidade humana necessária para formar redes de relações pessoais no espaço virtual. As comunidades virtuais são consideradas importantes por suas razões sociais. As pessoas tendem a perceber os benefícios das relações sociais com outros indivíduos com quem possuem afinidades na razão em que se tornam mais conectadas com outras pessoas através de comunidades virtuais.

Neste sentido, Santos (2007) argumenta que as comunidades virtuais

estabelecem um sistema capaz de incorporar diferentes espaços-tempo, práticas e culturas, enfim um conjunto de elementos diversos que se “comunicam” não pelo envio de mensagens, mas pela sincronização promovida por dispositivos construídos a partir de particularidades locais, que se incorporam a uma rede global. Essas comunidades podem construir e consolidar culturas diferentes permitindo a sua sobrevivência em um mesmo sistema. Sobrevivência que não se dá pela exclusão ou isolamento, mas pela sua redefinição permanente no processo de sincronização mais geral com outras culturas e com o conjunto do sistema.

Alguns estudos examinaram a presença de comunidades virtuais em blogs (Schittine, 2004 e Orduña, 2007). Um método que pesquisadores normalmente utilizam é a análise de conteúdo, que examina o conteúdo dos posts e comentários de blogs em busca de evidência de uma comunidade virtual estabelecida.

Nardi et al. (2004) realizou análise textual em posts e comentários de *blogueiros* para identificação de um senso de comunidade e registrou as estatísticas de um dado blog para que pudesse encontrar normas que indicassem regras de participação como um indicador de comunidade. Entretanto, análise de conteúdo é de alguma forma subjetiva, e pode abrir margem para erros.

Outro método é observar os participantes de um blog através de entrevistas e questionários. No mesmo estudo, Nardi et al. gravou o áudio das entrevistas com os blogueiros e distribuiu questionários. Eles analisaram as respostas de blogueiros com o objetivo de detectar interações dentro da comunidade.

Como uma solução alternativa, Kleinberg (1999) usou o conceito de *hubs* para identificar autoridades (aqueles que são considerados experts no tópico) como comunidades. Um *hub* é uma página que possui uma coleção de links para páginas acerca do tópico, enquanto que uma autoridade é uma página que possui informação relevante sobre o tópico. Kumar aprofundou o estudo sobre hubs e autoridade utilizando análise de citações como uma forma de observar a dispersão de uma determinada comunidade na *Web*.

Análise estrutural de redes é uma técnica promissora que pode fornecer informações extremamente úteis sobre comunidades. Possui a vantagem de ser capaz de ser aplicada em modelos automáticos, e em larga escala. Entretanto, as propostas de ligações entre medições analíticas de estruturas e medidas de comunidade precisam ser validadas.

De qualquer modo, para que um blog, ou um determinado número de blogs seja classificado como uma comunidade virtual, em princípio ele deve apresentar as características de um estabelecimento virtual, ou seja, um local virtual onde as pessoas interagem. Além disso, as redes sociais formadas por grupos de blogs que fazem ligações e

comentam entre si, podem fornecer instrumentos adicionais para a formação e identificação de comunidades através de blogs.

A interligação entre blogs é utilizada como uma maneira de indicar relações e determinar conversações que podem identificar comunidades. A análise de redes sociais explora a estrutura de links e examina os papéis e comportamentos de atores dentro da rede temática, e na rede como um todo. Alguns autores propuseram a análise de redes como um método de identificação de comunidades. Entretanto, não existe consenso universal sobre quais medidas podem ser as mais precisamente relacionadas aos diferentes aspectos de comunidade.

#### **4.4 A questão da autoridade**

Muito se tem discutido sobre o poder que a informação confere ao indivíduo e a grupos. Barreto (2007c) indaga, se a informação confere poder, porque os profissionais administradores, controladores, organizadores dos acervos de informação não possuem enorme poder?

Barreto acredita que a autoridade, o poder intelectual, não se adquire por cargo, função, ciúme ou vontade. Ou seja, o poder com autoridade, nada tem a ver com força.

Ribeiro (2007) argumenta que o poder só existe quando há um consentimento que, de algum modo, as pessoas lhe conferem. Exerce-se a força quando alguém é forçado a fazer alguma coisa. Há poder quando alguém é obrigado a fazer algo. Se eu sou forçado, não tenho alternativa. É uma necessidade física.

Mas existe algo que se chama autoridade e que com freqüência é confundido com poder. Porém, não é a mesma coisa. A autoridade está ligada a alguma característica da pessoa e que lhe confere respeito. Não está no cargo que ela ocupa, exceto quando este decorre exatamente de uma qualidade realçada.

Tudo isso para distinguir o que é poder acadêmico e o que é autoridade acadêmica. O poder na universidade é disputado às vezes até com aspereza, mas o curioso, e que muitos perdem de vista, é que ele é com freqüência uma caixa vazia. A autoridade acadêmica assim é curiosa: não se atribui por herança, por dinheiro - nem por eleição (RIBEIRO, 2007).

É uma capacidade intelectualmente adquirida e reconhecida pelos pares. Para Ribeiro, o poder pode ser conferido, a autoridade não. Ela é muito mais difusa. Perde-se ou ganha-se por algo que é reconhecido como positivo.

No cenário atual da *Web*, somos testemunhas e atores de um ambiente em que a difusão da informação para a construção de conhecimento está sendo moldada através de um processo aberto, democrático e horizontal. O *buzzword*<sup>31</sup> desta tendência atende pelo nome de *Web 2.0* e representa mais um componente no extenso processo de evolução na difusão da informação, anteriormente de um emissor para muitos receptores, e agora, de muitos emissores para muitos receptores. Esta abordagem pode ser entendida também como uma difusão *bottom up* (de baixo para cima), em contraste com o modelo *top down* (de cima para baixo).

As discussões em torno deste cenário atual da Internet indicam que a *Web 2.0* potencialmente é capaz de fragmentar a base comum *top down* da difusão de informação para construção da bagagem de conhecimento.

Historicamente, essa bagagem de conhecimento foi ao longo dos anos construída, estabelecida e difundida por pequenos grupos de indivíduos, representantes de uma suposta elite dominante, e reconhecidos na esfera social na condição de ditadores, escribas, sacerdotes ou editores.

Tapscott e Williams (2006) explicam a idéia de uma rede centrada nas pessoas, ao invés do hierárquico centrado na autoridade: "o coletivismo envolve coerção e controle centralizado, a ação coletiva envolve auto-seleção livremente escolhida e coordenação distribuída". A colaboração em massa se baseia em indivíduos e empresas utilizando computação e tecnologias de comunicação amplamente distribuídas para alcançar resultados compartilhados, através de associações voluntárias livres.

É preciso tornar evidente que independente de autoridade, as pessoas tem liberdade hoje - como não tinham antes - para conquistar seus espaços de aprendizagem e iniciar conversações sem intermediários.

---

<sup>31</sup> Buzzword significa uma tendência, um "burburinho". *Web 2.0* é um conceito de marketing, e talvez não possa ser encarado como um conceito teórico para ser utilizado por pesquisadores em Ciência da Informação.

Muitos dos implementos que contribuíram para a explosão dos blogs (por exemplo, as técnicas de *trackback*, *RSS*, arquivamento por *auto, data, etc.*) foram criados por indivíduos diferentes, procurando atender suas próprias necessidades. Não existia qualquer autoridade central ditando ordens ou criando designs extravagantes. O processo de construção de uma anatomia sólida da blogosfera foi inteiramente um fenômeno periférico. Um fenômeno *bottom-up*, como descrito por Johnson.

Wilde (2003) argumenta que como membros atuantes da sociedade e dependentes da satisfação de nossas necessidades através de várias formas de cooperação com outros indivíduos, nós engajamos em uma busca efetiva de nossos objetivos baseada na correspondência das ações de outras pessoas, onde nossos planos são sustentados com base no que essas outras pessoas irão fazer. Essa junção de intenções e expectativas que determina as ações de diferentes indivíduos é a forma em qual a ordem se manifesta na vida social. E para os propósitos dessa pesquisa, é importante questionar como tal ordem emerge.

Em uma primeira resposta, essa interpretação da sociedade está baseada na relação de comando e obediência, ou uma estrutura hierárquica de toda a sociedade em que o desejo dos superiores, e em última instância algum tipo de autoridade suprema, determina o que cada indivíduo deve fazer.

Essa conotação autoritária do conceito de ordem deriva, entretanto, inteiramente da crença de que a ordem pode ser criada apenas por forças fora do sistema. Ela não se aplica a um equilíbrio estabelecido dentro do sistema. Uma ordem espontânea desse tipo possui em muitos aspectos propriedades diferentes das de uma ordem criada.

Um dos maiores obstáculos de tentar convencer autoritários sobre os benefícios de uma sociedade livre é a sua incapacidade de aceitar o fato de que a ordem pode ser uma propriedade emergente da ação individual. Para eles, todas as facetas da vida precisam ter algum tipo de impressão implementada por soberanos experts. Eles não podem conceber a economia, a cultura, a infra-estrutura, a moralidade ou a sociedade como um resultado da base para o topo (*bottom-up*) de bilhões de ações individuais autônomas. Porém, a blogosfera é um exemplo claro de como essa interpretação pode estar equivocada. (WILDE, 2003)

Barabasi (2003) argumenta que agrupamentos em redes intrincadas tendem a ser conectados por uma lei de poder, em vez de uma curva Gaussiana, com alguns agrupamentos funcionando como "hubs", sendo imensamente mais linkados do que outros. Barabasi encontrou alguns exemplos onde a integridade da rede dependia de hubs importantes, e onde a distribuição de links seguia uma lei de poder. Entre os exemplos estão as reações bioquímicas que ocorrem em criaturas vivas, onde certos componentes chave atuam como hubs; economias de mercado modernas, onde um número de negócios hub agregam muito fornecedores e consumidores; e ecossistemas, onde certos organismos estão muito mais conectados na cadeia alimentar do que a média das criaturas.

Um ecossistema familiar é a blogosfera, especialmente em razão do fato de que ela segue a distribuição de poder descrita por Barbasi, com poucos blogs hubs gigantes recebendo mais tráfego do que a maioria dos agrupamentos dentro do sistema.

Presumidamente, não existe um controle interligando vários autores, entretanto, ainda existe um estupendo volume de estrutura e organização dentro do sistema como um todo. Isso não significa que não existam falhas, o que torna o sistema perfeito (o contexto legal mais amplo, a artificialidade do meio, os limites restritos sobre a quantidade de pessoas que devem interagir com o sistema, etc.), mas a blogosfera pode funcionar como um indicador de que a ordem espontânea pode emergir a partir das interações desreguladas entre as pessoas.

Mesmo sem um aparato central de comando, a blogosfera, em vez de ser caótica, é um organismo dinâmico, vivo, capaz de se adaptar e acima de tudo, estruturado.

#### **4.4.1 Amadorismo e autoridade**

*“El mundo inmediatamente futuro, que seguramente será el de la expansión del blog y su pobre concepto individualista como anónimamente arácnido, es también el fin de una ética del escritor clásico.”*

Horacio González, diretor da Biblioteca Nacional da Argentina

O maior argumento de Keen, autor do livro "O culto do amador" (The cult of the amateur, 2007) é que os blogs, podcasts, vídeos e músicas amadoras são uma substituição inadequada da mídia "*mainstream*". O autor acredita que podem ser adições inofensivas, e até ocasionalmente enriquecedoras, mas não é possível ter os dois tipos de movimento ao mesmo tempo, já que o mais recente está destruindo o mais antigo. Keen acredita que, graças à *Web 2.0*, os jornais, gravadoras, estúdios de cinema e editores tradicionais estão à beira da extinção.

O argumento de Keen está baseado na idéia de que se não existe um controlador encarregado, um "editor-chefe", e se não existem vozes singulares, então a qualidade intelectual daquilo que a comunidade produz é bastante baixa.

Existem questionamentos importantes em seu discurso. Como nós podemos estabelecer confiança nas estruturas de conhecimento que a Internet está promovendo (blogs, Wikipedia, etc.)? Como podemos assegurar que as contribuições promovem a compreensão mais do que a confusão?

Na verdade, o alvo da crítica de Keen não são especificamente os blogs. Em seu discurso, uma *Web* democratizada é uma forma de oligarquia, o produto de uma aliança entre contra-culturalistas e fundamentalistas do mercado livre. O primeiro grupo rejeita todas as formas de autoridade externa; o segundo grupo acredita que basta deixar as coisas sozinhas que elas trabalham e funcionam por conta própria.

Como Caruso (2007) explica, o problema é que autoridade e credibilidade não é uma questão de forma, mas de conteúdo, e dá um exemplo simples:

Suponha que um pesquisador independente encontre a cura para uma doença rara. Então por algum motivo, ele resolve publicar os resultados de suas pesquisas em um blog. O que ele publicou deixa de ser ciência simplesmente porque ele publicou em um blog o resultado de suas pesquisas? Evidente que não, pois ciência é sobre método, não sobre o formato de divulgação da ciência.

Ou seja, existe informação falsa e irrelevante em diversos formatos. A diferença é que as instituições tradicionais estabeleceram-se para padronizar e definir critérios de qualidade para garantir certa autoridade, credibilidade e confiança em relação a produção do conhecimento. Mas evidente é que tais instituições não estão isentas de corrupção -

ainda mais quando tratam-se de instituições que lidam com problemas de pesquisa “sociais”.

Caruso entende que muitas vezes as críticas à democratização das massas em relação à utilização de ferramentas como blogs, é nada menos do que uma crítica que confunde controle da informação com a produção de conhecimento e inovação.

Afinal de contas, a princípio, a dinâmica de escrita em blogs é uma dinâmica de conversação. Caruso explica que, por essa razão, alguns críticos acreditam que se estivessem realmente preocupados com a questão da autoridade clássica, talvez não investiriam parte de seu tempo escrevendo em um blog. Provavelmente algum tipo de artigo científico.

#### **4.5 O valor dos blogs**

Clay Shirky (2002) acredita que o amadorismo de massa é o padrão normal da *Web*. Ele dá o exemplo de como a publicação tradicional é capaz de criar valor de duas maneiras. A primeira é intrínseca: é necessário trabalho de verdade para se publicar qualquer coisa impressa, e ainda mais trabalho para armazenar, transportar e vender esse material. Já que os custos são altos, e já que cada cópia adicional gera um custo extra, o número de editores potenciais é limitado a organizações preparadas a arcar com esses custos. (Essas são as barreiras de entrada.) E já que é mais eficiente distribuir esses custos sobre o maior número possível de audiência, os grandes editores são mais bem sucedidas do que os editores menores. (Essas são economias de escala.) O custo do impresso assegura que haverá um número menor de editores, e entre esses, os grandes terão uma fatia de mercado desproporcionalmente maior.

Os blogs destroem esse valor intrínseco, porque eles são uma plataforma para a reprodução e distribuição ilimitada da palavra escrita, a um custo fixo e baixo. Não existem barreiras de entradas, não existem economias de escala, não há limites de oferta.

A publicação impressa também cria valor extrínseco, como um indicador de qualidade. A presença de um livro físico indica que alguém acreditou que valeria investir

naquele material. Já que as publicações impressas em larga escala possuem alto custo, qualquer pessoa que deseja ser um autor publicado precisa convencer um sistema profissionalmente cético a aceitar o risco.

Os blogs também destroem esse valor extrínseco. A publicação impressa atua como um filtro, os blogs não. Qualquer coisa que se queira oferecer ao mundo - o rascunho de uma ficção, reflexões sobre o governo Lula, percepções sobre os novos participantes do *reality show* Big Brother, uma lista de compras no supermercado - é possível oferecer, e qualquer tipo de filtragem só ocorre após o fato, através de mecanismos como Digg<sup>32</sup> e Google. Como Shirky explica, publicar textos em um blog burla o *imprimatur* de obter o texto publicado em versão impressa.

Essa destruição de valores para Shirky é o que torna os blogs tão importantes.

Nós desejamos um mundo onde a publicação global exige o mínimo de esforço. Desejamos um mundo onde o indivíduo não precisa pedir permissão ou ajuda para escrever e ter voz. Entretanto, quando se alcança esse nível, enfrentamos o paradoxo do oxigênio e do ouro. O oxigênio é mais vital para a vida humana do que ouro, mas já que o ar é abundante, o oxigênio é grátis. Os blogs tornam a escrita tão abundante quanto o ar, com o mesmo efeito sobre o preço (Shirky, 2003).

Antes da *Web*, as pessoas pagavam pela maior parte dos textos que elas liam. Agora, para uma grande número de nós, a maior parte das palavras que lemos nos custa nada.

Keen aceita que é um caminho sem retorno provável, que o conteúdo gerado pelos usuários comuns continuará a dominar a *Web*, em sua visão, não porque seja nobre, verdadeiro e autêntico, mas porque é de graça, grátis. A tendência é que se pague cada vez menos por conteúdo. E para Keen, se ninguém está disposto a pagar por conteúdo, então ele simplesmente se torna uma ferramenta de publicidade.

Barreto (2009) explica que na produção de documentos digitais, não existe uma fábrica física e a quantidade produzida não é perseguida pela quantidade do consumo. Não existem os custos fixos da “planta de produção”, de estocagem física e distribuição convencional. O custo de se produzir dez artefatos culturais digitais será quase o mesmo ao

---

<sup>32</sup> <http://digg.com>

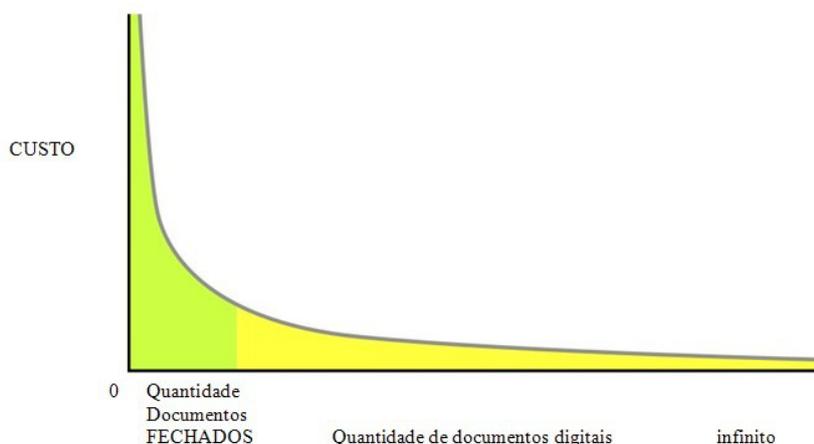
produzir mil ou dez mil. O custo, aqui, é marginal constituído de despesas de pouca variação.

Na nova economia da informação digital acabam os custos fixos relacionados com a capacidade de produção estabelecida por padrões de uma instalação física. É a economia da cauda longa. Cauda Longa, do inglês Long Tail, é um termo utilizado na estatística para identificar distribuições de dados que se adaptam a Curva de Pareto.

No conjunto, produtos que existem na zona da Cauda Longa têm um valor comercial equivalente aos dos produtos populares. As facilidades de produção, disponibilização e consumo oferecidas pelo meio digital e a Internet fazem com que produtos economicamente de baixo consumo no mundo físico das trocas se tornem, quando disponibilizados no meio digital, valiosos devido ao seu baixo custo comparativo.

A figura mostra na Cauda Longa, a zona de produtos com enorme custo, devido aos custos fixos e a zona dos produtos digitais onde o custo de produção é basicamente o mesmo independente da quantidade produzida e que aparece na zona do eixo paralelo. Para uma quantidade de zero a infinito o custo permanece quase constante.

Gráfico 1 - Cauda Longa



Barreto indica que o mercado de produção de massa muda na Internet para o mercado de nichos de interesse, reunindo, na condição de utilidade do produto, o seu valor

de uso e sua prioridade de utilização. Foram identificadas forças propulsoras na distribuição de produtos digitais de informação: a) Maior acesso a ferramentas para sua produção. Se você não consegue publicar um livro, no mundo dos editores, disponibilize o livro ou artigo, você mesmo na Internet. b) Maior facilidade na disponibilização de quantidades: se um site permite o acesso a dez mil documentos, pouco esforço tecnológico será necessário para incrementar isso para cem mil documentos. c) Maior facilidade de acesso devido à proximidade do receptor com o estoque de informação.

Existe, portanto, uma explicação econômica e de mercado que confirma a possibilidade de serem os documentos de amanhã, em sua maior parte, documentos digitais por condição racional de produção. Há que se refletir sobre a apropriação digital. O processo cognitivo de assimilação do conhecimento através da informação digital é diferenciado da quando ocorre através da escrita linear em base fixa. Conhecer é um ato de interpretação individual pelas estruturas mentais de cada sujeito. A apropriação da informação e geração de novos conhecimentos irá se modificar, em um cenário onde a consciência humana já tem os sentidos condicionados pelo formato digital da leitura e da escrita (Barreto, 2009).

## 5. COLETA DE DADOS

*"If you cannot measure it, you cannot **improve** it." — Lord Kelvin*

Vários autores apresentaram conclusões empíricas sobre a demografia social da esfera dos blogs, bem como suas motivações e hábitos (Herring et al., 2005; Huffaker e Calvert, 2005; Lenhart e Fox, 2006). De acordo com esses estudos, e a maioria dos estudos realizados acerca da blogosfera, grande parte dos blogs é do tipo pessoal, que lida com as experiências e reflexões de seu autor.

Entretanto, ainda que o blog sustente imagens do diário solitário, ele também facilita a interação entre outros autores e leitores, permitindo o surgimento e manutenção de comunidades de pessoas que compartilham interesses comuns e identificação cultural e profissional.

Apesar dos estudos mencionados fornecerem considerações importantes sobre o uso de blogs, ainda não existe uma formulação sistemática e concisa para um modelo analítico das práticas de blogar que podem integrar os diferentes motivos, rotinas e as conseqüências da apropriação e utilização desse novo gênero de comunicação.

Ao longo dos últimos dois anos, realizei um mapeamento livre dos blogs que tratam da Ciência da Informação no Brasil, através do sistema de bookmarks social delicious<sup>33</sup>. O delicious é um serviço com base na *Web* que permite ao usuário cadastrado guardar e recuperar o endereço (URL) de páginas de interesse, como o tradicional sistema de favoritos presente em browsers.

Este mapeamento consiste do armazenamento de blogs que podem ser facilmente detectados como pertencente ao campo da Ciência da Informação ou áreas correlatas. A identificação é orientada através do título ou descrição do blog, o escopo de seu conteúdo e identificação de seu autor, não cabendo a nós, neste momento, julgar a precisão da taxonomia.

---

<sup>33</sup> <http://delicious.com>

A lista dos blogs catalogados foi sendo construída de maneira natural, com os blogueiros da comunidade descobrindo novos blogs, incorporando amigos blogueiros em seus *blogrolls* e divulgando novos blogs de Ciência da Informação conforme eles iam surgindo.

Como explica Torres-Salinas et al (2008) não é fácil delimitar com clareza a comunidade dos blogs com temática em Ciência da Informação devido ao constante surgimento de novos blogs e o desaparecimento de outros, além da característica altamente dinâmica e descentralizada da blogosfera. Existem ainda as dificuldades conceituais que comporta a delimitação de um campo de caráter multidisciplinar.

Como ficou claro ao longo do mapeamento realizado, existe uma larga tendência de os blogs que tratam de assuntos acerca da Ciência da Informação serem produzidos por pessoas que tenham como formação original as áreas da Biblioteconomia ou Arquivologia, e que possuam vínculos com escolas de Ciência da Informação ou unidades e instituições de informação.

Com o crescimento da rede dos blogs de Ciência da Informação, percebemos a tendência de diferenciação entre os autores de blogs com base em seus perfis. A identificação dos blogueiros como pertencentes às esferas discente, acadêmica e profissional não foi premeditada. Foi apenas um caminho natural da pesquisa, utilizando essas divisões mais explícitas e latentes nos blogs, como base para o estudo proposto.

Alguém poderia argumentar, por exemplo, que os discentes se inserem dentro da esfera acadêmica, o que é correto. Entretanto, busquei direcionar a pesquisa tomando como base essa distinção natural entre os três corpos de atores atuantes na área da Ciência da Informação (discentes, profissionais e acadêmicos) apenas supondo que a realidade de cada um dos três grupos possui diferenças óbvias. E como foi explicado no capítulo introdutório, baseado na idéia de que a extensão da comunidade no mundo virtual e digital deve, em algum modo particular, se relacionar com a estrutura sociológica da comunidade no mundo físico.

Posteriormente, ao destrinchar o perfil dos diferentes blogs, é possível perceber com mais clareza como se dá essa divisão entre blogs discentes, acadêmicos e profissionais.

Essas diferenças permitem melhor análise no que concerne aos fatores de exclusão e inclusão dentro do grupo total dos blogs com temática em Ciência da Informação. Isto é, os diferentes perfis dialogam entre si? Eles se reconhecem como pertencentes a uma mesma classe? Estão publicando textos que tratam dos mesmos problemas?

Estas e outras questões são mais bem exploradas a partir de uma estratégia que visa compreender em primeiro momento os blogs identificados com base em seus distintos perfis dentro do escopo temático, e posteriormente com os blogs identificados em sua totalidade como pertencentes a uma temática comum.

É importante ressaltar que estes blogs catalogados são produzidos no Brasil e em língua portuguesa. A seleção dos blogs leva em conta também os enlaces estabelecidos entre os blogueiros, observando a menção que os autores conferem ao incluir um link referencial em seus blogs, indicando outro blog dentro da mesma esfera temática.

A página que contém a compilação de blogs temáticos em Ciência da Informação, produzidos no Brasil e que serve de referência para este estudo pode ser encontrada no endereço eletrônico <<http://delicious.com/moreno/ci>>.

Há poucos anos o número então reduzido de blogs permitiu um acompanhamento atualizado sobre novas inclusões dentro da esfera temática, e com o surgimento de mais blogs, o acompanhamento foi facilitado através do rastreamento em máquinas de busca e sistemas de renque.

## 5.1 Ferramental

Para os propósitos desta pesquisa, conduzi um questionário *online* com um grupo de blogueiros iniciado em março de 2008, e encerrado no final de setembro de 2008, totalizando cerca de 6 meses de apuração.

Este grupo foi produzido após exame da lista de blogs compilada através do delicious. Até a data de março de 2008, a lista oferecia um número superior a 50 blogs identificados como pertencentes ao escopo da Ciência da Informação. Atualmente (fevereiro de 2009), a lista conta com exatamente 68 blogs catalogados com temática em Ciência da Informação.

Examinei essa lista e selecionei os blogs apropriados para este estudo. Excetuando os blogs que deixaram de existir após serem catalogados, foi decidido que, em função do foco do projeto e pela especificidade do grupo a ser analisado, nenhum blog deveria ser descartado do estudo, ainda que não estivesse sendo atualizado com frequência.

Distribuí um convite ao questionário para todos os autores dos blogs listados, através de email ou comentários em seus blogs, dentre aqueles que ofereciam estas possibilidades. O questionário - como foi enviado aos blogueiros - encontra-se disponível no endereço <<http://s-b57p2-50407.sgizmo.com>>. O questionário completa encontra-se anexo.

Solicitei aos blogueiros próximos a mim, que os anúncios para o questionário *online* fossem publicados em seus blogs. A natureza difusora dos blogs mostrou que os links para o questionário rapidamente se espalharam dentro da comunidade, entre diversos blogs que compunham a esfera temática.

Pelo simples fato de eu conhecer pessoalmente alguns blogueiros dentro da esfera temática, me senti confortável para recrutar alguns deles para entrevistas, complementares ao processo do questionário. As questões abertas das entrevistas foram conduzidas através de emails, e a cada participante foi direcionado o mesmo conjunto

de questões gerais, além de questões específicas que surgiam conforme a fluidez da troca de mensagens.

As questões de entrevista eram pautadas sobre duas idéias básicas: qual a razão de criação do blog e a maneira como o blog se articula dentro da comunidade da Ciência da Informação.

A intenção primordial era que os blogueiros selecionados para entrevista fossem aqueles que criaram, deram suporte e promoveram a blogosfera da Ciência da Informação. Entre esses blogueiros estão alguns bastante conhecidos e admirados dentro da blogosfera, executando diferentes atividades e propostas com os seus blogs, espalhados por diferentes cidades do país e produzindo conteúdo de maneira amplamente diversificada.

Em extensão ao questionário, escolhi como método a entrevista, em vez de análise de conteúdo, porque os autores de blogs tendem a ser reflexivos sobre suas práticas de publicação na *Web*, mas nem sempre as publicam em seus blogs. Era importante também estar o mais próximo possível dessa perspectiva. Mesmo nos casos de blogueiros que publicam sobre suas práticas, essas reflexões representam a pessoa por trás do blog, que é mais ou menos real, mas diferente das interações interpessoais que nós somos capazes de construir através das entrevistas.

Ao final da coleta de dados, 41 questionários foram respondidos, atingindo quase 70% dos blogs/blogueiros identificados. O questionário consiste de 24 questões, algumas de múltipla escolha e outras de resposta aberta (ver anexos).

A investigação é de duas vias, refletindo uma estratégia de pesquisa que é tanto quantitativa (demografia e outros dados) como qualitativa (respostas abertas através de entrevistas). A primeira parte é um sumário da demografia dos respondentes, e as especificidades sobre os seus usos da tecnologia dos blogs. A segunda parte é uma análise reflexiva que destrincha algumas das respostas obtidas através das entrevistas.

A natureza desta pesquisa abre margem também para uma auto-avaliação. Eu participo efetivamente da blogosfera temática da Ciência da Informação desde 2003,

apresentei trabalhos em eventos da área, ministrei cursos e até hoje, edito e gerencio alguns blogs de grande visibilidade dentro da comunidade. Evidente que algumas conexões entre os participantes do questionário e mim deveriam existir. De qualquer forma, o questionário foi conduzido com total imparcialidade, e os resultados (espero) refletem a abertura que eu concedi às opiniões de todos os respondentes.

### 5.1.1 Questionário

Diversos estudos revelam as implicações de se utilizar questionário via *Web* (Tourangeau, 2004; Dillman, Tortora, and Bowker 1998), detalhando como os questionários se modificaram nos últimos anos, e o que a Internet representa em termos de novas adaptações e usos de questionários. Já que a Internet oferece acesso a grupos, populações e comunidades, questionários que utilizam a *Web* como meio podem representar oportunidades singulares para os pesquisadores.

Alguns elementos precisam ser levados em conta na aplicação de questionários na *Web*, especialmente quesitos técnicos e de design. Antes da formulação de um questionário na *Web* e sua disponibilização, é necessário ter mente as variedades de habilidades dos respondentes, já que alguns podem encontrar dificuldades em alguns elementos do questionário.

Até por esse motivo, o tipo de questionário com base na *Web* se mostrou apropriado para esta pesquisa. Afinal, o questionário era voltado aos blogueiros, em geral pessoas que possuem fluência digital avançada e estão familiarizados com a maioria das ferramentas disponíveis na *Web*.

Godin (2009) oferece algumas dicas, para otimização de questionários online:

1. Todas as questões perguntadas custam caro (caras em termos de lealdade e boa vontade). Não faça perguntas, a não ser que você realmente se importe com a resposta. Isso significa que uma pergunta vaga com respostas vagas (extremamente satisfeito...aceitável...extremamente insatisfeito, e nenhum escala

para compará-los) podem ser perda de tempo. Que ações o pesquisador tomará baseado nestas respostas?

2. Todas as questões que você faz altera a maneira como os seus usuários pensam. Se você pergunta "o que você odiou mais...", você plantou uma semente.
3. Faça com que seja fácil para o usuário. Se você possui 20 perguntas (o que é muito) faça de maneira que seja fácil desistir depois de 5 perguntas e ainda assim poder contar com estas poucas respostas.
4. Faça com que as questões tenham um teor mais de entretenimento e não sejam tão sérias, pelo menos alguma delas. Questionários desestimulantes merecem resultados desestimulantes.
5. Não tenha medo de transformar o formato.

Tomando alguns desses artifícios como referência, o instrumento de coleta de dados para esta pesquisa se configurou da seguinte maneira: questionário contendo 24 questões, divididas entre questões abertas e fechadas (ver questionário completo anexo), e constituído de quatro partes principais (perfil do blogueiro, perfil do blog, conteúdo do blog e razões para blogar).

As seguintes informações foram necessárias para identificar o blogueiro e fornecer um perfil demográfico:

- Nome
- Idade
- Sexo
- Cidade
- Área de formação
- Grau de instrução
- Perfil (discente, profissional, acadêmico)
- Local de trabalho

As perguntas e respostas completas encontram-se nos anexos.

O conjunto seguinte no questionário, diz respeito ao perfil do blog, composto das seguintes informações:

- Nome do blog
- Endereço do blog
- Data de início do blog
- Tipo de blog
- Tipo de hospedagem
- Sistema de gerenciamento
- Monetização
- Desistência

Acerca do conteúdo de blog:

- Tipo de conteúdo
- Direcionamento do conteúdo
- Tipo de posts
- Frequência da publicação
- Comentários

Informações acerca das razões para blogar e comportamento dos blogueiros:

- Por que criou um blog em Ciência da Informação?
- Visita outros blog da mesma área temática?
- Comenta em outros blogs?

## 5.2 Resultados métricos

### *Perfil do blogueiro*

#### 1. Qual é a sua idade?

Gráfico 2 – Faixa etária

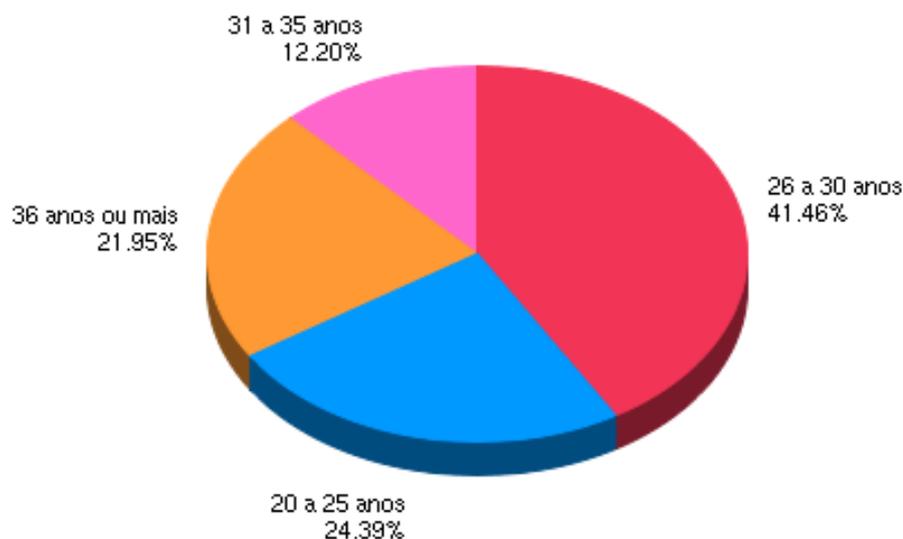


Tabela 2 – Faixa etária

| IDADE           | CONTAGEM | POR CENTO |
|-----------------|----------|-----------|
| 26 a 30 anos    | 17       | 41.46%    |
| 20 a 25 anos    | 10       | 24.39%    |
| 36 anos ou mais | 9        | 21.95%    |
| 31 a 35 anos    | 5        | 12.20%    |

A predominância é de blogueiros na faixa dos 26 a 30 anos. Mas a porcentagem de pessoas de diferentes idades compondo todo o grupo significa que a blogosfera da Ciência da Informação é bastante diversificada em termos de faixa etária.

Nenhum dos respondentes assinalou a faixa etária “Até 19 anos”.

## 2. Sexo:

Gráfico 3 - Sexo

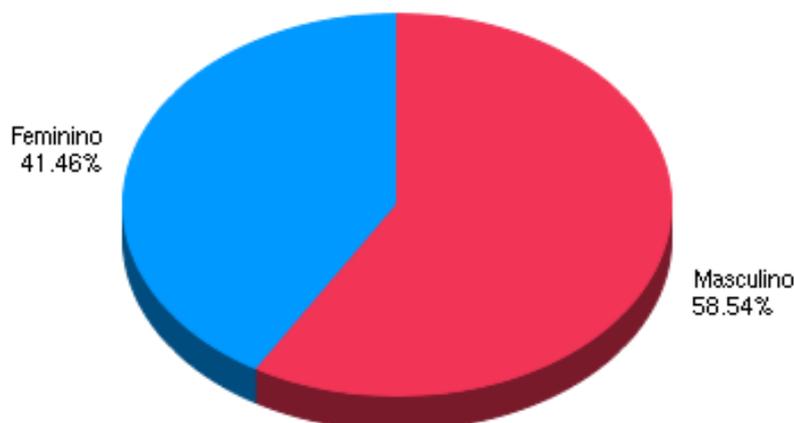


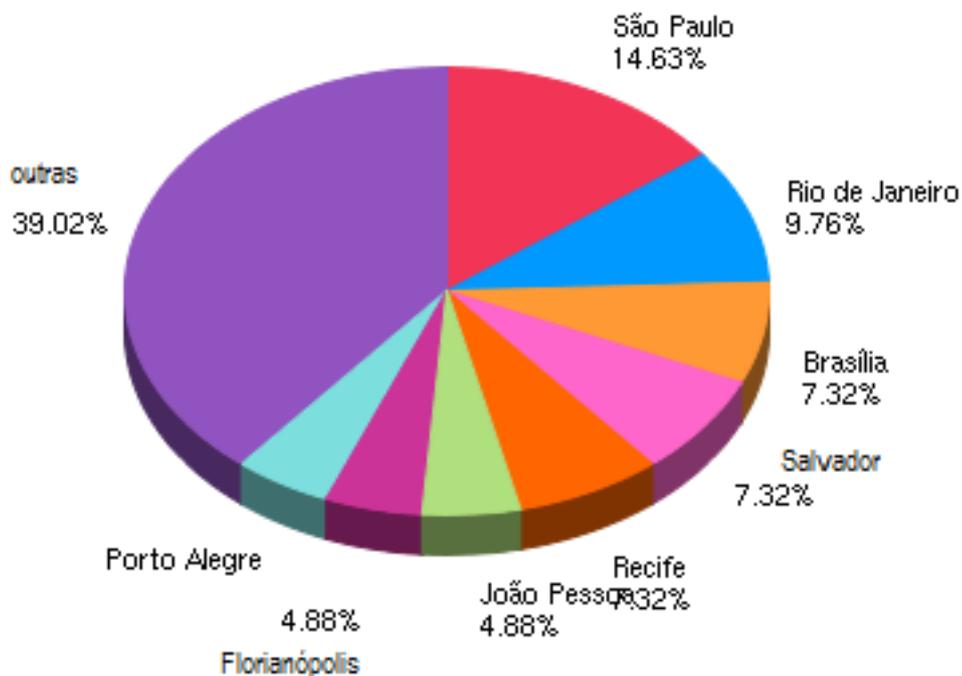
Tabela 3 - Sexo

| SEXO      | CONTAGEM | POR CENTO% |
|-----------|----------|------------|
| Masculino | 24       | 58.54%     |
| Feminino  | 17       | 41.46%     |

As respostas indicam que os homens são mais propensos a utilizar blogs, apesar de algumas profissões de origem dos blogueiros, como a Biblioteconomia e a Arquivologia, serem dominadas por mulheres. De qualquer forma, é bastante considerável a fatia de 40% correspondente às mulheres, indicando especialmente que elas estão superando barreiras tecnológicas e garantidos seus espaços, mesmo em um ambiente que não enxerga qualquer distinção entre sexos.

## 3. Cidade

Gráfico 4 - Cidade



Quase  $\frac{1}{4}$  dos blogueiros são residentes no pólo Rio de Janeiro x São Paulo. Brasília, Salvador e Recife figuram logo atrás, seguidas de outras capitais, indicando maior presença de blogueiros em regiões que concentram as maiores e principais empresas e instituições de informação do país.

Tabela 4 - Cidade

| CIDADE                     | CONTAGEM | PORCENTO % |
|----------------------------|----------|------------|
| São Paulo                  | 6        | 14.63%     |
| Rio de Janeiro             | 4        | 9.76%      |
| Brasília, Salvador, Recife | 3 cada   | 21.96%     |

| CIDADE                                   | CONTAGEM         | PORCENTO % |
|--|------------------|------------|
| João Pessoa, Porto Alegre, Florianópolis | 2 cada           | 14.64%     |
| Outras cidades                           | 26 (1 voto cada) | 39.02%     |

A maior parte da fatia entretanto, representa cidades que receberam apenas uma indicação. Dentre elas, algumas capitais e cidades interiorionas, valendo citar Belo Horizonte, Fortaleza, Rio Grande e Ribeirão Preto.

#### 4. Área de formação

Gráfico 5 – Área de formação

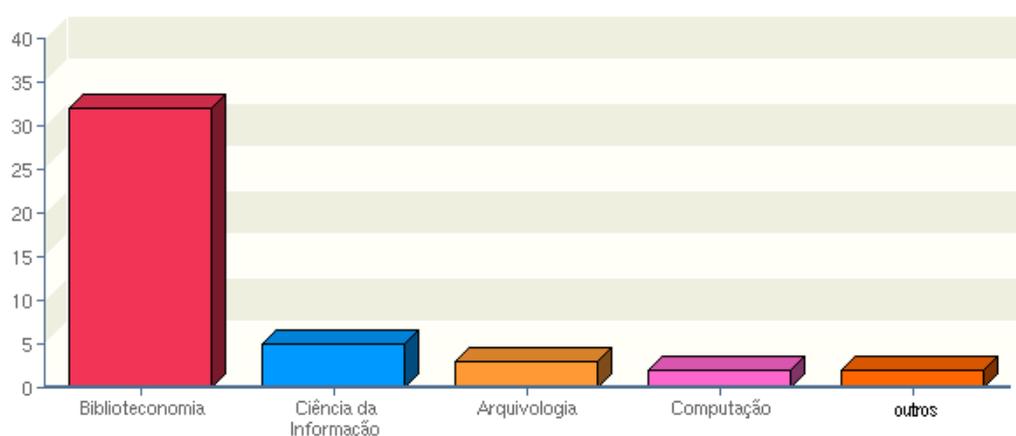


Tabela 5 – Área de formação

| FORMAÇÃO              | CONTAGEM | POR CENTO % |
|-----------------------|----------|-------------|
| Biblioteconomia       | 32       | 78.05%      |
| Ciência da Informação | 5        | 12.20%      |
| Arquivologia          | 3        | 7.32%       |
| Computação            | 2        | 4.88%       |
| Comunicação           | 1        | 2.44%       |

| FORMAÇÃO   | CONTAGEM | POR CENTO % |
|------------|----------|-------------|
| Jornalismo | 1        | 2.44%       |

A maior parte dos blogueiros que se identificam como membros de uma blogosfera da Ciência da Informação, são os que tiveram passagem pelas escolas de biblioteconomia. De todos os 41 respondentes, 32 pessoas tem formação em Biblioteconomia, quase 80% do total.

## 5. Grau de instrução

Gráfico 6 – Grau de instrução



Tabela 6 – Grau de instrução

| NÍVEL     | CONTAGEM | POR CENTO % |
|-----------|----------|-------------|
| Graduação | 23       | 57.50%      |
| Mestrado  | 15       | 37.50%      |
| Doutorado | 2        | 5.00%       |

Como pode ser visto na tabela, 23 respondentes estão cursando ou terminaram a graduação (somente); 15 respondentes estão cursando ou possuem título de mestrado; e 2 respondentes blogueiros têm nível de doutorado.

O número de blogueiros envolvidos em programas de pesquisa strictu senso indica um nível de qualificação alto dentro da esfera dos blogs em Ciência da Informação.

Apenas 1 respondente não deixou resposta nesta questão.

#### 6. Você se enquadra em qual perfil?

Gráfico 7 – Perfil do blogueiro

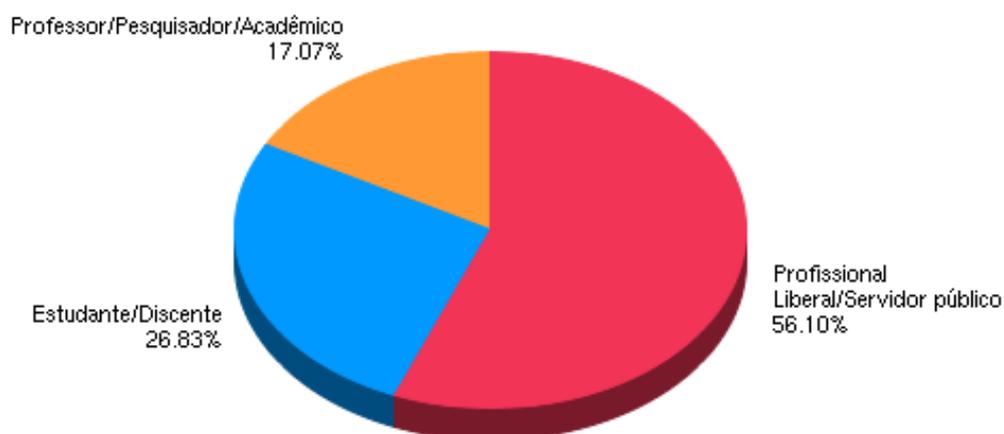


Tabela 7 – Perfil do blogueiro

| PERFIL                                | CONTAGEM | POR CENTO % |
|---------------------------------------|----------|-------------|
| Profissional Liberal/Servidor público | 23       | 56.10%      |
| Estudante/Discente                    | 11       | 26.83%      |

| PERFIL                          | CONTAGEM | POR CENTO % |
|---------------------------------|----------|-------------|
| Professor/Pesquisador/Acadêmico | 7        | 17.07%      |

Os servidores de instituições públicas e os profissionais liberais constituem porção significativa da blogosfera em Ciência da Informação. É interessante pensar a maneira como os blogs podem se inserir no serviço público e servir aos cidadãos, já que possuem o respaldo dos profissionais.

Professores blogueiros aparecem em menor número do que os (seus) alunos blogueiros, uma tendência que poderá ser ampliada ou reduzida à medida que estes alunos se tornem professores, ou cada vez mais professores passem a utilizar os blogs como instrumento de didática ou ferramenta de uso pessoal.

## 7. Local de trabalho

Gráfico 8 – Local de trabalho

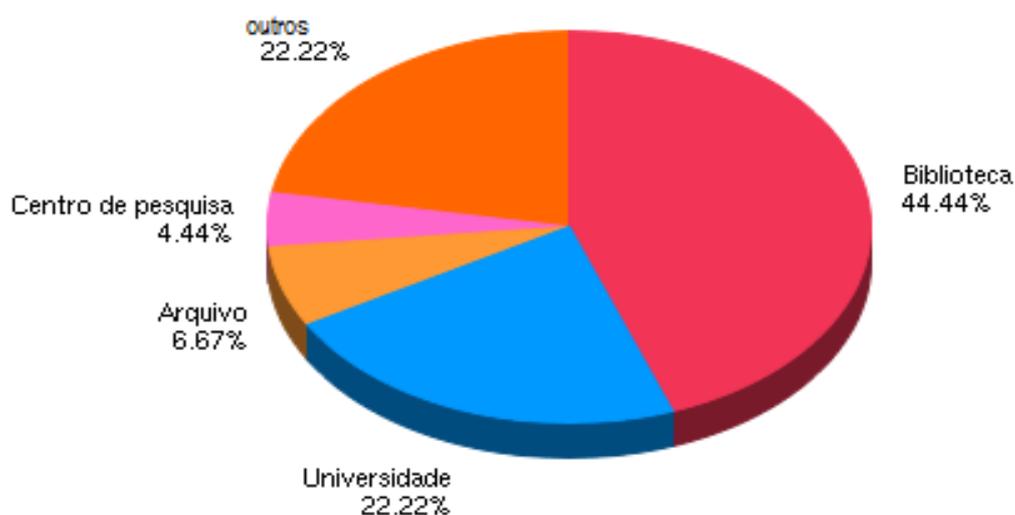


Tabela 8 – Local de trabalho

| LOCAL/TIPO              | CONTAGEM | PORCENTO % |
|-------------------------|----------|------------|
| Biblioteca              | 20       | 48.78%     |
| Universidade            | 10       | 24.39%     |
| Arquivo                 | 3        | 7.32%      |
| Centro de pesquisa      | 2        | 4.88%      |
| Bibliomóvel             | 1        | 2.44%      |
| Centro de documentação  | 1        | 2.44%      |
| Empresa privada         | 1        | 2.44%      |
| Empresas                | 1        | 2.44%      |
| Escritório              | 1        | 2.44%      |
| Gabinete de Arquitetura | 1        | 2.44%      |

Ainda que a concentração maior seja maior em bibliotecas e no campus universitário, é interessante perceber como os blogueiros estão vinculados com os mais diferentes setores de serviços de informação e unidades de atuação.

*Perfil do blog*

8. Data de início do blog

Gráfico 9 – Início do blog

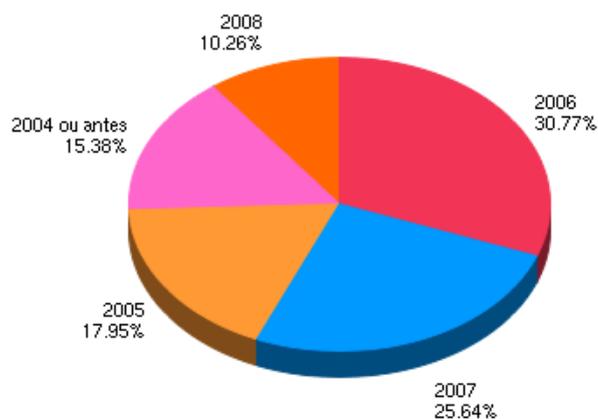


Tabela 9 – Início do blog

| ANO           | CONTAGEM | POR CENTO % |
|---------------|----------|-------------|
| 2006          | 12       | 30.77%      |
| 2007          | 10       | 25.64%      |
| 2005          | 7        | 17.95%      |
| 2004 ou antes | 6        | 15.38%      |
| 2008          | 4        | 10.26%      |

Está claro nos gráficos e na tabela que os blogs passaram por um período de crescimento até 2006, e desde então se estabilizaram, com menos blogs sendo criados, em comparação com anos anteriores.

## 9. Tipo de blog

Gráfico 10 – Tipo de blog

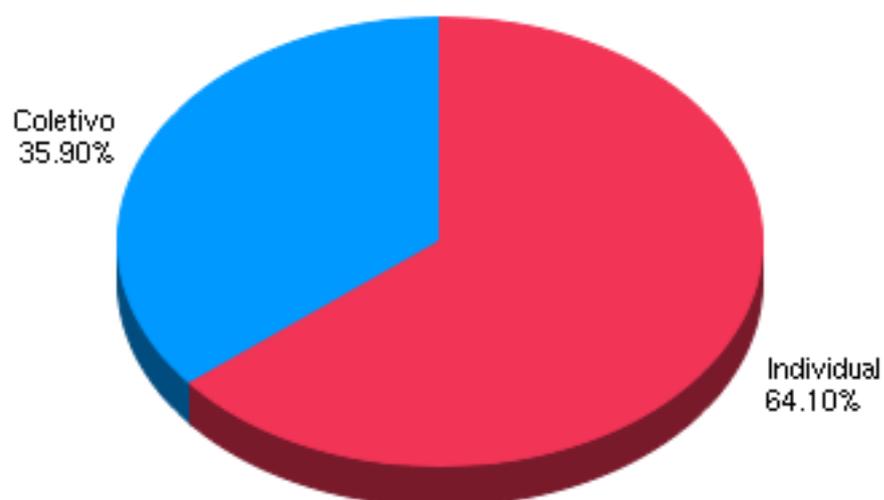


Gráfico 10 – Tipo de blog

| TIPO       | CONTAGEM | POR CENTO % |
|------------|----------|-------------|
| Individual | 25       | 64.10%      |
| Coletivo   | 14       | 35.90%      |

Pouco mais de 60% dos blogs são individuais, editados por apenas uma pessoa. Catorze blogueiros participam de blogs coletivos, aqueles em que compartilham a edição com mais uma pessoa, ou um grupo de pessoas. Dois blogueiros não responderam esta pergunta.

## 10. Tipo de hospedagem

Gráfico 11 – Tipo de hospedagem

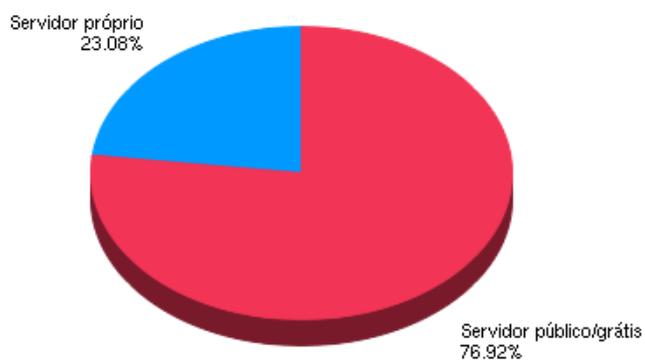


Tabela 11 – Tipo de hospedagem

| TIPO                    | CONTAGEM | PORCENTO % |
|-------------------------|----------|------------|
| Servidor público/grátis | 30       | 76.92%     |
| Servidor próprio        | 9        | 23.08%     |

Mais de  $\frac{3}{4}$  dos blogs são hospedados em servidores públicos, em sistemas como Blogspot e WordPress.com. Isto é, não há qualquer custo de manutenção para os blogueiros. O restante utiliza servidores próprios, pagos ou institucionais.

## 11. Sistema de gerenciamento de conteúdo

Gráfico 12 – Sistema de gerenciamento de conteúdo

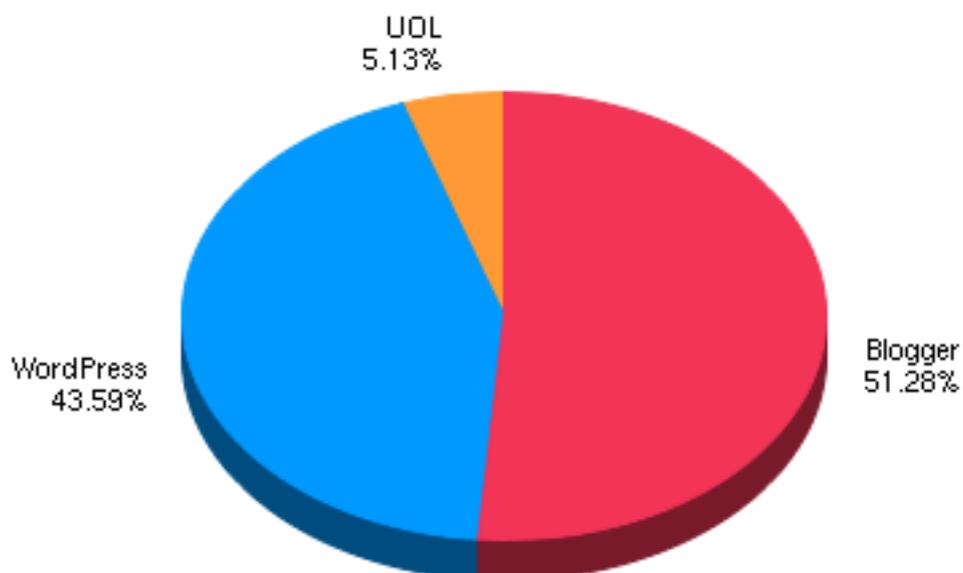


Tabela 12 – Sistema de gerenciamento de conteúdo

| SISTEMA   | CONTAGEM | POR CENTO % |
|-----------|----------|-------------|
| Blogger   | 20       | 51.28%      |
| WordPress | 17       | 43.59%      |
| UOL       | 2        | 5.13%       |

A maioria dos blogueiros utiliza a ferramenta grátis Blogger para gerenciamento de seus blogs. O sistema de gerenciamento de conteúdo WordPress surgiu nos últimos anos como o principal concorrente do Blogger, oferecendo tanto o serviço grátis, como o serviço pago. O sistema de gerenciamento de blogs do UOL aparece em menor número.

## 12. Possui algum sistema de monetização?

Gráfico 13 – Sistema de monetização

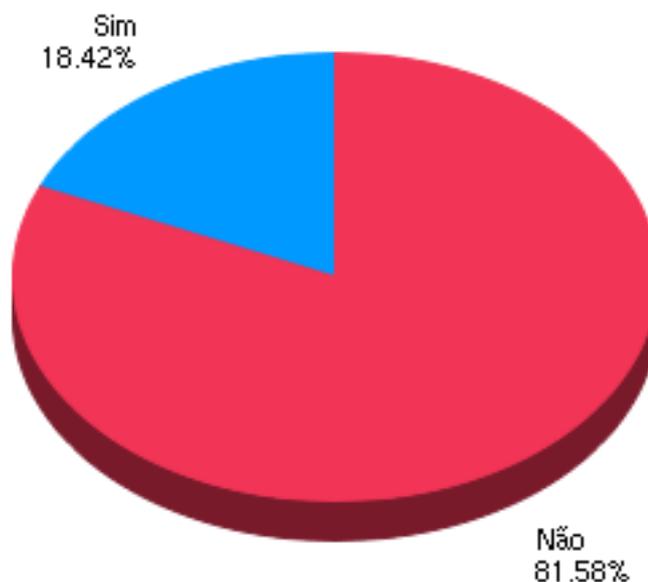


Tabela 13 – Sistema de monetização

| MONETIZAÇÃO | CONTAGEM | PORCENTO % |
|-------------|----------|------------|
| Não         | 31       | 81.58%     |
| Sim         | 7        | 18.42%     |

Somente 7 blogueiros utilizam algum sistema de monetização em seus blogs. Isto é, o blog possui algum recurso publicitário ou algum outro tipo de veiculação de mídia que gera rendimentos financeiros ao administrador do blog.

*Perfil do blog*

13. Tipo de conteúdo publicado no blog

Gráfico 14 – Tipo de conteúdo



Tabela 14 – Tipo de conteúdo

| CONTEÚDO  | CONTAGEM | POR CENTO % |
|---|----------|-------------|
| temático (aborda um tópico específico)                          | 19       | 50.00%      |
| miscelânea (assuntos variados)                                  | 17       | 44.74%      |
| didático (recurso educacional)                                  | 8        | 21.05%      |
| institucional (informações acerca de um instituição específica) | 2        | 5.26%       |
| concursos e ofertas de empregos                                 | 1        | 2.63%       |
| O blog se apresenta como um portal de Arquivologia              | 1        | 2.63%       |
| Pessoal   | 1        | 2.63%       |

| CONTEÚDO                        | CONTAGEM | POR CENTo % |
|---------------------------------|----------|-------------|
| software livre para bibliotecas | 1        | 2.63%       |

O gráfico e a tabela apresentam os diferentes tipos de conteúdo oferecido pelos blogs. Há uma divisão quase idêntica entre blogs temáticos e blogs que abordam diferentes temáticas. Foi oferecida a possibilidade de escolha de mais de uma opção, e especificação do tipo de conteúdo, já que os diferentes blogs podem assumir distintas características ou simplesmente vão se modificando ao longo do tempo sem se prender a um padrão de edição único.

#### 14. O conteúdo é direcionado para o universo:

Gráfico 15 – Direcionamento do blog

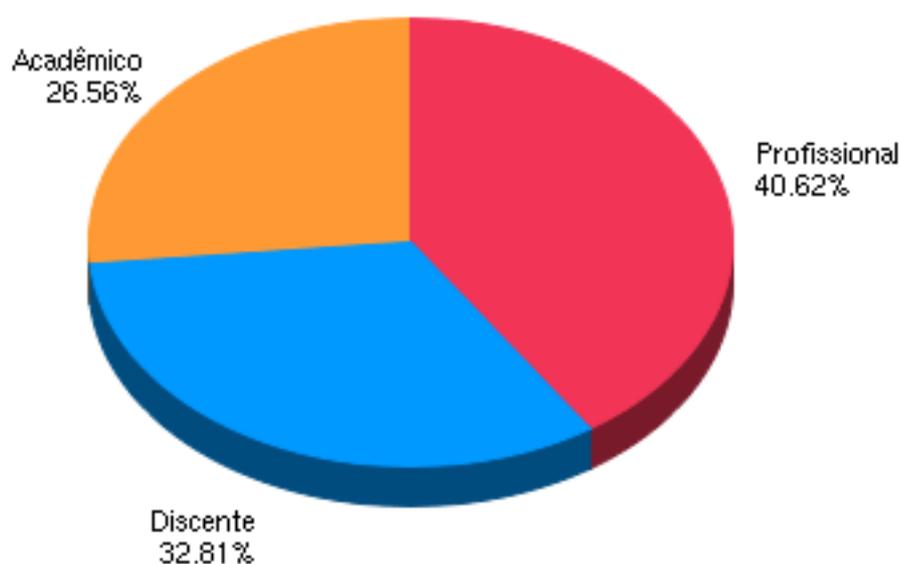


Tabela 15 – Direcionamento do blog

| UNIVERSO     | CONTAGEM | POR CENTO % |
|--------------|----------|-------------|
| Profissional | 26       | 68.42%      |
| Discente     | 21       | 55.26%      |
| Acadêmico    | 17       | 44.74%      |

Os respondentes tiveram a possibilidade de escolher mais de uma opção, e os resultados apontam para um direcionamento que segue em todas as 3 direções, profissional, discente e acadêmica. Ou seja, na verdade, o blogueiro médio está tentando “agradar” todos os universos, sem distinção de audiência.

15.O blog costuma publicar posts do tipo:

Gráfico 16 – Tipologia dos posts

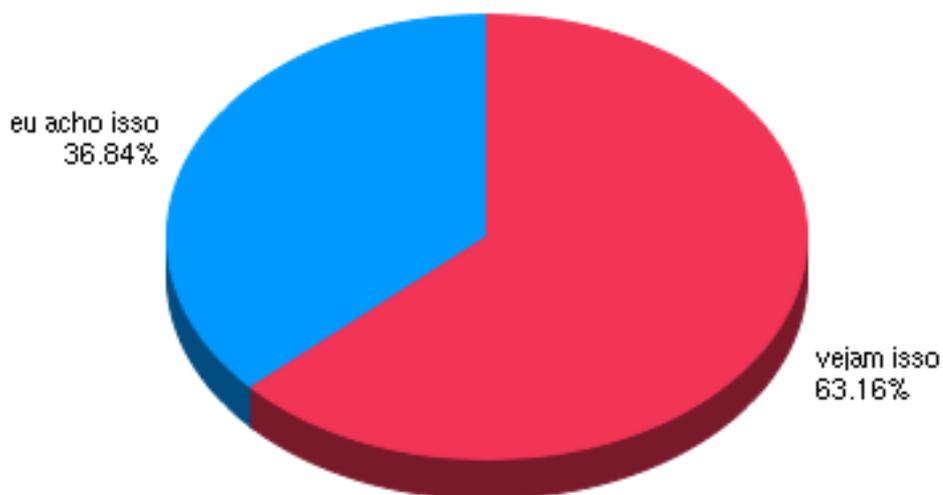


Tabela 16 – Tipologia dos posts

| TIPOLOGIA    | CONTAGEM | POR CENTO % |
|--------------|----------|-------------|
| vejam isso   | 24       | 63.16%      |
| eu acho isso | 14       | 36.84%      |

Mais de 60% de todos os respondentes classificam seus blogs como referenciais, aqueles onde o autor utiliza o link como a sua unidade fundamental de circulação, construindo posts em torno de idéias e experiências geradas em outros locais. A outra fatia é dos blogs que podem ser classificados experienciais, onde o autor é direcionado por suas próprias introspecções, criando entradas a partir de experiências e opiniões pessoais.

#### 16.Média de posts publicados por semana:

Gráfico 17 – Média de publicação

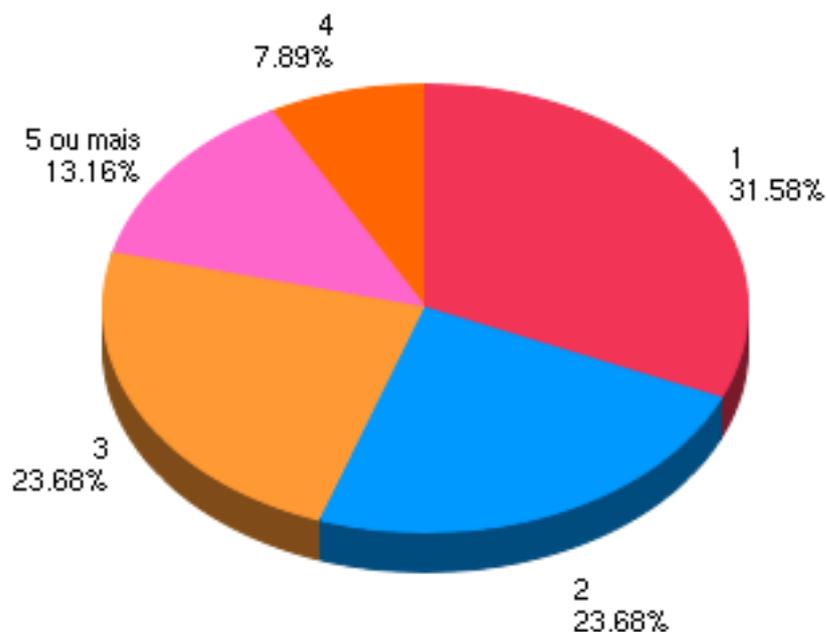


Tabela 17 – Média de publicação

| POSTS     | CONTAGEM | POR CENTO % |
|-----------|----------|-------------|
| 1         | 12       | 31.58%      |
| 2         | 9        | 23.68%      |
| 3         | 9        | 23.68%      |
| 5 ou mais | 5        | 13.16%      |
| 4         | 3        | 7.89%       |

A média de publicação é bastante heterogênea. A média total é de 1,82 post por semana, entre todos os 38 blogueiros que responderam essa questão.

17. Seus posts costumam receber comentários?

Gráfico 18 – Comentários

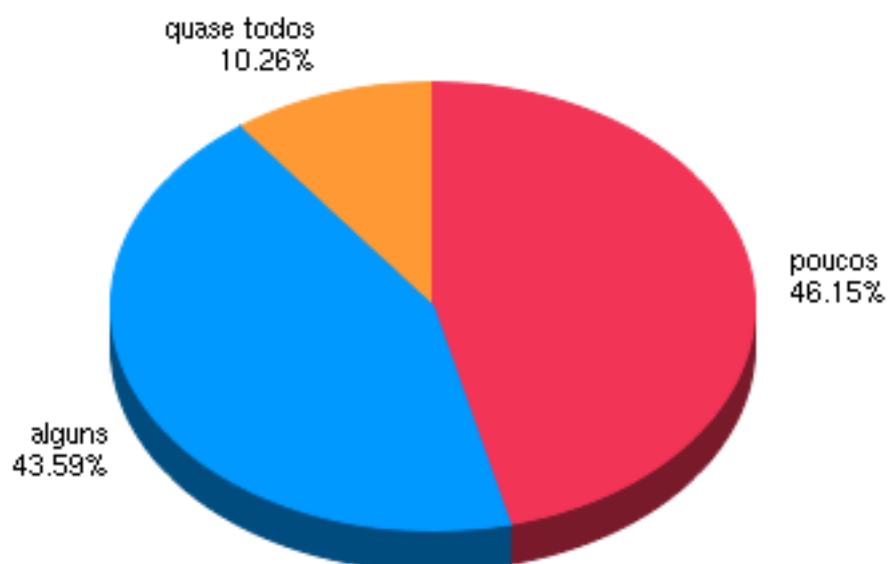


Tabela 18 – Comentários

| COMENTÁRIOS/POSTS | CONTAGEM | POR CENTo % |
|-------------------|----------|-------------|
| Poucos            | 18       | 46.15%      |
| Alguns            | 17       | 43.59%      |
| quase todos       | 4        | 10.26%      |

Em maior extensão, poucos ou somente alguns posts recebem comentários dos visitantes do blog. Esta pergunta desconsidera o volume de tráfego dos blogs, onde alguns blogs com grande número de visitantes pode receber poucos comentários, ou um blog com menor audiência pode possuir maior engajamento e promover maior participação dentro da comunidade.

#### *Razões para blogar*

18 .Por que decidiu criar um blog em Ciência da Informação?

Gráfico 19 – Razões de blogar

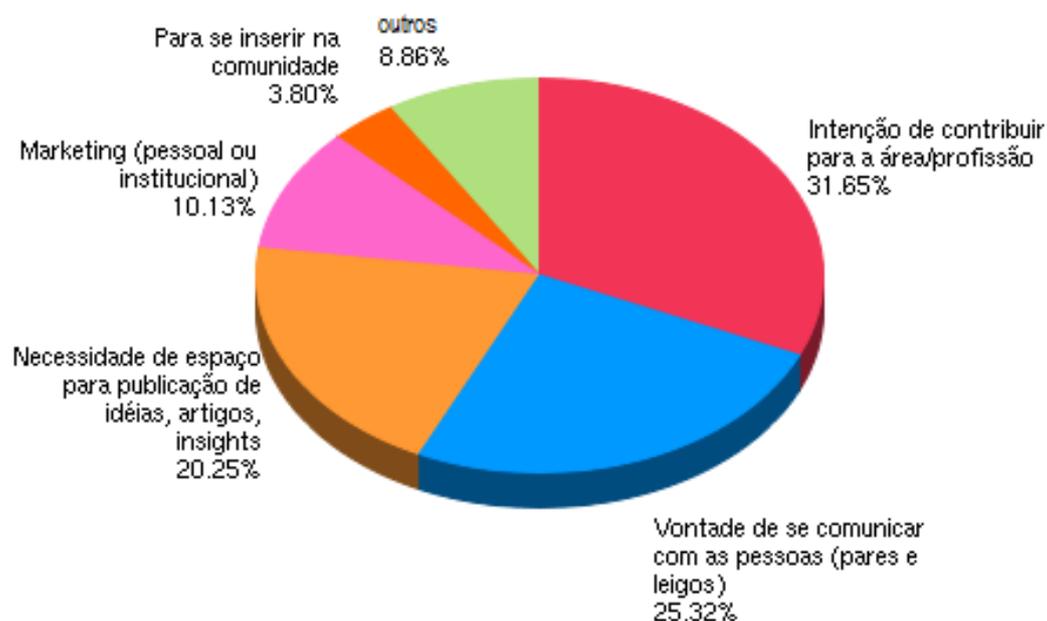


Tabela 19 – Razões de blogar

| RAZÕES  | CONTAGEM | POR CENTO % |
|---|----------|-------------|
| Intenção de contribuir para a área/profissão                                      | 25       | 64.10%      |
| Vontade de se comunicar com as pessoas (pares e leigos)                           | 20       | 51.28%      |
| Necessidade de espaço para publicação de idéias, artigos, insights                | 16       | 41.03%      |
| Marketing (pessoal ou institucional)  | 8        | 20.51%      |
| Para se inserir na comunidade   | 3        | 7.69%       |
| auxiliar de trabalho de doutorado   | 1        | 2.56%       |
| Blogoterapia  | 1        | 2.56%       |
| Criar um canal de comunicação e interação com os leitores da Biblioteca Municipal | 1        | 2.56%       |
| Conhecer o trabalho realizado pelas professoras nas suas Bibliotecas              | 1        | 2.56%       |
| Divulgar o meu trabalho com concursos   | 1        | 2.56%       |
| instrumento acadêmico   | 1        | 2.56%       |
| Não criei. Fui convidado...   | 1        | 2.56%       |

Intenção de contribuir para a área/profissão, vontade de se comunicar com as pessoas (pares e leigos) e necessidade de espaço para publicação de idéias, artigos, *insights* são as principais razões que levam os discentes, profissionais e acadêmicos da área da Ciência da Informação a escrever blogs.

Achei conveniente apresentar todos os “outros” citados pelos respondentes.

## 19. Costuma deixar comentários em outros blogs de Ciência da Informação?

Gráfico 20 – Comentários em outros blogs



Tabela 20 – Comentários em outros blogs

| COMENTÁRIOS | CONTAGEM | POR CENTO % |
|-------------|----------|-------------|
| Sim         | 25       | 64.10%      |
| Não         | 14       | 35.90%      |

Do total de 39 respondentes, 25 blogueiros afirmam deixar com alguma frequência, comentários em outros blogs que abordam tópicos acerca da Ciência da Informação.

As respostas relacionadas ao perfil do blogueiro e o perfil do blog apresentadas na forma de gráficos e tabelas são essencialmente auto-explicativas e preenchem uma primeira demanda desta pesquisa, que é identificar (demograficamente) as pessoas por trás dos blogs com temática em Ciência da Informação e apresentar os próprios blogs que compoem essa esfera.

Na próxima seção, eu procuro explicar o que querem dizer as respostas numéricas acerca do conteúdo publicado nos blogs e as razões para blogar. Em adição, são incluídas reflexões sobre as respostas abertas concedidas pelos blogueiros entrevistados, pautadas sobre dois questionamentos essenciais: a razão de criação do blog e a maneira como o blog se articula dentro da comunidade da Ciência da Informação.

## 6. COMPREENDENDO A BLOGOSFERA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

As respostas dos questionários e das entrevistas mostraram que a emergência e a dinâmica informacional na blogosfera da Ciência da Informação possuem naturezas profundamente sociais.

Uma menor parcela dos blogueiros respondentes começou a blogar após sugestão de seus próprios amigos. Esses amigos, também atores do campo da Ciência da Informação, em geral já possuíam um blog com temática na área e serviam de inspiração para que outras pessoas (seus amigos) decidissem criar um blog focando tópicos da Ciência da Informação.

Apesar de em menor número, esse grupo representa uma fatia de blogueiros que não criaram seus blogs por iniciativa própria, já que estavam simplesmente atendendo a uma chamada social pré-estabelecida.

Porém, antes de surgir um grupo inicial de blogueiros publicando tópicos sobre Ciência da Informação em seus blogs, ocorreu a alguns alunos vinculados a escolas de Ciência da Informação (ou escolas de áreas correlatas), a percepção de um potencial de comunicação nos blogs que poderia extrapolar círculos menores de colegas, cercanias da universidade e limitações em suas atividades profissionais.

Este pequeno grupo de blogueiros pioneiros se inseriu na blogosfera na medida em que foram encontrando blogs versando sobre diversas temáticas, mencionados por *websites* que costumavam frequentar ou através de pessoas com quem mantinham conexões na *Web*. Novos blogs eram introduzidos por outros blogs, e assim sucessivamente, indicados através dos seus rudimentares sistemas de *blogrolls*.

O pontapé para a blogosfera da Ciência da Informação no Brasil (e, podemos dizer, similarmente em todo o mundo) ocorreu quando estes blogueiros pioneiros enxergaram a oportunidade de utilizar um blog de modo completamente independente, como um veículo para a articulação e livre disponibilização de idéias, opiniões e tópicos efêmeros dentro de uma esfera temática específica, e até então inexistente.

É provável que esta emergência de blogs com temática em Ciência da Informação tenha acontecido simultaneamente, em lugares distantes entre si, levando um certo tempo de adaptação, até que os diferentes blogueiros passassem a se descobrir e se reconhecer, estabelecendo os alicerces do que viria a ser a blogosfera em Ciência da Informação.

Porém, esta motivação inicial e os laços social estabelecidos posteriormente, que permitiram a inclusão na e crescimento da blogosfera, não respondem ao questionamento primordial da real razão que levou estas pessoas a criar um blog em Ciência da Informação. Recorrendo ao questionário, e mais especificamente às entrevistas, foi possível rastrear essa resposta entre os blogueiros expoentes.

Viviane Silva<sup>34</sup>, criadora do primeiro blog sobre assuntos relacionados à Ciência da Informação, tinha a intenção de tornar do interesse de mais pessoas a estética do seu curso. Então, em 2001, Viviane cursava Biblioteconomia na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, a Uni-Rio, deliberadamente utilizando seu blog pessoal como uma introdução na explicação da essência da Biblioteconomia e da Ciência da Informação para leigos e estudantes – potenciais ou futuros profissionais da informação – e deixar que seguissem o desenvolvimento da tese eles próprios.

Essa prática eliminava a tensão relacionada ao desconhecimento da profissão e da área e o interesse em conhecê-la, por parte dos leigos. Ao mesmo tempo, o blog permitia que Viviane estabelecesse uma presença *online* permanente que provava que ela era real, criando afiliações com seus leitores.

Jackson Medeiros<sup>35</sup>, respondeu à entrevista dizendo que sentia necessidade de contribuir para a área, mas sem saber exatamente de que forma poderia alcançar esse objetivo:

“Eu tive alguns blogs antes, onde eu escrevia sobre diversos assuntos. A idéia inicial era expressar meus gostos. Mas eu sempre me perguntei: ‘quem gostaria de saber dos meus gostos?’ Eu tinha uma quantidade de visitantes razoável para quem

---

<sup>34</sup> <http://bsf.org.br>

<sup>35</sup> <http://jacksonmedeiros.wordpress.com/>

começava, mas isso não fazia com que eu me sentisse bem; não sei nem se o sentimento é esse. Eu precisava contribuir, mas de que modo?

Tinha vontade de criar um blog sobre Ciência da Informação, mas e a coragem? Aí tu pergunta: ‘Pra que coragem? Cria um blog e sai descrevendo idéias!’. Não foi tão simples assim.

A coragem veio em 2007. No momento que eu criasse um blog sobre CI, por menos visitantes que eu tivesse, alguém iria ver. E esse era o medo: como que eu, um aluno de Biblioteconomia, iria falar sobre CI se minha caminhada acadêmica é tão curta? Bom, aí já tinha feito. Eu sabia que tinha que tentar escrever bem; ainda que cometa falhas, eu preciso plugar minhas idéias à de outros e, quem sabe, criar novas.

Então foi esse o *start*: publicar minhas idéias, críticas e as coisas que eu gosto dentro da Ciência da Informação.”

Gustavo Henn, um dos editores do cabal ExtraLibris<sup>36</sup> respondeu que basicamente começou a blogar por insistente de colegas e acreditou que poderia ser uma boa estratégia para divulgar o seu trabalho. Mas incerto sobre suas próprias razões de blogar, Henn respondeu “...agora, se você me perguntar porque eu continuo com o blog, aí a coisa muda de figura.”

A professora Renate Landshoff<sup>37</sup>, da FESP-SP, a primeira docente a utilizar um blog, escreveu em um dos primeiros posts de seu blog, datado de 25 de março de 2004:

APRENDENDO A APRENDER

Olá!!

A cada dia aprendo mais um pouquinho e vou publicando coisas interessantes para vcs. Esse processo de construção do conhecimento é muito envolvente e tenho vontade de ficar só blogando e explorando esse mundo virtual de infinitas possibilidades. Espero poder levá-los a novas fronteiras do conhecimento.

Aproveitem!

Como ficou evidenciado acima, não existe uma única razão para se blogar. Diferentes blogueiros possuem diferentes razões para blogar, e para diferentes propósitos.

---

<sup>36</sup> <http://extralibris.org/>

<sup>37</sup> <http://renaland.blog.uol.com.br/>

Provavelmente a principal descoberta desta pesquisa, é que as respostas do questionário e das entrevistas apontam para uma falta de visibilidade e espaço que promova a produção científica e informacional por parte dos atores atuantes na Ciência da Informação.

Essa perspectiva é sentida em maior escala pelos discentes e pelos profissionais (e conseqüentemente, eles representam a maior fatia dos blogueiros), porque os entraves presentes na estrutura acadêmica dificultam a participação destes dois grupos em uma única esfera que englobe todos os três corpos de atores atuantes da área (docentes, profissionais e discentes).

As iniciativas dos blogs em Ciência da Informação surgem em busca de uma solidificação entre os próprios atores, construindo comunidades e colaborando entre si para a promoção da comunicação na área.

De alguma maneira, os laços com a comunidade como um todo não são estreitados, visto que as iniciativas dos blogueiros de Ciência da Informação, em crescimento, tendem a se manter distantes do círculo acadêmico, grande gerador e fomentador de conhecimento dentro da área.

]

Os corpos atuantes em Ciência da Informação recorrem aos blogs para se fazer ouvir dentro de sua esfera de educação e atuação. A viabilidade dessas iniciativas depende apenas de boas intenções e um pouco de domínio tecnológico para o gerenciamento técnico do blog.

Diego Abadan, um dos fundadores e editores responsáveis pelo BSF<sup>38</sup> acredita que a iniciativa dos blogs serve de exemplo para outros alunos, profissionais e docentes, mostrando que é possível fazer algo com competência e relevante dentro da área, sem grandes estruturas, nem nomes famosos. São projetos iniciados de maneira “amadora”, que necessitam de muito pouco esforço para darem certo.

---

<sup>38</sup> <http://bsf.org.br>

Relacionada à vontade de escrever está a responsabilidade de manter um blog com postura “profissional” - diferente do “amador” -, no sentido de que o que está sendo exposto são os trâmites da área e similaridades de situações enfrentadas pelos colegas de classe.

Os blogueiros respondentes que mantêm blog há certo tempo argumentam na entrevista que o ato de blogar não sobrepõe formas existentes de comunicação entre os discentes, profissionais e acadêmicos da Ciência da Informação.

A exceção é somente em relação às páginas pessoais. E por essa razão, eles se sentem propensos a equilibrar a escrita sobre a área e a escrita sobre a pessoa que representa o discente, o profissional ou o acadêmico, com um ímpeto a documentar suas vidas. O blog se torna inclusive um meio conveniente de quebrar algumas percepções públicas sobre o profissional da informação.

Os respondentes também confirmam que o fato de área ser baseada no valor do compartilhamento de informações, explica a razão de os blogs chamarem atenção dos atores da Ciência da Informação, e que por si só já valeria de estímulo à criação de blogs dentro da temática da área.

Os discentes, acadêmicos e profissionais da informação que tem se comprometido com os blogs nos últimos anos acreditam que esse tipo de ferramenta é extremamente útil para o que se poderia chamar de uma “gestão do conhecimento” prática. Gustavo Henn, editor do blog Biblioteconomia para concursos<sup>39</sup>, explica que ler, comentar e criar posts de blog são atividades que aceleram o compartilhamento e o aprendizado profissional e acadêmico.

Existem aspectos centrais da prática de blogar que facilitam a aprendizagem de maneiras simples e distintas. Um blog individual ou coletivo que é focado em um domínio de informação e *expertise*, apresenta e cataloga na forma de posts o conhecimento daquela área profissional e acadêmica.

---

<sup>39</sup> <http://extralibris.org/concursos>

Ao longo do tempo, esse conteúdo publicado cresce para se tornar um corpo de conhecimento reconhecível. Ao oferecer a capacidade de comentar e interagir, a informação publicada pode ser mais bem definida, redefinida, testada e reconstruída.

Essa informação oferece uma plataforma para ação. Uma informação que pode ser transformada em conhecimento e então ser compartilhada e utilizada de diversas maneiras entre os pares da área.

É importante ressaltar que o estilo de postar, ler, comentar e linkar replica a dinâmica do diálogo da área em diferentes maneiras. Os resultados do questionário e das entrevistas mostram que o ator da Ciência da Informação detentor de um blog, seja ele de cunho pessoal ou institucional, normalmente possui suas inquietações em relação à área atreladas à sua atividade de trabalho ou pesquisa.

O blogueiro da área utiliza o blog como um canal de comunicação para expor o cotidiano do seu trabalho ou pesquisa, na expectativa de que seus pares ou pessoas com interesses e questões em comum, possam estabelecer conexões.

Os blogueiros estão cientes de que ao referenciar um blog ou blogs que oferecem informação relacionada, o conhecimento que é construído dentro da esfera profissional e acadêmica pode ser compartilhado mais amplamente dentro da comunidade.

Um ecossistema de conhecimento pode ser instituído através do agregado de links e conteúdo que os participantes da blogosfera criam. E esse corpo de conhecimento permanece *online*, disponível para qualquer profissional, discente ou acadêmico da informação que queria se envolver.

E essa dinâmica contém uma grande promessa. Ela demonstra as características que muitos sugeriram como desejáveis e necessárias para as comunidades de prática e organizações de aprendizagem.

Essas considerações são importantes pois, os atores da Ciência da Informação reconhecem o valor que a base de conhecimento construída sobre os blogs representam para o seu trabalho e aprendizagem contínua.

Um blog pode consistir de centenas de posts, dezenas de comentários e conexões com dezenas de outros blogs dentro de uma ampla variedade de tópicos de interesse, variando de teoria clássica da Ciência da Informação até tópicos recentes, como por exemplo, a *Web* semântica.

## 6.1 Conteúdo e técnica

O discente, profissional ou acadêmico da informação enquanto autor do conteúdo do blog decide quais tópicos serão apresentados e de que forma serão apresentados.

Rodrigo Galvão, editor do blog ExtraLibris Ergonomia<sup>40</sup> explica que as diferenças entre softwares influenciam a decisão sobre o desenho do blog porque as plataformas de hospedagem normalmente fornecem alguns temas (design) padronizados, enquanto que o software instalado pelo próprio blogueiro fornece mais flexibilidade e controle sobre a aparência.

Mas normalmente os blogueiros da área criam seus blogs através de um serviço gratuito, estando sujeitos à utilização de desenhos pré-concebidos. Poucos blogs dentro da esfera da Ciência da Informação possuem um design que foi pensado como uma extensão dos recursos da ferramenta. Os blogueiros da área em geral estão mais preocupados com a qualidade do conteúdo, do que com a percepção visual do blog.

Os aplicativos de blogs em geral são adequados para o tipo de comunicação que os blogueiros se propõem a estabelecer. Quando tecnicamente não são, os próprios blogueiros, com maiores habilidades técnicas, se encarregam dos ajustes necessários.

Alguns blogueiros reportaram uma motivação autodidata, mas em vez de aprenderem *web design*, como normalmente fazem os autores de *websites* pessoais, a maioria dos *blogueiros* se contenta em se expressar somente através da escrita.

---

<sup>40</sup> <http://extralibris.org/ergonomia>

Nesse caso, é mais fácil notar os diferentes estilos de escrita, especialmente entre os homens e mulheres. As discentes, profissionais e acadêmicas (mulheres) da informação tendem a se expressar utilizando a voz pessoal e se mostram abertas ao diálogo, enquanto que os discentes, profissionais e acadêmicos (homens) se inserem num contexto de comunicação de via única, onde apenas apresentam suas idéias sem necessariamente esperar por um retorno de seus leitores.

Viviane Silva, criadora do BSF argumenta que publicar um blog de cunho profissional é uma maneira de auto-apresentação que precisa atender algumas expectativas sobre a autenticidade pessoal, e ao mesmo tempo, manter um equilíbrio entre permanecer privado e ser público.

Os usuários de uma unidade de informação, por exemplo, sabem que existe um profissional por trás do blog, e tem na mente que a ferramenta possui um caráter mais informal do que o *website* tradicional da instituição. Viviane explica que as rotinas e expectativas que formam as regras de publicação dos blogs fazem parte das estratégias gerais do gerenciamento da identidade institucional ou profissional.

Os blogueiros que criaram por iniciativa própria os seus blogs argumentam que passaram a encarar a blogosfera com maior seriedade a partir do momento em que perceberam que seus posts estavam sendo lidos e comentados.

Mas não existe uma preocupação sobre a autoridade das fontes, semelhante aos padrões acadêmicos. O conteúdo normalmente é selecionado partindo de uma análise crítica do editor. Os gestores do blog BSF, por exemplo, se preocupam em publicar informações que sejam de interesse dos visitantes, ou informações que os visitantes não encontrariam em outro lugar. Estas informações podem ser resgatadas em fornecedores tradicionais, como periódicos científicos, jornais, ou publicadas dentro da perspectiva do editor, como uma opinião, resenha.

O público alvo em todos os blogs analisados é composto essencialmente pelos pares diretos daqueles que produzem os blogs: o público alvo dos blogs editados por

discentes são outros estudantes e o público alvo dos blogs editados por profissionais são os outros profissionais da área.

Essa dinâmica só não funciona estritamente no caso dos blogs de docentes, pois estes em geral, são utilizados como recurso à didática, sendo assim direcionados para os alunos das disciplinas correspondentes à linha de atuação ou pesquisa do docente blogueiro.

Ainda assim, como percebemos nos gráficos apresentados acima, todos os blogs dentro da esfera discente são capazes e esperam atingir diferentes níveis dentro da área total da Ciência da Informação, visto que o foco é abrangente.

A percepção dos blogueiros de Ciência da Informação enquanto produtores e consumidores do tipo de informação publicada se dá no âmbito da linguagem que se estabelece entre a informação transmitida e o receptor. Isto é, os blogueiros falam de igual para igual com sua audiência, muitas vezes informalmente, sem fazer uso de normas e padrões acadêmicos. E o público neste caso, difere da audiência, já que participa ativamente do processo de transmissão da informação, e não apenas assiste.

O fato de os sistemas estarem baseados na Internet representa uma barreira para aqueles que não dispõem de acesso ao meio eletrônico, ou não tem familiaridade para acompanhar a velocidade da transmissão de informação neste tipo de ferramenta. Os blogueiros tendem a se aproximar, formando “panelas”.

A questão da virtualidade deve ser levada em consideração. Apesar de a maioria dos alunos e profissionais da área possuir acesso à Internet em seus computadores pessoais ou em ambientes de estágio e trabalho, muito deles relutam em participar ativamente de uma esfera de comunicação presente na Internet. Uma boa divulgação ajudaria a minimizar o problema, porém os estudantes e profissionais da área insistem em fazer sua presença na Internet marcada apenas por vínculos em sistemas de relacionamento, como Orkut e MSN.

Basicamente, os resultados demonstram que existem dois segmentos referentes ao uso dos blogs pelos atores da área. Em unidades de informação que já utilizam essa

tecnologia, os blogs geralmente são utilizados como uma extensão virtual do serviço oferecido fisicamente. Eles representam uma forma de ampliar os serviços ou um meio para que as pessoas tomem conhecimento dos serviços oferecidos pela empresa ou instituição a qual está vinculado.

Na prática, em geral os profissionais da informação criam um blog para indicar novidades, fontes ou assuntos de interesse dos usuários, uma espécie de quadro de avisos ou um portal de referência, funcionando de maneira mais ágil, dinâmica e interativa, em comparação com o website padrão estático.

A outra categoria refere-se aos blogs que são criados por discentes, profissionais e acadêmicos da área com a intenção de promover uma comunidade profissional baseada no compartilhamento de informações. E nesta mesma categoria, inserem-se aqueles blogs que são criados por razões estritamente pessoais e os blogs criados por docentes utilizados como uma extensão da disciplina ministrada em sala de aula.

Os blogs possuem duas modalidades de edição: são de responsabilidade individual, ou coletiva, quando duas ou mais pessoas são responsáveis pelo conteúdo. Acenou-se para a possibilidade de uma terceira modalidade, de blogs comunitários, onde existe um responsável pela edição, mas quem oferece conteúdo para inclusão são os próprios visitantes do blog (blogs criados e moderados por professores, onde os alunos têm liberdade de incluir posts, por exemplo).

Analisando a evolução estrutural dos blogs, percebe-se que os avanços extrapolam os objetivos iniciais. Os desenvolvedores foram capazes de criar associações com editores e colaboradores. Os blogs hoje são produtos sólidos, com tendência ao crescimento e servem de apoio para a emergência de novas iniciativas. Todos os *blogueiros* que preencheram o questionário e participaram das entrevistas pretendem expandir seus espaços de atuação e os meios para tanto vão sendo articulados.

De acordo com as informações coletadas, é inegável que na esfera da Ciência da Informação os blogs contribuam de alguma forma para a comunicação e difusão da informação. Entretanto, é difícil mensurar o grau dessa contribuição.

De qualquer forma, o valor de se possuir um blog e ler outros blogs dentro da Ciência da Informação possui muito benefícios tangíveis. Existem algumas razões básicas que influenciam os atores da área desde a construção até a participação em um blog, e os respondentes do questionário e da pesquisa concordam com todas elas, dentre as quais pode-se citar:

1. Escrever um blog manterá o discente, o profissional e o acadêmico atualizados  
    Editar regularmente um blog implicará num processo de buscas por informação, novidades, acontecimentos e eventos.
2. Blogs funcionam como um instrumento advocatório  
    Se o discente, profissional ou acadêmico discorda de algo, e quer mudanças, terá que conversar sobre isso. Blogs são um grande fórum, não apenas para expor ao mundo os problemas enfrentados por alunos em suas escolas, profissionais em suas atividades e instituições, acadêmicos em suas pesquisas, mas também um meio para os atores da área expressarem suas idéias efetivamente.
3. Blogs constroem comunidades  
    Independente daquilo que o blogueiro escrever, haverá pessoas interessadas. A comunidade da Ciência da Informação já é bem estabelecida, e muitas pessoas têm interesse nas perspectivas de outros membros da área. Provavelmente essas pessoas encontrarão e estreitarão laços com pessoas da área que jamais encontrariam em outras circunstâncias.
4. Você é único.  
    Publicar um blog é uma oportunidade para demonstrar a individualidade do discente, profissional e acadêmico.
5. Faça para você mesmo.  
    Não subestime o poder de escrever como uma catarse.
6. Facilidade de criação.

Existem muitas ferramentas que irão auxiliar e tornar a publicação um processo extremamente fácil.

Bem simples, *weblogs* são um excelente meio de manter-se atualizado. Novidades aparecem nos blogs muito antes de se transformarem em documentos impressos, e em muitos casos, periódicos *online*. Visitando os blogs de outros atores da área, é possível ganhar perspectiva de outros fazendo coisas relacionadas ao seu campo de trabalho e pesquisa, confrontando problemas em comum e encontrado soluções.

É possível também experimentar a grande diversidade de opiniões, experiências, perspectivas e personalidades que constroem a área. Os profissionais da informação são excelentes filtros de informação e confiar em um grupo seletivo deles para adquirir informação diária, pode ser uma grande economia de tempo (Schwartz, 2003).

Apesar do entusiasmo, ainda é um desafio fazer com que os profissionais sem aptidão tecnológica adotem as ferramentas e técnicas de blogs. Infelizmente, como afirma Roosevelt Lins<sup>41</sup> é preciso mais do que alguns posts para perceber como eles podem se tornar uma base de conhecimento ou como permitem que você se conecte com outras pessoas. Os benefícios requerem certo tempo antes de tornarem óbvios.

---

<sup>41</sup> <http://roosevelt.com>

## 7. REFLEXÕES FINAIS

Os avanços tecnológicos em anos recentes produziram sistemas com qualidades inteiramente novas, dentre eles um dos mais notáveis é o sistema de blogs. Apesar de aplicações similares terem existido no passado, os novos desenvolvimentos possuem características distintas dos precursores e permitem novas aplicações.

A característica comum é que nesses sistemas, o conteúdo e a estrutura não são determinados por profissionais, ou fornecedores de informação “tradicionais”. (Kolbitsch e Maurer, 2006, p. 188). Tanto o conteúdo como a estrutura, são definidos pelos indivíduos da comunidade. O resultado é um sistema onde o conhecimento da comunidade é maior do que a soma do conhecimento e experiência de todos os indivíduos.

Qualquer usuário da Internet hoje pode criar, editar e publicar conteúdo de diversas maneiras. Dessa forma, a atitude dos usuários modifica completamente, já que agora são capazes de tornar a informação que criam disponível para o público.

Com as ferramentas e serviços em mãos, os usuários se tornam mais independentes dos fornecedores tradicionais de informação. A consequência desse processo no futuro é que provavelmente uma menor porcentagem da informação será fornecida por editores profissionais e distribuída por companhias de mídia ou modelos tradicionais da comunicação científica. E assim, novas estruturas poderão se tornar o “padrão”.

Blogs são parte de uma crescente conjunção de comunicação pessoal e ferramentas de gerenciamento de informação. Os blogs fornecem uma extensão infinita de histórias e links. Isso ajuda a levar informação, novidades e *websites* de maneira eficiente para leitores que compartilham os mesmos interesses e pertencem a uma mesma esfera profissional e acadêmica.

Os blogs já causam impacto nas comunicações e facetas sociais da *Web* em geral, transformando-se uma parte da expansão *online* de tecnologias que, como o e-mail, já faz parte das nossas vidas.

Em breve, é provável que todos os discentes, profissionais e acadêmicos da área da Ciência da Informação deverão necessariamente estar familiarizados com blogs, para prover serviços de qualidade e pensar na dinâmica da blogosfera, seguindo a crescente de usuários que cada vez mais absorvem essa tecnologia. As vantagens de “blogar” não podem ser subestimadas.

Os novos serviços e redes sociais que recentemente emergiram causaram uma série de transformações na *Web*. A transformação, entretanto, não é baseada apenas em mudanças tecnológicas, mas principalmente, em uma mudança de mentalidade.

Os aspectos de participação do usuário e a transparência são o que as redes sociais na *Web* possuem em comum. Basicamente, qualquer usuário da *Web* atual pode criar conteúdo e disseminar informação. E desta forma, a atitude dos usuários se modificou já que agora eles tornam a informação que produzem disponível ao público.

Com estas novas tecnologias, o fluxo de conteúdo não é mais necessariamente *top-down* (de cima para baixo), dos produtores tradicionais para os leitores. Um número crescente de usuários se torna produtores e contribuem com novo conteúdo. Assim, um movimento *bottom-up* (de baixo para cima) pode ser observado, onde os consumidores passam a produzir a sua própria informação, que é distribuída para outros usuários até atingir um nível de compartilhamento entre o maior número de pessoas possível na *Web*.

Novos conceitos como *bottom up* e *top down* não representam quebra de paradigma e sim que as coisas podem coexistir e a proposta de que algo emergente pode ser a solução para deficiências em redes dinâmicas como a blogosfera.

Seguindo este movimento, evidencia-se o potencial da blogosfera em servir como um componente democrático e igualitário da esfera pública, já que esta rede social oferece uma oportunidade para idéias alternativas, pensamento crítico e discussão pública sobre diversas temáticas.

A blogosfera é um espaço público democrático que qualquer pessoa com acesso à Internet pode participar do diálogo, facilitando o movimento de idéias e compartilhamento de informação através de conversação e formação de opinião dentro da arena pública, criando possibilidades para a construção do conhecimento.

Dentro dos propósitos desta pesquisa, percebemos uma singularidade no que concerne à necessidade de visibilidade e de se fazer ouvir. Há de se considerar que desde tempos antigos os indivíduos têm necessidade de expressar e disseminar suas idéias e experiências. Porém, a voz normalmente ouvida na memória informacional era de pessoas que alcançaram projeção pública.

Hoje, a Internet permite que pessoas comuns (ainda que somente aquelas situadas em um lado da divisão digital) expressem suas próprias vozes com regularidade, e em alguns casos, alcançar reconhecimento (Keren, 2004, p.8). Nesse sentido, os blogs enquanto sistemas de produção e difusão de informação podem ser entendidos como uma marca de emancipação.

A busca por expressão por parte daqueles marginalizados no espaço informacional é facilitada por blogs que permite centenas de milhares de pessoas a publicarem e compartilharem sobre suas vidas, seus trabalhos, suas dúvidas e achados, independente das suas motivações para tanto, e da forma em que esse tipo de conteúdo é difundido.

Weinberger (2007) indica que a compreensão, não o conhecimento, é o que estamos pretendendo na maioria de nossas conversas. Muitos de nós raciocinamos enquanto trocamos idéias com outras pessoas. A *Web* libera os pensamentos antes de eles estarem prontos, portanto, podemos burilá-los juntos.

Barreto (2008) argumenta que dar forma a coisa, cria a partir de palavras, nos remete ao próprio conceito de informação e por conseqüência ao conhecimento. Ao criar uma escrita através das palavras cada um está moldando o seu próprio *Golem*, para defender sua causa, suas idéias, seu pensamento.

Este instrumento possível antes só à cultura dominante com o engenho do formato digital ficou permitido ou estendido a qualquer indivíduo. Para todos os patamares da convivência do indivíduo através de seu blog existe a possibilidade de um espaço onde as palavras criam ali um sujeito mitológico. Um avatar de seu próprio ser que clama participação, voz, inclusão.

Barreto se questiona como o mundo andarà em nossa área. A Ciência da Informação, em sua visão, vem enfrentando desde o desenvolvimento da *Web* e posteriormente a *Web 2.0*, das redes sociais, uma crise de pertencimento de seus objetivos e de suas práticas. Algo operacional que pode ser recuperado.

Mas acontecimentos recentes mostram que esta crise tem se alongado para uma crise de respeito a ética da ciência e da técnica; uma crise de respeito, dignidade e honestidade entre pares, principalmente com a vinda dos arrivistas de última hora.

Atualmente existem grupos com a verve de construções novas e desafiadoras para a área e estes são uma grande esperança de novos rumos, de novas idéias e ideais mas nobres. Mas existem grupos que deveriam, pelo próprio filtro dos pares, ser expelidos pela sua parcimônia de coragem nos desafios , pelo medo de enfrentamento desafiadores e sobretudo pela contumaz destruição de idéias e ideais. Caberá a um consenso de pares munidos, se possível, da imparcialidade das amarras de amizades compensadoras separar o joio do trigo (Barreto, 2008b).

Profissionais, alunos e demais acadêmicos da Ciência da Informação tentam se adequar aos novos serviços e pesquisas na área, através do uso de tecnologias emergentes, como os blogs. Ainda que as razões para blogar e engajar na comunidade sejam várias e distintas, há um objeto comum entre esses atores: fornecer o que eles possuem de melhor individualmente em prol do crescimento da Ciência da Informação no Brasil.

## REFERÊNCIAS

BARABASI, Albert-Laszlo. **Linked: How everything is connected to everything else and what it means.** Plume Publishing, 2003.

BARRETO, Aldo. **O novo tem um compromisso com a originalidade.** [mensagem pessoal]. Mensagem enviada por lennine@gmail.com em 26 jul. 2006.

a) BARRETO, Aldo de Albuquerque. **Novos objetivos da Ciência da Informação no mundo da web 2.** [mensagem pessoal]. Mensagem enviada por aldo.barreto@gmail.com em 19 abr. 2007.

b) BARRETO, Aldo de Albuquerque. Editorial. **DataGramZero - Revista de Ciência da Informação** -v.8, n.4, 2007. Disponível em: <[http://dgz.org.br/ago07/F\\_I\\_iden.htm](http://dgz.org.br/ago07/F_I_iden.htm)>

c) BARRETO, Aldo de Albuquerque. A informação e o poder. [mensagem pessoal]. Mensagem enviada por aldo.barreto@gmail.com em 10 maio 2007.

a) BARRETO, Aldo de Albuquerque. **Uma nova configuração da esfera pública a partir dos estoques eletrônicos.** [mensagem pessoal]. Mensagem enviada por aldoabar@globo.com em 15 fev. 2008.

b) BARRETO, Aldo de Albuquerque. **A hora do adeus das inscrições impressas em formato tradicional?** [mensagem pessoal]. Mensagem enviada por aldoabar@globo.com em 16 ago. 2008.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. Os documentos de amanhã: a metáfora, a escrita e a leitura nas narrativas em formato digital. **DataGramZero - Revista de Ciência da Informação** - v.10, n.1. 2009. Disponível em: <[http://dgz.org.br/fev09/Art\\_01.htm](http://dgz.org.br/fev09/Art_01.htm)>. Acesso em 18 fev. 2009.

BLOOD, Rebecca. **Weblogs: A History and Perspective.** Disponível em: <[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)>. Acesso em 01 ago. 2002.

CARUSO, Fabiano. **Blogs, autoridade e Andrew Keen.** Disponível em: <http://fabianocaruso.com/literacia/blogs-autoridade-e-andrew-keen/>. Acesso em: 2 ago. 2007.

CASTELLS, Manuel. A Era da intercomunicação. **LeMonde Diplomatique.** Agosto, 2006. Disponível em: <<http://diplo.uol.com.br/2006-08,a1379>>. Acesso em: 21 ago. 2006.

\_\_\_\_\_. **A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

\_\_\_\_\_. **A Sociedade em Rede.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

COOLEY, R., MOBASHER, B., e SRIVASTAVA, J. (1997). Web mining information and pattern discovery on the World Wide Web. **Proceedings of the 9<sup>th</sup> International Conference on Tools with Artificial Intelligence**. 1997. p. 558-567. Disponível em: <<http://doi.ieeecs.org/10.1109/TAI.1997.632303>>. Acesso em 28 set. 2006.

DAHLBERG, Lincoln. Computer-mediated communication and the public sphere: a critical analysis. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v.7, n.1. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue1/dahlbergold.html>>. Acesso em: 14 maio 2006.

DAHLGREN, Peter. The public sphere and the net: Structure, space, and communication. **Mediated Politics: Communications in the Future of Democracy**. Disponível em: <<http://books.cambridge.org/0521789761.htm>>. Acesso em: 14 maio 2006.

DREZNER, Daniel, FARRELL, Henry. **The power and politics of blogs**. Disponível em: <<http://www.danieldrezner.com/research/blogpaperfinal.pdf>>. Acesso em: 5 jun. 2006.

GARTON, Laura, HAYTHORNTHWAITE, Caroline, WELLMAN, Barry. **Doing Internet research**. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v.3, n.1, 1997. Disponível em: <<http://www.blackwell-synergy.com/doi/abs/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00062.x>> Acesso em 22 set. 2006.

GODIN, Seth. **Five tips for better online surveys**. Disponível em: <[http://sethgodin.typepad.com;seths\\_blog/2009/02/five-tips-for-better-online-surveys.html](http://sethgodin.typepad.com;seths_blog/2009/02/five-tips-for-better-online-surveys.html)>. Acesso em 16 fev. 2009.

GOMES, Sandra Lúcia Rebel et al. Bibliotecas Virtuais na Internet: a experiência do Prossiga. **Ciência da Informação**. Brasília, v.25, n.3, p.445-449, set./dez.1996.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera Pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HERRING, S.C., SCHIEDT, L.A., BONUS, S., WRIGHT, E. Briding the gap: a genre analysis of weblogs. **Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on Systems Sciences**. 2004. Disponível em: <<http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf>>. Acesso em: 21 set. 2005.

HUFFAKER, D. A., CALVERT, S. L. Gender, identity, and language use in teenage blogs. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 10, n.2, 2005. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>>. Acesso em: jun 22, 2007.

ITO, Joichi. Weblogs and emergent democracy. **21st Chaos Communication Congress**, 2004. Disponível em: <[http://www.ccc.de/congress/2004/fahrplan/files/243Emergent\\_Democracy.pdf](http://www.ccc.de/congress/2004/fahrplan/files/243Emergent_Democracy.pdf)>. Acesso em: 11 maio 2006.

JOHNSON, Steven. **Emergência**: a vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

KEEN, Andrew. **The Cult of the Amateur**: How Today's Internet is Killing Our Culture. Doubleday Business, 2007.

KEREN, Michael. Blogging and the Politics of Melancholy. **Canadian Journal of Communication**, v. 29, p. 5-23, 2004. Disponível em: <<http://www.cjc-online.ca/include/getdoc.php?id=1043&article=856&mode=pdf>>. Acesso em: 13 abril 2006.

KLEINBERG, J. M. Hubs, authorities, and communities. **ACM Computing Surveys**, n. 31, 1999. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=345966.345982>>. Acesso em 24 out. 2006.

KNAUSS, Greg. **Referential vs. Experiential bloggers**. Disponível em: <<http://www.kottke.org/remainder/06/04/10803.html>>. Acesso em: 13 abr. 2006.

KOKU, E., NAZER, N., WELLMAN, Barry. Netting scholars: Online and offline. **American Behavioral Scientist**, v. 44, n. 10, 2001. Disponível em: <<http://abs.sagepub.com/cgi/content/abstract/44/10/1752>>. Acesso em 24 out. 2006.

KOLBITSCHA, Josef; MAURER, Hermann. The transformation of the Web: how emerging communities shape the information we consume. **Journal of Universal Computing Science**, v. 12, n. 2, 2006. Disponível em: <[http://www.jucs.org/jucs\\_12\\_2/the\\_transformation\\_of\\_the/jucs\\_12\\_02\\_0187\\_0214\\_kolbitsch.html](http://www.jucs.org/jucs_12_2/the_transformation_of_the/jucs_12_02_0187_0214_kolbitsch.html)>. Acesso em: 27 maio 2006.

KOSALA, R., e BLOCKEEL, H.. Web mining research: A survey. **Proceedings of ACM—SIGKDD explorations**. v.2, n.1, 2000. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=360406&dl>>. Acesso em: 13 maio 2005.

KOTTKE, Jason. **Writers and editors**. Disponível em: <<http://www.kottke.org/06/04/writers-and-editors>>. Acesso em: 18 abr. 2006.

KUMAR, Ravi, NOVAK, Jasmine, RAGHAVAN, Prabhakar, TOMKINS, Andrew. On the bursty evolution of blogospace. **International World Wide Web Conference. Proceedings of the 12th international conference on World Wide Web**. Hungria, 2003. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=775152.775233>>. Acesso em: 14 jun. 2005.

KURAMOTO, Hélio. Blog divulga acesso livre à informação científica. Disponível em: <<http://www.ibict.br/noticia.php?page=4&id=226>>. Acesso em 13 jun. 2006.

LENHART, A., FOX, S. Bloggers: A portrait of the Internet's new storytellers. **Pew Internet & American Life**. 2006. Disponível em: <<http://www.pewInternet.org/pdfs/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf>>. Acesso em: 14 nov 2007.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MEADOWS, A J. **A comunicação científica**. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

MORTENSEN, Torill, WALKER, Jill. **Blogging thoughts**: personal publication as an online research tool. Disponível em: <[http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs\\_in\\_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf](http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs_in_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf)>. Acesso em: 23 jan. 2006.

NARDI, B. A., SCHIANO, D. J., GUMBRECHET, M. Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? **Proceedings of CSCW 2004**. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1031607.1031643>>. Acesso em 24 set. 2007.

ROJAS ORDUNÃ, Octavio Isaac et al. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

PAPACHARISSI, Zizi. The virtual sphere: The Internet as a public sphere. *New Media & Society*, v.4, n. 1, 2002. p.9-27. Disponível em:<<http://nms.sagepub.com/cgi/reprint/4/1/9>>. Acesso em: 21 maio 2006.

PINHEIRO, Lena Vânia R. Comunidades científicas e infra-estrutura tecnológica no Brasil para uso de recursos eletrônicos de comunicação e informação na pesquisa. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 62-73, set./dez. 2003.

QUICK, William. **DailyPundit**. Disponível em: <[http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001\\_12\\_30\\_dailypundit\\_archive.php#8315120](http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001_12_30_dailypundit_archive.php#8315120)>. Acesso em: 15 mar. 2006.

RECUERO, Raquel da Cunha. Webrings: as redes de sociabilidade e os weblogs. Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa em Tecnologias da Comunicação e da Informação. **XXVI INTERCOM**, Belo Horizonte, setembro de 2003. Disponível em: <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/webringseredes.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2005.

\_\_\_\_\_. State of blogosphere, 2008. Disponível em: <[http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/relativizando\\_o\\_estado\\_da\\_blogosfera.html](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/relativizando_o_estado_da_blogosfera.html)>. Acesso em 23 set. 2008.

RIBEIRO, Renato Janine. **Autoridade e poder na avaliação**. Capes, Sala de Imprensa. Disponível em: <[http://www.capes.gov.br/images/stories/download/artigos/Artigo\\_04\\_10\\_07.pdf](http://www.capes.gov.br/images/stories/download/artigos/Artigo_04_10_07.pdf)>. Acesso em 12 dez. 2008.

ROTH, Marci McCoy. **How journalists see the Blogosphere**. Disponível em: <<http://www.asc.upenn.edu/usr/mmccoy/blogs.pdf>>. Acesso em: 4 set. 2005.

RUTIGLIANO, Lou. **When the Audience is the Producer**: The art of the Collaborative Weblog. Disponível em: <[http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/marcom/comunicacion/utexas/2004/utexas\\_audienceproducer.pdf](http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/marcom/comunicacion/utexas/2004/utexas_audienceproducer.pdf)>. Acesso em 22 dezembro 2005.

SALTER, Lee. Democracy, New Social Movements, and the Internet. A Habermasian Analysis. In **Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice**. Disponível

em: <[http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=nyVzPL\\_-BRcC&oi=fnd&pg=PA117&dq=lee+salter+democracy,+new+social&ots=d2Q0IWvg6X&sig=yvL8L\\_CPYjMiUAB5VCFBTU5h7Zg](http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=nyVzPL_-BRcC&oi=fnd&pg=PA117&dq=lee+salter+democracy,+new+social&ots=d2Q0IWvg6X&sig=yvL8L_CPYjMiUAB5VCFBTU5h7Zg)>. Acesso em 19 set 2006.

SANTOS, Nilton Bahlis dos. Novas tecnologias: do partido centralizado às redes da sociedade civil e comunidades virtuais. **Liinc em Revista**, v.4, n.1, março 2008. Rio de Janeiro. p.54-62. Disponível em: < <http://www.ibict.br/liinc/viewarticle.php?id=77>>. Acesso em: 14 abr 2008.

\_\_\_\_\_. **Comunidades virtuais e popularização da saúde. X** Reunión de la Red de Popularización de la Ciencia y la Tecnología en América Latina y el Caribe (RED POP - UNESCO) y IV Taller “Ciencia, Comunicación y Sociedad” San José, Costa Rica, 9 al 11 de mayo, 2007. Disponível em: < <http://www.cientec.or.cr/pop/2007/BR-NiltonSantos.pdf> >. Acesso em 22 jan 2008.

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

SHIRKY, Clay. Weblogs and the Mass Amateurization of Publishing. Disponível em: <[http://shirky.com/writings/weblogs\\_publishing.html](http://shirky.com/writings/weblogs_publishing.html)>. Acesso em 14 mar. 2005.

SOUZA, Rosali Fernandez; CAMPOS, Maria Luiza de Almeida; CAMPOS, Maria Luiza Machado. A organização de Unidades de Conhecimento em Hiperdocumentos: o modelo conceitual como um espaço comunicacional para a realização da autoria. **Ciência da Informação**. Brasília: v.32, n.2, p. 7-16, maio/ago 2003. Disponível em: < [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652003000200002&script=sci\\_arttext&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652003000200002&script=sci_arttext&tlng=es)>. Acesso em 17/09/2007.

SOUZA, Rosali Fernandez. Organização e representação de áreas do conhecimento em Ciência e Tecnologia: princípios de agregação em grandes áreas segundo diferentes contextos de produção e uso de informação. **Encontros Bibli**, n. esp., 1º sem. 2006. Florianópolis. Disponível em: < [http://www.encontros-bibli.ufsc.br/bibesp/esp\\_03/3\\_GT2\\_souza.pdf](http://www.encontros-bibli.ufsc.br/bibesp/esp_03/3_GT2_souza.pdf)>. Acesso em 23/08/2007.

TORRES-SALINAS, Daniel, CLAVIJO, Álvaro CabezaS, LÓPEZ-CÓZAR, Emilio Delgado. Análisis métrico de los blogs españoles de Biblioteconomía y Documentación (2006-2007). **El profesional de la información**, v. 17, n. 1, 2008. Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2539632>>. Acesso em 13 mar 2008.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas,1997. Cap.4: Começando a definir a metodologia. P. 44-50

WEI, C. Formation of norms in a blog community. In L. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, and J. Reyman, editors, *Into the Blogosphere; Rhetoric, Community and Culture of Weblogs*, 2004.

WEINBERGER, David. **A nova desordem digital**. Campus, 2007.

WELLMANN, Barry. **Using social network analysis to study computer networks** (tutorial). GROUP 1997 : 1. Disponível em

<<http://www.informatik.unitrier.de/~ley/db/conf/group/group1997.html#Wellman97>>. Acesso em 24 jan 2007.

\_\_\_\_\_. Designing the Internet for a networked society. **Communications of ACM**. 45 (5): 91-96 (2002). Disponível em <<http://www.informatik.unitrier.de/~ley/db/journals/cacm/cacm45.html#Wellman02>> . Acesso em 24 jan 2007.

\_\_\_\_\_. For a social network analysis of computer networks: A sociological perspective on collaborative work and virtual community. SIGCPR/SIGMIS, 1996. **Communications of ACM**. Disponível em: <<http://arjournals.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.soc.22.1.213>>. Acesso em 24 jan 2007.

WILDE, Jonathan. The blogosphere: a kosmos. Disponível em: <<http://www.distributedrepublic.net/archives/2003/11/28/the-blogosphere-a-kosmos>>. Acesso em 21 ago. 2006.

WINER, Dave. **What are weblogs?** Disponível em: <<http://newhome.weblogs.com/personalWebPublishingCommunities>>. Acesso em: 19 nov. 2004.

WIKIPEDIA. **Blogosphere**. Disponível em: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Blogosphere>>. Acesso em: 14 maio 2006.

ANEXOS

## Anexo 1: Questionário

## Perfil dos blogueiros e blogs brasileiros de Ciência da Informação

1. Olá! Qual é o seu nome e sobrenome?
2. Qual é a sua idade?
  - Até 19 anos
  - 20 a 25 anos
  - 26 a 30 anos
  - 31 a 35 anos
  - 36 anos ou mais
3. Sexo:
  - Masculino
  - Feminino
4. Cidade onde vive:
  - São Paulo
  - Rio de Janeiro
  - Recife
  - Brasília
  - Fortaleza
  - Outra (qual?)
5. Área de formação:
  - Biblioteconomia
  - Arquivologia
  - Ciência da Informação
  - Comunicação
  - Computação
  - Outra (qual?)
6. Grau de instrução (completo ou cursando):
  - Graduação
  - Mestrado
  - Doutorado
7. Você se enquadra em qual perfil?
  - Estudante/Discente
  - Profissional Liberal/Servidor público
  - Professor/Pesquisador/Acadêmico
8. Local de trabalho:
  - Biblioteca
  - Arquivo
  - Centro de documentação
  - Universidade
  - Centro de pesquisa
  - Outro (especificar)
9. Qual é o nome do seu blog?
10. Qual é o endereço (URL) do blog?
11. Data de início do blog:

- 2004 ou antes  
2005  
2006  
2007  
2008
12. Tipo de blog:  
Individual  
Coletivo (mais de um editor)
13. Tipo de hospedagem:  
Servidor próprio  
Servidor público/grátis
14. Sistema de gerenciamento:  
WordPress  
Blogger  
Drupal  
Movable Type  
UOL  
Outro (qual?)
15. Seu blog possui algum tipo de publicidade/monetização?  
Sim  
Não
16. Se o seu blog deixou de existir, houve alguma razão específica para tal?
17. Qual o tipo de conteúdo publicado em seu post?  
temático (aborda um tópico específico)  
institucional (informações acerca de um instituição específica)  
miscelânea (assuntos variados)  
didático (recurso educacional)  
outro (especificar)
18. O conteúdo do seu blog é mais direcionado para o universo:  
Discente  
Profissional  
Acadêmico
19. Seu blog costuma conter mais posts do tipo:  
vejam isso  
eu acho isso
20. Quantos posts você publica por semana, em média?  
1 (ou menos, nem sempre é atualizado toda semana)  
2  
3  
4  
5 ou mais
21. Seus posts costumam receber comentários?  
todos  
quase todos  
alguns

poucos  
nenhum

22. Por que decidiu criar um blog?

Necessidade de espaço para publicação de idéias, artigos, insights

Vontade de se comunicar com as pessoas (pares e leigos)

Intenção de contribuir para a área/profissão

Para se inserir na comunidade

Marketing (pessoal ou institucional)

Outro (especificar)

23. Visita outros blogs com temática em Ciência da Informação?

Não

Sim

Se sim, consegue nomear um blog favorito?

24. Costuma deixar comentários em outros blogs que abordem tópicos da Ciência da Informação?

Sim

Não