

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO  
INSTITUTO DE LINGUAGENS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA**

**LUCIENNE ZARAMELLA FIGUEIREDO**

**A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS EM *BLOGS***

**CUIABÁ-MT  
2010**

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

**LUCIENNE ZARAMELLA FIGUEIREDO**

**A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS EM *BLOGS***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso como requisito para a obtenção do título de Mestre em Estudos de Cultura Contemporânea na Área de Concentração Interdisciplinar, Linha de Pesquisa Comunicação e Mediações Culturais.

Orientadora: Profa. Dra. Lúcia Helena Vandrúsculo Possari.

**CUIABÁ  
2010**

#### Dados Internacionais de Catalogação na Fonte

F475c Figueiredo, Lucienne Zaramella.  
A construção dos sentidos em blogs / Lucienne Zaramella Figueiredo -  
Cuiabá, 2010.  
xiii, 110 f ; il : color (Inclui figuras.)

Orientadora: Lúcia Helena Ventrúsculo Possari  
Dissertação (mestrado). Universidade Federal de Mato Grosso.  
Instituto de Linguagens. Programa de Pós-Graduação em Estudos de  
Cultura contemporânea, 2010.

1. Blog. 2. Cibercultura. 3. Comunicação . 4. Interatividade. I. Título.

CDU 004.773

Catálogo na fonte: Maurício S. de Oliveira - Bibliotecário CRB/1 1860



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO  
INSTITUTO DE LINGUAGENS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE  
CULTURA CONTEMPORÂNEA – MESTRADO – ECCO/UFMT

DISSERTAÇÃO APRESENTADA À COORDENAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lucy Ferreira Azevedo  
Examinadora Externa (UNIC)

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Icléia Rodrigues de Lima e Gomes  
Examinadora Interna (ECCO/UFMT)

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lucia Helena Vandrúsculo Possari  
Orientadora (ECCO/UFMT)

Cuiabá, 29 de outubro de 2010

## AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Vera, pelo apoio e compreensão.

À minha orientadora, Profa. Dra. Lúcia Helena, pela paciência e dedicação no desenvolvimento deste trabalho.

À amiga Laura, pelo incentivo e troca de idéias.

## RESUMO

A presente pesquisa, integrante de um projeto maior, que tenciona verificar como se constroem sentidos na não presencialidade, objetiva investigar os sentidos que blogueiros produzem, através da interatividade. Optamos por uma metodologia de abordagem qualitativa, para tanto, acompanhou-se alguns blogs, os quais foram selecionados, independentemente de serem blogs de cunho jornalístico. Quanto ao aspecto teórico-metodológico, não se falará em pólo de emissão e de recepção, vez que o blogueiro está num e noutro. Ele é autor, co-autor-leitor, possibilitado pela estrutura hipermediática, aberta, multidirecional que possibilita criar, imergir, interferir e recortar.

**Palavras-chaves:** Blog. Cibercultura. Comunicação. Interatividade. Construção de sentidos. Não presencialidade. Blogueiros.

## **ABSTRACT**

The current research, part of a bigger project, which intends to verify how meanings are constructed in non-presenciality, aims to investigate the meanings that bloggers produce through interactivity. We chose to conduct the research using a qualitative methodology, following the selected blogs - whether they are journalistic or not. Theoretically and methodologically, we won't discuss emission and reception, once the blogger is within both. He is the author, coauthor, reader, enabled by the hypermediatic, opened, multidirectional structure, which allows to create, to immerge, to interfere, to cut.

**Key words:** Blog. Cyberculture. Communication. Interactivity. Construction of meaning. Non-presenciality. Bloggers.

## Sumário

INTRODUÇÃO.....	8
CAPÍTULO 1.....	10
1.1 CIBERCULTURA, CIBERESPAÇO.....	15
1.2 INTERATIVIDADE.....	18
1.3 NAVEGANDO NO CIBERESPAÇO.....	20
1.4 CIBERESPAÇO, REDES.....	22
1.5 TIPOS DE LEITOR: O LEITOR DO CIBERESPAÇO.....	24
CAPÍTULO 2 .....	28
2.1 BLOGS.....	28
2.2 TIPIFICAÇÃO.....	30
2.3 BLOG: CRIAÇÃO, INTERAÇÃO.....	33
2.4 BLOG: INTERFACES – O ORKUT.....	34
2.5 BLOGS: INTERFACES - O TWITTER.....	37
2.6 PROFISSIONALIZAÇÃO.....	40
CAPÍTULO 3.....	42
3.1 METODOLOGIA.....	43
3.2 DESCRIÇÃO – LUIS NASSIF ONLINE.....	48
3.2.1 ACOMPANHAMENTO.....	50
3.3 DESCRIÇÃO - JACARÉ BANGUELA.....	63
3.3.1 ACOMPANHAMENTO .....	66
3.4 DESCRIÇÃO – BLOG DO TAS.....	90
3.4.1 ACOMPANHAMENTO .....	92
3.5 DESCRIÇÃO – BLOG DO ROMILSON.....	102
3.5.1 ACOMPANHAMENTO .....	104
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	110

## Lista de Figuras

figura1.....	49
figura2.....	65
figura3.....	66
figura4.....	91
figura5.....	91
figura6.....	92
figura7.....	92
figura8.....	104
figura9.....	104

## INTRODUÇÃO

O interesse em estudar o tema desta dissertação surgiu por se entender que a pesquisa sobre novas tecnologias de comunicação é necessária para se acompanhar os processos de comunicação e, ainda, por integrar o estudo de seus efeitos sobre a cultura. A opção é decorrente da observação das mudanças na estrutura, antes centralizada, de produção e disseminação de informações, e como são hoje produzidos os sentidos.

A formação da autora deste, em comunicação social, contribuiu para uma melhor visualização do significado de emissor e receptor. Neste sentido, as empresas de comunicação, que podem ser compreendidas como as emissoras, emitiam mensagens a receptores, visão que passa-se a questionar, com a percepção do deslocamento do pólo de emissão e de recepção.

A tecnologia não remete somente a alguns aparelhos, mas a novos modos de percepção e de linguagem, novas sensibilidades e escritas, e esse novo meio que não suporta somente texto escrito, mas também audiovisual, e, em rede, um não-tempo e um não-espaco nunca experimentados pelos processos de produção de sentidos.

A pesquisa está ancorada em conceitos sobre o virtual, também numa perspectiva sêmio-discursiva, cujos cenários são os *blogs*. Mais do que se falar em sujeitos da pesquisa, fala-se dos blogueiros como co-autores que são, na interatividade que é inerente às suas exposições. Para o aporte teórico, busca-se embasamento nas teorias de linguagens, teorias de comunicação interacional e interativa, hipertextualidade, *blogs*, *Orkut* e Análise de Discurso.

A pesquisa tem como objetivo verificar o processo de interação, no qual não se separa emissor de receptor, saber como se constroem os sentidos, tendo sido rompida a concepção unidirecional da comunicação. Objetiva, ainda, oferecer reflexões acerca da construção de sentidos entre interlocutores dos *blogs* na não-presença. Alguns dos objetivos específicos são: acompanhar os usuários de *blogs*, bem como descrever *blogs*, falas, processos de interação e de interatividade.

A metodologia é de abordagem qualitativa. A razão dessa escolha se deve à intenção de verificar o processo de interlocução, no qual não se separa emissor de receptor. Alguns dos desafios metodológicos encontrados foram: ajustar os pressupostos da etnografia a esse novo objeto, e a observação não participante (*lurking*). Inicia-se os

estudos com a pesquisa bibliográfica, visando atualizar o conhecimento sobre as origens da Internet e dos *blogs*, bem como as contribuições sobre o assunto. Foram acompanhados, ao todo, quatro *blogs*, todos de usuários brasileiros, um deles do Estado de Mato Grosso.

O presente trabalho foi segmentado em quatro capítulos principais: no primeiro capítulo expôs-se uma teorização sobre mídias, hipermídias e ciberespaço, e buscou-se delinear algumas observações sobre o papel dos *blogs* nas novas dinâmicas de produção e disseminação de informações. Para a discussão sobre construção de sentidos – processo de interação – nos *blogs*, analisou algumas concepções sobre hipertextualidade, hipermídia e rizoma.

No segundo capítulo, apresentou-se os *blogs* como espaços de construção de sentidos na não presença, bem como suas interfaces com Orkut, *Twitter*, e seu histórico.

No terceiro capítulo realizou-se uma descrição de cada um dos *blogs* acompanhados, com suas principais características. Narrou-se, ainda, a pesquisa, bem como algumas considerações sobre a técnica etnográfica e a chamada etnografia *online* ou netnografia. Esse capítulo também contém o acompanhamento de cada um dos *blogs* estudados.

Finalmente, as considerações finais trazem o resultado do acompanhamento dos *blogs*, com suas diferentes naturezas de interação e aspectos mais marcantes.

## CAPÍTULO 1

No presente capítulo, apresento uma teorização sobre mídias, hipermídias e ciberespaço. Primeiramente, comento, brevemente, acerca dos avanços da mídia, da criação do microchip à popularização do ciberespaço, buscando-se, assim, delinear algumas observações sobre o papel dos *blogs* nas novas dinâmicas de produção e disseminação de informações. Traço, ainda, algumas concepções sobre hipertextualidade, hipermídia e rizoma, entre outros conceitos, necessários ao avanço da discussão sobre a construção de sentidos – processo de interação – nos *blogs*, falando dos blogueiros como co-autores que são, na interatividade inerente às suas exposições.

Tal capítulo foi necessário, para embasar teoricamente a pesquisa e ainda, serve de convite à reflexão. Com a recente possibilidade de digitalização dos dados, a mídia passou por mais um grande avanço.

Os primeiros computadores foram criados, inicialmente, para uso militar, assim como muitas outras tecnologias de uso corrente nos dias de hoje. Seu uso para fins civis foi popularizado nos anos 60, pois, devido à Guerra Fria, o Departamento de Defesa Americano resolveu criar uma rede de computadores que os bombardeios não pudessem destruir, um sistema no qual todos os pontos (os nós da rede) tivessem a mesma importância e por onde os dados fossem transmitidos sem uma ordem definida<sup>1</sup>. Uma grande virada ocorreu nos anos 70, quando o advento do microchip possibilitou a automação de vários setores (industrial, terciário) e, a partir dos anos 80, passou a perder seu status puramente técnico para começar a se misturar com as telecomunicações, cinema, televisão e editoração. (LÉVY, 1999, p. 32)

Porém, a informática somente ganhou sua dimensão mundial no final dos anos 80, início dos anos 90, quando as redes que estavam em formação desde os anos 70 se juntaram e o número de pessoas e computadores começou a crescer. Esse avanço levou à criação do computador pessoal, impondo assim um novo curso ao desenvolvimento técnico-econômico, bem como surgiram as tecnologias digitais e começou a se delinear a infra-estrutura do ciberespaço. Santaella (2004, p. 45) considera ciberespaço àqueles espaços informacionais de múltiplas dimensões que permitem aos usuários<sup>2</sup> acesso, manipulação, transformação e intercâmbio de fluxos codificados de informação,

---

1 Terra Tecnologia, 2005 (*online*)

2 Pessoa que usa ou acessa algum serviço da internet.

dependentes da sua interação, que pode ser definida, de acordo com Possari (in POSSARI; NEDER, 2009, P. 57-58), como a condição de dois pólos “inter-agirem” para a construção de sentidos, enquanto a interatividade refere-se à ação do receptor. A autora (2009, p. 97) mostra ainda que qualquer forma de interação será sempre mediada por um processo de mediação simbólica, podendo ser verbal, não verbal, entre outros.

Para Lévy (1999, p. 126), do mesmo modo que a correspondência entre os indivíduos fez surgir o “verdadeiro” uso dos correios, o uso da rede telefônica e do computador pessoal provavelmente está sendo inventado por esse movimento social, que tem o ciberespaço como prática de comunicação interativa, recíproca, comunitária e intercomunitária, no qual cada ser humano pode participar e contribuir. O autor acredita que a emergência do ciberespaço já tem hoje efeito tão profundo na pragmática das comunicações como a invenção da escrita teve em seu tempo.

A formação da microinformática, segundo Lemos (2002, p. 101-102), deve-se ao desenvolvimento de domínios científicos, como a cibernética em 1948, a inteligência artificial em 1956, a teoria da auto-organização e de sistemas nos anos 60, a tecnologia de comunicação de massa e a telemática nos anos 50. A fase que vivemos hoje, de popularização do ciberespaço, teve início nos anos 80. Se antes foi visto o advento do computador pessoal (PC), hoje vivemos a fase do computador conectado (CC).

Lemos (2002) também divide a história do desenvolvimento da técnica em três fases: da indiferença (até a idade média), do conforto (modernidade) e da ubiquidade (pós-modernidade). Na primeira, a vida social gira em torno do sagrado, existe uma mistura entre arte, religião, ciência e mito, a técnica e a ciência não têm lugar privilegiado. Na fase do conforto, a mente passa a se separar do corpo, começa a ocorrer uma dessacralização da natureza, e a ciência substitui a religião como detentora da verdade. A última fase, localizada na pós-modernidade, é a fase da comunicação e da informação digital, do escape do tempo linear e do espaço geográfico, é também a fase da simulação e da cibercultura.

O autor chama de cibercultura a relação entre a técnica e a vida social, criada a partir da associação da cultura contemporânea com as tecnologias digitais, numa época em que ela caminha para a onipresença, aproximando a técnica do prazer estético e comunitário. Afirma, ainda, que, apesar de ainda estar em fase embrionária, a cibercultura já é uma realidade social planetária, caracterizada pela formação de uma conectividade

telemática generalizada, que amplia assim as possibilidades comunicativas e promove agregações sociais. O ciberespaço cria um mundo no qual o poder de emissão está nas mãos de uma cultura jovem e tribal, capaz de “produzir informação, agregar ruídos e colagens, jogar excesso ao sistema”. (LEMOS, 2002, p. 87).

Considero importante lembrar a gênese da palavra ciberespaço. Ela foi utilizada pela primeira vez por William Gibson, em *Neuromancer*, 1984. Foi definido por Lévy (1999, p. 92), como “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”, e por Lemos (2002, p. 127) como um “espaço não físico ou territorial composto por um conjunto de redes de computadores através das quais todas as informações (sob as suas mais diversas formas) circulam”.

Lévy (1999, p. 92) acredita que o provável é que todas as informações sejam eventualmente digitalizadas, e isso tornaria o ciberespaço o principal canal de comunicação no próximo século. É um espaço sem dimensões, um universo de informações navegável de forma instantânea e reversível, em um processo de desmaterialização do espaço e da instantaneidade temporal contemporâneos.

Para o já citado autor, através do computador é possível acessar à distância qualquer dado armazenado em um computador, o que torna possível também o compartilhamento dessas informações, arquivos. A possibilidade de transferência de dados é uma importante característica do ciberespaço, e possibilita a troca contínua. Os meios para se fazer isso são os mais diversos, em graus de complexidade crescente: “o correio eletrônico, as conferências eletrônicas, o hiperdocumento compartilhado, os sistemas avançados de aprendizagem ou de trabalho cooperativo e, enfim, os mundos virtuais multiusuários”, que são lugar de encontro e meio de comunicação entre seus participantes, sendo a *World Wide Web* um exemplo. (LÉVY, 1999, p. 104)

Essa ferramenta, mais conhecida como “WWW” ou *Web* é, para Lemos (2002, p. 119) a parte multimídia e mais popular da internet hoje, que permite a navegação por páginas de informação (*home pages*, *sites*) através de *links*, “lexias hipertextuais que induzem a navegação”, por meio de softwares, sendo os mais populares hoje o *internet explorer* e o *firefox*, que têm o papel de buscar informações e permitir o diálogo entre usuários.

A navegação pela internet pode ser comparada a um labirinto, com sua estrutura descentralizada, cujo prazer não é chegar ao fim, mas o próprio caminho a ser percorrido.

Aqui, as escolhas de cada usuário determinam a direção que será tomada. Estudiosos do tema definem os *links* como elementos conectivos que possibilitam a delimitação de um caminho, e são questão central na discussão sobre hipertextualidade, labirinto e rizoma (RECUERO; PRIMO; ARAÚJO, 2004). A idéia de labirinto encontra paralelos com o conceito de rizoma, pois em ambos não haveria um centro nem uma periferia, nesse tipo de labirinto todos os caminhos estão interligados. Segundo Viviani (2008), ambos funcionam como metáforas para o inconsciente, ambos são compostos de fluxos, de linhas e de velocidades, são infinitos universos de possíveis.

Uma metáfora utilizada por Lévy (1999) para mostrar as inundações de signos – aquilo que está no lugar de outra coisa - a biblioteca que não pode ser queimada, e que é “fluida, virtual, ao mesmo tempo reunida e dispersa” é a biblioteca de Babel. Quando, em 1944, Jorge Luis Borges (1944) escreveu o conto “A Biblioteca de Babel”, parecia prever a mídia hipertextual que é a Internet. A biblioteca que contém todas as possibilidades da realidade e labiríntica ilustra bem a atual condição da informação no ciberespaço. No dizer do autor:

No saguão há um espelho, que fielmente duplica as aparências. Os homens costumam inferir desse espelho que a Biblioteca não é infinita (se o fosse realmente, para que serviria esta duplicação ilusória?); eu prefiro sonhar que as superfícies polidas representam e prometem o infinito... (BORGES, 1944, p. 51)

A questão da ilusão do espelho suscitada por Borges pode ser discutida em referência às informações digitais, já que no cerne das redes digitais a informação se encontra fisicamente em algum lugar, ela também está virtualmente presente em qualquer ponto da rede em que seja solicitada (LÉVY, 1999, p. 48). A biblioteca de Borges é ilusoriamente infinita, assim como é o ciberespaço.

Apesar das analogias existentes entre a biblioteca de Borges e a internet, é possível apontar algumas dissonâncias. Rollason (2000) aponta que a analogia entre a internet e a grande biblioteca borgesiana é apenas parcial. A biblioteca de Borges é apresentada como preexistente e imutável, caso oposto ao da Internet, na qual o leitor ajuda a criar a biblioteca. Com acesso à internet, qualquer um pode divulgar o que quiser, através da criação de *sites*, *blogs*, páginas de relacionamento pessoal, listas de discussão e inúmeros outros meios.

Nos textos dessa biblioteca sem fim que é a internet, os nexos, são estruturados

em forma de rede, em oposição ao texto linear dos livros, e recebem o nome de hipertexto, o qual é constituído por nós (os elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens, sequências musicais, etc.) e por *links* entre esses nós, o que permite, segundo Lemos (2002, p. 124) a exploração através de um processo de “leitura-navegação” não linear e associativo, descentralizado e rizomático. Quem navega pelo hipertexto participa da construção daquilo que lê, através da escolha da combinatória dos nós, e para ele é possível, além da possibilidade de combinar, modificar e acrescentar nós, sendo sua condição de existência a interatividade.

Os hipertextos são informações textuais que promovem uma navegação não linear, sob a forma de *links*, com vários acessos, onde o leitor/navegador escolhe seu percurso por *links*. Estes, por sua vez, funcionam como portas virtuais que abrem caminhos para outras informações. A navegação por uma rede hipertextual assemelha-se a flunar numa cidade por evocar uma relação descentralizada e rizomática com o espaço. Silva (2007, p. 14) afirma que o hipertexto é uma teia de conexões de um texto com inúmeros textos, arquitetura característica do computador, permitindo contínuas associações não-lineares. Ao clicar em ícones, o usuário tem a possibilidade de transitar entre “janelas” armazenadas na memória do computador, e quando em rede (internet), permite ao usuário fazer essa troca de informações a partir de seu terminal para qualquer outro ponto da rede, com um percurso livre e não-sequencial.

O dicionário, a enciclopédia e a biblioteca são constituídos de estruturas em rede, e o ciberespaço é a mais nova dessas estruturas. De acordo com Lemos (2002, p. 123), ele é um hipertexto mundial interativo, que possibilita a cada um adicionar, retirar e modificar partes dessa estrutura telemática, como um texto vivo, um organismo auto-organizante. Duas características o diferem dos seus precursores: o mundo virtual e a informação em fluxo. O primeiro leva em conta o princípio da imersão, no qual as informações estão em um espaço contínuo em função da posição do explorador ou de seu *avatar*<sup>3</sup>. A informação em fluxo, para Lévy (1999, p. 62), designa dados em estado contínuo de modificação, um sistema de cartografia dinâmica de dados.

O autor chama de “universal sem totalidade” esse sistema do caos, que acolhe todas as opacidades de sentido devido à rapidez de seu crescimento, desenhando e redesenhando um labirinto móvel, inimaginável, uma universalidade desprovida de

---

3 Representação gráfica de um utilizador em realidade virtual.

significado central, a essência paradoxal da cibercultura. Acrescenta que o universal aberto, sem totalidade, da cibercultura acolhe e valoriza as singularidades, oferece a muitos o acesso à expressão. O ciberespaço possibilita, ainda, que a figura do editor, do produtor da mensagem seja dispensada, oferecendo condições para uma comunicação “direta, interativa, coletiva”. Afirma ainda, que, é impossível conciliar liberdade de informação e seleção, *a priori*, das informações por alguém que supostamente sabe o que é bom e verdadeiro para todos, seja essa instância jornalística, científica, política ou religiosa.

Spink e Medrado (in SPINK, 1999, p. 41-42) consideram o sentido como uma construção social, não uma atividade individual, nem reprodução de modelos, mas um empreendimento coletivo e interativo através do qual construímos os termos com os quais lidamos com os fenômenos à nossa volta. Levy (1999) enfatiza que, na *web*, não há hierarquia absoluta, mas cada *site* é um agente de seleção, de bifurcação ou de hierarquização parcial, e agora os usuários devem reconstruir suas totalidades parciais de acordo com suas preferências e necessidades, pois o advento do ciberespaço não significa que tudo pode ser acessado, mas sim que o todo está fora de alcance.

## **1.1 CIBERCULTURA, CIBERESPAÇO**

Lévy (1999) define ciberespaço como novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores, inclusos aí não somente a infra-estrutura, mas também as informações contidas nele, as pessoas que navegam e alimentam-no. A cibercultura nos leva à situação existente antes da invenção da escrita, na medida em que a interconexão em tempo real possibilitou o compartilhamento do mesmo contexto, esse “imenso hipertexto vivo” (LÉVY, 1999, p. 118), dissolvendo, assim, a pragmática da comunicação que buscava o universal totalizante. Ele afirma ser essa uma espécie de retorno à oralidade original, com a possibilidade de transmissão do saber mais uma vez pelas coletividades humanas vivas.

Lemos (2002, p. 69) afirma que nesse retorno, a simultaneidade e a taticidade também estariam sendo favorecidas. Após a escrita ter destribalizado o homem, a multimídia parece ajudar a criação de novas formas de tribalização. Agora é a interconexão generalizada que emerge como nova universalidade, sendo o universal a

presença (virtual) da humanidade em si mesma e a totalidade, a conjunção estabilizada do sentido de uma pluralidade. E evidencia que a cibercultura inventa uma nova maneira de fazer advir a presença virtual do humano frente a si mesmo que não pela imposição da unidade de sentido, um universal realizado por imersão, não sendo mais possível um fechamento semântico, uma totalização.

Na sociedade que se comunicava somente via oral, de acordo com Lévy (1999), as mensagens eram recebidas no mesmo contexto de sua produção. Isso se alterou com o tempo e com os novos meios de se comunicar, pois os textos passaram a se separar desse contexto de produção, o que cria questões sobre a recepção e interpretação desse conteúdo. A hipótese levantada por ele é a de que a cibercultura, ao contrário das mensagens “universais”, totalizantes, que foram criadas para preservar o sentido sem importar o contexto, levando a co-presença das mensagens de volta a seu contexto, da mesma maneira que ocorria nas sociedades orais, mas em uma escala diferente. Essa nova universalidade seria construída por meio da “interconexão das mensagens entre si” (LÉVY, 1999, p. 15), pelas comunidades virtuais que renovam sempre seu sentido.

Pela dificuldade de se compreender a mensagem fora de seu contexto de produção, a partir da invenção da escrita, foram criadas ferramentas para interpretação e tradução lingüística, como gramáticas, dicionários, etc, enquanto aqueles produzindo as mensagens precisavam fazer um esforço para que a mensagem tivesse um apelo universal, contivessem em si mesmas sua razão, que fossem auto-explicativas e auto-suficientes, pois a escrita, conforme Lévy (1999) observa, condiciona o universal, não o determina automaticamente. Nesse modelo comunicacional, o autor tem autoridade sobre aquilo que escreve, enquanto o intérprete atualiza ou modula uma autoridade que vem de fora, e nesse universal fundado pela escrita, o sentido procura manter-se intacto apesar das traduções, interpretações. A mídia de massa repete o modelo totalizante iniciado pela escrita, na busca pelo universal totalizante, pelo “público” indiferenciado, que não se preocupa com o contexto da vida do destinatário, que, ao contrário, tem sua singularidade, seus *links* sociais, sua microcultura negligenciada (LÉVY, 1999, p. 116)

Devido ao fato de o ciberespaço ser uma alternativa para as mídias de massa clássicas, ele permite que o usuário encontre informações de seu interesse e também que divulgue suas próprias. Isso sem nenhum intermédio de jornalistas. Na cibercultura, afirma Lévy (1999), o “autor é cada vez menos discernível”. Três princípios básicos

nortearam o crescimento do ciberespaço: a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva. A interconexão tece um universal por contato, aponta para uma cultura de telepresença generalizada, e a criação das comunidades virtuais se apóia nisso. Já a inteligência coletiva é o ideal que move essas comunidades, sendo esta inteligência a finalidade última da cibercultura. Para Lévy (1999, p. 133), “a interconexão condiciona a comunidade virtual, que é uma inteligência coletiva em potencial”.

Para analisar as comunidades virtuais, Lemos (2002, p. 137) propõe verificar a estrutura de compartilhamento do ciberespaço, já que “esta revolução vai afetar o conhecimento e o modo de transmitir, estocar e produzir a informação, complexificando as trocas comunicativas e abalando a estrutura centralizadora dos *mass media*”. O autor mostra que o ciberespaço é hoje um espaço de comunhão, no qual as pessoas têm se reunido ao redor do mundo, criando “territorialidades simbólicas”, com o objetivo de compartilhar seus interesses em comum, sejam eles quais forem, principalmente através de novos programas que auxiliam nessa interatividade social, e é nesse sentido que ele se refere ao ciberespaço como “uma incubadora espontânea de formas mediáticas”.

Lemos (2002) acompanhando Godwin, enumera alguns princípios fundamentais para que as comunidades virtuais sejam coesas: uso de *software* que permita discussão em grupo, ausência de limitação em trocas de mensagens, possibilidade de acesso para pessoas diversas, possibilidade de deixar que os usuários resolvam seus problemas, promoção de uma memória da comunidade, promoção da continuidade, bom recebimento dos neófitos, promoção de áreas para crianças, confrontação dos usuários nas crises das comunidades. Sublinha ainda que, a cibercultura não é apenas a cultura de algumas tribos, como alguns podem pensar, mas “é a nova forma de cultura”, o mais recente desenvolvimento da evolução da linguagem.

A passagem da condição moderna para a pós-moderna revela uma maior atenção com o presente, rompimento da busca de uma identidade permanente e estável, traços que remetem a algumas importantes consequências para a percepção da emergência da interatividade no pós-modernismo: ceticismo diante de narrativas totalizantes e relativização dos marcos referenciais (SILVA, 2007, p. 51). Após a cultura de massa, que padronizava gostos e estilos, hoje nos deparamos com a noção de produção flexível, na qual produtos sofrem modificações de acordo com os gostos de um certo segmento do público.

## 1.2 INTERATIVIDADE

Para Manuel Castells (1999), a “sociedade em rede” aponta para um padrão cultural, que, entre outros fatores, apresenta a segmentação dos usuários/espectadores/leitores/ouvintes, crescente estratificação social entre os usuários e integração de todas as mensagens em um mesmo sistema, ainda que, este seja interativo e seletivo.

Do ponto de vista do usuário (como receptor e emissor, em um sistema interativo), a escolha das várias mensagens no mesmo modo de comunicação, com facilidade de mudança de uma para outra, reduz a distância mental entre as várias fontes de envolvimento cognitivo e sensorial. A questão em jogo não é que o meio seja a mensagem: mensagens são mensagens. E, como mantêm suas características específicas de mensagens enquanto são misturadas no processo de comunicação simbólica, elas embaralham seus códigos nesse processo criando um contexto semântico multifacetado composto de uma mistura aleatória de vários sentidos. (CASTELLS, 1999, p. 458)

De acordo com Silva (2007), a interatividade é uma importante característica da comunicação no ciberespaço, por oferecer a reciprocidade na comunicação. Ela permite ao usuário algum nível de participação, em diferentes graus. Nos programas televisivos, o usuário, por enquanto, apenas escolhe opções (canais), mas sem poder intervir. Lévy (1999, p. 82) define diversos graus de interatividade para os dispositivos de comunicação, destacando-se a possibilidade de apropriação e personalização da mensagem, a comunicação com reciprocidade, a virtualidade, a implicação da imagem dos participantes na mensagem e a telepresença.

Para o autor, a possibilidade de reapropriação de recombinação material da mensagem por seu receptor é um parâmetro fundamental para avaliar o grau de interatividade do produto. Por esse motivo, Lévy (1999) acredita que a comunicação por mundos virtuais seria mais interativa que a comunicação telefônica, uma vez que implica, na mensagem, tanto a imagem da pessoa como da situação, que são quase sempre aquilo que está em jogo na comunicação. Por outro sentido, o telefone seria mais interativo, uma vez que nos coloca em contato com o *corpo* do interlocutor, e por meio desse contato corporal, toda uma dimensão afetiva atravessa “interativamente” a comunicação telefônica.

A interatividade está na disposição ou predisposição para mais interação, para uma hiper-interação, para bidicionalidade (fusão emissão-recepção), para participação e intervenção. (SILVA, 2007, p. 29)

O termo interatividade originou-se nos anos 70, e ganhou maior notoriedade a partir dos anos 80 devido à disseminação de seu uso para expressar o caráter conversacional do computador, tendo sido a invenção do mouse determinante para sua popularização (SILVA, 2007, p. 14). A convergência das esferas informacional, tecnológica, mercadológica e social criam a nova esfera comunicacional, e promovem a imbricação da tecnologia, do mercado e do social, sendo essa nova esfera onipresente, que resulta em um salto qualitativo chamado “interatividade”. As tecnologias comunicacionais tradicionais não permitiam a possibilidade de o usuário modificar o conteúdo da mensagem, e essa foi a principal mudança trazida pelas novas tecnologias de informação na esfera tecnológica.

Na esfera mercadológica, a nova lógica de distribuição das mensagens, não mais exclusivamente massiva, trouxe o reconhecimento de que o consumidor é um operador, não meramente um receptor, e que agora não basta expor a imagem do produto, mas é preciso que essa imagem permita uma experiência de adentramento. Agora, o receptor é coautor (in POSSARI; NEDER, 2009, p. 57). Com a emergência da interatividade, o consumidor pode expressar livremente seus interesses e estilos “que podem ser tomados pelos produtores como exigência de produtos *feitos sob medida* em contraste com a *produção em série*”. Na esfera social, portanto, pode-se destacar o controle remoto, tecnologia imbricada ao social, como um dos pioneiros na possibilidade de expressão livre de interesses e estilos.

O autor observa as origens do termo “interatividade”, a começar pela utilização da expressão “comunicação interativa” pelo meio acadêmico desde os anos 70, que expressa troca e conversação entre os pólos do processo comunicacional. O termo foi posto em destaque “para especificar um tipo singular de interações” (MAFFESOLI, 2006, p. 99). Para tratar dos fundamentos da interatividade, Silva (2007, p. 100) destaca três binômios: participação-intervenção, bidirecionalidade-hibridação e potencialidade-permutabilidade, conforme sugeridos por Arlindo Machado (apud Silva, 2007, p. 100).

A partir de levantamento feito por Rabaté & Lauraire e Kretz (apud SILVA, 2007, p. 83) foram identificados três momentos dos quais procede a noção de interatividade: a

interação como termo neutro, e interatividade como mais conversacional; a noção de interface e a idéia de bidirecionalidade. Kretz propôs seis níveis de gradação para a interatividade: 1) zero grau de interatividade, que se trata de uma interatividade de acesso, ligado à noção de disponibilidade; 2) interatividade linear, que é a da consulta a listas, o romance, disco “folheados”; 3) interatividade arborescente, na qual a seleção se faz por escolha ou designação em um menu; 4) interatividade lingüística, a que utiliza acessos por palavras-chave, formulários e até uma entrada de linguagem natural ou quase natural; 5) interatividade de criação, que permite ao usuário compor uma mensagem; e 6) interatividade de comando contínuo, que permite a modificação, o deslocamento ou em geral a transformação de objetos sonoros ou visuais diretamente manipulados pelo usuário, como por exemplo os *video games*.

### **1.3 NAVEGANDO NO CIBERESPAÇO**

Nas novas configurações informacionais via rede, na modalidade interativa de comunicação, o emissor, ao invés de emitir mensagens, “constrói um sistema com rotas de navegação e conexões” (SANTAELLA, 2004, p. 163). A mensagem passa a ser um programa interativo, que se modifica para atender as solicitações daquele que manipula o programa, por meio de uma interface. Ele oferece ao navegador a possibilidade de alterar sua identidade e papel numa multiplicidade de pontos de vista, uma forma de elaborar seus pensamentos e incorporar essas identidades geradas no ciberespaço.

Para Silva (2007), na era do ciberespaço, da interatividade, é preciso não esquecer que, “mesmo com a infotecnologia em franco progresso na direção da interatividade, há quem disponibilize uma participação não ‘genuína’”. Ele inicia o livro “Sala de Aula Interativa” ao convidar o leitor a um diálogo, à não simplificação de termos complexos, a experimentar o *pensamento complexo*, aquele que não simplifica porque está aberto à multiplicidade de pontos de vista. A modificação na esfera das comunicações que se opera hoje é a transição da modalidade comunicacional massiva para a modalidade interativa. A lógica da distribuição, predominante desde a época de Gutemberg, perde espaço com a emergência da lógica da comunicação, que se introduz em todos os níveis da produção e socialização dos signos.

Lévy (1999, p. 79) nos lembra que o receptor da informação, a menos que esteja

morto, nunca é passivo. Para designar a relação entre os participantes da comunicação, o autor designa três categorias de dispositivos comunicacionais: um-todos, um-um e todos-todos. O primeiro dispositivo tem entre seus principais representantes o rádio e a TV, nos quais a mensagem é proveniente de um centro emissor, destinada a um grande número de pessoas. No modelo um-um, os contatos são de indivíduo para indivíduo, e tem como exemplo o telefone. A cibercultura proporcionou a existência de mais um modelo, o todos-todos, na qual a barreira entre emissor e receptor fica fluida, não mais identificável, todos podem receber e enviar mensagens. Para avaliar o grau de interatividade de um produto, é necessário avaliar a possibilidade de reapropriação e recombinação da mensagem por seu receptor. O autor afirma que mesmo no modelo um-todos de comunicação, o receptor tem certo grau de escolha, e cada um interpreta a mensagem a seu modo.

A disseminação das informações, antes provenientes de um emissor centralizado e homogêneo (padrão um-todos da mídia de massa), hoje em dia obedece também à multiplicidade do rizoma, modelo todos-todos, liberando assim o pólo de emissão, de acordo com André Lemos (2002). Hoje, cada um tem a possibilidade de emitir dados, participar de trocas de idéias e informações. Deleuze e Guattari (2000, p.24) lançam a idéia do rizoma, caracterizado por sua conectividade, que seria uma maneira de expressar as multiplicidades sem ter que ligá-las à unidade. Como eles ressaltam, “existem estruturas de árvore ou de raízes nos rizomas, mas, inversamente, um galho de árvore ou uma divisão de raiz podem recomeçar a brotar um rizoma”.

Para falar de novas tecnologias, Lévy (1999, p. 25) afirma que o termo “impacto” é inadequado, pois estas são produtos de uma sociedade e de uma cultura, sendo o “uso de ferramentas o que constitui a humanidade enquanto tal”. Para ele, o mundo humano é, ao mesmo tempo, técnico, pois as atividades humanas abrangem interações entre pessoas, entidades materiais, tanto naturais quanto artificiais, idéias e representações. As técnicas, construídas dentro de uma cultura, condicionam a sociedade a elas, porém não a determinam.

Não se trata de avaliar seus “impactos”, mas de situar as irreversibilidades às quais um de seus usos nos levaria, de formular os projetos que explorariam as virtualidades que ela transporta e de decidir o que fazer dela. (LÉVY, 1999, p. 26)

Hoje, o computador entra em uma era na qual ele “não é mais um centro, mas um

terminal” e, de acordo com o autor, ele é o ciberespaço em si. Ele afirma ainda que a informática contemporânea está desconstruindo o computador em benefício de um espaço de comunicação navegável e transparente, centrado na informação. O desenvolvimento da mídia, de acordo com John B. Thompson (apud LEMOS, 2002, p. 28), transformou o intercâmbio simbólico, aspecto a ser levado em consideração além do técnico, pois “o homem é um ser técnico por definição”, e a cultura forma-se no coração desse fenômeno.

A relação do usuário com a imagem, com o texto, com o conhecimento, é constantemente renovada pelas novas tecnologias, o que permite um “redimensionamento da mensagem, da emissão e da recepção” (SILVA, 2007, p. 11). O autor mostra que, na modalidade comunicacional interativa, a mensagem torna-se modificável, pois responde às solicitações daqueles que a consultam, exploram, manipulam, e o emissor constrói uma rede, não uma rota, define aqueles territórios que pretende explorar, assemelhando-se ao *designer de software*, e o receptor torna-se “utilizador”, “usuário”. Com sua arquitetura labiríntica, o processamento não privilegia uma linha para o descolamento do usuário: ele pode mover-se sem estar submetido a nenhuma sequência prévia, somente alguma eventualmente criada por ele mesmo.

#### **1.4 CIBERESPAÇO, REDES**

Lemos (2002) enfatiza que o ciberespaço não está por vir, mas configura a sociedade digital na qual vivemos. O espaço de fluxos (CASTELLS, 1999) substitui o espaço de lugares, ou seja, os fluxos de informação e de capital dissolvem as bases materiais da existência das pessoas. Para Lévy (1999), esse crescimento do ciberespaço se desenvolveu juntamente com modos de pensamento, valores, atitudes, práticas e técnicas (materiais e intelectuais), a chamada cibercultura. Ela estaria criando novas formas de tribalização, opondo-se ao individualismo moderno. A necessidade de pertencimento, seja a um lugar ou grupo como fundamento da vida social, remete ao tribalismo.

O “sair de si”, criando uma “aura” específica que serve de cimento para o tribalismo. O autor diz ainda que, as redes retomam as “funções da ajuda mútua, de convivialidade, de comensalidade, de sustentação profissional”. Porém, ao contrário da

estabilidade do tribalismo clássico, o “neotribalismo é caracterizado pela fluidez, pelos ajuntamentos pontuais e pela dispersão”.

O ciberespaço é erroneamente considerado um fenômeno puramente técnico com frequência. Lévy (1999, p. 123) sustenta que a emergência do ciberespaço é resultado de um verdadeiro movimento social, que tem como liderança uma juventude metropolitana escolarizada, com suas palavras de ordem (interconexão, criação de comunidades virtuais, inteligência coletiva) e aspirações coerentes.

A criação do ciberespaço corresponderia a um desejo de comunicação recíproca e de inteligência coletiva, que visa um tipo particular de relação entre as pessoas, baseada em afinidades de interesses, de conhecimentos, independentemente da localização geográfica. Essa inteligência, conforme concebida pelo autor, seria aquilo que intervém na impressão que as técnicas causam de virem do exterior, sensação que aumenta quanto mais rapidamente elas são introduzidas ao nosso cotidiano. O ciberespaço é um dos principais suportes dessa inteligência, que não é determinada automaticamente pelo crescimento deste, mas que fornece, no entanto, um ambiente propício a ela.

Muito se fala hoje da velocidade das transformações tecnológicas. Mas essa velocidade “é em si mesma uma constante – paradoxal – da cibercultura”. Lévy (1999, p. 28) considera o termo “novas tecnologias” uma forma grosseira de identificar “a atividade multiforme de grupos humanos, um devir coletivo complexo”, e diz que a técnica não é responsável pelos “impactos”, sejam eles positivos ou negativos, e sim aqueles que conceberam, executaram e usaram determinados instrumentos.

Silva (2007, p. 12) afirma que a modificação estrutural da comunicação emerge a partir de uma conjunção complexa, com as tecnologias evoluindo para o mais comunicacional, sendo a tendência do social a informação, e a tendência é que os *sites* evoluam para serem cada vez mais conversacionais, permitindo um “relacionamento” interativo. A interatividade é descrita pelo autor como a disponibilização consciente de um mais comunicacional de modo expressivamente complexo, que promove ao mesmo tempo mais e melhores interações, entre usuário e tecnologias digitais ou analógicas, ou nas relações “presenciais” ou “virtuais” entre seres humanos.

Ele afirma preferir o termo “comunicacional” a “informativo”, por expressar que o século XIX viveu a lógica da produção, o século XX a lógica da distribuição e hoje vivemos a lógica da comunicação, pois o primeiro termo parece remeter à idéia de

informação em um movimento de mão única, enquanto no segundo, o conceito de comunicação passa pela bidirecionalidade entre emissão-recepção.

### **1.5 TIPOS DE LEITOR: O LEITOR DO CIBERESPAÇO**

Com base nos conceitos de Santaella (2004, p. 11), é possível dizer que o receptor da hipermídia, o chamado usuário, utiliza habilidades de leitura distintas daquelas empregadas pelo leitor de um texto impresso. Por ser a hipermídia, uma linguagem eminentemente interativa, o leitor não pode usá-la de modo reativo ou passivo, ao final de cada página ou tela é preciso escolher qual caminho seguir. É, de acordo com a autora, uma atividade nômade de perambulação de um lado para o outro, uma união de fragmentos mediante uma lógica associativa e de mapas cognitivos personalizados e intransferíveis. Na hipermídia, a mensagem é escrita na medida em que os nexos são acionados pelo leitor-produtor, a leitura é tudo. Assim como o conceito semiótico do código escrito foi historicamente mesclando-se com outros processos de signos, outros suportes, o ato de ler também se expandiu para outras situações, e o conceito de leitura acompanha essa expansão.

A autora classifica os leitores em três tipos: contemplativo, movente e imersivo, cada um com suas distintas habilidades de leitura, sendo que os três surgiram em diferentes momentos da história, mas são cumulativos. O leitor contemplativo é aquele da era pré-industrial, do livro impresso e da imagem expositiva, fixa. Esse tipo de leitor nasce a partir do Renascimento, e tem sua hegemonia até meados do século XIX. Há aqui uma relação íntima entre o leitor e o livro, com o manuseio, a necessidade de um retiro para um espaço privado, no qual possa ter certa intimidade com o livro, uma leitura sem testemunhas. É um leitor concentrado na sua atividade interior, não no ambiente que o cerca, e tem a biblioteca como seu principal espaço de retiro.

A sua aparente imobilidade esconde uma produção silenciosa de atividade leitora, é uma imobilidade plena de energia mental, pois o ato de ler letras é um processo complexo que envolve, além da visão e da percepção, inferência, julgamento, memória, reconhecimento, conhecimento, experiência e prática. Esse leitor tem diante de si objetos e signos duráveis, imóveis, localizáveis e manuseáveis, como os já citados livros e as obras de arte, fixas em museus. Sem precisar utilizar o tempo para pronunciar as

palavras, as palavras passaram a existir em um espaço interior, experiência que só começou a partir da Idade Média, quando as bibliotecas instauraram a obrigatoriedade do silêncio, uma experiência moderna, não conhecida até aquele momento.

O leitor movente teve sua origem na Revolução Industrial, com o aparecimento dos grandes centros urbanos, que culminaram em consequências profundas no modo de vida das pessoas. Aqui encontra sua identidade o flâneur, que vaga pela cidade com olhar contemplativo, é o “viajante da modernidade”. Ele lê o mundo em movimento, dinâmico, um mundo híbrido de misturas sógnicas que são os centros urbanos habitados de signos, com distrações fugazes, multidões. Nessa era de reprodutibilidade técnica e publicidade, tudo se transformou em mercadoria. Esse é o leitor do jornal, com fatias de realidade, linguagens efêmeras, híbridas, misturadas.

A perambulação necessária para uma leitura hipermidiática exige novas habilidades de leitura, pois aqui “a leitura é tudo e a mensagem só vai se escrevendo na medida em que os nexos são acionados pelo leitor-produtor” (SANTAELLA, 2004, p. 175). A autora afirma ainda que a interatividade é a principal característica que diferencia este leitor. Ele passa também por uma mudança de ritmo, pois no ciberespaço a informação transita à velocidade da luz, enquanto o internauta navega pelo ponteiro de um mouse. A “estética da saturação” é definida por Silva (2007, p. 15) como aquela na qual o novo espectador aprende a conviver com a máxima concentração de informação num mínimo espaço-tempo. A tela torna-se um espaço híbrido de múltiplas imagens, vozes e textos, com a possibilidade existente de abertura de diversas janelas dentro de um quadro, janelas móveis, que permitem um diálogo com seus conteúdos igualmente móveis.

Para Santaella (2004), navegar é um ato que veio para ficar, por se tratar de uma atividade performativa e cognitiva que não está presa a um único tipo de equipamento, pois mesmo com as transformações do computador, do uso mais freqüente dos telefones celulares e outros equipamentos, a necessidade de navegação somente será acentuada. Nos espaços incorpóreos da virtualidade, emerge o leitor imersivo, que movimenta-se em ambientes informacionais e simulados. A palavra “virtual” pode ser entendida em vários sentidos, e no filosófico, virtualidade opõe-se a atualidade, não à realidade. Virtual é então apenas um modo diferente de realidade, uma entidade “desterritorializada”, que não está presa a um lugar ou tempo. “O virtual existe sem estar presente”, portanto, a cibercultura encontra-se ligada ao virtual pela informação digitalizada, que está virtualmente presente

em cada ponto da rede apesar de estar fisicamente situada em algum lugar, e nas redes digitais interativas, os relacionamentos são independentes de coordenadas geográficas (LÉVY, 1999, p. 48-49).

Digitalizar uma mensagem é traduzi-la para os números 0 e 1, e após serem codificadas, elas podem ser facilmente copiadas e transmitidas, com grau de fidelidade e precisão quase absoluto, sem nenhuma perda de informação. Sendo assim, o computador, para Lévy (1999), não é somente uma ferramenta destinada à produção de textos, vídeos, entre outros, mas um “operador de virtualização da informação”.

Dois tipos distintos de mundos virtuais são apontados pelo autor: aqueles limitados, fechados, como as instalações *off-line* de artistas e aqueles *on-line*, abertos à interação e acessíveis por meio de uma rede. Ressalta ainda o autor que *on-line* e *off-line* não são opostos, mas complementares, se alimentando e inspirando mutuamente. Ele define duas características distintivas do mundo virtual: a imersão e a navegação por proximidade. Na imersão o participante possui uma imagem de si mesmo e de sua situação, que se modifica de acordo com seus atos. Na navegação por proximidade, o mundo virtual orienta os atos do indivíduo ou grupo. Duas atitudes opostas de navegação são definidas pelo filósofo, a “caçada” e a “pilhagem”. Na caçada, procura-se por algo específico, no menor tempo possível. Já na pilhagem, vagamos com interesse em algum assunto, mas dispostos a desviar do caminho, *link a link*, encontrando muitas vezes informações diversas daquela na qual estava inicialmente interessado.

Santaella (2004) observou que três tipos diferentes de usuários (leitores imersivos) navegam pelo ciberespaço: o novato, o leigo e o experto. Os principais traços do primeiro são: “insegurança diante da profusão de signos que se apresentam na tela, ansiedade e insegurança nas operações de navegação”. Esse internauta explora territórios desconhecidos de maneira errante, adivinhando o caminho a seguir, e tem tendência a desistir após tentativas frustradas. O usuário leigo é identificado principalmente pela expressão “aprender a se virar”, pois tem conhecimento de algumas rotas, e tem que se virar para encontrar outras, avança por tentativa e erro. A autora chama esse navegador de detetive, pois ele alcança o conhecimento de forma indutiva, ao seguir pistas, selecionar as alternativas mais prováveis. De acordo com Lemos (2002, p. 109), hoje, para circular no universo da informação, não é necessário ser um profissional da informática, já que a banalização dos microcomputadores possibilitou a qualquer um o

acesso à informatização da sociedade. Assim, entramos na quarta fase da informática, a do ciberespaço e seus computadores conectados (CC).

O usuário experiente tem um conhecimento praticamente pleno das ferramentas necessárias para a navegação, e transita com desenvoltura e velocidade, ele deduz, prevê o caminho a ser seguido, por isso é também chamado de navegador previdente. Na dedução, para Santaella (2004) a mente é dominada por um hábito em virtude do qual uma idéia geral sugere em cada caso uma reação correspondente.

Lemos (2002, p. 13) acredita que em pouco tempo, todos terão um *site* na *web*, e cada indivíduo, grupo ou forma de vida se tornará “seu próprio emissor de dados e de interpretações em um espaço de comunicação onde a transparência e a riqueza se opõem e se estimulam”. Santaella (2004) propõe que, atrás da aparente imobilidade corporal do usuário do ciberespaço, há uma exuberância de estímulos sensoriais e instantâneas sensações perceptivas em sincronia com operações mentais.

A navegação no ciberespaço já foi uma tarefa que demandava conhecimento especializado por parte do usuário. Atualmente, as novas ferramentas e interfaces tornaram o ciberespaço mais amigável, mais facilmente manipulável. Para Lévy (1999), o progresso das interfaces se dirige hoje à opacidade do ciberespaço, ou seja, o objetivo é facilitar cada vez mais a jornada. Na navegação, o usuário-operador interage com o que vê, mediante as escolhas daquilo que vê. Como não há navegação predeterminada, ele precisa agir, a navegação responde às suas escolhas. Por fora, o corpo pode parecer imóvel, mas, por dentro, “uma orquestra inteira está tocando, cujos instrumentos não são apenas mentais, mas, ao mesmo tempo, numa coordenação inconsútil, perceptivos, sensoriais e mentais” (SANTAELLA, 2004, p. 149).

O que foi explicitado neste capítulo me permite uma compreensão para situar os *blogs* na cibercultura. Em resumo, constatei que a internet permite que qualquer um faça parte dela, como é o caso dos blogueiros de modo geral.

## CAPÍTULO 2

### 2.1 BLOGS

Neste capítulo, acreditando ter pavimentado a temática, mesmo sem ter esgotado concepções, proponho-me ao estudo específico de *blogs*, buscando compreendê-los como espaços de construção de sentidos na não presença.

O termo *weblog* foi cunhado a partir da junção das palavras *web* (rede) + *log* (diário de bordo). Para Denise Schittine (2004), o termo é uma contradição em si mesmo, por isso ela utiliza o termo “diário íntimo na internet”, para substituir o termo *blog*. Ele é normalmente descrito como uma página da *web*, cujas características principais são a cronologia invertida, estando a ocorrência, ou *post*, mais recente, no topo da página, e na maioria dos casos, essas páginas têm espaço para comentários<sup>4</sup>.

Primeiramente, os *blogs* eram definidos como “lista de *links* com comentários pessoais”. (BLOOD, 2002, p. 12) Esse formato foi adotado por questão de conveniência, para que os visitantes pudessem imediatamente ver a última atualização feita naquela página. A fórmula era: “*links* com comentários, frequentemente atualizados”. Eles serviam como uma espécie de filtro da *web*, que se tornou tão grande a ponto de não ser possível catalogá-la. Ao destacar artigos que poderiam facilmente ser descartados pelo usuário típico, pesquisar em fontes não tão conhecidas, e disponibilizar novos fatos, visões alternativas e comentários, os blogueiros participam da disseminação e interpretação das notícias que chegam a nós diariamente.

Até hoje, não está claramente definido quem foi o criador do primeiro *blog*, porém, é mais comumente considerado o “Scripting News”, criado por Dave Winer, que teve seu primeiro *post* em 01 de abril de 1997, e está em funcionamento até hoje. Para outros, o primeiro *blog* foi o primeiro *website*, o *site* construído por Tim Berners-Lee quando foi criada a *Web* (ORIHUELA, 2007, *online*). Outras páginas já haviam usado esse método de cronologia inversa pela qual os *blogs* são hoje reconhecidos.

Para Hewitt (2007, p. 94), a *blogosfera* surgiu com os antigos sacerdotes da Suméria, por volta de 3000 a.C., pois eles inventaram o “texto”, a primeira forma de escrita conhecida. Kline e Burstein (2005, p. 13) também buscam a origem dos *blogs* em

---

4 Mensagem do leitor sobre o *post* lido.

tempos remotos. Para eles, se procurarmos pela história de nossa civilização, encontramos exemplos que remetem ao fenômeno do *blog* em diversos lugares. Dizem que Leonardo Da Vinci provavelmente escreveu o melhor *blog* não publicado de todos os tempos, em suas mais de 30 mil páginas de diários.

No Brasil, a primeira a fazer um *blog* foi Viviane Menezes, que criou em 1998 o *blog Delights to Cheer*, escrito em inglês. Poucos meses depois, surge o primeiro *blog* brasileiro escrito em português, o *Diário da Megalópole*, de Renato Pedroso Júnior, mais conhecido como Nemo Nox. Já em 2000, entra no ar aquele que é provavelmente o *blog* mais antigo ainda em atividade no Brasil<sup>5</sup>, o Zamorim (<http://zamorin.com>) do brasiliense Marcos Amorin.

Hoje existem mais de 133 milhões de *blogs* no mundo, e cerca de 900 mil deles receberam novos *posts* nas últimas 24 horas. Segundo dados da empresa Technorati<sup>3</sup>, a *blogosfera* cresceu, de 2004 a 2008, 2.720%. De acordo com estudo anual elaborado por David Sifry para a Technorati desde 2004, o State of the Blogosphere, em 2008 foram feitos aproximadamente 900.000 *posts* em *blogs* a cada 24 horas, e 133 milhões de *blogs* foram indexados desde 2002.

Por que o número de visitantes é importante? Porque os acessos a meu *blog* são um sintoma da revolução no uso da informação. Velhos hábitos estão caindo. Primeiro os noticiários a cabo, depois as versões on-line da velha mídia, e agora os *blogs*, no espaço de poucos anos. Cada um desses veículos se chocou contra hábitos consolidados, a cada vez libertando milhões de leitores e telespectadores. A MTV tinha feito a mesma coisa com o mercado fonográfico há vinte anos, e a indústria do entretenimento mudou em um piscar de olhos. Hoje, os canais informativos estão passando pela mesma transformação radical (HEWITT, 2007, p. 16-17).

De acordo com Recuero (2003, online) os *blogs* atuam como versões mais dinâmicas dos *websites* pessoais. Para a autora, eles apresentam dois aspectos principais: “*microconteúdo*, ou seja, pequenas porções de texto colocadas de cada vez, e *atualização freqüente*, quase sempre, diária”. As atualizações, que ficam posicionadas no topo da página, são chamadas de *posts*<sup>6</sup>. A autora, em sua pesquisa, categorizou os *blogs* em: diários eletrônicos, publicações eletrônicas, literários, clippings e mistos. Os primeiros servem como canal de expressão do autor, atualizados com pensamentos e

5 Revista Época, 2008 (online)

3 Mecanismo de busca especializado em blogs. Disponível em [www.technorati.com](http://www.technorati.com)

6 “Publicar”, em inglês. São as mensagens publicadas em *blogs*, também chamadas de postagens ou entradas.

fatos da vida pessoal. As publicações eletrônicas seriam *blogs* que se destinam principalmente à informação, com notícias, comentários, etc. Os literários publicam crônicas e poesias e os clippings agregam *links* de outras publicações. Os mistos misturariam *posts* pessoais e informativos.

Um *blog* típico combina textos, imagens e *links* para outros *blogs*, *websites* ou outras mídias. A possibilidade dos leitores deixarem comentários em um formato interativo é uma parte importante de muitos *blogs*. A maioria deles é primordialmente textual, alguns com foco em arte (*artlog*), fotografia (*fotoblog*), vídeos (*vlog*), música (MP3 *blog*) e áudio (*podcasting*), entre outros. *Microblogging* é outro dos tipos, com *posts* muito curtos.

## 2.2 TIPIFICAÇÃO

A tipificação dos *blogs* criada por Alex Primo (2008) mostra-se adequada, mesmo sem esgotar sua análise. O novo método do autor propõe a divisão dos *blogs* em 16 gêneros, observando as condições de produção, como número de redatores e o impacto de condicionamentos profissionais, além do estilo dos textos (reflexivos ou simplesmente informativos), como resumidamente mostrados abaixo.

O *blog* profissional é aquele escrito por pessoa especializada em determinada área. Também é considerado profissional aquele cuja primeira finalidade é buscar rendimentos através da veiculação de propagandas (*probloggers*), não sendo esse um padrão necessário para a classificação do *blog* como profissional. Quatro gêneros de *blogs* profissionais foram identificados: 1) profissional auto-reflexivo: *blog* individual em que determinado profissional reflete sobre suas próprias atividades em seu segmento de atuação; 2) profissional informativo interno: *blog* individual no qual um profissional descreve informações sobre suas práticas, e que pode servir como instrumento de promoção da competência daquele indivíduo no mercado; 3) profissional informativo: *blog* individual com *posts* voltados para a divulgação de textos sobre a área de atuação do profissional e/ou para a reprodução/reescrita de notícias sobre tal tema encontradas em outros lugares; 4) profissional reflexivo: marcado pelas opiniões e críticas que publica sobre temas relativos à área de atuação do profissional, incluindo-se também nesse gênero os *blogs* com textos e imagens humorísticas de autoria de *probloggers*.

Os *blogs* pessoais, como definidos por Primo (2008), diferenciam-se dos

profissionais por não serem guiados por objetivos e estratégias bem definidos e em consonância com o trabalho do autor, mas suas principais motivações são o prazer de expressar-se e interagir com os outros, com uma escrita principalmente regida pelos interesses pessoais. Os *blogs* pessoais foram categorizados em: 1) pessoal auto-reflexivo: voltado para a manifestação de opiniões e reflexões pessoais sobre si, sobre os outros e sobre sua vida cotidiana; é o mais frequentemente referenciado pela academia e pela imprensa, o mais comum na *blogosfera* em números absolutos, porém trata-se apenas de um gênero entre tantos outros; 2) pessoal informativo interno: os *posts* são dedicados principalmente ao simples relato das atividades do blogueiro, não apresenta perspectiva crítica ou reflexões do autor sobre suas ações, é basicamente um registro; 3) pessoal informativo: utilizado para registro de informações que despertam interesse do blogueiro, uma coleção pessoal de textos, que pode ser utilizado como um repositório de informações para uso futuro; 4) pessoal reflexivo: nele, o blogueiro comenta as informações que recebe, analisa criticamente as notícias da mídia e demonstra suas opiniões sobre produtos culturais, e pode ser temático ou de comentários generalistas.

Os *blogs* produzidos por pelo menos duas pessoas são considerados grupais, com o foco voltado para temas de interesse do grupo. Os *posts* podem ser individuais ou assinados por todos os participantes. Os quatro gêneros de *blogs* grupais são: 1) grupal auto-reflexivo: coletivo mantido por um grupo que deseja discutir as próprias atividades; 2) grupal informativo interno: serve para o relato das atividades do grupo, que pode tanto servir para promover a atuação do grupo como para sua organização, funciona como um boletim interno; 3) grupal informativo: pode ser utilizado por grupos para a divulgação de informações e notícias sobre interesses compartilhados, pode ser de autoria do próprio grupo ou reprodução de releases e material jornalístico encontrado em outras publicações; 4) grupal reflexivo: o grupo manifesta suas avaliações críticas sobre temas de interesse que aproximam os participantes que o compõem.

Nos *blogs* coletivos identificados como organizacionais, os redatores precisam levar em consideração que assinarão como membros de uma certa organização. São aqueles cujos *posts* e interações são sobre determinados pela formalização das relações e sistematização das forças de trabalho em busca de objetivos que delimitam e direcionam a atuação de cada participante do processo. Seus gêneros são: 1) organizacional auto-reflexivo: reflete sobre as atividades da organização, são públicos,

com interface de comentários habilitada, permitem envolvimento do público externo; 2) organizacional informativo interno: voltado para a publicação de notícias e avisos sobre o funcionamento interno da organização ou registro de temas úteis para as atividades desempenhadas por seus membros, que pode converter-se em uma central de releases digitais; 3) organizacional informativo: serve para registro de informações sobre o segmento de atuação da organização, sem que ela manifeste seu parecer sobre os fatos; 4) organizacional reflexivo: através dele uma organização manifesta suas opiniões sobre temas de seu interesse.

Ao contrário do que é normalmente disseminado, os *blogs* não nasceram como diários virtuais, mas como espaços para divulgação de *links* para outros *sites*, com comentários, frequentemente atualizados. Porém, foi a partir do início de seu uso como diário que ele ganhou popularidade (ABRÃO, 2007). Com a criação de ferramentas para facilitar a criação de *weblogs*, os desenvolvedores de software focaram-se principalmente no seu formato, não na sua função. Essas ferramentas acabaram então por mudar a fórmula do *blog*. Blood (2002, p. 11) acredita que essa nova interface, combinada com a grande facilidade de uso, foi o fator essencial para essa mudança de estilos dos *blogs*, de filtros para diários virtuais.

Na época dos primeiros *weblogs* era necessário ter conhecimento técnico. Os criadores dos *weblogs* pioneiros eram pessoas ligadas à área de informática. Com mais disponibilidade de ferramentas gratuitas para postagem de *blogs*, como o *Live Journal* e o *Blogger*, ele se tornou acessível para pessoas sem grande conhecimento na área de informática, esse conhecimento tecnológico tornou-se desnecessário e, desde então, prolifera-se de maneira extremamente rápida.

Os novos blogueiros, ao contrário dos pioneiros, veem a *web* como um meio, não como uma paixão. O foco deles não é mais a rede em si, agora eles a utilizam para criar alianças sociais, publicar detalhes de suas vidas diárias, comentar eventos do dia. Blood (2002, p. 10) afirma que “assim como o correio eletrônico fez de todos nós escritores, *weblogs* fizeram de todos nós editores”. Para a autora, diferentemente de quase todas as outras publicações *online*, os *blogs* não são somente uma variação digital de uma fórmula estabelecida, pois tudo a respeito deles – o formato, o uso de *links*, a rapidez, as conexões entre eles – é derivado do meio no qual nasceram, eles são a própria *web*.

Recentemente, com a facilidade cada vez maior em se ter um *blog*, ele parece

estar voltando às suas origens, de postagens de *links*, com comentários, para outros *sites* ou *blogs*, sejam eles de notícias, vídeos no youtube, orkut, entre outros.

[...] um grupo ou indivíduo qualquer, sejam quais forem suas origens geográficas e sociais, mesmo que não tenha quase nenhum poder econômico, contanto que lance mão de um mínimo de competências técnicas, pode investir no ciberespaço por conta própria e adquirir dados, entrar em contato com outros grupos ou pessoas, participar de comunidades virtuais ou difundir para um público vasto informações de todos os tipos que ele julgar dignas de interesse. (LÉVY, 1999, p. 223)

## 2.3 BLOG: CRIAÇÃO, INTERAÇÃO

A criação de um *weblog* é uma tarefa relativamente fácil, algo que mesmo usuários leigos ou novatos são capazes de fazer. Após escolher a ferramenta *online* de sua preferência, o usuário deve cadastrar-se e a partir daí seguir as instruções disponíveis na maior parte das ferramentas para construí-lo, o que inclui nomes e *layout*.

Para Schittine (2004, p. 156), os blogueiros têm um desejo de escrever como jornalistas, e estes buscam uma escrita mais leve, menos informativa e mais ficcional do que aquela que realiza no seu dia-a-dia, e embora ambos acreditem estar fazendo o que se propõem, os *blogs* acabam sendo um “meio caminho entre a ficção e a informação, entre o jornalismo e o escrito íntimo, isso quando não misturam bastante uma coisa com a outra”.

A maioria dos blogueiros tenta manter um certo distanciamento, e tanto a tipografia como o texto fragmentário dos *posts* facilitam isso. Mas como é que o blogueiro poderá se distanciar se seu objetivo é, em última instância, veicular sua opinião pessoal sobre os assuntos a respeito dos quais escreve? Seu afastamento se torna possível pelo rosto que não se vê, pelo uso do pseudônimo, mas é rapidamente suplantado por um objetivo maior: a proximidade com o leitor. (SCHITTINE, 2004, p. 156-157)

Em busca da proximidade, Schittine (2004, p. 156-157) afirma que o blogueiro tenta fazer o texto atraente para o público, “ainda que para isso precise separar seu *blog* em pequenos fragmentos em que a informação se mistura – ou se alia – à subjetividade”, transformando-o então num quebra-cabeça que, que revela a identidade daquele que o gerou ao ter as peças reunidas.

Para Hewitt (2007, p. 22), hoje as pessoas não têm mais o mesmo grau de

confiança na mídia, por isso acabam depositando sua confiança em intermediários. A falta de barreiras para entrada em um mundo que oferece uma platéia quase ilimitada é a novidade da blogosfera, de acordo com o autor, e o ponto fundamental é oferecer, não garantir.

Qualquer um pode inserir um *post*, e se merecer ser lido, será lido. Há um enorme número de pessoas buscando sabedoria e entretenimento. Seja seu produto análise econômica, promoção da Nascar, fofocas sexuais ou provocações políticas, a *blogosfera* dará a você oportunidade de vender seu produto textual (HEWITT, 2007, p. 137).

O autor sugere que a mídia tradicional hegemônica seria lenta demais e teria confiança de menos, ao contrário dos *blogs*, que são feitos de velocidade e confiança.

Algumas grandes tragédias que ocorreram no mundo, como o atentado em Nova Iorque em 11 de setembro de 2001, a Guerra do Iraque, o Tsunami Asiático e o furacão Katrina colocaram os blogueiros em evidência, fazendo, inclusive, os meios tradicionais reconhecerem o seu potencial. Para Lemos (2002), o uso de tecnologia móveis na tragédia das *tsunamis*, em 2004 na Ásia, demonstrou o desenvolvimento da “era da conexão”, quando os *blogs* e seus derivados (fotologs, vlogs) foram importantes ferramentas para divulgação de notícias, devido à dificuldade de comunicação nas áreas atingidas. Estes superaram diversas vezes as notícias “oficiais” do desastre, em riqueza de detalhes.

Em relação aos *blogs* que tratam da Guerra do Iraque, eles receberam a denominação de *warblogs*, e “têm representado uma violenta quebra de paradigmas no jornalismo e o mais importante: têm influenciado muito a maneira através da qual o jornalismo é praticado”. (RECUERO, 2003, p. 4)

## **2.4 BLOG: INTERFACES – O ORKUT**

Outro popular *site* da *web* que têm uma estreita relação com o relação com os *weblogs* é o orkut, rede social filiada ao google, criado em 2004, cujo objetivo é ajudar os seus usuários a fazer novos amigos e manter as amizades já existentes. A adesão ao orkut foi muito maior que o esperado, principalmente por parte dos brasileiros, maiores usuários mundiais do *site*. O orkut, assim como os *blogs*, segue uma das principais

tendências do uso da internet hoje: a busca efetiva da conexão social.

Hoje as principais redes sociais concorrentes com o orkut são o facebook, o myspace e o *Twitter*. Nesta dissertação, analisou-se a relação dos *blogs* com o orkut e o *Twitter*, tendo em vista que são os mais utilizados no Brasil, e mais relacionados aos *blogs* selecionados na coleta de informações.

O Brasil é o país com maior número de membros ativos no orkut, de acordo com pesquisa realizada em 2008 pela IBOPE / Net Ratings (BARROS; OLIVEIRA, 2008). Cerca de 50% de seus usuários, aproximadamente 27 milhões de pessoas, declaram-se brasileiros. Esse número não representa o total de usuários brasileiros cadastrados, uma vez que é comum colocar no perfil o nome de outro país. Para Carvalho e Oliveira Lima (2009), o orkut tornou-se um fenômeno midiático de adesão em massa. Em pouco mais de cinco anos de existência, em agosto de 2007, somava mais de 68 milhões de pessoas conectadas ao *site* em todo o mundo, e quase 50% deste total era formado por brasileiros.

Orkut Buyukkokten, analista de sistemas do Google, é o criador do *site*, batizado com seu nome. O Orkut pode ser descrito como uma ferramenta que se propõe a estabelecer uma rede de relacionamentos na internet. Ele permite que o internauta acesse uma lista de amigos e conhecidos cadastrados e fóruns virtuais com temas de seu interesse. Após responder diversas perguntas de ordem pessoal, é criado um perfil. Também é possível criar um álbum de fotos virtual, e escolher uma foto ou imagem que identifique seu perfil.

O perfil é dividido em três partes: social, profissional e pessoal. Uma ferramenta adicionada ao *site* em 2006 permite que os usuários vejam quem visitou seu perfil, o que permite que outros também vejam quem ele visitou, podendo essa ferramenta ser desativada. Para Pithan (2006), no orkut, a valorização do eu ocorre através, principalmente, do número de amigos que possui, do número de fãs, da porcentagem dos símbolos recebidos pelos amigos, do número de elogios em depoimentos de amigos.

Cada participante possui um perfil, em que se apresenta por meio de descrições pessoais e por meio da participação em comunidades. Na home page deste perfil, há um espaço destinado exclusivamente para indicar as comunidades das quais o internauta faz parte; essas comunidades são as responsáveis por denunciar boa parte do perfil do participante, já que denunciam os interesses deste participante. São comunidades diversas, que abordam temas de política à gastronomia, de música à educação, de práticas culturais à religião. Ao tornar-se membro de uma comunidade existe a escolha de mostrar aos demais participantes quem você é e

no que acredita (YIRULA; HOFF, 2009, p. 6-7).

Em várias partes do perfil, o usuário pode determinar aqueles que poderão acessá-lo. Ele pode decidir se tal campo será visível apenas para ele mesmo, para seus amigos, para os amigos de seus amigos, ou para todos os usuários cadastrados no *site*. A lista de comunidades das quais um usuário participa também fica exposta em seu perfil. A quantidade e variedade de comunidades é enorme, e estas são consideradas um espaço privilegiado de interlocução, para onde convergem interesses comuns dos usuários. Estas são espécies de fóruns modificados, e pouco utilizados levando em consideração a enorme quantidade de usuários de algumas.

O número de membros em uma comunidade não expressa o número de pessoas que acessam e lêem seu conteúdo. Só é necessário se tornar membro se quiser enviar um *post* para a comunidade, ou seja, participar ativamente da discussão. Muitos também, de acordo com os autores, se cadastram em uma comunidade somente para que ela conste em seu perfil, como uma forma de mostrar que são a sua personalidade. No orkut é possível postar fotos, vídeos, recados (*scraps*), depoimentos e a efemeridade pode ser demonstrada nas freqüentes mudanças de fotos, recados que são apagados, multiplicidade de usuários, comunidades criadas e serviços como google talk, entre outros.

Em 2007 foi criado o mecanismo que permite ao usuário do orkut adicionar vídeos de youtube e do google vídeo ao seu perfil. No mesmo ano, um novo recurso, chamado feed, permite que usuários publiquem em seus perfis, fotos no fotolog, álbuns do picasa, flickr, blog no blogger, wordpress, live journal ou qualquer mecanismo que utilize método de exibição RSS. Também em 2007, o criador do orkut, Orkut Büyükkökten divulga o blog oficial do *site*, que teve sua primeira postagem em 25 de junho.

Os usuários do orkut também têm à sua disposição um álbum virtual de fotografias, com a possibilidade de colocar legendas e comentários. É possível notar uma maior preocupação dos usuários do *site* pela sua privacidade, ao contrário do início do orkut, quando as pessoas divulgavam nomes completos e números de telefone. As configurações hoje permitem que o usuário “feche” seus álbuns de fotos e *scrapbooks*<sup>7</sup> para que sejam visualizados somente por seus amigos. Grande parte das pessoas também usa nomes diferentes e apelidos, para evitar que qualquer um encontre seu perfil.

---

7 Local destinado à publicação dos *scraps* (recados).

## 2.5 BLOGS: INTERFACES - O TWITTER

Os *blogs* já são ferramentas conhecidas e reconhecidas no ciberespaço. Uma plataforma que surgiu recentemente e tem ganhado popularidade rapidamente se chama *Twitter*, denominado *microblogging*, pois seus *posts* são limitados a 140 caracteres. Devido a isso, ele também é facilmente atualizado através de telefones celulares. A sua definição é uma "comunidade global de amigos e desconhecidos que respondem uma simples pergunta: O que está fazendo?". De acordo com seu criador, Nicholas Carr (PACHECO, 2007), ele é o "sistema de telégrafo da *Web 2.0*". O seu objetivo é que a pessoa possa escrever nesse espaço limitado o que está fazendo, e saber da vida daqueles que lhe interessam, e que cada um adiciona nos seus contatos. É uma espécie de híbrido de *blogs* e redes sociais.

Raquel Recuero (2008, *online*), pesquisadora que estuda o *Twitter* e sua apropriação pelos brasileiros, questiona a definição do *site* como sendo um serviço de *microblogging*, pois, segundo ela, o *Twitter* não tem nada a ver com *blog*, primeiramente por ter uma estrutura diferenciada – nele, os lugares de fala são iguais, não há uma separação entre blogueiros e comentaristas. Além disso, enquanto os *blogs* são publicados para todos, os *tweets* são publicados para um grupo de seguidores. Ela também considera o *Twitter* mais voltado para informações rápidas, enquanto os *blogs* possibilitariam informações mais elaboradas e aprofundadas.

A análise de Recuero (2008, *online*) mostra também que, enquanto os *blogs* são instrumentos assíncronos, o *Twitter* tem uma característica mais síncrona (são mostrados inicialmente somente os *tweets* mais novos). A pesquisadora sugere que o *Twitter* seja definido como *micro-messaging*, pois aproxima-se mais de um MSN coletivo que de um *blog* coletivo (pequenas mensagens enviadas a um grupo de seguidores, mas não para todos que estão no *Twitter*). Alex Primo (2008a) analisa que o *Twitter* é um serviço para breves narrativas sobre o que se estava fazendo no momento da escrita, sendo por isso o gerúndio o tempo verbal mais utilizado nos *posts*.

Fazendo uma analogia da TV com o *Twitter*, Recuero (2009) mostra que, quando escolhemos seguir alguém no *Twitter*, passamos a receber tudo que for publicado. Isso seria como escolher um canal de TV e receber tudo, seja informação ou propaganda.

Considerando a grande quantidade de seguidores que alguns usuários do *Twitter* possuem, teriam uma “audiência” maior que muitos canais de TV. Logo a ferramenta passou a ser utilizada também para coberturas jornalísticas em tempo real. O pré-candidato democrata à Presidência dos EUA, John Edwards, fez uso do *Twitter* para ampliar seu eleitorado. O jornalista Steve Gillmor disse durante um *podcast*<sup>8</sup> (*This Week In Tech*), que o *Twitter* é hoje uma de suas principais fontes de informação. Ele completa que o *Twitter* possibilita uma leitura seletiva, através da qual você pode manter-se informado. Primo (2008a) acredita que:

O *Twitter* (assim como os *blogs*) é mais uma fonte de atualização em nosso ‘mix informacional’. Como os próprios debatedores do TWIT (*podcast This Week in Tech*) lembraram, esses dois meios citados abastecem-se de notícias da mídia tradicional. Creio que eles dão eco às matérias da mídia de massa e de nicho. (PRIMO, 2008<sup>a</sup>, *online*)

Em estatísticas divulgadas pelo *Twitter* em 2008 (RECUERO, 2008a), o Brasil já era o quarto país em número de usuários no *site*, o primeiro país latino-americano a aparecer nas estatísticas. Apesar do *Twitter* ainda não ter uma versão própria em língua portuguesa, os usuários brasileiros já tem “aportuguesado” termos como *tuiteiro* e *tuitar*, que significam, respectivamente, usuário do *Twitter* e ação de postar no *Twitter* (AGUIAR; PAIVA, 2009, p. 4). Para o autor, a possibilidade de comunicação entre os usuários através dos mecanismos de interação o assemelha a um mensageiro instantâneo, sendo que em todas essas funções, a necessidade de comunicação está claramente expressa.

Recuero (2008b, *online*) acredita que parte da força do *Twitter* no Brasil se deve à sua capacidade informativa, pois há grande apropriação do sistema por parte de blogueiros e outros formadores de opinião. Pesquisa da autora de 2009 (RECUERO, 2009a) mostrou que 77% dos participantes da pesquisa, além do *Twitter*, tinham blog e 53% dos blogueiros afirmavam utilizar o *Twitter*, sugerindo que a audiência do *Twitter* é mais focada em um público que já está *online*, mas não uma porta de entrada ao mundo virtual, como tem sido o orkut. Ela considera três pontos do *Twitter* os mais relevantes para os blogueiros: servir como fonte de informações a serem discutidas no *blog*; servir como medida de *feedback* daquilo que publicam no *blog* e forma de divulgar o *blog* e as novas postagens.

---

8 Publicação de arquivos de áudio que podem ser transferidos e ouvidos no computador ou num tocador de MP3 portátil.

Essa rede social é construída através do mecanismo *follow* (seguir), no qual o usuário escolhe um perfil para seguir e recebe suas postagens, e pode respondê-las publicamente de forma parecida com os comentários dos *blogs*. Também é possível responder a um *post* através da *direct message* (mensagem direta e particular) e o *retweet* (republicação de uma postagem). O *site* conta com vários recursos que ajudam o usuário a melhor utilizá-lo (FIGUEIREDO; REFKALEFSKY, 2009), como por exemplo o *tweet later* (agendamento de postagens), o *monniter* (monitora palavras importantes para o usuário), o *tweetscan* (localiza todos que falam sobre uma palavra em um dado momento), o *twitterlocal* (observa o que pessoas perto de você estão dizendo) e o *twittermail* (envia mensagens de *Twitter* por e-mail), entre outros.

O *Twitter* pôde demonstrar ainda mais sua farta utilização nas eleições presidenciais dos Estados Unidos de 2008, que ganharam um espaço na plataforma. Foi criada uma ferramenta de triagem dos *posts*, na qual o usuário poderia abrir uma página e ver publicações de usuários do mundo todo que citem o nome dos candidatos. Nessa página, a questão-guia do *Twitter* é alterada de “O que você está fazendo?” para “O que você pensa?”.

No Brasil, jornalistas e outros profissionais também dão exemplos de utilização do *Twitter* para coberturas ao vivo de eventos, bem como a participação em debates. No programa Roda Viva, da TV Cultura, três convidados fazem cobertura instantânea e interagem com sua rede de contatos através do *Twitter*. Na opinião de Raquel Recuero (2008c), no Brasil, o principal uso do *Twitter* é o social, pois as pessoas estão lá, principalmente, para interagir, criar conversações, ainda que assíncronas. Eles também possuem uma grande ligação com a blogosfera brasileira (RECUERO, 2008d, *online*), pois muitos blogueiros o utilizam como uma complementação do *blog*, havendo uma correlação entre a audiência de ambos.

Lévy (1999, p. 116) afirma que quando a televisão interage com outras mídias, “faz surgir um plano de existência emocional que reúne os membros da sociedade em uma espécie de macro-contexto flutuante, sem memória, em rápida evolução”. O autor diz ainda que isso pode ser percebido principalmente nas transmissões ao vivo de notícias “quentes”. A mídia eletrônica, neste caso exemplificada pelo fenômeno do *Twitter*, complementa a mídia de massa, cria um contexto mais tribal. Para o autor, todas as formas derivadas da escrita têm uma tendência de busca pelo universal.

[...] ainda que levem a uma *reunião* por meio de um aspecto de sua ação, essas máquinas de produção de universal *decompõem* de outras formas diversas micrototalidades contextuais: paganismos, opiniões, tradições, saberes empíricos, transmissões comunitárias e artesanais. E tais destruições de locais são, por sua vez, imperfeitas, ambíguas, já que os produtos das máquinas universais são, por sua vez, quase sempre fagocitados, relocados, misturados com os particularismos que gostariam de transcender. (LÉVY, 1999, P. 117)

## 2.6 PROFISSIONALIZAÇÃO

Uma das grandes evoluções dos *blogs*, nos últimos anos, foi a sua profissionalização, a oportunidade de obtenção de lucros com eles. Para isso, é importante que os *blogs* tenham nichos específicos e leitores fiéis, inicialmente. De acordo com o blogueiro profissional Alexandre Inagaki (2007, *online*), o *Problogger* é um blogueiro que ganha dinheiro com seu *blog*, não somente intermediado pelo *Google AdSense*, *Submarino* ou *Mercado Livre*. Diz ainda que ele próprio ganhou dinheiro ao conseguir trabalhos de sua área, através de contatos, por este ser um portfólio de suas atividades. Inagaki cita, ainda diversos outros exemplos de blogueiros profissionais, e afirma que o *blog* é uma ferramenta de expor aptidões profissionais e fazer *networking*.

Com a motivação pelo lucro, surgem três conseqüências: no campo blogueiro, o investimento publicitário é acusado de corromper a transparência; no campo jornalístico, ao mesmo tempo que os blogueiros negam a identidade jornalística, há uma concorrência entre ambos; e no campo jurídico, blogueiros são processados com base no código de ética jornalística e preceitos morais do jornalismo (WAICHERT e MALINI, 2008).

Para ganhar dinheiro com o *blog*, o blogueiro precisa de uma preocupação com a audiência. Aqui, ao invés dos leitores fiéis, que normalmente não clicam nos anúncios, o blogueiro procura por leitores conhecidos como paraquedistas ou *hypes*, que são aqueles que ao procurarem certo assunto da moda em *sites* de busca, acabam por acessar o *blog*, cujo *post* cita aquele assunto com o objetivo de atrair exatamente essa audiência, que acaba muitas vezes clicando nos anúncios, mesmo que acidentalmente (WAICHERT; MALINI, 2008). Os programas de publicidade *pay-per-click* (*PPC*) são muito utilizados pelos blogueiros, pois o pagamento é feito pela quantidade de vezes que clicaram no anúncio, tendo como exemplo o *google adwords*, *yahoo search marketing* ou anúncios *sapo*.

Os blogueiros Edney Souza, Alexandre Inagaki e Ian Black criaram em 2008 a primeira consultoria, cujo objetivo é ajudar anunciantes a encontrarem *blogs* de seu interesse para anunciar seus produtos, a *Blog Content*. Perguntam no *blog* da empresa: “Você ainda está do lado de fora, alheio às conversações *online* entre blogueiros e formadores de opinião que seguem a toda na internet, feito um avestruz escondendo a cabeça na terra?”

Um anunciante procura a *Blog Content* pedindo *blogs* de determinado assunto para divulgação da campanha. Edney escolhe, indica e obedece a mesma relação de partilha dentro do seu *Interney Blogs* - 80% do faturamento é dos blogueiros, 20% é seu (FELITTI, 2008, *online*).

Os círculos de relações entre *blogs* e seus autores estabelecem *webrings*, a partir das ferramentas de comentários e *postagens* nos mesmos. Para Recuero (2003, *online*), *webrings* podem ser definidos como *virtual settlement*, pois funcionam como uma “vizinhança” de blogueiros, que interagem, trocam informações, relações e conhecimentos entre si.

Pesquisa realizada em 2004 (NARDI; SCHIANO; GUMBRECHT; SWARTZ, 2004, *online*) sugere que os usuários estão conscientes da audiência pretendida e esperavam retorno de seus leitores, tanto através de comentários no próprio *blog* quanto em outros canais comunicativos, inclusive face a face. A pesquisa também demonstrou que a maior parte dos blogueiros publica conteúdos típicos de diários, pois acreditam que a sua audiência é limitada a amigos próximos e família, com os quais mantém outros canais de comunicação.

A facilidade de sua atualização é a principal diferenciação entre os *blogs* e os *sites* convencionais, sob o ângulo de sua funcionalidade. Assim, de acordo com Rocha (2003), ele se diferencia de todas as outras formas de relacionamento virtual (*e-mail*, *chats*, *instant messages*, listas de discussão, etc.), justamente pela sua dinamicidade e interação possibilitadas pela facilidade de acesso e de atualização.

## CAPÍTULO 3

Tendo em vista a impossibilidade de acompanhar a grande quantidade de *blogs* existentes na rede, optei por estabelecer algumas razões para delimitar àqueles a serem acompanhados, tanto no tipo de *blog* quanto no período a ser pesquisado. Um deles, informativo nacional, outro também informativo, mas regional, outro em evidência, pertencente a uma celebridade do momento, e por último, um *blog* de humor regional muito conhecido.

Foram selecionados para a pesquisa quatro *blogs*, diferenciados quanto à natureza, às atividades e aos grupos. O primeiro *blog* selecionado foi o Blog do Tas, do apresentador do programa humorístico CQC (Band), Marcelo Tas, que coloca em destaque comentários sobre assuntos em destaque na mídia. O que chamou a atenção para esse *blog* foi a grande repercussão do programa que apresenta. Outro *blog* a ser analisado é o Jacaré Banguela, *blog* de humor criado em 2004, na cidade de Cuiabá/MT, que apresenta um descompromisso com a atribuição de sentidos, uma vez que seu principal produto é o escracho. O terceiro *blog* a ser analisado é o Luis Nassif Online, do jornalista Luis Nassif, que fala principalmente sobre política e economia. Será analisado também o Blog do Romilson, do jornalista Romilson Dourado, de Mato Grosso, que trata principalmente de notícias de política do próprio estado.

A opção por esses *blogs* não foi tarefa fácil, pois há uma infinidade de *blogs* espalhados pela rede, de difícil recorte. Como já dito, a formação em jornalismo interferiu na minha escolha, à medida da crença, como grande parte dos usuários, que *blog* seria sinônimo de informação/notícia.

Todavia, como compreender que essa rede congrega as mais variadas formas de interação? Recorreu-se então, a uma seleção que pudesse – não contemplar as mais variadas categorias – mas que se espelha em pelo menos três diferentes formas de comunicação.

Na sequência, apresento primeiramente a metodologia utilizada para a pesquisa aqui apresentada, seguida de uma descrição dos *blogs* estudados, e do relatório de acompanhamento desses *blogs*, de parte do período total da pesquisa.

### 3.1 METODOLOGIA

A natureza multi-nivelada e hiperlinkada da *web* faz com que a identificação e a demarcação de unidades de análise nesse ambiente sejam tarefas críticas e necessárias, conforme indicado por Schneider e Foot (apud MONTARDO; PASSERINO, 2006) ao analisar as questões metodológicas. Para eles, há uma natureza de co-produção da *web* nas ações *online*, que podem ser exploradas examinando-se objetos da *web*, como textos, matérias, *sites* e *links* para outros *sites*, ainda que a pesquisa deva combinar esses dados com dados *offline* (entrevistas pessoais, entrevistas de grupo, telefonemas, etc.).

De acordo com Lopes (2003, p. 37), nas ciências sociais o próprio objeto é dinâmico e mutável porque os problemas estudados são fenômenos históricos, instituições, relações de poder, classes sociais, manifestações culturais, etc. E o que muda não é somente o dado ou o objeto. As próprias “verdades” e “comprovações” produzidas por essas ciências se relacionam com o processo histórico. Daí se reconhecer que o conhecimento científico nas ciências sociais procede normalmente por rupturas, descontinuidades e crises.

Utilizando uma metodologia qualitativa, buscou-se acompanhar os usuários de *blogs*, descrever falas, processos de interação e de interatividade.

Na pesquisa qualitativa, o objetivo principal é a interpretação do fenômeno observado. Sendo assim, ela objetiva observar, descrever e compreender o seu significado. As hipóteses, nesse tipo de pesquisa, não são pré-concebidas, mas construídas após a observação. De acordo com Minayo e Sanches (1993), é no campo da subjetividade e do simbolismo que se afirma a abordagem qualitativa.

Do ponto de vista epistemológico, nenhuma das duas abordagens é mais científica do que a outra. De que adianta ao investigador utilizar instrumentos altamente sofisticados de mensuração quando estes não se adéquam à compreensão de seus dados ou não respondem a perguntas fundamentais? Ou seja, uma pesquisa, por ser quantitativa, não se torna “objetiva” e “melhor”, ainda que prenda à manipulação sofisticada de instrumentos de análise, caso deforme ou desconheça aspectos importantes dos fenômenos ou processos sociais estudados. Da mesma forma, uma abordagem qualitativa em si não garante a compreensão em profundidade. (MINAYO E SANCHES, 1993, p. 247)

Entre as diferentes abordagens da pesquisa qualitativa, para os nossos objetivos selecionamos a etnográfica.

A etnografia ao ser utilizada como estratégia de investigação pelas diferentes Ciências Sociais torna-se, hoje, especialmente útil para abordar o banal e o familiar, e o que se encontra mais próximo, permitindo identificar a diversidade cultural daquilo que aparenta ser tão igual ou comum a "nós". (CARIA, 2002, p. 5)

Assim, a etnografia supõe um período prolongado de permanência no terreno, cuja vivência é materializada no diário de campo, e em que o instrumento principal de recolha de dados é a própria pessoa do investigador, através de um procedimento geralmente designado por observação participante. Ele está dentro para compreender, mas ao mesmo tempo tem que estar fora para racionalizar a experiência e poder construir um objeto científico legítimo. Tem que se pensar a si próprio na relação com o outro (CARIA, 2002).

Para Geertz (1989, p. 15) praticar etnografia não é somente estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, mas, o “que o define é o tipo de esforço intelectual que ele representa: um risco elaborado para uma ‘descrição densa’.” A técnica etnográfica, concebida e historicamente aplicada a grupos sociais em interação face-a-face, passa por adaptações, e hoje é chamada etnografia *online*, visando o estudo das comunidades e culturas criadas pela interação mediada por computadores.

Foi após a década de 20 que a etnografia passou a migrar da pesquisa de antropologia para outras áreas, como sociologia, e mais tarde, psicologia e educação, de acordo com Montardo e Passerino (2006). Com o aumento no número de usuários no ciberespaço, Hine (2000, apud MONTARDO; PASSERINO, 2006) afirma que ele se tornou um espaço privilegiado para pesquisas na área de humanas. A pesquisa social em comunicação mediada por computador (CMC) é caracterizada por duas fases: 1) utilização de abordagem psicológica dependendo de métodos experimentais para compreender o potencial da conversa mediada por computador; 2) crescente aplicação de abordagens naturalísticas para o fenômeno *online* e a subsequente requisição da internet como um contexto cultural.

Nós podemos sugerir, então, que uma troca metodológica, a requisição do contexto on-line como um site de campo etnográfico foi crucial no estabelecimento

do status das comunicações de Internet como cultura. Enquanto experimentos psicológicos demonstraram sua opacidade, métodos etnográficos foram capazes de demonstrar sua riqueza cultural. É possível ir mais longe e sugerir que nosso conhecimento da Internet como um contexto cultural está intrinsecamente ligado com a aplicação da etnografia. O método e o fenômeno definem o outro em um relacionamento de mútua dependência. O contexto on-line é definido como um contexto cultural pela demonstração de que a etnografia pode ser aplicada a ele. Se nós podemos estar confiantes de que a etnografia pode ser aplicada com sucesso em contextos on-line então nós podemos ficar seguros de que estes são, realmente, contextos culturais, uma vez que a etnografia é um método para entender a cultura. (HINE, 2005, p. 8, apud MONTARDO; PASSERINO, 2006).

Três maneiras de empregar a etnografia são identificadas por Kozinets (1998): como ferramenta metodológica para estudar comunidades virtuais puras; como ferramenta metodológica para estudar comunidades virtuais derivadas; e como ferramenta exploratória para diversos assuntos. Sendo a netnografia uma adaptação da etnografia no ambiente *web*, Kozinets (2002) salienta que a pesquisa se refere apenas à comunidade que está sendo analisada “em termos da contextualização de suas conversações, que são: públicas, geradas por texto escrito e cujos participantes podem ser dificilmente discernidos”.

A comunicação analisada em netnografia se difere daquela observada na etnografia tradicional por ser mediada por computador, estar disponível publicamente, ser gerada em forma de texto escrito e as identidades dos participantes da conversação serem mais difíceis de se discernir. Suas vantagens frente à etnografia são: 1) a netnografia pode ser conduzida de forma mais rápida que a etnografia tradicional; 2) é menos dispendiosa, na medida em que se resume a material textual e escrito; 3) é menos subjetiva, na medida em que é possível ter registros de vários tipos de materiais (Kozinets, 2002). Sua principal desvantagem é sua concentração na linguagem textual, que está rapidamente sendo superada em função das novas ferramentas de comunicação síncronas e assíncronas disponíveis na *web*.

Ao aplicar a netnografia ao estudo dos *blogs*, Montardo e Passerino (2006) afirmam que, esta apresenta como possibilidades a exploração da comunicação multimídia, permitindo, contar com dados coletados em texto, áudio e vídeo, recursos que podem enriquecer a observação dos estudos etnográficos tradicionais. Outras possibilidades apontadas são quanto ao uso da netnografia para pesquisa em *blogs*: a facilidade de busca e coleta de dados, a amplitude da coleta e do armazenamento (no tempo e no espaço) e o desdobramento da pesquisa com rapidez.

Aqui, o observador torna-se invisível, possibilitando um tipo especial de participação (*lurking*), pois a informação acerca da presença do observador não está disponível.

Entre as limitações quanto à aplicação da técnica netnográfica em estudos sobre *blogs*, está o fato de que se pode desdobrar os rumos da pesquisa, o que pode levar a abrir inúmeros caminhos, fazendo com que seja fácil perder o foco de pesquisa inicialmente proposto. Nesse sentido, é válida a observação de Schneider e Foot (2005) ao sugerirem a seleção do tópico que se pretende analisar, restringindo o tipo de *blog*, bem como a delimitação de um período de análise. Porém, definir uma “amostra” que se mantenha constante ao longo da pesquisa, durante um longo período, pode ser uma tarefa difícil. Nesse sentido, é necessário que os blogueiros realizem postagens nos *blogs* a serem observados regularmente e, além disso, comentem em outros *blogs*, o que não pode ser determinado “a priori” pelos pesquisadores. (MONTARDO; PASSERINO, 2006, p. 8-9)

Uma limitação da netnografia frente à etnografia tradicional é a questão da veracidade da identidade dos participantes. Tanto a identidade dos blogueiros como a veracidade das informações postadas é questionável. Torna-se pertinente, então, triangular a técnica de observação netnográfica com outras técnicas de pesquisa como entrevistas, análise de outros documentos disponíveis no ciberespaço, como *sites*, entre outros.

Após a gravação e acompanhamento dos *posts* e comentários de 15 dias em cada *blog*, no período de 19/02 a 05/03/2009, descreveu-se os *blogs* e analisou-se os mesmos com fundamentação sêmi-discursiva, de *posts* e comentários selecionados por sua relevância para a compreensão da construção de sentidos nos *blogs*, buscando-se verificar o processo de interlocução, no qual não se separa emissor de receptor. A nova estrutura hipermidiática, aberta e multidirecional permite a expressão autônoma. Importa dar a conhecer como se constroem os sentidos, rompendo-se com a concepção unidirecional da comunicação.

Para auxiliar na compreensão dos enunciados, das condições de produção e interação entre os blogueiros, utilizo a teoria da análise de discurso. Spink e Medrado (1999, p. 43) fazem a distinção entre discurso e práticas discursivas. O primeiro refere-se às regularidades lingüísticas, ao uso institucionalizado da linguagem, sem desconsiderar a diversidade de seu uso diário pelas pessoas. Já as práticas discursivas remetem aos momentos do uso ativo da linguagem, “aos momentos de ressignificações, de rupturas, de produção de sentidos” (SPINK e MEDRADO, 1999, p. 45)

Os autores definem, assim, a prática discursiva como linguagem em ação, ou seja, como as pessoas produzem sentidos. A linguagem é, por definição, uma prática social, os sentidos são construídos quando vozes se confrontam (Spink e Medrado, 1999, p. 46). E a linguagem como ação produz conseqüências, amplas e nem sempre intencionais. Os autores demonstram que a produção de sentidos opera em três tempos históricos: tempo longo, tempo vivido e tempo curto. O primeiro é o tempo que antecede a vivência das pessoas, mas se faz presente através das instituições, normas e outros tipos de reproduções sociais. O tempo vivido refere-se às experiências pessoais, à aprendizagem no nosso tempo de vida. Já o tempo curto é o que possibilita a compreensão da dinâmica de produção de sentidos, refere-se às interações sociais face-a-face.

Há que se concordar com as colocações de Spink e Medrado (1999, p. 57-58), no sentido de que, a mídia, hoje, tem papel fundamental na compreensão da produção de sentidos, pois encontra-se propagada por meio de diversos canais, tecnologias, sistemas, dispositivos, proporcionando novas descobertas.

Propomos, assim, que a mídia não é apenas um meio poderoso de criar e fazer circular conteúdos simbólicos, mas possui um poder transformador ainda pouco estudado – e, talvez, ainda subestimado - de reestruturação dos espaços de interação propiciando novas configurações aos esforços de produção de sentidos (SPINK, MEDRADO, 1999, p. 58)

Ainda sobre a mídia, ao contrário do que teóricos do jornalismo costumavam afirmar, não é possível, na linguagem, haver neutralidade, estamos sempre sujeitos à sua opacidade. Os sentidos, porém, estão sempre administrados, interpretados por um corpo social que teve, historicamente delegados, esses poderes de interpretar, como advogados, padres e professores. (ORLANDI, 1999)

De acordo com Orlandi (1999, p. 17) não há discurso sem sujeito, não há sujeito sem ideologia, sendo o discurso o lugar para se observar essa relação língua/ideologia, sabendo que a linguagem não é transparente. A análise de discurso, portanto, não procura um sentido do outro lado do texto, mas pergunta como ele significa.

Os dizeres não são, como dissemos, apenas mensagens a serem decodificadas. São efeitos de sentidos que são produzidos em condições determinadas e que estão de alguma forma presentes no modo como se diz, deixando vestígios que o analista de discurso tem de apreender. São pistas que ele aprende a seguir para compreender os sentidos aí produzidos, pondo em relação ao dizer com sua exterioridade, suas condições de produção. Esses sentidos têm a ver com o que é

dito ali, mas também em outros lugares, assim como com o que não é dito, e com o que poderia ser dito e não foi. Desse modo, as margens do dizer, do texto, também fazem parte dele. (ORLANDI, 1999, p. 30)

O trabalho do analista de discurso, para Orlandi (1999), é o de compreender o sentido do que ali está dito ao observar as condições de produção e o funcionamento da memória. A interpretação aparece em dois momentos da análise de discurso: considerar que quem fala está interpretando e que, como não há descrição sem interpretação está o próprio analista fazendo a sua.

### **3.2 DESCRIÇÃO – LUIS NASSIF ONLINE**

O *blog* do jornalista Luis Nassif, “Luis Nassif Online” (<http://colunistas.ig.com.br/luisnassif/>) encontra-se atualmente hospedado no portal IG. O jornalista se descreve, no próprio *blog*, como “introdutor do jornalismo de serviços e do jornalismo eletrônico no país”, com a Agência Dinheiro Vivo. A partir do programa “Dinheiro Vivo”, da TV Gazeta de São Paulo, criado por Nassif em 1985, nasceu a Agência Dinheiro Vivo, primeira empresa jornalística do país a trabalhar com informações em tempo real, em 1987.

O *blog* de Nassif estreou no portal em setembro de 2006. Antes disso, estava hospedado no portal UOL (<http://luisnassifonline.blog.uol.com.br/>). Esse *blog* foi vencedor do Prêmio iBest de Melhor *Blog* de Política em 2008. O prêmio iBest é um Concurso de *websites*, criado em 1995, com o objetivo de descobrir novos talentos e premiar profissionais e *sites* da internet.



Figura 1: Luis Nassif Online

O *blog*, conforme a tela acima, assim se caracteriza: parte superior com uma faixa de anúncios publicitários, seguida do nome do *blog*, na frente de uma foto de uma mão que manuseia um mouse. A propaganda veiculada na parte superior é do Portal Luis Nassif, do mesmo autor, com mais publicações, comunidade do *blog*, discussões e debates.

No lado direito da página encontram-se: primeiramente, uma caixa de texto azul com foto e perfil de Nassif; espaço publicitário; caixa de busca; *links* para as crônicas e *posts* sobre economia do próprio *blog*; lista com os títulos dos últimos *posts*; calendário; *link* para o Portal Luis Nassif; *link* para o *Twitter* do jornalista; cadastro para receber a Coluna Econômica por *e-mail*; arquivos do *blog*, desde setembro de 2005; atalho para os *posts* do *site* por categoria; *tags*; fotos da capa de livro de Nassif; listas de *links* para outros *blogs*; lista de indicações de *blogs*; *link* para assinatura de RSS. No lado esquerdo da página ficam os *posts*, contendo data e hora de publicação, título, fonte da informação, texto, fotos ou vídeos (quando presentes), autor, categoria, *tags*, espaço para comentar e ler outros comentários, e *links* para compartilhamento em outros *sites*. O *layout* permanece quase o mesmo há muitos anos, mesmo com a mudança de hospedagem do *site*.

No *blog*, Luis Nassif opina principalmente sobre economia, política e notícias do

Brasil e do mundo. O *blog* é de cunho informativo, e por ser Nassif, jornalista especializado em assuntos econômicos, esse é seu principal foco. O blogueiro também publica *posts* diversificados, por exemplo o de 19/02/2009, cópia de um bilhete que a filha deixou para ele. Também é freqüente, a publicação de vídeos do youtube, principalmente sobre música. Os *posts* mais comuns são aqueles com comentários sobre alguma informação proveniente de outra publicação, às vezes agregando *links*, outras com o próprio texto recortado, no estilo *clipping*. O blogueiro publica diariamente um *post* intitulado “Fora de Pauta”, cujo objetivo é somente receber, através dos comentários, as sugestões de pauta dos leitores, as quais muitas vezes ele publica, às vezes integralmente, como um *post* do *blog*.

Ao usar a tipificação de *blogs* proposta por Primo (2008), podemos classificar o *blog* do Nassif como profissional, pois o blogueiro é especializado nas áreas de política e economia. Encaixa-se ainda, em mais de um dos gêneros profissionais, podendo ser descrito como informativo, pois divulga textos da área do profissional, bem como reflexivo, pois há quase sempre a inclusão de opinião. Nassif publicou uma média de 13 *posts* por dia, nos 15 dias analisados. Os comentários são normalmente longos, escritos na norma culta da língua portuguesa, por pessoas que parecem ter conhecimento dos assuntos discutidos. Por esse motivo, frequentemente os comentários viram um *post* do *blog* mais tarde naquele dia, com o devido crédito.

Abaixo, delinheio observações feitas ao longo dos 15 dias da etnografia online, com exemplos de *posts* e comentários.

### 3.2.1 ACOMPANHAMENTO

No *blog* “Luis Nassif Online” percebeu-se que, com grande freqüência, os usuários, além de comentar o *post* do *blog*, interagem com outros comentaristas, conforme alguns exemplos abaixo:

[1] 19/02/2009 - Post: Obama e a América Latina

graciliano disse:

Mais uma vez a direitona brasileira, estacionada na guerra fria, e a mídia que ainda defende o Reagan, ficam órfãs. (...)

[2] 19/02/2009 - Post: *Obama e a América Latina*

Concordo com Graciliano, agora a direita brasileira órfã dos seus altos gurus neoliberais, terá que encontrar saídas para manter uma oposição ao governo brasileiro que já está na pauta dos EUA e nos olhos de Obama.

[3] 19/02/2009 - Post: *Obama e a América Latina*

Graciliano disse:

A mídia cabocla, que nem pode mais defender o Uribe depois que se soube que as FARC (comedoras de criancinhas) preferem que ele vença no terceiro mandato (heresia!!!), agora defenderá a qual metrópole? Itália e Suíça, talvez?

[4] 19/02/2009 - Post: *Obama e a América Latina*

Caro Graciliano,

Sobre sua pergunta, acho que pelas pistas deixadas na imprensa que fala pela “direitona” tudo aponta para Portugal como a nova metrópole a defender. Por coincidência, a primeira.

[5] 19/02/2009 - Post: *Obama e a América Latina*

Faço minhas as palavras do Graciliano, acima.

[6] 19/02/2009 - Post: *Obama e a América Latina*

Agradecendo as referências que aperfeiçoaram minha breve colocação, queria lembrar que Política é também um jogo simbólico. “Sangue, suor e lágrimas”;

Como o exemplo acima demonstra, durante o período analisado notou-se que no espaço de comentários há sempre um jogo de argumentação/contra-argumentação, não somente elogios ou críticas ao *post*. Tendo Nassif uma visão política esquerdista, grande parte dos usuários do *blog* dividem com ele essa visão.

Os usuários, também, utilizam o espaço de comentários do *blog* para falar sobre assuntos diversos, algo que leram ou ouviram em outro lugar:

[1] 19/02/2009 - Post: *Obama e a América Latina*

Outro dia ouvi o Eduardo Azeredo “preocupadissimo” com a Venezuela de Chavez.

Aqui, o usuário, em sua produção de sentidos, lembrou-se de outro fato que “ouviu”, recentemente, usando as aspas para demonstrar ironia. Muitas vezes, também perguntam ao blogueiro, por considerar que esse seja um assunto, o qual ele entende,

algo completamente diferente do *post* no qual foi inserido o comentário:

[1] 19/02/2009 - *Post: Obama e a América Latina*

Por falar nese senhor:

Nassif, Quando é que vão cumprir o que manda a constituição e dar três senadores para Minas Gerais?

No exemplo abaixo, o leitor define não somente a si mesmo como esquerdista, mas se refere a “nós”, dando a entender que todos que estão comentando dividem com ele essa posição política:

[1] 19/02/2009 - *Post: Obama e a América Latina*

Espero que nós esquerdistas compreendamos o esforço que Obama terá que fazer junto aos falcões republicanos, cada vez que acena para nós.

Publicado às 10h16m do dia 19/02/2009 – *Post: Obama e a América Latina*, um comentário de Hans Bintie se torna mais tarde parte do próprio *post*, atualizado pelo blogueiro. Esse comentário mostra partes de comentários antigos, publicados no próprio *blog*:

[1] 19/02/2009 - *Post: Obama e a América Latina*

O pessoal do blog já previa esses movimentos. Duas evidências enviadas pelos leitores, escolhidas ao acaso:

1) Artigo do professor José Luís Fiori, de 05/11/2008, publicado pela Carta Maior ( [http://www.cartamaior.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna\\_id=4022](http://www.cartamaior.com.br/templates/colunaMostrar.cfm?coluna_id=4022) ).

Trecho:

“Todos organismos internacionais estão prevendo quedas acentuadas da produção, dos preços e das exportações. E a OIT está prevendo um aumento imediato de 10% do desemprego mundial, mais concentrado nas regiões mais pobres do mundo. Nestas regiões, deve se prever um processo complicado de desintegração social e política, e o mais provável é que voltem à ordem do dia as revoltas e revoluções sociais. Elas não serão socialistas nem proletárias, mas adquirirão maior intensidade e violência nos territórios situados em ‘zonas de fratura’ ou de disputas e conflitos geopolíticos crônicos. Isto poderá ocorrer em vários pontos da Europa do Leste, e em alguns países da Ásia Central, e poderá assumir uma forma dramática no continente africano”.

2) Entrevista com o sociólogo Francisco de Oliveira, de 06/01/2009, publicada pela Carta Maior ( [http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia\\_id=15467](http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia_id=15467) ). Trecho:

“A crise é tão grave que abre um período de suspensão do hegemon; não sua derrocada, mas um hiato para lamber as próprias feridas. Isso tomará boa parte do

tempo e das energias desse Obama, em relação ao qual, diga-se, não compartilho do otimismo de muita gente de esquerda. Mas o fato é que ele estará ocupado e com uma quantidade apreciável de problemas. Abre-se um espaço, portanto. Talvez até mais que isso: haveria uma potencial complementariedade de interesses se tivéssemos aqui um arranque de investimento público pesado. Isso de certa forma repercutiria positivamente no coração da economia norte-americana. Estamos diante de uma fresta histórica: uma suspensão do hegemon e um espaço de complementariedade para remar na mesma direção, o que poderá favorecer os dois lados a sair do buraco”.

O sociólogo também afirma que será “uma crise longa, dura, que exigirá reacomodação brutal de forças e vai impor mudanças em todo o mundo e no Brasil também. Mas não tenhamos ilusão: o capitalismo não chegou ao limite. Tampouco é o fim da associação China/EUA; de algum modo ela prosseguirá porque é proveitosa aos dois lados”.

No momento da leitura do *post*, o usuário, lembrando-se de suas leituras de comentários anteriores no próprio *blog*, reproduziu dois, de acordo com ele próprio, escolhidos ao acaso. Esses comentários já eram reproduções de trechos de artigos da agência de notícias Carta Maior. Isso significa que, a construção de sentidos desse usuário, sendo um leitor maduro, foi além daquele texto, estabelecendo ligações com conhecimentos anteriores. O leitor maduro, de acordo com Marcuschi (1985 e 1989), é caracterizado por ser crítico, questionador e reconstrutor dos saberes acumulados culturalmente.

Da mesma maneira, no comentário abaixo reproduzido, o usuário/comentarista usa, para fins de ilustração, uma poesia de Carlos Drummond de Andrade<sup>9</sup>, enquanto outro cita trecho de letra de música de Milton Nascimento<sup>10</sup>:

[1] 19/02/2009 - Post: *Obama e a América Latina*

Se as mudanças são uma constante, por que não mudar para melhor ? Por que o valor de uma constante não pode ser positivo ?

Drummond escreveu o seguinte:

Uma flor nasceu na rua!  
 Passem de longe, bondes, ônibus, rio de aço do tráfego.  
 Uma flor ainda desbotada  
 ilude a polícia, rompe o asfalto.  
 Façam completo silêncio, paralitem os negócios  
 garanto que uma flor nasceu.

[2] 19/02/2009 - Post: *Obama e a América Latina*

Como dizia Milton Nascimento em uma de suas músicas, “A história é um carro

9 Poeta, contista e cronista brasileiro.

10 Cantor e compositor brasileiro.

alegre, que atropela indifferente todo aquele que a negue”.

Também é freqüente, no espaço de comentários do Luis Nassif Online, a publicação de *links* para outros *blogs*:

[1] 19/02/2009 - Post: *Obama e a América Latina*

Cá entre nós, Janio de Freitas, as palavras são: Risco de Quebra e Declínio do Império  
<http://blogln.ning.com/profiles/blogs/ca-entre-nos-janio-de-freitas>

Mensagem direcionada por um comentarista a todos os outros internautas que acessam o *blog*:

[1] 19/02/2009 - Post: *Obama e a América Latina*

Queria registrar aqui na net um recado aos meus amigos direitistas/conservadores de plantão:

Eu não disse?!? Eu não disse?!? Quem é que tem razão agora? rs...

Abç!

Alguns dos comentários são extremamente longos, algumas vezes chegando a ter mais de 600 palavras. Nos exemplos abaixo, os comentários são sobre matérias vistas na TV, com opinião dos usuários:

[1] 19/02/2009 - Post: *Obama e a América Latina*

- “PACOTE DO OBAMA. PARECE ENREDO DE ESCOLA DE SAMBA”.

- “ENREDO DE ESCOLA DE SAMBA NÃO. ESTÁ MAIS PARA BLOCO, TEM TUDO A VER, BLOCO”.

Renato e Miriam Leitão, hoje no Bom(?)Dia Brasil, em tom de galhofa.

Será que esses personagens grotescos acham que podem interferir na opinião pública brasileira contra Obama? Ou acham que os americanos assistem a Globo? O desespero da mídia tupiniquim está levando-a ao ridículo. De tanto dar tiro no pé, vão sair chamuscados.

[2] 19/02/2010 - Post: *O plano habitacional de Obama*

Nassif,

“O PIG pirou de vez. Li no Blog do Ailton ([www.ailtonmedeiros.com.br](http://www.ailtonmedeiros.com.br)): Quem assistiu o “Jornal da Globo” ontem à noite foi dormir sem entender nada.

[3] 19/02/2010 - Post: *O plano habitacional de Obama*

Do comentário do PAulo César:

“O comentarista econômico da emissora, Carlos Sardenberg, atribuiu ao governo Bill Clinton a crise que pôs de ponta cabeça a economia dos Estados Unidos e do mundo.”

Eu assisti o comentário. Foi simplesmente delirante. Não dá pra entender como é que um cara destes tem tanta cara de pau. Ele disse que a crise só existiu graças ao estatismo dos democratas que exigiram que os bancos afrouxassem as regras para emprestar para os mais pobres, gerando assim o sub-prime. É de lascar!

No comentário abaixo, foi citada parte de uma matéria sobre o mesmo assunto do *post*, a morte de Bill Duncan publicada no *site* *Comunique-se*, com o *link* para acesso ao *site* no final:

[1] 19/02/2009 - Post: O grande Bill Duncan

Morre jornalista que respondeu por anos pelo Prêmio Esso de Jornalismo Da Redação

Guilherme José Duncan de Miranda, mais conhecido como Bill Duncan, morreu, aos 66 anos, depois de uma luta de seis anos contra o câncer. Ele trabalhou no Prêmio Esso desde que assumiu a gerência de Comunicação da Esso até se tornar sócio da RP Consultoria, que cuidava da divulgação e realização do evento. (...)

<http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3D50880%26Editoria%3D8%26Op2%3D1%26Op3%3D0%26pid%3D32411881089%26fnt%3Dfntnl>

Ainda sobre o mesmo *post*, pessoas que, assim como Luis Nassif, conheciam Duncan pessoalmente divulgam seus sentimentos e histórias:

[1] 19/02/2009 - Post: O grande Bill Duncan

Orgulhoso de ter também sido colega e amigo de Bill Duncan naquele celeiro de talentos que era o JT da década de 70, solidarizo-me com a família pela grande perda.

[2] 19/02/2009 - Post: O grande Bill Duncan

fiquei sabendo da morte do Bill Duncan pelo Carlinhos Brickmann, hoje de manhã e pedi-lhe que, se tiver contato, diga à sua família o quanto sentimos.

[3] 19/02/2009 - Post: O grande Bill Duncan

O Jornal da Tarde não é o que o PHA diz ter colaborado com a ditadura? Ele diz que isso está no livro “Cães de Guarda – jornalistas e censores do AI-5 à Constituição de 1989”, de Beatriz Kushnir. Não há *post* em que ele fale da Folha sem se referir a isso. No Azenha, também há uma entrevista com a escritora

falando dessa cumplicidade entre o jornal e os milicos.

[4] 19/02/2009 - Post: *O grande Bill Duncan*

Amigos, já foi dito aqui que o Bill era um sábio. Pois quero contar um episódio trivial, mas revelador.

[5] 19/02/2009 - Post: *O grande Bill Duncan*

Amigos do Bill,

Papai era tudo isso, sábio, generoso, guerreiro e muito carinhoso. Fico feliz em saber tanto sobre ele, pois nunca falava muito.. e como ele foi feliz por ter amigos de verdade.

Obrigada pelo apoio.

Abraços a todos em nome de minha mãe Claudia e de meus irmãos José Vicente e Guilherme José.

Gina Elisa

[6] 19/02/2009 - Post: *O grande Bill Duncan*

Hoje está fazendo 2 meses. Obrigada pelo carinho de todos. Tive uma boa notícia hoje, papai vai ser homenageado dia 26 de maio de 2009 durante a solenidade de anúncio dos vencedores do Premio INCA – Ary Frauzino de Jornalismo. Papai ajudou a construir esse premio, toda a concepção, desde o layout até o regulamento. A Regina trabalhou com ele no ESTADÃO e faz parte da Comunicação do INCA, ela que está organizando.

A esse comentário da filha de Bill Duncan, o blogueiro Nassif respondeu da seguinte maneira:

[1] 19/02/2009 - Post: *O grande Bill Duncan*

Um abraço em você e em toda sua família, Gina.

É freqüente, ainda, a utilização do espaço dos comentários para divulgação de *links*. No exemplo abaixo, o comentarista divulga um *blog*, mas não diz se é dele mesmo.

[1] 19/02/2009 - Post: *A cooperação aeroespacial Brasil-China*

Novo blog... vale conferir.

<http://brasil.melhores.com.br/>

Achei legal por que a ideia é divulgar somente notícias positivas sobre a economia brasileira. Conheci hoje.

Mais uma vez, percebeu-se que, Luis Nassif, frequentemente, transforma alguns

dos comentários em *posts*:

[1] 19/02/2009 - *Post: A cooperação aeroespacial Brasil-China*

Nassif,

É bom salientar que a empresa que atualmente desenvolve a camera para o satellite braisleiro é a Opto, uma empresa de alta tecnologia em Sao Carlos. Por palestras que eu já pude presenciar durante eventos na USP-São Carlos, escola que vc ja veio dar palestra, eles falaram os grandes desafios para se desenvolver um instrumento de alta capacidade e alta tecnologia. MAs tb tem um excelente retorno financeiro e aposto pessoal para as pessoas envolvidas no projeto.

Viva a Engenharia Nacional!!

Os usuários conversam utilizando-se do espaço de comentários, como demonstrado a seguir:

[1] 19/02/2009 - *Post: A cooperação aeroespacial Brasil-China*

Meio milhão de imagens disponibilizadas. Onde e em que formato? Por que não disponíveis para uso on-line como em serviços estilo google maps, google earth, virtualearth, mapquest, brazucas? Ou mesmo pago?

[2] 19/02/2009 - *Post: A cooperação aeroespacial Brasil-China*

Bruno, as imagens são disponibilizadas gratuitamente pelo INPE em <http://www.dgi.inpe.br/CDSR/>

O formato é meio chato: GeoTiff. É voltado para especialistas em sensoriamento Remoto. E a navegação não chega aos pés do Google Maps.

Neste comentário, o usuário explicita que o assunto nada tem a ver com o *post* no qual está publicado. O usuário cita que recebeu de suposta autoria de Nassif, o que ele duvida, tendo em vista ser leitor assíduo do *blog*, acostumado aos elementos de seu discurso, que ele não reconhece no texto recebido:

[1] 19/02/2009 - *Post: O plano habitacional de Obama*

Na verdade, esse comentário não tem nada a ver com a matéria, porém, gostaria de dizer ao Nassif que está circulando na internet um texto que atribuem a ele e que, no meu entendimento, tem um trecho eivado de preconceito, razão pelo qual coloco a autoria em dúvida.

Eu, como nordestino e leitor assíduo de Nassif, deixo aqui o meu protesto contra a generalização existente no texto.

Nassif confirma, posteriormente, que o texto não era de sua autoria, como segue:

[1] 19/02/2009 - Post: *O plano habitacional de Obama*  
É falso.

O blogueiro publica quase todos os dias um *post* chamado “Fora de Pauta”, cujo objetivo é conseguir pautas, através dos leitores/usuários/comentaristas, para o dia, algumas vezes, como já vimos antes, publicando os próprios comentários mais tarde, naquele dia, como *posts do blog*. No exemplo abaixo, mostra-se que alguns usuários do *blog*, já acostumados a isso, procuram o “Fora de Pauta”, inclusive, recordando o blogueiro, caso ele demore a publicar ou se esqueça.

[1] 19/02/2009 - Post: *O plano habitacional de Obama*  
Só para lembrar o Fora de Pauta.

No dia 19/02/2009, Nassif demorou a publicar o “Fora de Pauta”, e na ânsia de informar suas “pautas” para o blogueiro, usuários utilizaram o *post* “O plano habitacional de Obama” para publicá-los, demonstrando o imediatismo dos leitores/usuários.

[1] 19/02/2009 - Post: *O plano habitacional de Obama*

Esta notícia não pode esperar. Tem algo de muito podre em São Paulo.

Por meio de projeto de lei complementar, José Serra (PSDB) iniciou um processo de reforma do Ministério Público de São Paulo (...)

[2] 19/02/2009 - Post: *O plano habitacional de Obama*

Alguém apga tanto por tão pouco

BRASÍLIA – A carga tributária brasileira seguiu crescendo como proporção do Produto Interno Bruto em 2008, apesar da extinção da Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF). A conclusão é da Confederação Nacional de Municípios (CNM), que todos os anos divulga estudo sobre o tema.

<http://ultimosegundo.ig.com.br/economia/2009/02/19/mesmo+sem+cpmf+carga+fiscal+vai+a+376+do+pib+4163157.html>

Desculpe, não achei o fora de pauta de hoje.....

[3] 19/02/2009 - Post: *O plano habitacional de Obama*

“Suíça processa revista por quebrar sigilo no caso de brasileira

Ministério Público vai investigar como segredo de Justiça chegou nas mãos da imprensa sobre confissão de farsa”:

Ta dificilimo descobrir quem sao os suspeitos numero 1, nao esta?

Quem chamou a media primeiro? A familia.

Destaca-se que, no *blog* Luis Nassif Online, há algumas similaridades com o jornalismo. Foi possível notar, por exemplo, no *post* diário “Fora de Pauta”, o próprio título já remete a isso, visto que “pauta” é o nome utilizado para descrever idéias de reportagem, planos. Ele acaba utilizando os leitores/usuários do seu *blog* como “pauteiros”, que são aqueles, no jornalismo, que sugerem as pautas ao editor. Aqui, todos podem sugerir.

Ressalte-se que, o foco central da análise é o texto verbal do *blog*, ou seja, os *posts* publicados pelos blogueiros e os comentários dos usuários, que os complementam.

As pessoas que publicam comentários no *blog* do Nassif utilizam linguagem na norma culta, poucas gírias e abreviações. A maior parte dos comentários está relacionada ao *post*, com análises, opiniões, *links* para outros *sites*, etc. Os usuários do *blog* buscam nele informações, mas de maneira diferente da busca em *sites* de notícias, pois no *blog* eles contribuem, divulgam *links*, sugerem matérias, discutem os assuntos, tanto com o blogueiro quanto com outros usuários.

No *post* “2010 em Marcha”, o recorte selecionado para a notícia é criticado em um dos comentários, chamando a atenção para outra abordagem que poderia ter sido tomada:

[1] 28/02/2009 – *Post: 2010 em Marcha*

[...] É curioso que muita gente vê a coisa apenas sob o prisma da possibilidade de um jornalista ser demitido pelo dono do jornal.

Todavia, tratando-se dos meios de comunicação de massa, percebe-se o quão frágil é aquilo chamado de independência midiática.

Ao comentar que “[1] Infelizmente, os *blogs* serão insuficientes para deter todas essas fontes regidamente pagas com o dinheiro público”, pressupõe-se que o usuário tem uma crença de que os *blogs* são meios “alternativos”, não “comprados”, diferentemente dos outros meios de comunicação de massa. Esse pensamento é dividido com outros

comentaristas:

[2] 28/02/2009 - 2010 em Marcha

[...] Já escolhi minhas armas.

Adeus JC.

Vou de Blogs. Como o do Nassif, PHA, etc.

[3] 28/02/2009 - 2010 em Marcha

Por enquanto só há liberdade DA imprensa, não de imprensa, a não ser em alguns blogs, como este.

[4] 28/02/2009 - 2010 em Marcha

Depois falam de liberdade de imprensa nesse país. Sorte nossa ter a internet e blogs como esse do Nassif.

Usando uma estratégia de legitimação da fala, um dos comentaristas sugere aos outros que vejam um documentário disponível no *site* youtube, “caso queiram ver como se trata a mídia em Minas Gerais [...]” (28/02/2009 – 2010 em Marcha)

O comentarista, neste exemplo, utiliza sua experiência pessoal e usa o local como meio de dar credibilidade ao seu comentário “Sou daqui do PE e posso falar sem medo de errar” (28/02/2009 – 2010 em Marcha).

Nos comentários ao *post* “A cidade da bioenergia”, que cita uma notícia publicada no Portal Luis Nassif, referente à assinatura de convênio para a criação da Cidade da Bioenergia, na cidade de São Carlos/SP, um dos assuntos principais passou a ser a mudança do chamado “Agrishow”, da cidade de Ribeirão Preto/SP, para São Carlos, além de comentários sobre o Partido dos Trabalhadores, ao qual pertence o prefeito da cidade citada.

27/02/2009- Post: A cidade da bioenergia

[1] Ribeirão Preto perdeu a Agrishow para São Carlos que será a sede da feira já em 2010. E agora fica atrás, denovo de S. Carlos, em um projeto grandioso como esse.

[2] O "crime" de Ribeirão Preto foi ter escurraçado Palocci e sua turma da prefeitura. Enquanto que aqui em São Carlos o PT montou um verdadeiro feudo na prefeitura.

No comentário 2, a palavra “feudo” é usada, obviamente, no seu sentido figurado,

significando área de influência, além das palavras “escurraçado” (sic) e turma, as quais demonstram desaprovação.

*26/02/2009 - Post: A defensoria pública em São Paulo*

Defensoria pública de qualidade, com pessoal qualificado e em quantidade adequada num governo do PSDB?

Só se for piada.

No comentário acima citado, que responde ao *post* “A defensoria pública em São Paulo”, o usuário, através de uma pergunta, mostra sua posição política, deixando ainda mais clara tal posição, com a frase seguinte: “Só se for piada”, que nem seria necessário para o entendimento de que ele considera o PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) incapaz da proposta de fazer uma defensoria pública de qualidade, devido a suas crenças/conhecimento sobre o histórico do partido político.

*26/02/2009 - Post: A defensoria pública em São Paulo*

Desculpem o desabafo, mas reclamam de barriga cheia.

Neste comentário, o foco de análise é a expressão “reclamam de barriga cheia”, ditado popular muito utilizado, que significa reclamar de algo que já está bom. Nesse comentário, o usuário não explicita quem “reclama de barriga cheia”, sendo que, ao ler a frase seguinte, é possível compreender: “Aqui em Santa Catarina não existe Defensoria Pública.” Ou seja, o comentário vai contra todos os anteriores e questiona se a Defensoria deve ou não ser fortalecida, pois no Estado do usuário ela nem existe. Aqui a experiência dele, bem como o aparente conhecimento da realidade do Estado, levou-o a interpretar a mensagem como uma reclamação infundada, pois a situação poderia estar ainda pior.

*26/02/2009 - Post: A defensoria pública em São Paulo*

Antes de "descer o sarrafo" nos advogados, vocês tem conhecimento da tabela de honorarios pagos pelo estado aos advogados inscritos no convenio c/ a oab? uma verdadeira mixaria. trabalha-se anos e anos para ao final receber uma quantia que mal paga a gasolina até o forum.

antes que me chamem de corporativista, não participo de tal convenio e espero não advogar por mais muito tempo...

Utilizando a expressão “descer o sarrafo”, que significa agredir, o comentarista pergunta a todos se possuem conhecimento da tabela de honorários, logo respondendo que é uma “verdadeira mixaria”, ou seja, o valor é baixo. Antecipando-se aos comentários que ele imaginou que viriam a seguir, sobre ser corporativista, ele diz que não participa do convênio.

Em comentário sobre o *post* “A defensoria pública em São Paulo”, o usuário escreve que “na minha modesta opinião de leigo cheio de boas intenções”, explicitando que não tem profundo conhecimento do assunto abordado. Um defensor público de Minas Gerais, como ele se autodenomina, trouxe em um comentário de quase 50 linhas, 9 itens de “informações/opiniões”, segundo sua descrição, para fomentar a discussão sobre o assunto. Em vários dos itens foram citadas fontes, como estratégia para diferenciar o que era informação do que era opinião. Pede, ainda, desculpas ao final, pelo comentário muito longo.

*26/02/2009 - Post: A defensoria pública em São Paulo*

Me desculpe pelo comentário muito longo, mas o tema envolve tantos aspectos que a discussão fica bastante rica, ainda mais no seu blog.

O *post* “A estatização do sistema bancário”, de 24/02/2009, no qual Nassif reproduz um artigo do jornal Folha de São Paulo, ao final de um comentário, o usuário diz: “Pergunto aos companheiros aqui do blog: - Será que o buraco pode ser tão grande que leve o país USA junto?”. Nota-se que, na pergunta, não direcionada ao blogueiro, mas a todos os outros usuários do *blog*, mostra o nível de interação entre todos, considerados por ele como “companheiros”, expressão muito utilizada pelo Partido dos Trabalhadores, o que pode sugerir que ele considera que os outros compartilham sua visão política.

Em 2007, Nassif publicou em seu *blog* uma série de reportagens sobre a revista Veja, que tiveram grande repercussão, e o blogueiro chegou a ser processado. O *post* do Luis Nassif Online de 17/02/2009 começa com a frase: “Não é difícil entender as razões por trás da entrevista do senador Jarbas Vasconcellos à revista Vela. “Ao utilizar a expressão “por trás”, ele afirma aos leitores que havia um objetivo implícito na entrevista. O próprio título do *post* “A estratégia Jarbas”, já mostra sua crença nisso. Nassif expõe, então, o recorte que vai utilizar no *post*: “É aí que entra a parte mais interessante da

entrevista: a maneira como foi preparada”. Faz então, uma análise da entrevista que, segundo ele, foi feita para criar um fato político, referente às candidaturas para presidência nas eleições de 2010.

Diante desse acompanhamento, percebeu-se que: 1) no *blog* prevalece um perfil de seriedade; 2) a maioria dos usuários têm a esquerda como preferência política; 3) os *posts* são frequentemente mais longos do que nos outros *blogs*; 4) a utilização da linguagem culta é o que mais ocorre, mas em alguns momentos os usuários utilizam ditos populares ou palavras que demonstram ironia. O *blog* atende a sua proposição inicial de discutir assuntos políticos.

### **3.3 DESCRIÇÃO - JACARÉ BANGUELA**

O *blog* Jacaré Banguela foi criado em 17 de outubro de 2004, por Rodrigo Fernandes, e é mantido por Alberto Kunze, Donicleiton Alvarenga e Frederico Fagundes. Em 2006, Kunze e Alvarenga se desligaram do *blog*, que passou então a ser mantido por Rodrigo e Frederico, estudantes de publicidade e jornalismo. No dia 7 de abril de 2008, Frederico Fagundes, o Fred, também saiu do Jacaré Banguela.

Em 2006, o *blog* já registrava uma média de 85 mil acessos diários. (BAPTISTA, 2006). Inicialmente, o endereço do *blog* era <http://jacarebanguela.blogspot.com/>. Em entrevista ao jornal Diário de Cuiabá, em 2006, Frederico afirmou que “o *blog* é atualizado de oito a nove vezes por dia, tarefa que toma cerca de três horas a cada vez”. Segundo essa mesma reportagem, “O *site* é o mais acessado no Estado e um dos mais vistos no Brasil no segmento de humor”.

O *site* fechou uma parceria com o portal Globo.com, em 6 junho de 2008, e hoje é mantido por Rodrigo Fernandes. A partir de 20/11/2008, também passaram a fazer parte do *Twitter*.

O *blog* utiliza, principalmente, a postagem de vídeos, tanto os feitos pelos próprios blogueiros como por outras pessoas, fotos, montagens de fotos e comentários sobre celebridades, esportes, fatos políticos, sempre com humor. Às vezes publicam trechos de notícias de *sites* jornalísticos, fotos, e abaixo um comentário engraçado. Todos os *posts* possuem alguma imagem, seja uma foto, um vídeo ou uma ilustração.

De acordo com Frederico Fagundes, o *blog* tem três tipos de leitor: “O fiel, que te lê todos os dias, incentiva, dá sugestões e etc. O desconfiado, que fuça teus arquivos pra achar erros e incoerências pra te encher o saco. Mas, mesmo assim, acessa o *blog* todos os dias. E o xarope, que está lá apenas para encher o saco, nada mais”<sup>11</sup>. De uma média de 120 e-mails recebidos por dia, 80 trazem comentários, vídeos e outros materiais engraçados, enviados por leitores.

A expressão “jacaré banguela” surgiu em um colégio católico em Sinop, onde Rodrigo estudou durante a infância, como um código da garotada para dizer palavrões e falar “besteiras” perto das freiras do colégio, de regras muito rígidas. Piadas com famosos foram as que mais contribuíram para o grande sucesso do *blog*. Entre os alvos preferidos, no começo estavam celebridades como Preta Gil, Luana Piovani, Dado Dolabella e Rubens Barrichello.

Em 2006, os blogueiros afirmavam que, seu objetivo não era ganhar dinheiro, e que não aceitavam anúncio no *site*. Hoje, os anúncios em *posts* são freqüentes. O blogueiro chama as empresas anunciantes de “empresas parceiras”.

São feitos sorteios no *blog*, em parceria com empresas, normalmente para anúncio de produtos. Um dos prêmios (19/02/2009) foi um Box de DVD's. Também, são freqüentes sorteios de entradas para peças de teatro.

O *blog* é atualizado, em média, cinco vezes por dia. Toda semana, na sexta-feira, é publicado um *post* intitulado “Vadiagem Malemolente”, com diversos *links* para fotos, jogos, vídeos, entre outros, para “passar o tempo”.

Em um dos *posts* do dia 26/02, foi anunciado o sorteio de 30 pares de ingressos para uma peça de teatro humorística. Para concorrer, era necessário deixar um comentário, e o sorteio seria feito naquele dia mesmo, de forma aleatória. Nesse dia, houve mais de 12 páginas de comentários no *blog*.

Muitos dos comentários usam apenas gírias e expressões típicas da internet. A expressão de riso é uma das mais utilizadas, como por exemplo: “Hahahahahahahahahahaha”, “kkkkkkkkkkkkkkkkkkkk”, entre diversos outros.

Nas quintas-feiras, é publicado um *post* chamado “Flagras do MSN”, para onde os leitores enviam ao *blog* cópias da tela do MSN, no qual foi escrito algo engraçado, com comentários do blogueiro.

---

11 Entrevista concedida ao *blog* Códigos Blog (fevereiro 2008).



Figura 2: Jacaré Banguela

Abaixo da barra padrão do portal Globo.com, o layout do *blog* é o seguinte: um fundo laranja, na frente o desenho do jacaré símbolo, ao lado o nome do *blog* e acima os nomes dos responsáveis pelo *blog*.

O fundo da tela é amarelo, com as barras do título em um amarelo mais forte. Abaixo, normalmente, encontram-se o subtítulo, o texto e a foto ou vídeo, seguido de mais algum comentário ao final, e a fonte da informação (sem *links*). Nessa página principal, no local em que se encontram os últimos *posts*, não aparece *link* para comentários. É necessário clicar no título para ir à outra página, na qual é possível ler os comentários e adicionar o seu próprio. O *blog* só passou a aceitar comentários a partir de 20/11/2008. Antes disso, era necessário acessar a comunidade no Orkut ou enviar *e-mail* para os administradores do *blog*. Hoje, além desses meios já existentes, também é possível interagir com o *blog* através do *Twitter* (desde 10/07/2008), e comentários no próprio *blog*.



Figura 3: Jacaré Banguela

No lado direito da página, como é possível visualizar na imagem acima, há uma caixa de buscas, e *links* para capa, Orkut, parceiros, bate-papo, enviar *e-mail* para o administrador, *link* para *blog* do Sitdown Comedy, além de calendário para acesso aos arquivos do *blog*. Abaixo, as principais observações obtidas a partir do acompanhamento do *blog* Jacaré Banguela, no período já descrito. No período selecionado para a coleta de dados (19/02/2009 a 05/03/2009), não houve nenhuma postagem no *blog* em cinco desses dias, e foi necessária a extensão dos dias da pesquisa até 11/03/2009.

### 3.3.1 ACOMPANHAMENTO

Nos comentários relacionados abaixo [1] e [2], os usuários questionam, referindo-se a um *post* que mostra o resultado de sorteio feito pelo *blog* com suas “empresas parceiras” (o que costumam chamar de *post* pago), quem ganhou os prêmios, e logo obtém resposta do blogueiro [3]:

[1] 19/02/2009 - Post: *SORTEIO DE HUMOR - RESULTADO*

*uai... onde que ve qual numero eu sou?*

[2] 19/02/2009 - Post: *SORTEIO DE HUMOR - RESULTADO*

*Eh, podia ter dito os nomes...*

[3] 19/02/2009 - Post: *SORTEIO DE HUMOR - RESULTADO*

*É pra já:*

*Rafael Goes – Corra que a polícia vem aí 33 1/3*

*Oto Fernando – Borat*

*Matheus O. – Austin Powers – O homem do membro de ouro*

*Cacuatro – Box Heroes + Squeeze*

*Tiago Furtado. – A última festa de solteiro.*

*Abs*

Isso demonstra que aqueles que participaram da promoção buscaram uma informação que eles precisavam para conhecer quem ganhou. O blogueiro tinha divulgado somente os números, e muitos usuários não conseguiram entender qual era o número deles, ou seja, participaram do sorteio, mas não entenderam exatamente como funcionava. Conclui-se, portanto, que não houve uma troca simbólica totalmente efetiva.

Alguns dos comentários contêm sugestões para o blogueiro, referentes à promoção realizada. As sugestões referem-se tanto à quantidade de prêmios quanto ao método de sorteio, expondo os seus desejos.

[1] 19/02/2009 - Post: *SORTEIO DE HUMOR - RESULTADO*

*Tinha que ser um Dvd por dia...*

[2] 19/02/2009 - Post: *SORTEIO DE HUMOR - RESULTADO*

*acho q nao deveriam valer mais de 1 post por email..*

Uma marca do *blog* Jacaré Banguela é publicar fotos, trechos de notícias, entre outros, seguidos de um comentário de humor do blogueiro. No exemplo abaixo, foi

publicada uma foto retirada da internet, aparentemente do que seria uma explosão no espaço, seguida de trecho de matéria com *link*.

[1] 10/02/2009 - *Post*: EXPLOSÃO NO ESPAÇO

*Você sabe o que isso quer dizer?*

*Absolutamente nada!*

Alguns dos comentários dos usuários/leitores parecem tentar servir como um tipo de complementação ao humor do *post*. O discurso lúdico do *blog* permite aos usuários uma grande criatividade em torno da produção de sentidos.

[1] 10/02/2009 - *Post*: EXPLOSÃO NO ESPAÇO

*Como assim nada??*

*MAis um HULK irá surgir...*

*COM certeza...*

[2] 10/02/2009 - *Post*: EXPLOSÃO NO ESPAÇO

*Haha. lembrei do Hulk . Tem uma parte dos quadrinhos dele que é no espaço né?*

Outros procuram o lado sério da notícia postada, o que faz surgir um conflito. Alguns, inclusive, contestam o comentário do blogueiro, com críticas ao recorte utilizado por ele no *post*:

[1] 10/02/2009 - *Post*: EXPLOSÃO NO ESPAÇO

*Nada? Tenho minhas dúvidas.*

*Uma maçã caindo também já não significou nada.*

[2] 10/02/2009 - *Post*: EXPLOSÃO NO ESPAÇO

*Nada? Faltou um pouco de cultura ai hein? A emissao de raios gama se da devido a uma supernova e pode destruir sistemas inteiros, inclusive a Terra. E como eles viajam na velocidade da luz não saberíamos disso até termos sido atingidos. Ou seja nem veríamos o que aconteceu.*

[3] 10/02/2009 - *Post: EXPLOSÃO NO ESPAÇO*

*Sim, tudo bem, é humor...*

*Mas a sociedade, inclusive a brasileira já é ignorante em astronomia, daí ainda vem um blog como o do JB postar que a explosão de raios gamma é absolutamente NADA?*

*Então pelo menos façam mais posts sobre astronomia (que é diferente de astrologia, sabia disso?), daí quem sabe os brasileiros se interessam mais pela ciência.*

*Ahhh, e também não teve graça esse post, se fosse fazer piada sobre astronomia fizesse uma de alto nível, que realmente fosse engraçada, pois essa parece que foi só pra ridicularizar essa maravilhosa descoberta...*

O blogueiro [1] e outros leitores, respondem aos comentários, evidenciado a diferente produção de sentidos, a partir do *post*:

[1] 10/02/2009 - *Post: EXPLOSÃO NO ESPAÇO*

*[ JB RESPONDE ]*

*Ai, ai... o que dizem é verdade. A cada dia que passa está mais difícil fazer humor.*

*As pessoas andam sérias demais.*

*Fazer o que, né?*

*Beijo na popa esquerda (ui!).*

[2] 10/02/2009 - *Post: EXPLOSÃO NO ESPAÇO*

*parece q os cientistas, ou pseudo-cientistas de plantao nao gostaram da brincadeira...*

*auheauheaeahu*

[3] 10/02/2009 - *Post: EXPLOSÃO NO ESPAÇO*

*Acho que faltou um pouco de malícia aí hein? Não entender uma simples piada com uma pitada de ironia é foda. Como disse o JB: "A cada dia que passa está mais difícil fazer humor. As pessoas andam sérias demais."*

Um *post* do dia 10/02/2009 refere-se à companhia de humor Barbixas, e após um breve comentário é postado um *link* para um vídeo deles no youtube, fornecendo acesso

a um conteúdo audiovisual externo ao *blog*. Alguns dos comentários traçam elogios aos humoristas:

[1] 19/02/2009 - *Post*: BARBIXAS

*Muito bons os caras... Tão de parabéns mesmo!*

[2] 19/02/2009 - *Post*: BARBIXAS

*Muito bom!!! os caras são phodas, pensa rápido!!!!*

[3] 19/02/2009 - *Post*: BARBIXAS

*Os caras são muito bons, eu estava lá na platéia nesse dia que o Marcelo Tas foi o Mestre de Cerimonia, e eu fui ontem também ...*

Outros comparam a companhia de humor a outros programas do mesmo gênero, usando seus conhecimentos sobre outra companhia de humor do Rio de Janeiro e uma série norte-americana:

[1] 19/02/2009 - *Post*: BARBIXAS

*É o mesmo estilo do ZÉ, que tinha aqui no Rio...*

[2] 19/02/2009 - *Post*: BARBIXAS

*Mesmo esquema do Who's Line Is It Anyway, com o Drew Carry ... – Scenes From a Hat*

Também são publicadas, eventualmente, sugestões ao blogueiro não relacionadas aos *posts*, mas sim a aspectos técnicos da publicação de vídeos no *blog*, por usuários com aparente conhecimento de informática:

[1] 19/02/2009 - *Post*: BARBIXAS

*o Jb podia publicar links do youtube q da pra ver em tela grande sem precisar abri outra janela. abraço*

Um *post* do dia 10/02/2009 apresenta a cópia da tela de uma página do álbum de fotos do *site* de relacionamentos orkut, com os comentários sobre a foto. O blogueiro usa o humor para ridicularizar um comentarista que escreveu o nome de um instrumento musical incorreto, bem como diversos erros gramaticais. Neste caso, nota-se primeiramente que, a produção de sentidos que o blogueiro fez a partir do que estava escrito no orkut foi questionada por alguns usuários, por estar supostamente incorreta, conclusão a que chegaram recorrendo a seus conhecimentos e experiências.

[1] 19/02/2009 - *Post: PIANINHO*

*Não por nada não, mas acredito que o que o cara quis dizer é sobre a dinâmica musical que ela estava executando. Veja só esse descrição de "piano":*

*p – Piano – Dinâmica na música que indica fraco, leve, o volume um pouco mais baixo que o normal .*

*Os musicos usam essa expressão para indicar que está tocando mais suavemente. "Eu toquei mais pianinho essa musica", significa que a musica foi tocado mais suavemente.*

*Fonte: <http://www.diminuto.braskernel.com/dicionariomusical.htm>*

[2] 19/02/2009 - *Post: PIANINHO*

*na verdade, pianinho é um modo de tocar um instrumento de cordas, que consiste em passar o arco mais próximo ao espelho, fazendo o som sair mais baixo. ele é mostrado na partitura como um p. o oposto de piano é forte, mostrado como um f.*

A geração de sentidos varia, conforme o leitor e a discussão seguem no espaço de comentários do Jacaré Banguela, entre os usuários:

[1] 19/02/2009 - *Post: PIANINHO*

*Douglas, seria em paino se ele tivesse colocado assim  
"olha que gracinha ela tocando em piano"....  
e msm que fosse, cm ele saberia que ela está tocando em piano se foto de orkut  
não tem som ( ainda) ??????????  
acho que trocou violino por piano msm..  
enfim...*

[2] 19/02/2009 - Post: PIANINHO

*So pra completar..Seria pianissimo, pianinho é instrumento pequeno rs.*

[3] *Pow é isso mesmo!?!?! Tem um cara que estava defendendo ele???*

*Piano foi sutileza???*

Alguns comentários apontam, ainda, outros erros cometidos no orkut, que é objeto do *post*, com referência até mesmo à aparência física das pessoas (no orkut, ao realizar um comentário, a foto que está no perfil fica visível) [6]. De acordo com o usuário, o comentário da pessoa é de "gay conversando com as amigas", não ficando claro se essa conclusão foi baseada no "cabelinho" sobre o qual ele fala anteriormente. Em [2], [3], [4] e [5] os usuários apontam para os erros gramaticais na página do orkut mostrada. Inferem, a partir desses erros, a "genialidade" e "inteligência" da pessoa que escreveu.

[1] 19/02/2009 - Post: PIANINHO

*Detalhe, o comentário antes do dele diz que ela ta tocando violino*

[2] 19/02/2009 - Post: PIANINHO

*"era pra MIM estar aí também" o pianinho até ofuscou esse manuelsídio*

[3] 19/02/2009 - Post: PIANINHO

*Pelo jeito que o cara escreve a gente já nota a genialidade da criatura. →→ medo desse país*

[4] 19/02/2009 - Post: PIANINHO

*Deu pra perceber a inteligência do garoto pelo conhecimento gramatical do mesmo... AHUHUAhAHUA*

[5] 19/02/2009 - Post: PIANINHO

*Como ele mesmo escreveu – HAJA "PASSIENCIA"*

[6] 19/02/2009 - Post: PIANINHO

*Olha o cabelinho do cara.  
Olha o comentário de gay conversando com as “amigas”.*

Um dos comentários avisa ao blogueiro e aos leitores que “colou” o conteúdo deste *post* em outro *site*, chamado Super Pérolas, que é dedicado a publicar erros e coisas bizarras encontradas no orkut:

[1] 19/02/2009 - Post: PIANINHO

*Puts, que animal!!! Colei no Super Pérolas*

No exemplo abaixo, os usuários fazem um desabafo, culpando a chamada “inclusão digital” pelo grande aparecimento das chamadas ‘pérolas’, como mostrado anteriormente.

[1] 19/02/2009 - Post: PIANINHO

*Essa inclusão digital tá cada dia deixando a internet mais burra. Não que a pessoa não possa comprar um computador. Ela tem todo direito de comprar um computador. Outro dia a faxineira aqui da empresa comprou um computador POSITIVO na Casas Bahia só por que tá barato e ela queria usar Orkut. Nem salvar um contato na merda do celular dela ela faz sozinha quer comprar um computador só para usar Orkut e Msn. Ai comprou o pc e veio com linux, veio me perguntar quando eu cobrava p/ colocar o XP piratão com Office e etc, eu falei que ia fazer 1 preço baixo e cobreí R\$ 50. Falou que ia pensar, mas pela cara de bosta que fez, vi escrito na testa dela a palavra “CARO”. Ai ela deve ter corrido em varias lojas e viu que era bem mais caro e acabou fechando comigo 1 semana depois.*

[2] 19/02/2009 - Post: PIANINHO

*E’ por esta e outras razoes que nao uso nenhum site de relacionamento (exceto os de negocios como LinkedIn). Ninguem tem coragem de deixar a porta de sua casa aberta, mas deixa sua vida toda registrada nestes sites. E’ uma falha de segurança enorme. Nao e’ muito um comentario sobre o post especificamente, mas foi o meu sentimento quando vi como uma pagina destes sites pode parar em um blog com muita audiencia. Tenha medo, muito medo...*

[3] 19/02/2009 - *Post: PIANINHO*

*Maldita Inclusão Digital, Casas Bahia e seus Micros Positivos em 20x sem juros!!!!*

Em *post* de 20/02/2009, patrocinado pela Fruttare<sup>12</sup>, foi apresentado um vídeo feito pelos blogueiros, em uma praia, no qual eles inventam uma prova chamada “pé pelando”, cujo objetivo seria, segundo os mesmos, “carregar garotas”, e no final do vídeo um homem pula no colo de um deles. Em muitos dos comentários a esse *post* são utilizadas “risadas”, em referência ao vídeo mencionado.

[1] 20/02/2009 - *Post: O MELHOR VERÃO DE TODOS OS TEMPOS*

*hahahahahaha*

[2] 20/02/2009 - *Post: O MELHOR VERÃO DE TODOS OS TEMPOS*

*kkkkkkkkkkkk, muito bom, se deu mal caro Jacaré Banguela...*

[3] 20/02/2009 - *Post: O MELHOR VERÃO DE TODOS OS TEMPOS*

*hiohsoiehosiaheoase mto bom o vídeo. Aquele tapa foi cretino hein. Isaeihasiehoiasheoiase*

Percebe-se uma necessidade, por parte dos comentaristas, de utilizar as “risadas” para ilustrar sua produção de sentidos dos *post*, quando o consideram engraçado.

Alguns dos comentários apontam para a falta de espontaneidade do vídeo:

[1] 20/02/2009 - *Post: O MELHOR VERÃO DE TODOS OS TEMPOS*

*ainda bem que nada foi combinado, oi??!!!*

[2] 20/02/2009 - *Post: O MELHOR VERÃO DE TODOS OS TEMPOS*

*Tapa mais fake da historia :p*

---

12 Fruttare denomina-se o picolé da indústria Kibon.

[3] 20/02/2009 - Post: O MELHOR VERÃO DE TODOS OS TEMPOS

*Ainda bem que foi bem espontâneo*

No Jacaré Banguela, os comentaristas, frequentemente, utilizam *emoticons*<sup>13</sup>, o que considera-se uma maneira de demonstrar o quanto acharam engraçado ou gostaram do *post*.

[1] xD

[2] =DD

[3] :p

Um dos comentários mostra um *link* para uma página, que aponta uma suposta falha no *layout* do *blog*:

[1] ps. Falha no layout do JB, duvida???

Veeja: [http://crueldadeassassina.blogspot.com/2009/02/fail\\_20.html](http://crueldadeassassina.blogspot.com/2009/02/fail_20.html)

Em 20/02/2009, o *blog* publica um CD com músicas de carnaval, feito pelos blogueiros e amigos, com um *link* para seu *download*. Dos 13 comentários publicados, oito parabenizam o *blog* pelo CD.

[1] 20/02/2009 - Post: ESPECIAL DE CARNAVAL

*Eu baxei e ouvi, e é muito bom, de parabéns*

[2] 20/02/2009 - Post: ESPECIAL DE CARNAVAL

*que cdzão hein Rodrigo ...*

---

13 Sinais montados com caracteres do teclado e usados para expressar emoções

[3] 20/02/2009 - Post: ESPECIAL DE CARNAVAL

*Fico muito bom, parabéns!*

Um deles reclama sobre o arquivo estar corrompido e o blogueiro responde com a disponibilização de *links* alternativos para o *download* do CD:

[1] 20/02/2009 - Post: ESPECIAL DE CARNAVAL

*JB SERA QUE TEM OUTRO LINK PRA BAIXAR AS MUSICAS, TAVA QUERENDO, TENTEI, BAIXEI INTEIRO MAS NA HR Q VOU DISIPAR DA ARQUIVO CORRONPIDO (...)*

[2] 20/02/2009 - Post: ESPECIAL DE CARNAVAL

*[ JB RESPONDE ]*

*Os links alternativos são:*

<http://www.mediafire.com/?ywqmkmnwjzy>

[http://rapidshare.com/files/200266687/JB\\_Especial\\_Carnaval\\_2009.zip.html](http://rapidshare.com/files/200266687/JB_Especial_Carnaval_2009.zip.html)

[http://www.4shared.com/file/88584174/17c1a26b/JB\\_Especial\\_Carnaval\\_2009.html](http://www.4shared.com/file/88584174/17c1a26b/JB_Especial_Carnaval_2009.html)

*Abs*

Em um dos comentários, o blogueiro é questionado se o DJ que mixou o CD é parente dele, devido aos sobrenomes similares, o que culturalmente é um sinal de parentesco.

[1] 20/02/2009 - Post: ESPECIAL DE CARNAVAL

*Por acaso "Thiago Fernandes" tem alguma "ligação" com "Rodrigo Fernandes"????*

[2] 20/02/2009 - Post: ESPECIAL DE CARNAVAL

*Tipo, irmão, primo, vizinho... amigo??? KKKKKKKKKKKK*

[3] 20/02/2009 - *Post: ESPECIAL DE CARNAVAL*

[ JB RESPONDE ]

*Irmão desde que eu nasci.*

*Rá!*

*Bju*

[4] 20/02/2009 - *Post: ESPECIAL DE CARNAVAL*

*Que fofo!!! Brigada pela informação...*

Como último comentário daquele *post*, o DJ Thiago Fernandes, irmão do blogueiro que mixou as músicas, agradece a todos que fizeram o *download*.

[1] 20/02/2009 - *Post: ESPECIAL DE CARNAVAL*

*Ola amigos.. agradeço a vcs o sucesso do cd JACARE BANGUELA ESPECIAL DE CARNAVAL*

*Foram mais de 6.000 downloads em 5 dias de festa.. SUCESSO TOTAL..*

*Obrigado ..*

Em um *post* do dia 20/02/2009, foi publicado um vídeo de uma roda de capoeira que se transforma em uma briga, com destaque para uma garota que grita “Sai daí Yasmim”. Abaixo do comentário sobre o vídeo, há uma pequena nota em letras menores: “Roubado descaradamente do [www.sedentario.org](http://www.sedentario.org)”. Um dos comentários, inclusive, fala sobre ter visto o vídeo antes em outros *blogs*.

[1] 20/02/2009 - *Post: HARD CAPOEIRA*

*Vi no S&H antes, mas tah valendo!*

Alguns aproveitam o *post* para falar sobre a capoeira, conforme os exemplos

abaixo.

[1] 20/02/2009 - *Post: HARD CAPOEIRA*

*Capoeira, uma luta tão “boa” que eu não vi ninguém usando golpe nenhum no pega pra capar.*

[2] 20/02/2009 - *Post: HARD CAPOEIRA*

*afs, sempre disse que essa porra de capoeira se o cara nao tiver humildade e respeito só acaba em pancadaria.*

*Por isso que faço Jiu-Jitsu, aqui sim voce aprende a ser gente de verdade.*

[3] 20/02/2009 - *Post: HARD CAPOEIRA*

*CAPOEIRA NAO EH LUTA PORRA!*

[4] 20/02/2009 - *Post: HARD CAPOEIRA*

*tem vez q nas rodas de capoeira o bixo pega mesmo kkk*

A apreensão de sentidos sobre esse vídeo foi muito variada, cada um vendo um recorte como o mais importante ou engraçado do vídeo. A frase falada no vídeo direcionada à garota chamada Yasmin, também gerou diversos comentários:

[1] 20/02/2009 - *Post: HARD CAPOEIRA*

*Yasméééén uase foi pro saco... hahahaha... amei*

[2] 20/02/2009 - *Post: HARD CAPOEIRA*

*AHhhhhh Yasmeeennn*

[3] 20/02/2009 - *Post: HARD CAPOEIRA*

*Não sei o que foi pior: se a briga, se o grito da Yasméeeennnn ou o nome de Araguari no fundo.*



um elogio à foto publicada ([4] *essa foto ficou show de bola*). O terceiro comentário refere-se aos *links*, por não abrirem ([5] *cara, nada do OBLOG ta abrindo aqui em casa, desde o ultimo post T\_T*) e o último coloca o *link* com uma sugestão para o próximo *post* “Vadiagem Malemolente”. A publicação de um grande número de *links* para sites variados têm em comum a diversão, objetivo principal não só desse *post*, mas do *blog*. Alguns usuários comentam sobre seus *links* preferidos, mas é frequente a reclamação sobre o aspecto técnico, por exemplo, quando o *link* está incorreto ou não abre.

No dia 23/02/2009, no *post* “BYE BYE BALLS”, foi publicado um vídeo do *youtube* que mostra a queda de um skatista. Acima do vídeo, o blogueiro tece o seguinte comentário: “*Como perder a virilidade em 6 segundos.*” Abaixo do vídeo, outro comentário: “*Vasectomia é para os fracos.*” O *post* teve 22 comentários. Alguns demonstraram pena ou solidariedade com a pessoa mostrada no vídeo.

[1] 23/02/2009 - *Post: BYE BYE BALLS*

*Deu pena, viu!*

[2] 23/02/2009 - *Post: BYE BYE BALLS*

*Cara, meus olhos encheram-se de lágrimas daqui (...)*

Outros demonstraram ter gostado do acontecido:

[1] 23/02/2009 - *Post: BYE BYE BALLS*

*Se fodeu. Eu ri pra caralho... Skatista tem mais é que se foder mesmo.*

[2] 23/02/2009 - *Post: BYE BYE BALLS*

*UHAuHAuAUhUAH muito bom ELE SE FUDEU LEGAL !!!!*

Em 23/02/2009, no *post* “GINGA NA CUÍCA”, foi publicado o *link* para uma notícia

do site G1, do Portal Globo.com. Foi colocado no *post*, abaixo do *link*, um trecho da notícia, bem como uma das fotos. Abaixo, um comentário do próprio blogueiro: “*Dizem que o enredo até que é bom, mas a ‘alegoria’ é menor do que as baianas estão acostumadas, eles não batem no bumbo tão bem quanto os brasileiros e falta ginga na cuíca. Faz sentido.*”, com grande utilização de metáforas. O primeiro comentário é de um usuário com suposto conhecimento do assunto, que, além de adicionar uma nova informação, afirma (“É sério”) que sua informação é verdadeira.

[1] 23/02/2009 - *Post: GINGA NA CUÍCA*

*Pior é o nome do grupo “Natakatushia”, é sério!*

No comentário seguinte, é usada uma repetição da expressão “por incrível que pareça” em quatro frases, cada uma em uma linha, para dar ênfase ao assunto.

[1] 23/02/2009 - *Post: GINGA NA CUÍCA*

*Por incrível que pareça, eu nao tenho o que fazer nessa ressaca de carnaval.*

*E por incrível que pareça, o nome do Grupo é realmente “NATAKATUSHIA” ...*

*E por incrível que pareça, eles não batem no bumbo como as baianas gostam!*

*E por incrível que pareça, eu sou soteropolitanoo!*

O último comentário sobre esse *post*, em tom mais informativo que humorístico, no começo fala um pouco sobre os japoneses no carnaval da Bahia e termina com um comentário sobre as mulheres japonesas.

[1] 23/02/2009 - *Post: GINGA NA CUÍCA*

*Não é novidade japoneses no carnaval da Bahia, há pelo menos 5 anos o grupo musical “A banda” formado só por japoneses se apresentam aqui em Salvador. Se os japoneses fazem a alegria dos baianos, não sei mas as japonesas com certeza animam os baianoss.*

O blogueiro elegeu como uma pauta frequente no Jacaré Banguela a crítica bem-humorada aos estagiários. No *post de 23/02/2009*, "SE JOGA", abaixo da descrição "Da série: Como descobrir quem está cuidando do portal durante o carnaval", uma foto tirada de um portal da internet, mostra uma foto da atriz Luana Piovani tomando sol, com um breve comentário abaixo. É feito um tipo de enquete, com uma resposta óbvia induzida pelo blogueiro pela última frase do *post*, "*Só não vou dar a minha opinião porque os estagiarios estão me ameaçando de morte.*", que seria uma resposta à primeira frase. Grande parte dos usuários foi capaz de construir sentidos condizentes com o texto do *blog*. Dentre os nove comentários sobre o *post*, cinco deles "respondem" a enquete, de maneira irônica:

[1] 23/02/2009 - *Post. SE JOGA*

*ah eu axo q é o n° 3!!*

[2] 23/02/2009 - *Post. SE JOGA*

*Eu voto na tia do cafezinho.*

[3] 23/02/2009 - *Post. SE JOGA*

*os estagiarios..a galera tende a se mostrar*

[4] 23/02/2009 - *Post. SE JOGA*

*Voto na opção 4. Dado Dolabella*

Uma das pessoas afirma não ter entendido a brincadeira, ou seja, a produção de sentidos não se completou para ela:

[1] 23/02/2009 - *Post. SE JOGA*

*Não entendi . O\_ O'*

Um deles sugere outro *link* para notícia do mesmo tipo da mostrada no *post*. O usuário, além de apreender o sentido da mensagem, sugeriu outra que trata do mesmo assunto, segundo ele, "para continuar a série":

[1] 23/02/2009 - *Post: SE JOGA*

<http://globoesporte.globo.com/Esportes/Noticias/Futebol/0,,MUL1014876-9842,00-FOTO+CRISTIANO+RONALDO+VIRA+CARRO+ALEGORICO+NO+CARNAVAL+DE+PORTUGAL.html>

*Para continuar a serie...*

No exemplo abaixo, o comentarista afirma que o blogueiro tirou a idéia do *post* de um programa do canal pago E!, O *post* em questão, "MADRASTA – A BOA MÃE" de 23/02/2009 possui um *link* para uma notícia em um *site* externo e um pequeno pedaço da matéria desse outro endereço. A notícia refere-se ao casamento dos atores Catherine Zeta-Jones e Michael Douglas, e as declarações de um dos filhos deste. Abaixo, há uma foto da atriz seguida do comentário do blogueiro: "Eh, realmente ele tem um bom motivo para visitar mais a casa do pai." Foram feitos cinco comentários a esse *post*, a maioria deles refere-se a ser esta uma foto antiga, pois ele estaria muito diferente hoje em dia.

[1] 23/02/2009 - *Post: MADRASTA – A BOA MÃE*

*O cara tirou essa piada de um programa da E! acho que era o "10 most mamma seilaoque", só sei que eu sempre vejo esse especial da E! e no numero 6º tava a Catherine e o apresentador falou essa mesma piadinha...*

Houve uma resposta bem-humorada do blogueiro a esse comentário:

[1] 23/02/2009 - *Post: MADRASTA – A BOA MÃE*

[ *JB RESPONDE* ]

*Oh, querião. Se o E! pegasse aqui no GEBA – Grupo Empresarial Banguela – eu até poderia ter pego de lá.*

*Bjunda.*

O *post* de 25/02/2009, "ALL NIGHT LONG" faz piada com a notícia de uma mulher de 59 anos que acusou o vizinho de 60 de estupro, com uma imagem ilustrativa com duas pessoas idosas juntas nuas e sorrindo. Algumas pessoas não gostaram da brincadeira, que acharam de mau gosto.

[1] 25/02/2009 - *Post: ALL NIGHT LONG*

*acho esse tipo de post desnecessário, como muitos outros posts machistas neste blog, é uma pena pq o blog em si nao é ruim mas isso estraga...*

[2] 25/02/2009 - *Post: ALL NIGHT LONG*

*Só que de boa, casos de estupros são muito delicados, as mulheres sempre pagam de culpadas pelo ato, e como disse a Paula e se fosse sua mãe ou irmã?*

Outro comentarista do blog entendeu que a foto que ilustrava o *post* era da mulher de 59 anos citada:

[1] 25/02/2009 - *Post: ALL NIGHT LONG*

*Essa sem verga fez foi gostarrrrrrrrrr. Olha a cara da meliante!*

Recebeu um comentário de outro usuário, que a partir do comentário passou a considerá-lo "burro":

[1] 25/02/2009 - *Post: ALL NIGHT LONG*

*>>>> Essa sem verga fez foi gostarrrrrrrrrr. Olha a cara da meliante!*

*Mas é burro mesmo, achou que a foto é da notícia...*

No *post* "MALEMOLÊNCIA EXTREME", de 25/02/2009, o destaque é a foto. Na mesma, há o título: "*Da série: Como beber de graça durante o Carnaval*". Abaixo, também na própria foto: "*R: Dê uns pegas na tia da cerveja*". Antes dela, um texto introduz o assunto. Depois, mais um comentário do blogueiro. Em letras pequenas, no final do *post*, ele fala quem enviou a dica da foto, e informa que foi enviada por *e-mail*: "*Dica da Jéssica Luana, a filha da tia do refrigerante, por e-mail.*" Um dos comentaristas, que afirmou não ter entendido a piada [1], teve várias respostas. Pela sua aparência física, a mulher da foto é considerada pelo blogueiro, com o qual muitos concordam, a "tia da cerveja", o que conseguem inferir através de suas experiências anteriores, por exemplo [4], de carnaval no Rio de Janeiro.

[1] 25/02/2009 - *Post: MALEMOLÊNCIA EXTREME*

*Tipo, eu naum entendi pq a mulher eh a tia da cerveja...*

[2] 25/02/2009 - *Post: MALEMOLÊNCIA EXTREME*

*É, eu também não entendi o por quê da tia da cerveja, desenha por favor...*

[3] 25/02/2009 - *Post: MALEMOLÊNCIA EXTREME*

*Porra galera.... É só olhar o naipe da tiazinha...*

[4] 25/02/2009 - *Post: MALEMOLÊNCIA EXTREME*

*Dá pra perceber que ela é a tia da cerveja.. Quem tá perguntando isso é pq nunca passou carnaval no Rio... Essa moça aí nasceu com cara de tia da cerveja... rsrs*

Outros comentários têm a intenção de complementar a piada. São Jorge é popularmente conhecido como "caçador de dragões", enquanto "dragão" é uma gíria para "mulher feia".

[1] 25/02/2009 - *Post: MALEMOLÊNCIA EXTREME*

*Nunca iamginei que veria uma foto de São Jorge, o caçador de dragões, aqui no JB!*

Comentário sobre a roupa de uma das pessoas presentes na foto, comparando-a

com a de Freddy Krueger.<sup>14</sup>

[1] 25/02/2009 - *Post: MALEMOLÊNCIA EXTREME*

*Eu não esperava menos de alguém que se veste que nem o Freddy Krueger*

Após o comentário: [1] “*PS: bem observado, a tia NASCEU com cara de tia da cerveja (sem preconceitos)!!!!*”, outro usuário do *blog* identificou-se como Carla Perez<sup>15</sup>, com o objetivo de tecer um comentário irônico, pois ela tem a fama de não ter vasta habilidade intelectual.

[1] 25/02/2009 - *Post: MALEMOLÊNCIA EXTREME*

*Carla Perez Says:*

*fevereiro 25th, 2009 at 23:23*

*Como ela nasceu com a cara se ela nem mostra o rosto????*

Alguns demonstram identificação com a situação ou lugar do fato mostrado no *post*.

[1] 25/02/2009 - *Post: MALEMOLÊNCIA EXTREME*

*EU JA PEGUEI A TIA DA LATINHA*

*A TIA QUE PEGAVA LATAS*

*O PIOR QUE AS LATAS VAZIAS*

*NEM FIQUEI BEBO*

[2] 25/02/2009 - *Post: MALEMOLÊNCIA EXTREME*

*Essa picape é daqui de Brasília! Aquele adesivo censurado é de um grupo de tuning que tem aqui! AHAHAHAHHHH*

*Descobrirei quem é o tosco e o malharei sem dó!*

---

14 Personagem do filme "A hora do pesadelo".

15 Dançarina, apresentadora e cantora brasileira.

Em 25/02/2009, no *post* "SORRIA!", foi utilizado o recurso de balões, mesmo estilo usado em histórias em quadrinhos para colocar um diálogo na foto publicada. Ao final o blogueiro diz que o texto foi escrito por ele, e brinca (já que a foto é verdadeira) que a montagem da foto foi por conta do blogueiro Chongas. Os seis comentários foram muito similares, quase uma repetição do que já estava escrito ou implícito no *post*.

[1] 25/02/2009 - *Post: SORRIA!*

*Peraí, to fazendo pose pra câmera, essa foi foda!!!! kkkk*

[2] 25/02/2009 - *Post: SORRIA!*

*ficou torto o peito da mulher, q feio q ficou.....*

[3] 25/02/2009 - *Post: SORRIA!*

*O famoso peito vesgo... hehehehe*

Também foram feitos comentários sobre a vida da mulher que aparece na foto, sobre as cirurgias que acreditam que ela já tenha feito, baseado em conhecimentos anteriores:

[1] 25/02/2009 - *Post: SORRIA!*

*Essa mulher é podre!*

*Passou por um milhão de cirurgias e continua feia. Ela deveria fazer uma cirurgia no cérebro, talvez assim pare de falar tantas asneiras como ela fala.*

Em *post* que mostra o resultado de um sorteio realizado, anunciado através de um *post* anterior, "Sorteio de Humor – Diogo Portugal". Nos comentários, os vencedores anunciam que ganharam e ao mesmo tempo fazem anúncios, seja para venda dos ingressos que ganharam ou uma solicitação de companhia.

[1] 26/02/09 - *Post: RESULTADO – DIOGO PORTUGAL*

*Uhu eu ganhei lol*

[2] 26/02/09 - Post: RESULTADO – DIOGO PORTUGAL

*Uhu*

*Ganhei tb (...)*

[3] 26/02/09 - Post: RESULTADO – DIOGO PORTUGAL

*ganhei... alguém quer ir comigo?? hehe*

[4] 26/02/09 - Post: RESULTADO – DIOGO PORTUGAL

*Ganhei tb, mas sou de SC e n vou poder ir, algm ker comprar??*

[5] 26/02/09 - Post: RESULTADO – DIOGO PORTUGAL

*Vunk,*

*Kero comprar..me passa seu contato*

[6] *ganhei... alguém quer ir comigo?? hehe*

[7] 26/02/09 - Post: RESULTADO – DIOGO PORTUGAL

*Carol,*

*Eu vou com vc!*

*beijo, me liga.*

Mais tarde no dia, aqueles que ganharam os convites agradecem ao blogueiro, e mesmo quem não ganhou comenta sobre a peça:

[1] 26/02/09 - Post: RESULTADO – DIOGO PORTUGAL

*Valeu Banguela pelos convites e pela simpatia (O Flavio Chongas tmb é legal)*

[2] 26/02/09 - Post: RESULTADO – DIOGO PORTUGAL

*Valeu mesmo, Rodrigo! A peça foi muito legal, saí correndo do trabalho deixando trabalho pra hoje pra não perder a peça. Pode fazer mais sorteios pro Rio!*

[3] 26/02/09 - Post: RESULTADO – DIOGO PORTUGAL

*Acabei de chegar da peça, não ganhei o convite mas fui! Muito boa!! Para quem foi, eu sou o que disse: Maceió! :P E Collor não é de Maceió!!!! Abs!*

O blogueiro inicia o *post* referindo-se ao dia da semana, que é o dia do *post* chamado “Flagras do MSN”. Aqui, as pessoas enviam ao blogueiro cópias da tela de suas conversas consideradas engraçadas no programa de troca de mensagens instantâneas *MSN Messenger*. É colocado um breve comentário antes e outro depois de cada tela. Nesse dia foram *postados* nove “flagras” do MSN. A maior parte dos comentários refere-se à última imagem, considerada a melhor por aqueles que *postaram* comentários. Todos falam o quanto acharam esse “flagra” engraçado, o quanto riram.

[1] 26/02/2009 - Post: FLAGRAS DO MSN  
*veio, essa ultima eu raxei...*

[2] 26/02/2009 - Post: FLAGRAS DO MSN  
*Putz mano... eu ri alto com o ultimo...*

[3] 26/02/2009 - Post: FLAGRAS DO MSN  
*Cara, na ultima eu ri litros , KKKKKKK*

[4] 26/02/2009 - Post: FLAGRAS DO MSN  
*KKKKKKKKKKKKKKKKKK*  
*A ULTIMA É A MELHORA*  
*SEM SOMBRA DE DUVIDASS*  
*DUAHSUDHAUHAUDHAUDH*

[5] 26/02/2009 - Post: FLAGRAS DO MSN

*Cara... o último é o melhor... kkkk kkk muito show!!*

Outros reclamam que o “flagra” que enviaram não foi *postado*.

[1] 26/02/2009 - *Post: FLAGRAS DO MSN*

*mas po nem postarao a q eu mandei!!!*

Ao acompanhar esse *blog* percebeu-se que alguns pontos do humor dos blogueiros estão baseados em preconceitos, o que é usual em piadas. Isso tem como resultado *posts* de pessoas que não gostam da piada e interpretam que essa seja a opinião (preconceito) dos blogueiros, causando uma evidente falha na comunicação, uma vez que essa fala não estava direcionada a pessoas que queiram interpretar tudo e questionar, mas a pessoas que querem um entretenimento. Outra evidência é que os *posts* são mais curtos, porque grande parte são de risadas e elogios. O *blog*, além de proporcionar entretenimento também utiliza o espaço para fazer propaganda.

### **3.4 DESCRIÇÃO – BLOG DO TAS**

Marcelo Tas é o pseudônimo utilizado por Marcelo Tristão Athayde de Souza, diretor, apresentador, escritor, roteirista de televisão e blogueiro. Tornou-se apresentador do programa humorístico CQC – Custe o que Custar, na Band, desde março de 2008, juntamente com Rafinha Bastos e Marco Luque. O *blog* já foi eleito o melhor *blog* do Brasil pelo iBest em 2004 e 2005; melhor *blog* em língua portuguesa em 2007 segundo o The Bobs - prêmio internacional da Deutche Welle, Alemanha<sup>16</sup>. O *Blog do Tas* ([www.blogdotas.com.br](http://www.blogdotas.com.br)) existe desde agosto de 2003, no portal de internet UOL.

Conforme imagens, abaixo do logotipo com o nome do *blog*, há um breve perfil de Marcelo Tas, uma propaganda do portal UOL, os prêmios recebidos pelo *blog*, atalhos

---

<sup>16</sup> <http://www.concursosocnn.com.br/2009/comissao-03.php>

para vídeos previamente publicados, caixa de busca, *link* para *site* com trabalho voluntário e arquivo do *blog*. Na parte dos *posts*, uma barra azul mostra a data do *post*. Logo abaixo fica o título, depois os textos, vídeos e/ou fotos. Por último, aparece a quantidade de comentários para aquele *post*, e ao clicar ali é possível ler todos os *posts* e comentá-los. Ao lado, as regras para comentários, *links* para enviar o *post* para alguém e para “linkar” a mensagem.

Assim como no Jacaré Banguela, esse *blog*, de acordo com a tipificação de Primo (2008), pode ser classificado como profissional reflexivo por tratar-se de publicação de textos e imagens humorísticas, além de profissional auto-reflexivo, pois o blogueiro reflete sobre suas atividades profissionais.



Figura 4: Blog do Tas



Figura 5: Blog do Tas

As vezes, mas muito as vezes mesmo, eses realities da TV revelam uma pérola

The screenshot shows a blog post layout. On the left, there is a sidebar with a 'víDEOs' section containing two video thumbnails: 'Varela no Rio-trailer' and 'Tas na Carnaval 3 - São Paulo, Samba, Trampo!'. The main content area features a video player with a 'BREAK' logo and a progress bar at 00:00. Below the video, the text reads: 'I think he Can Dance - Watch more [Funny Videos](#)'. The main text says: 'As vezes, mas muito as vezes mesmo, eses realities da TV revelam uma pérola no meio da montanha de lixo.' It is attributed to 'Escrito por Marcelo Tas às 11h26' with 61 comments and links for 'regras', 'envie esta mensagem', and 'link'. The date '25/02/2009' is displayed in a light blue bar. The post title is 'CQC no carnaval de Buenos Aires'.

Figura 6: Blog do Tas

The screenshot shows another blog post layout. On the left, there is a search bar with the text 'bUSca neste bLog' and a 'BUSCAR' button. Below it is a 'voluntARIado' section. The main content area features a video player showing a person's hands. The text reads: 'Este blog passou o carnaval em Buenos Aires. Nao deu tempo de sambar, nem dançar tango. Somente gravar a nova abertura do CQC. O programa volta dia 9 de Março, ao vivo, na Band. Foto: Rafinha Bastos e seu implacável telefone celular no set de filmagem.' It is attributed to 'Escrito por Marcelo Tas às 10h00' with 175 comments and links for 'regras', 'envie esta mensagem', and 'link'. The date '23/02/2009' is displayed in a light blue bar. The post title is 'A História do Frevo'.

Figura 7: Blog do Tas

### 3.4.1 ACOMPANHAMENTO

Ao acompanhar o Blog do Tas pelo período de 15 dias no ano de 2009, observei o que exponho abaixo.

Em 19/02/2009, o blogueiro Marcelo Tas publicou o *post* "Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?" O *post* apresenta um vídeo, no qual o próprio Marcelo Tas faz algumas entrevistas, e abaixo uma breve explicação textual do teor do vídeo.

Vários dos comentários parabenizam o blogueiro, elogiam a reportagem em vídeo, como nos exemplos abaixo:

[1] 19/02/2009 - *Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?*  
*Explicadíssimo, Tas! Mandou bem!*

[2] 19/02/2009 - *Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?*  
*ótima matéria! explicadíssimo pq os sambas são tão ruins, e os enredos são o samba do crioulo doido...*

[3] 19/02/2009 - *Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?*  
*excelente reportagem!!!!*

[4] 19/02/2009 - *Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?*  
*Muito boa tua série, ainda mais esse último episódio, que mostra o que realmente anda ocorrendo com essa grande festa popular chamada carnaval, é o velho capital enquadrando todo mundo...*

[5] 19/02/2009 - *Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?*  
*Fantástica esta série sobre o carnaval, parabéns!*

Vários dos usuários, ao assistirem a reportagem, recordam-se de personagens anteriormente interpretados pelo blogueiro, que tiveram grande repercussão na época na TV brasileira:

[1] 19/02/2009 - *Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?*  
*Sensacional,este é o Tas, que um dia foi o Ernesto Varela, que conseguiu a confissão do Maluf que ele é corrupto....*

[2] 19/02/2009 - *Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?*  
*Tas, como sempre estou atento a tudo que você faz. Meu querido "Prof Tiburcio do Vídeo Show" (...)*

O blogueiro, atualmente também apresentador do programa CQC recebe muitos comentários sobre isso. A apreensão da significância das mensagens nesse *blog* está inevitavelmente ligada ao programa de TV, já que praticamente todos que acessam o *blog* têm esse conhecimento prévio:

[1] 19/02/2009 - Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?

*Se você largasse a televisão e fizesse só isso, eu não me importaria, sabia? Tá bom, a quem estou enganando? Me importo sim... adoro o CQC...*

[2] 19/02/2009 - Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?

*E AI CQC VAI FIKR MAIS QNTOS ANOS DE FERIAS??KKKKK zueira.. aguardando a "estreia 2009"!!!*

[3] 19/02/2009 - Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?

*Tas, acabei de ver o CQC Argentina de 22/04/2008 e achei bacana, mas o CQC Brasil é muuuuuito melhor. Mas eu fiquei com uma coisa na cabeça qdo vi aquele cara de cabelinho branco na bancada, seria esse o futuro do Marco Luque??? heheheh bjus. Contagem regressiva pra ver o CQC!!!*

[4] 19/02/2009 - Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?

*Tas, desculpe voltar, mas li uma notícia agora e me lembrei muito de ti e de todos do CQC.*

[5] 19/02/2009 - Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?

*Acompanhei o CQC só no comecinho enquanto estava no Brasil, agora assisto só o que consigo achar no you tube!*

[6] 19/02/2009 - Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?

*Gostaria de parabenizalo pelo trabalho, que já acompanho há algum tempo pelo CQC.*

[7] 19/02/2009 - Post: Como funcionam as "empresas" de ganhar carnaval?

*E caso mude de idéia sobre uma mulher no cqç, é só entrar em contato.*

Também é possível reparar a grande quantidade de uso de gírias no espaço de comentários do Blog do Tas:

[1] Caraca...

[2] Doidera essa história de empresas..

[3] Suas séries são F\*\*\*!

[4] KKKKK zueira.. aguardando a "estreia 2009"!!!

[5] Como a gente diz aqui no RS, larguei!!!!!!

Assim como as gírias, também é frequente a utilização de abreviações próprias da

Internet:

- [1] *Incrível tbm a capacidade (...)*
- [2] *Adorei! =D Adoro Carnaval!*
- [3] *rsrsrs qnta sinceridade!rsrsrs*
- [4] *E AI CQC VAI FIKR MAIS QNTOS ANOS DE FERIAS??KKKKK*
- [5] *hahaha. sou muito ingênua mesmo.*
- [6] *heheheh bjus.*
- [7] *(...) mais uma vez você está de parabéns bjo\*/*

Alguns dos comentários fazem perguntas ou pedidos ao blogueiro:

[1] *Tas, me responde uma coisa, pra quem você olha e ri durante as filmagens dessas séries?*

[2] *Tas, já notaste o retorno das indulgências?*

[3] *Achei dez todos os episódios sobre carnaval. Sou professora e queria muito mostrar para meus alunos, mas pra variar a Internet está quebrada (escola municipal). Como faço pra obter esse material pra trabalhar ? Obrigada e parabéns.*

[4] *Aí eu fico sempre me perguntando: Carnaval HOJE é cultura de massa? Carnaval é cultura popular? Carnaval era cultura popular que virou de massa? O que vc diria?*

Neste comentário usado como exemplo, o usuário publica o endereço de seu *blog* e solicita que Marcelo Tas deixe um comentário lá:

[1] *Que São Paulo o sepulte, pois em nossas terras rubras ele sempre será como a Fênix meu brother. (você esta sendo aguardado para deixar um comentário no blog deste seu humilde conterrâneo: [jefhcardoso.blogspot.com](http://jefhcardoso.blogspot.com))*

Em *post* do dia 20/02/2009, "*Deputado pede 'providência' contra o CQC*", Tas fala sobre reclamação contra o programa televisivo CQC feita pelo deputado Flávio Bezerra. Esse *post* recebeu 166 comentários. Alguns deles apóiam a atitude dos apresentadores do CQC e de Marcelo Tas, evidenciando a crença quase generalizada no nosso país de que os políticos são corruptos:

[1] *o cqc tem q voltat mesmo pra mostrar a podridao da politica brasileira!!!!!!*

[2] *CQC continuem assim.*

[3] *Cqc continue assim mesmo temque encher o saco de bando de políticos idiotas mesmo.*

[4] *Por favor Tas, não desista nunca de importunar essa raça miserável.*

[5] *acredite isso nao vai dar em nada,todos amam o cqc entao ele se "fudeu"*

[6] *VLW CQC PARÁBENS PELO TRABALHO CONTINUEM SIM \*\*CHEKANDO\*\* AS ATITUDES DELES POIS ÉH UM DIREITO NOSSO!*

[7] *Marcelo Tas e CQC: sigam em seu trabalho, pois o Brasil precisa desse humor crítico.*

Outros assumem uma posição diferente ao decodificar a mensagem, com um recorte diferenciado, e publicam mensagens contrárias ao blogueiro, apoiando a atitude do parlamentar:

[1] *No fundo tá certo.Eu também não gostaria de ser usado como palhaço em um programinha de Tv, sem ter autorizado.A corrupção politica em nosso país não vai acabar pela falta de respeito a privacidade dos nossoa politicos.*

*Tas, você é bom quando vai falar de assuntos gerais, como este trabalho do carnaval. Na política acho você muito vejinha...*

*Tas meu anjo ql pessoa têm seu direito de ficar calado sem ser importunado, nem to defendendo o deputado, mais me diz se fosse com vc? as vzs o CQC se acha de mais..*

Comentários que usam da ironia para “fingir” um apoio ao parlamentar:

[1] *Tas, não pretendo fazer-me de advogado do chifrudo, mas desta vez devo comprar para mim o lado do parlamentar em questão. Afinal, é direito dele não ser filmado, pode ser que ele não se ache fotogênico, ou “filmogênico” que seja. Ele certamente esta muito preocupado com problemas muito sérios, isso fica bem claro quando ele se manifesta importunado pelo humorístico da Band. São fantásticas essas manifestações de nossos parlamentares; são originais, sem serem ridículas, são sérias, opostas as galhofas, e conseguem manter o foco das principais questões de nossa imensa nação, sem parecer uma piada. Desta vez*

*vocês do CQC estão sem a razão, sinto em tomar partido contra meu conterrâneo. O Sr Deputado, fora deflorado, violentado em seu direito a não ser filmado, e esta magoado, provavelmente deprimido. Para ele, dedicarei minha poesia mais recente, que é "A NOITE"; esta postada no "jefhcardoso.blogspot.com", como uma forma humilde de restaurar a flor do pudor, desse senhor, que se sentiu (...)*

*[2] Rapaiz...O CQC , cometeu esse delito imperdoável de filmar o nobre Deputado! Q crime hediondo.Vcs deveriam pegar prisão perpétua.Q Figura?Uma coisa q eu não pude deixar denotar ,è q esse ladrão de oxigênio ,entre outras coisas,só pode ser o filho do Gepeto.É ou não é o próprio pinóquio?Mente e o nariz cresce!Medo de até onde esse nariz vai crescer!Bjo docinho!*

Em um dos comentários é oferecido ao blogueiro um certo tipo de parceria com uma rádio *online*, em uma mensagem estilo "spam":

*[1] 20/02/2009 - Post: Deputado pede "providência" contra o CQC*

*E aí, beleza? Gostei do seu Blog, aceita Parceria? Se aceitar, é só entrar na nossa radio, adicionar o nosso Player e nos mandar seu banner, que adicionaremos na pagina de parceiros Para entrar em Contato nos adicione: radiovibehits@hotmail.com ou vá a pagina: <http://www.radiovibehits.rg3.net/> Obrigado pela atenção. Equipe Vibe Hits*

Algumas vezes, os comentários geram certa polêmica, no caso exemplificado abaixo, pelo tom preconceituoso, gerando conflitos entre os usuários no espaço de comentários:

*[1] 20/02/2009 - Post: Deputado pede "providência" contra o CQC*

*ja percebeu que os mais safados e corruptos do Brasil são nortistas?*

*[2] 20/02/2009 - Post: Deputado pede "providência" contra o CQC*

*já perceberam que um cidadão do Sudeste, não sabe que o Ceará não fica no Norte, e sim no Nordeste?*

*[3] 20/02/2009 - Post: Deputado pede "providência" contra o CQC*

*Hitler também compartilhava da mesma opinião!*

Alguns usuários utilizam o espaço de comentários do *blog* para fazer críticas direcionadas ao deputado, buscando um dialogo com ele.

[1] 20/02/2009 - *Post: Deputado pede "providência" contra o CQC  
ah seu deputado, vai pintar o cabelo que vc ganha mais!! se não quer aparecer é porque ai tem!!!*

[2] 20/02/2009 - *Post: Deputado pede "providência" contra o CQC  
Tá pensando o que "nobre deputado"??? Quando a pessoa cumpre com a função á que se propõe, não tem medo nem vergonha de falar á respeito!!!!*

[3] 20/02/2009 - *Post: Deputado pede "providência" contra o CQC  
Ô meu querido deputado. Quem não deve não teme, né...*

[4] 20/02/2009 - *Post: Deputado pede "providência" contra o CQC  
sr. deputado vá aprender a reclamar de coisas mais relevantes vai!*

[5] 20/02/2009 - *Post: Deputado pede "providência" contra o CQC  
AAAAAAAAAAAAAAAA VÁÁÁÁÁ CATÁ COQUINHO DEPUTAAADO !!!!!*

[6] 20/02/2009 - *Post: Deputado pede "providência" contra o CQC  
Deputado, dizem que é no carnaval que rola muita sacanagem, mas o senhor começou antes... Não é possível - quer dizer, nesse país tudo é possível. Censura não!!!*

Um dos comentários informa que enviou uma mensagem eletrônica ao deputado:

[1] 20/02/2009 - *Post: Deputado pede "providência" contra o CQC  
acabei de mandar um e-mail para o Deputado Bezerra. Esta é a cópia: Prezado Assessor (a ) que abre os emails do Deputado, Venho por meio deste manifestar minha indignação à respeito da postura do Deputado Flávio Bezerra gastar o tempo da procuradoria da Câmara para se queixar do programa CQC. (...)*

Também são publicados comentários sobre assuntos não referentes ao *post*. Por ser um *post* sobre um político, o usuário lembrou-se de outro fato que leu/ouviu/viu em outro lugar:

[1] 20/02/2009 - *Post: Deputado pede "providência" contra o CQC  
Tas! Não há limite para a cara de pau de José Sarney, não é mesmo? Você viu a resposta dele à "The Economist"??? Haja óleo de peroba!!!*

Grande quantidade de comentários contém elogios ao blogueiro e ao programa que ele apresenta, o CQC, não relacionados ao *blog*:

[1] *Tas, volta logo!! Eu sinto muita falta do programa. \*bjoO! =]*

[2] *Disse tudo, Tas. Você eu aplaudo de pé!*

[3] *Ps:estou contando os dias para ver vocês no dia 2 de março!voce nao tem ideia de como o cqc mudou a minha vida,estou mais interessada em politica, defendo os meus direitos (nao tenho mais medo de reclamar)e nao sou mais tao timida.por isso tudo obrigada.*

[4] *Um abraço bem apertado em vc Tas!!! Tenho vc como inspiração e amo o seu blog!!!!*

[5] *O cqc é o que há de melhor na televisão brasileira! Parabéns a toodos pelo programa. Vida longa ao cqc! Beijos e parabéns também pelo blog!*

O blogueiro Marcelo Tas recebe, no exemplo abaixo, sugestão de uma reportagem no mesmo estilo da publicada nesse *post*, mas de outro bloco de carnaval, que o usuário considera o “maior bloco de carnaval do mundo”, informando ainda, como maneira de obter maior credibilidade que estava lá no carnaval de 2009, e citando o número de pessoas que participou do bloco.

[1] 23/02/2009 - *Post: A História do Frevo*

*Recife esta de braços abertos esperando outra reportagem de 2010 agora sobre o galoo da MADRUGADA - O MAIOR bloco de CARNAVAL DO MUNDO ( que neste ano de 2009 bateu mais um recorde de + de 1 milhão de pessoas \o/ eu tava la)\_ ta ai uma sugestão de pauta ;)*

Outro dos comentários corrige informação do vídeo *postado*, que segundo seus conhecimentos sobre história do frevo, está incorreta:

[1] 23/02/2009 - *Post: A História do Frevo*

*Preciso fazer apenas um pequeno reparo. Sim, sim, sou eu novamente, e compelido a desfazer um engano histórico, tão comum em nossos registros; por isso, espero não causar escândalo, mas ser compreendido. O frevo, como muitas outras danças ditas regionais, surgiu na verdade em nossa querida Ituverava, Tas. (...)*Fonte: [jefhcardoso.blogspot.com](http://jefhcardoso.blogspot.com)

Baseado em uma experiência pessoal, quando conheceu pessoalmente o blogueiro Marcelo Tas, o usuário não está atento ao conteúdo do *post*, somente usa aquele espaço como meio de se comunicar com o Tas.

[1] *Ah Tas, me embro como se fosse hj o dia em que vc gravou no Marco Zero, eu estava lá, e depois do Quanta sentado no pátio o Paço Alfândega eu também estava lá e falei com vc. Muito obrigada pela atenção dada a nós, adoramos seu trabalho e não é de hj.*

Um dos usuários reclama por não conseguir assistir ao vídeo *postado*. Ao falar “legal, legal”, afirma que considera isso papo de quem não assistiu ao vídeo, e culpa um aspecto técnico por isso.

[1] 23/02/2009 - *Post: A História do Frevo*

*legal legal!! papo de quem não assistiu ao video! ehhehehee não é minha culpa... é essa internet lenta! : \*\* take care.*

Comentários são feitos, inclusive sobre o “figurino” de Tas no vídeo, identificando no óculos que ele utiliza uma semelhança com o que era utilizado pelo cantor John Lennon:

[1] 23/02/2009 - *Post: A História do Frevo*

*Taas! Não pude resistir!! Sempre q vejo estes óculos, lembro da minha mãe! Ela é taraaada por estes óculos redondinhos de John Lennon!!*

[2] 23/02/2009 - *Post: A História do Frevo*

*Ahhh Tas.....adorei seu chapéu e os seus óculos a la John Lennon! ehehehehe*

Em 25/02/2009, Tas postou uma foto do grupo do CQC em visita à Argentina para gravar nova abertura do programa. O *post* teve 177 comentários. Alguns falavam sobre o retorno, em breve, do programa à TV, que estava de recesso. Aqui também não houve muita atenção ao conteúdo do *post*, construindo sentidos não condizentes diretamente ao texto ali publicado, mas ao programa de TV, cujo blogueiro apresenta.

[1] 25/02/2009 - Post: CQC no carnaval de Buenos Aires

Aeeee finalmente o CQC ta de volta, falta pouco!

[2] 25/02/2009 - Post: CQC no carnaval de Buenos Aires

Aeeeeeee! Tá chegando! \o/

[3] 25/02/2009 - Post: CQC no carnaval de Buenos Aires

aaaa!! estamos com saudades desses meninos maluquinhos!! Bjoo

[4] 25/02/2009 - Post: CQC no carnaval de Buenos Aires

VIVAAAAAAA! (Como diria o Rafa Cortez) nao vejo a hra de voltar...

[5] 25/02/2009 - Post: CQC no carnaval de Buenos Aires

Saudades do povo do CQC!! É apenas mais uma semana para a volta deles...  
=DD

[6] 25/02/2009 - Post: CQC no carnaval de Buenos Aires

TASSSSSSSSSS toh morrendo de saudades! não demore! soasokaosk minha segunda nunca mais foi a mesma, desde q vc's ficaram de férias!!!! Segunda pra mim só é Segunda com vc's... bjusssss S2

Comentários sobre o site *Twitter*, fazendo referência, no *blog*, aos sentidos produzidos naquele:

[1] *Tas*, você criou um mostro, o *Rafinha* viciou no *Twitter*...hahahha

[2] *isso marcelo tas!* faz igual o *rafinha* no *twitter!* mata de saudade! ( de vontade tb )...

[3] *As fotos do Rafinha* são ótimas ... já viciiei em fuçar diariamente no *twitter* as fotos que ele posta! Bom saber que não sou só eu que ralei no carnaval *trampando* e que *maravilha* que está chegando a hora de ter vcs de volta!

[4] *Ahh*, eu tinha visto já no *tuíterr* do *Rafinha*...

[5] *Uia*, essa foto tava no *twitter* do *Rafinha*.

[6] *mas tas!*como assim? eu li no seu *twitter* que o programa ia volta dia 02!

Em um dos comentários, não há nada escrito além do endereço do próprio *blog*, com o uso do espaço como forma de divulgação:

[1] <http://joabatistapassos.zip.net/>

[2] *Tas, estou te mandando o link do meu blog. Postei algo sobre o CQC... de uma olhada por favor... Não precisa aceitar esse comentário. Beijinhos, me liga!!!*  
<http://lunegrette.blogspot.com/>

Uma leitora tem seu comentário respondido pelo blogueiro Tas. O comentário refere-se ao fato da leitora ter lido livros por estar com tempo livre devido às férias do programa de TV. Tas considera o fato da usuária ter lido livros, na falta do programa, algo positivo.

[1] *Só dia 9 TAS? Vcs querem nos matar de ócio mesmo né? Já li uns 3 livros desde o começo do ano!*

*Resposta de Marcelo Tas:*

*Mas isso é uma excelente notícia: na falta do CQC, Vivi leu livros! Adorei. ;-)*

Durante o acompanhamento, notou-se que muitos usuários do *blog* utilizam o espaço para fazer “tietagem”, com inúmeros elogios a Marcelo Tas. Os *posts* variam entre elogios, risadas e comentários. A linguagem utilizada pelos usuários é parecida com a utilizada em *chats*, com várias abreviações. O *blog* acaba funcionando como uma extensão do programa CQC, com conteúdo político, crítico e humorístico.

### **3.5 DESCRIÇÃO – BLOG DO ROMILSON**

O Blog do Romilson (hoje chamado RDNews) foi criado em 18 de dezembro de 2006, pelo jornalista Romilson Dourado, na cidade de Cuiabá/MT. Autodenominado *site-blog*, ele possui uma equipe de nove pessoas. A equipe é formada por Romilson Dourado (jornalista), Suely Fernandes Dourado (diretora comercial), Débora da Mota Lara (responsável pelos setores de Recursos Humanos e Financeiro), Fernando Ordakowski

(responsável pelas charges), Rodinei Crescêncio (arte-finalista) e pelas jornalistas Flávia Borges, Patrícia Sanches, Andréa Haddad e Lislaine Bruna dos Anjos. De acordo com o blogueiro, no começo eram apenas 100 visitas diárias. Em janeiro de 2008, teria alcançado 30 mil visitas diárias, conforme relatório do provedor Locaweb. O *blog* recebe normalmente sugestões de pauta, comentários, elogios, entre outros. A especialidade do *blog* é política do estado de Mato Grosso e seus bastidores.

Ao lado de uma foto do jornalista Romilson Dourado, fica o título RD News – Poderes e Bastidores, na frente de um fundo verde. No canto superior direito, em letras bem menores, “Blog do Romilson”.

Na seção dos *posts*, do lado esquerdo do título fica a data de publicação. Abaixo do texto e das ilustrações/fotos, o espaço para comentários. É necessário clicar no *link* que abrirá outra página, para ler os comentários. Para escrever um, deve-se clicar no “comente esta matéria!”, ao lado do anterior.

Do lado esquerdo da página, encontra-se os seguintes atalhos, no Menu Principal: Capa, Artigos, *Links*, Nossa Equipe, Notícias Anteriores, Resgate Histórico, Vale a Pena Acessar, Variedades, Guia Cultural, RDNews no seu *site*, Contato, Fale com Romilson.

Abaixo fica o arquivo de notícias (*posts*), espaço para se cadastrar na *Newsletter*, enquete e previsão do tempo. Por último, ficam os anúncios publicitários. A busca por notícias fica na parte superior da tela, ao lado do nome do *blog/site*.

Os comentários são muito variados, mas a maior parte deles é curto, dificilmente ultrapassa duas ou três linhas. Muitos apenas parabenizam o *blog* pelo trabalho, outros comentam sobre o próprio *post*. Críticas aos políticos citados também são freqüentes. Foi possível notar, no acompanhamento, que os *posts* menos comentados são aqueles que não falam sobre política. Alguns, com vídeos sobre músicas, por exemplo, não receberam nenhum comentário.

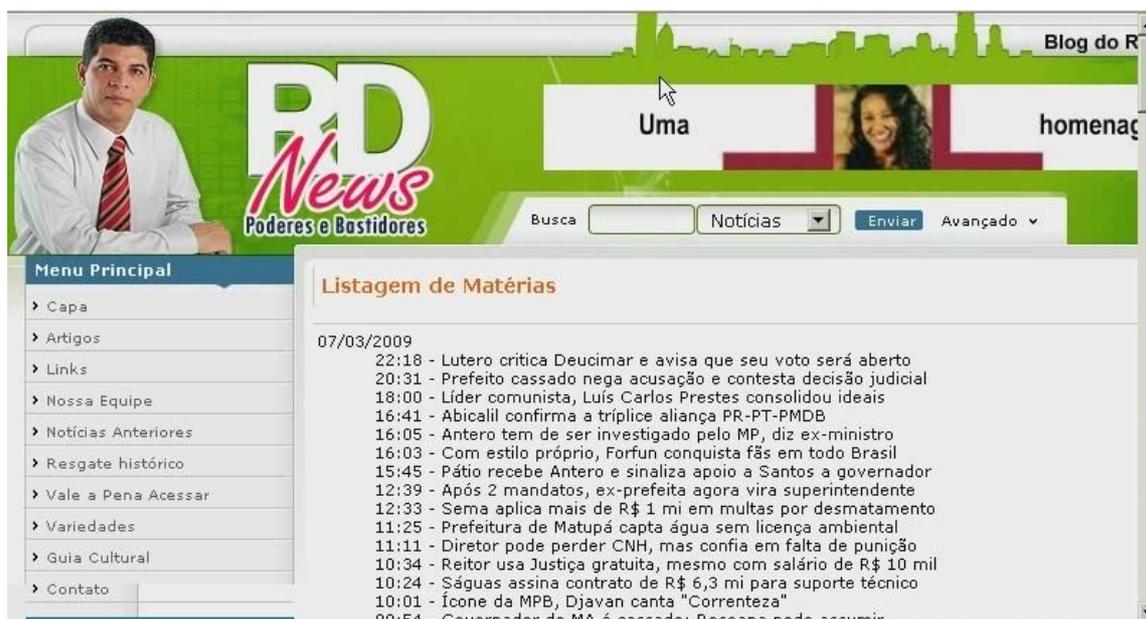


Figura 8: Blog do Romilson



Figura 9: Blog do Romilson

### 3.5.1 ACOMPANHAMENTO

Destaco abaixo pontos mais importantes da observação do Blog do Romilson/RD News.

No *post* do Blog do Romilson/RD News do dia 19/02/09, o assunto era política e futebol. Além de falar sobre o resultado de um jogo de futebol e da arrecadação da partida, comenta sobre os políticos presentes no jogo e os que acabaram não comparecendo. No *post* havia, ainda, 3 fotos, todas do prefeito da cidade de Rondonópolis, Zé do Pátio, cumprimentando alguém. Na maioria dos comentários, foi possível notar a tentativa de algumas pessoas em manter uma conversação com o prefeito, que era assunto do *post*, ao invés do blogueiro, conforme os exemplos abaixo. No processo de construção de sentidos, os usuários sentem a possibilidade de ter uma comunicação direta com o político, apesar dele não ter nenhuma relação aparente com o *blog*:

[1] *bonito né Zé !*

[2] *O ZÉ vc não tem prestígio mesmo*

[3] *...FAI DE CAPACIDADE SUA EM ZÉ*

[4] *...E QUANDO VC VAI ASSUMIR A PREFEITURA DE VERDADE ....HEIN..PQ ATÉ AGORA NADA*

[5] *...E FALANDO EM ZÉ QUE CERIMONIAL DESORGANIZADO ESSE SEU EM ZÉ , PELO AMOR DE DEUS*

[6] *Prefeito Zé do Pátio, já fui sua eleitora para deputado (...)*

[7] *Olha Prefeito, sempre votei em você*

[8] *POXA LUDIO MAL COMEÇOU O MANDATO DE VEREADOR*

[9] *vai trabaia sujeito.*

[10] *Tamos esperando de vocês principalmente dos mais jovens a decisão pela cassação do Ralf e você pra mudar de assunto nos vem com esta de candidatura, pense nos eleitores, mais respeito com a sociedade.*

[11] *ou ludio sem fututo, vc é um demagogo, vc quer é aparecer seu inergumino. acorda.*

[12] *Pare com isso, vereador Lúdio.*

[13] Vereador Lúdio, você sabe que não tem o meu voto (pois sou partidário e voto no PCdoB)

Aqui, o leitor/autor fala com todos os outros, simultaneamente:

[1] 19/02/2009 - Post: UNIÃO BATE INTER; MAGGI FICA AUSENTE E PÁTIO VIBRA

*E ve se param de sacanear o Zé, o cara ta mostrando que é pe quente e tem montão de gente morrendo de inveja...ha, ha, ha, ha.....*

Nos comentários abaixo, segue exemplo de interação entre os usuários no espaço de comentários:

[1] 19/02/2009 - Post: UNIÃO BATE INTER; MAGGI FICA AUSENTE E PÁTIO VIBRA

*Nome: Chico da Vila*

*Postado em: 19/02/2009 12:54:01*

*Cidade:Rondonópolis*

*Estado:MT*

*Comentário:*

*José Antonio, seu comentário é maléfico, sou amigo do zé do pátio e voce está mal informado o zé do pátio está pagando as contas aí em Cuiabá sim, toda quinzena ele está pagando R\$60.000,00 (sessenta mil reais) de suas contas só em Cuiabá fora de Rondonópolis que está em torno de R\$ 20.000,00 por qunzena, então é bom se informar melhor para evitar fazer comentários vazios.*

Vários comentários também “fogem” do assunto do *post*, conforme os exemplos abaixo demonstram, ou seja, não foi construído o sentido pretendido pelo autor, mas o nome do político remeteu a um conhecimento anterior:

[1] 19/02/2009 - Post: UNIÃO BATE INTER; MAGGI FICA AUSENTE E PÁTIO VIBRA

*Esse prefeito zé do pátio ao invés de está em estádio de futebol, poderia sim está agilizando por a prefeitura pora funcionar, porque até agora só papo. Outra coisa, esse negócio de municipalização da Santa Casa isto aí é um assunto para tirar a atenção do povo na administração municipal, gente eu já falei, sou funcionário municipal e temos que ter cuidado com as atitudes do zé do pátio. Quero chamar atenção do SISPMUR sobre a negociação com o prefeito, cadê a reunião que está marcada para fevereiro, por favor anuncie a data.*

*A cidade está parada. E já se fala em troca de secretário como por exemplo o de Desenvolvimento Econômico.*

[2] 19/02/2009 - Post: UNIÃO BATE INTER; MAGGI FICA AUSENTE E PÁTIO VIBRA

*todo sorridente no jogo do Internacional e União e não vem pagar suas contas em cuiabá...que não são poucas.*

[3] 19/02/2009 - Post: UNIÃO BATE INTER; MAGGI FICA AUSENTE E PÁTIO VIBRA

*dizem que o ESTÁDIO NÃO LOTOU PQ OS CONTRATADOS AINDA NÃO RECEBERAM ....FAIt DE CAPACIDADE SUA EM ZÉ, aogra os contratados vão receber trimestral ...*

Dois exemplos de comentários, abaixo, apontam supostos equívocos, problemas técnicos ou questionam atitudes do blogueiro/equipe do *blog*:

[1] *Há um grande erro aí da redação do RDNEWS (principalmente da jornalista que fez a matéria, Patrícia).*

*A gravação distoa significativamente da matéria publicada.*

[2] *sr:romilsom cade o meu comentário de 19/02/2009 aonde foi parar..??isso ai tá ficando muito estranho em..!??*

Alguns usuários demonstram sua posição política sobre o assunto/pessoa referida no *post*, reconstruindo a mensagem por meio de suas experiências.

[1] *esse ludio é um oportunista, um demagogo. vai trabaia sujeito.*

[2] *ou ludio sem fututo, vc é um demagogo, vc quer é aparecer seu inergumino. acorda.*

[3] *O vereador Lúdio Cabral, com seu caráter, seriedade e compromisso com as camadas mais sofridas de nossa sociedade, é um dos poucos vereadores (das legislaturas anteriores e dessa)que dignificam aquela Casa de Leis.*

[4] *Vereador Lúdio, você sabe que não tem o meu voto (pois sou partidário e voto no PCdoB), mas sabe que pode contar com minha simpatia e meu apoio político.*

[5] *Acredito e apóio a atuação parlamentar do vereador Lúdio.*

A maior parte dos comentários no *blog* reflete uma insatisfação política, muitas vezes com assuntos não relacionados àqueles tratados no *post*. Utilizam o *blog* como uma espécie de lugar para postar suas reclamações, acreditando que os políticos possivelmente lerão suas mensagens.

[1] *e os lixos nos bairros de cuiaba estão nas ruas, e o secretario de infraestrutura ta fazendo o que?*

[2] *VAMOS TRABALHAR SENHORES VEREADORES, Cuiabá está toda cheia de buracos e ninguém trata de reparar, e ainda ficam sonhando com COPA DO MUNDO no meio desta bagunça toda.*

[3] *A pior quebra do decoro parlamentar é surrupiar o dinheiro do contribuinte como fez o Ver. Lutero e a Dep Chica.*

Muitos comentários são vetados pelo blogueiro, ou pelos administradores do *blog*, com a apresentação, em seu lugar, do seguinte texto: “[1] *Vetado por conter expressões agressivas, ofensas e/ou denúncias sem provas. Queira, por gentileza, refazer o seu comentário*”.

Neste *blog*, também, os usuários aproveitam o espaço de comentários para divulgar *blogs*, inclusive com o *link* para ele no local destinado a isso, abaixo do nome do comentarista e da data da postagem.

Segue outro exemplo retirado dos comentários. Aqui, o usuário, além de postar seu comentário, divulga o endereço de seu *blog* [1], e publica abaixo de seu comentário sua assinatura, como se fosse um correspondente [2]. :

*Nome: Clodoeste Pereira da Silva*

*Postado em: 19/02/2009 12:24:44*

*E-Mail: [aguaboanews@gmail.com](mailto:aguaboanews@gmail.com)*

*Site: <http://www.aguaboanews.blogspot.com> [1]*

*Cidade: Água Boa*

*Estado: MT*

*Comentário:*

*O governador deveria entregar o governo para o vice imediatamente. Enquanto o Estado está entregue a criminalidade correndo o risco de perder a copa, ele fica só na politicagem.*

*Não sei em quem eu votar em 2010. Só sei que no candidato apoiado por ele não voto.*

[2] De Água Boa MT Clodoeste Kassu p/ o RDNews.

Com o decorrer do acompanhamento, verificou-se que os usuários, em alguns casos, parecem não saber para quem devem dirigir a fala: para o blogueiro ou para o político comentado? Os internautas não têm como saber se o político acessa o *blog*. Outra ocorrência é a utilização do *blog* como mural de reclamações, como se o jornalista/blogueiro Romilson Dourado pudesse fazer algo a respeito das queixas ou supondo que os políticos estejam acessando o *blog*. Esses fatos podem, talvez, sinalizar pouca intimidade dos usuários com o formato *blog*. No geral, o assunto debatido neste *blog* é política, com discussões, desabafos e comentários.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desenvolvi esse trabalho com o objetivo de investigar o processo de interação, no qual não se separa emissor de receptor, saber como se constroem os sentidos, tendo sido rompida a concepção unidirecional da comunicação, e oferecer, ainda, reflexões acerca da construção de sentidos entre interlocutores dos *blogs* na não-presença. Para tanto, o trabalho foi ancorado em conceitos sobre o virtual, também numa perspectiva sêmi-discursiva, cujo cenário são os *blogs*. Para o aporte teórico, busquei teorias referentes às linguagens, comunicação interacional e interativa, hipertextualidade, *blogs/orkut* e análise de discurso.

Os últimos avanços da mídia, devido à recente possibilidade de digitalização dos dados, levaram à criação do computador pessoal, impondo assim um novo curso ao desenvolvimento técnico-econômico, bem como surgiram as tecnologias digitais e começou a se delinear a infra-estrutura do ciberespaço. Hoje vivemos a fase do computador conectado (CC), na qual é possível acessar à distância qualquer dado armazenado em um computador, o que torna possível também o compartilhamento dessas informações, arquivos. A possibilidade de transferência de dados é uma importante característica do ciberespaço, e possibilita a troca contínua.

O ciberespaço possibilita, ainda que, a figura do editor, do produtor da mensagem seja dispensada, oferecendo condições para uma comunicação “direta, interativa, coletiva”. Afirma ainda que, é impossível conciliar liberdade de informação e seleção, *a priori*, das informações por alguém que supostamente sabe o que é bom e verdadeiro para todos, seja essa instância jornalística, científica, política ou religiosa. Na *web*, não há hierarquia absoluta, mas cada *site* é um agente de seleção, no qual os usuários reconstróem suas totalidades parciais de acordo com suas preferências e necessidades.

A interatividade oferece a reciprocidade na comunicação, permitindo ao usuário algum nível de participação, em diferentes graus, mas nunca passivo. Três categorias de dispositivos comunicacionais foram designadas por Lévy (1999, p. 79): um-todos, um-um e todos-todos, sendo este último proporcionado pela cibercultura, no qual a barreira entre emissor e receptor fica fluida, não mais identificável. Surge, também, na cibercultura o leitor imersivo, para o qual a tela torna-se um espaço híbrido de múltiplas imagens, vozes e textos, com a possibilidade existente de abertura de diversas janelas dentro de um

quadro, janelas móveis, que permitem um diálogo com seus conteúdos igualmente móveis.

Com a criação de ferramentas para facilitar a criação de *weblogs*, os desenvolvedores de software focaram-se, principalmente, no seu formato, não na sua função. Essas ferramentas acabaram então por mudar a fórmula do *blog*, que inicialmente era utilizado principalmente como espaço para divulgação de *links* para outros *sites*, com comentários, frequentemente atualizados. O *blog* parece estar voltando hoje às suas origens, de *postagem* de *links*, com comentários, para outros *sites* ou *blogs*, sejam eles de notícias, vídeos no youtube, orkut, entre outros. O orkut, assim como os *blogs*, segue uma das principais tendências do uso da internet hoje: a busca efetiva da conexão social, tendo esse uma estreita relação com os *blogs*. Uma plataforma que surgiu recentemente e tem ganhado popularidade rapidamente se chama *Twitter*, denominado *microblogging*, pois seus *posts* são limitados a 140 caracteres, considerado por especialistas como uma espécie de híbrido de *blogs* e redes sociais.

Para a pesquisa selecionei quatro *blogs*, diferenciados quanto à natureza, às atividades e aos grupos. O Blog do Tas, que coloca em destaque comentários sobre assuntos em destaque na mídia, o Jacaré Banguela, *blog* de humor criado em 2004, na cidade de Cuiabá/MT. O terceiro *blog* analisado é o Luis Nassif Online, que fala principalmente sobre política e economia, e também o Blog do Romilson, de Mato Grosso, que trata principalmente de notícias de política do próprio estado.

Utilizando uma metodologia qualitativa, acompanhei os usuários de *blogs*, descrevendo falas, processos de interação e de interatividade, utilizando uma abordagem etnográfica, a qual passa hoje por adaptações, a chamada etnografia *online*, visando o estudo das comunidades e culturas criadas pela interação mediada por computadores. Optou-se por não categorizar o resultado do acompanhamento, mas é possível observar que os *blogs* jornalísticos mantêm a mesma natureza de emissão da informação. Os *blogs* de humor têm uma natureza diferente, uma vez que não são tomados como pólo de emissão.

As diferenças de abordagem na linguagem também são marcantes, tanto o tipo de linguagem utilizada pelo blogueiro, quanto a utilizada pelos usuários no espaço de comentários dos *blogs*. No *blog* informativo nacional Luis Nassif Online, o blogueiro utiliza uma linguagem mais pessoal em alguns *posts*, que difere do usual em *sites* de notícias,

mas mantêm sempre a correção textual, assim como os comentários. No *blog* informativo *Blog* do Romilson, o *post* tem um formato de notícia, impessoal. Nos comentários, a linguagem é mais popular, sem grande preocupação com as regras gramaticais. No *blog* Jacaré Banguela e no *Blog* do Tas, os blogueiros usam uma linguagem coloquial, mas com correção gramatical. Nos comentários, é possível observar grande quantidade de erros gramaticais, num descompromisso com a norma culta, como acontece, por exemplo, no *MSN* e *orkut*.

No Luis Nassif Online, percebi que há uma grande interação entre os usuários, que produzem sentidos condizentes com os textos, reconhecendo as intenções comunicativas do interlocutor com facilidade, estabelecendo ligações, entre as informações e seus conhecimentos prévios. Uma parte dos comentários, inclusive, acaba se tornando *post* do *blog*, sendo o mesmo um exemplo de comunicação interativa e coletiva. Há sempre, nesse *blog*, um jogo de argumentação/contra-argumentação entre os usuários, muitas vezes, sem muita mediação textual do blogueiro, somente um trabalho de edição. Grande parte dos usuários dividem a visão política esquerdista de Nassif. Em vários comentários ao longo do acompanhamento, notou-se que os usuários tem uma crença de que o *blog* é realmente um meio independente, diferente dos meios de comunicação de massa, os quais eles frequentemente criticam.

A geração de sentidos, que varia de acordo com o leitor e a natureza da interação, apresenta no *blog* Jacaré Banguela um descompromisso com a atribuição de sentidos, pois seu principal produto é o escracho. Ao contrário do “contrato de veracidade” do Luis Nassif Online, por ser um *blog* de informações. O discurso lúdico do *blog* permite aos usuários uma grande criatividade em torno da produção de sentidos. Alguns dos comentários dos usuários/leitores parecem tentar servir como um tipo de complementação ao humor do *post*. É evidente, também que, enquanto alguns compreendem os comentários irônicos dos blogueiros, outros não são capazes de decodificar a mensagem, propriamente, sendo, às vezes, necessária a intervenção seja do blogueiro ou de outros usuários, para auxiliá-los. Neste *blog*, a utilização de “risadas” e *emoticons* é notável, muitas vezes utilizadas para substituir qualquer texto verbal. Também são feitas ligações com conhecimentos prévios, aspecto necessário para a compreensão textual, porém não são muito frequentes as exemplificações, ou comentários longos.

No Blog do Tas, percebi, primeiramente, que os usuários tem um inegável conhecimento prévio de Tas e seu tipo de humor pelo programa, interferindo sempre na produção de sentidos, e alguns conseguem lembrar-se de personagens anteriores interpretados por ele. Assim como no *blog* Jacaré Banguela, é frequente o uso de “risadas”, *emoticons* e gírias, bem como abreviações de palavras próprias da internet. Um dos aspectos mais marcantes do *blog* é a quantidade de comentários não relacionados ao *post* no qual estão inseridos, mas ao CQC, contendo, principalmente, elogios. Por ser uma *blog* muito acessado, de uma celebridade, é frequente o uso dos comentários como espaço de divulgação de *links*, solicitando que o blogueiro também acesse.

Na maioria dos comentários no Blog do Romilson/RD News, foi possível notar a tentativa de algumas pessoas em manter uma conversação com a pessoa sobre a qual o *post* falava, ao invés do blogueiro, inferindo-se que eles acreditam que essas pessoas também sejam usuárias do *blog*. Também há muita interação entre os usuários, na maioria das vezes com o surgimento de conflitos, devido às diferentes crenças, posições políticas. Devido à grande quantidade de comentários vetados pela administração do *blog*, notou-se que aqui há uma maior mediação do conteúdo dos comentários.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Laíza Felix de; PAIVA, Cláudio Cardoso de. *Twitter, celulares e jornalismo: mídias móveis no processo informativo*. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM 2009, Curitiba. *Anais*, 2009.

BAPTISTA, Neusa. *Humor levado a sério*. Jornal Diário de Cuiabá. Cuiabá, 17 agosto 2006. DC Ilustrado.

BARROS, Gêiza Oliveira; OLIVEIRA, Rodrigo Bomfim. *A representatividade do Candomblé da Bahia em comunidades no Orkut*. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM 2008, Natal. *Anais*, 2008.

BLOOD, Rebecca. *We've got blog*. New York: Perseus Publishing, 2002.

BORGES, Jorge Luis. *Ficções*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CARVALHO, Edwin dos Santos; OLIVEIRA LIMA, Maria Érica de. *As vozes do discurso folkmediático: quem diz e quem cala nas comunidades sobre cultura popular brasileira no Orkut*. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM 2009, Curitiba. *Anais*, 2009.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

CARDOZO, Missila Loures. *Propaganda pessoal: redes sociais na Internet*. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM 2008, Natal. *Anais*, 2008.

DELEUZE, G. & GUATTARI, F. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Vol. I. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2000.

FIGUEIREDO, Pedro de. REFKALEFSKY, Eduardo. *Twitter: Uma nova forma de se comunicar?* In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM 2009, Curitiba. *Anais*, 2009.

GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1989.

GIBSON, William. *Neuromancer*. São Paulo: Aleph, 2008.

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

KLINE, David; BURSTEIN, Dan. *Blog! How the newest media revolution is changing politics, business, and culture*. New York: CDS Books, 2005.

LEMOS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto

Alegre: Sulina, 2002.

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

LOPES, Maria I. V. de. *Pesquisa em comunicação*. 7. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MAFFESOLI, Michel. *O declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MARCHUSCHI, L. A. *Leitura como processo inferencial num universo cultural cognitivo*. *Leitura, Teoria e Prática*, 4, 1-14, 1985.

MARCUSCHI, L. A. *O processo inferencial na compreensão de textos*. Relatório Final apresentado ao CNPq. Programa de Pós-graduação em Letras e Linguística, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 1989.

ORLANDI, Eni P. *Análise de Discurso: Princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 1999.

POSSARI, Lúcia Helena Vendrusculo. *Produção de material didático para a EAD*. In: NEDER, Maria Lucia Cavalli; \_\_\_\_\_. *Educação a distância - material didático para a EAD: processo de produção*. Cuiabá: EdUFMT, 2009. p. 47-61.

PITHAN, Flávia Ataíde. *Comportamentos e valores da pós-modernidade nas comunidades do Orkut*. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2006. 180 p. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS, Porto Alegre, 2006.

PRIMO, A.; RECUERO, Raquel da Cunha; ARAÚJO, Ricardo Matsumura. *Co-links: proposta de uma nova tecnologia para a escrita coletiva de links multidirecionais*. *Revista fronteira*, v. VI, n. 1, p. 91-113, 2004.

PRIMO, Alex. *Blogs e seus gêneros: Avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa*. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM 2008, Natal. *Anais*, 2008c.

ROCHA, P. J. *Blogs: sentimentos em rede compartilhados na pós-modernidade*. In: *Revista FAMECOS*. Porto Alegre, nº 22, dezembro de 2003.

ROLLASON, Christopher. *A biblioteca de Babel de Borges: precursora da Internet?* *FAROL*, nº 13, p. 8-11, maio 2000.

SANTAELLA, Lúcia. *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Palus, 2004.

\_\_\_\_\_. *Os espaços líquidos da cibermídia*. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPOS*. Abril/2005.

\_\_\_\_\_ *Linguagens Líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

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

SILVA, Marco. *Sala de aula interativa*. Rio de Janeiro: Quartet, 2007.

SPINK, Mary Jane; MEDRADO, Benedito. Produção de sentidos no cotidiano: uma abordagem teórico-metodológica para análise das práticas discursivas. In: \_\_\_\_\_. *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano*. 1. ed. São Paulo, 1999. p. 41-61.

YIRULA, C. P.; HOFF, T. M. C. *A construção identitária do consumidor negro em comunidades do Orkut*. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM 2009, Curitiba. *Anais*, 2009.

WAICHERT, Thalles; MALINI, Fábio. *O blog como linguagem informativa: a atuação profissional de blogueiros e os novos conflitos na cultura*. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM 2008, Natal. *Anais*, 2008.

## REFERÊNCIAS WEBGRÁFICAS

ABRÃO, Jorge Antonio de Moraes. *Interação do meio virtual: a constituição de múltiplos gêneros no ambiente blog*. Revista Língua, literatura e ensino, v, 2, maio 2007. Disponível em <<http://www.iel.unicamp.br/revista/index.php/lle/article/viewFile/33/26>>. Acesso em dezembro 2008.

BAPTISTA, Neuza. Humor levado a sério. *Jornal Diário de Cuiabá*, Cuiabá, MT, Edição 11593, 17 agosto 2006. Disponível em: <<http://www.diariodecuiaba.com.br/detalhe.php?cod=263458>>. Acesso em: 27 junho 2009.

CARIA, Telmo H. *A construção etnográfica do conhecimento em Ciências Sociais: reflexividade e fronteiras*. In: Experiência etnográfica em Ciências Sociais. Porto, Afrontamento, 2002, p. 9-20. Disponível em: <[http://home.utad.pt/~tcaria/actividades\\_interesses/expetno.pdf](http://home.utad.pt/~tcaria/actividades_interesses/expetno.pdf)>. Acesso em: novembro 2008.

EQUIPE JACARÉ BANGUELA. Entrevista com blogueiros (2) - Equipe Jacaré Banguela. Entrevista concedida ao blog Códigos Blog em fevereiro de 2008. Disponível em: <<http://www.codigosblog.com.br/p/sobre.html>>. Acesso em: maio 2008.

FELITTI, Guilherme. *O barão da blogosfera espalha seus tentáculos*. IDG Now, 13 fevereiro 2008. Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/campus-party/archive/2008/02/13/obaro-da-blogosfera-espalha-seus-tentculos/>> Acesso em: 20 abril 2008.

INAGAKI, Alexandre. *Alternativas de monetização dos blogs – Vida inteligente pós-AdSense*. Entrevista ao blog *Pelejando*, de 21/08/07. Disponível em: <<http://pelejando.wordpress.com/2007/08/21/alternativas-de-monetizacao-dos-blogs-vida-inteligente-pos-adsense/>> Acesso em 17 abril 2008.

KOZINETS, Robert V. *On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture*. In: *Advances in Consumer Research Volume 25*, eds. Joseph W. Alba & J. Wesley Hutchinson, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 366-371, 1998. Disponível em: <<http://www.acrwebsite.org/volumes/display.asp?id=8180>> Acesso em: Agosto 2009.

\_\_\_\_\_ The Field Behind the Screen: Using Netnography for making Research in Online Communities. In: *Journal of Marketing Research*, 39, fevereiro 2002, p. 61-72. Disponível em: <<http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/netnography.pdf>>. Acesso em: junho 2009.

MONTARDO, S. P.; PASSERINO, L. Estudo dos blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações. *RENOTE, Revista Novas Tecnologias na Educação*, v. 4, 2006. Disponível em <<http://www.cinted.ufrgs.br/renote/dez2006/artigosrenote/25065.pdf>>. Acesso em: Maio 2009.

MINAYO, Maria Cecília de S.; SANCHES, Odécio. *Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade?* Caderno de Saúde Pública, Rio de Janeiro, 9 (3): 239-262, jul/set, 1993. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csp/v9n3/02.pdf>>. Acesso em: dezembro 2008.

NARDI, Bonnie A.; SCHIANO, Diane J.; GUMBRECHT, Michelle; SWARTZ, Luke. *I'm blogging this - a closer look at why people blog*. Disponível em <<http://home.comcast.net/~diane.schiano/Blog.draft.pdf>> Acesso em 20 março 2009.

ORIHUELA, José Luis. Los 'weblogs' cumplen diez años de agitación. *Jornal El País.com*, 18 janeiro 2007. Disponível em: <[http://www.elpais.com/articulo/ocio/weblogs/cumplen/anos/agitacion/elpepateccib/20070118elpciboci\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/ocio/weblogs/cumplen/anos/agitacion/elpepateccib/20070118elpciboci_1/Tes)> Acesso em: 16 abril 2008.

PRIMO, Alex. "O Twitter vai terminar de matar o jornalismo" Será?. *Dossiê Alex Primo*, 03 abril 2008a. Disponível em: <<http://alexprimo.com/2008/04/03/o-twitter-vai-terminar-de-matar-o-jornalismo-sera/>> Acesso em: 17 abril 2008.

\_\_\_\_\_ A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. *Galáxia*, v. 16, 2008b. No prelo. Disponível em <[http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/caso\\_Isabella\\_e\\_Madeleine.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/caso_Isabella_e_Madeleine.pdf)>. Acesso em 15 maio 2009.

PACHECO, Filipe. Twitter: conte sua história em 140 caracteres. *WNews*, 27 novembro 2007. Disponível em: <[http://wnews.uol.com.br/site/noticias/materia\\_especial.php?id\\_secao=17&id\\_conteudo=524](http://wnews.uol.com.br/site/noticias/materia_especial.php?id_secao=17&id_conteudo=524)>. Acesso em: 16 abril 2008.

RECUERO, Raquel. *Weblogs, webrings e comunidades virtuais*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2003. Disponível em <[http://bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.html](http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.html)> Acesso em julho 2009.

\_\_\_\_\_ *Considerações sobre o Twitter I - Definição*. Publicado em 18 novembro 2008. Disponível em: <[http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/consideracoes\\_sobre\\_o\\_twitter\\_i\\_-\\_definicao.html](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/consideracoes_sobre_o_twitter_i_-_definicao.html)>. Acesso em: 23/07/2009.

\_\_\_\_\_ *Broadcast do Eu: Twitter e as Redes Sociais*. Publicado em 04 fevereiro 2009. Disponível em <[http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/broadcast\\_do\\_eu\\_twitter\\_e\\_as\\_redes\\_sociais.html](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/broadcast_do_eu_twitter_e_as_redes_sociais.html)>. Acesso em: maio 2009.

\_\_\_\_\_ *Brasileiros no Twitter*. Publicado em 27 fevereiro 2008. Disponível em <[http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/brasileiros\\_no\\_twitter.html](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/brasileiros_no_twitter.html)>. Acesso em 15 abril 2008a.

\_\_\_\_\_ *Apropriações do Twitter e Valores Sociais*. Publicado em 14 dezembro 2008b. Disponível em <[http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/apropriacoes\\_do\\_twitter\\_e\\_valores\\_sociais.html](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/apropriacoes_do_twitter_e_valores_sociais.html)>. Acesso em Maio 2009.

\_\_\_\_\_ *Por que os blogueiros têm Twitter?* Publicado em 27 maio 2009a. Disponível em <[http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/por\\_que\\_os\\_blogueiros\\_tem\\_twitter.html](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/por_que_os_blogueiros_tem_twitter.html)>. Acesso em: agosto 2009.

\_\_\_\_\_ *Está o Twitter com os dias contados?* Publicado em 03 julho 2008c. Disponível em <[http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/estara\\_o\\_twitter\\_com\\_os\\_dias\\_contados.html](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/estara_o_twitter_com_os_dias_contados.html)>. Acesso em Agosto 2009.

\_\_\_\_\_ *Considerações sobre o Twitter II - Autoridade*. Publicado em 18 novembro 2008d. Disponível em <[http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/consideracoes\\_sobre\\_o\\_twitter\\_ii\\_-\\_autoridade.html](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/consideracoes_sobre_o_twitter_ii_-_autoridade.html)>. Acesso em janeiro 2010.

REVISTA ÉPOCA. *25 Momentos da blogosfera brasileira*. Revista Época, nº 548, novembro 2008. Disponível em <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/1,,EDG74942-5856,00.html>> Acesso em 20 janeiro 2009.

TERRA TECNOLOGIA. *Anos 60: A Origem Militar*. Disponível em <<http://tecnologia.terra.com.br/internet10anos/interna/0,,OI541817-EI5026,00.html>>. Acesso em 10 abril 2008.

VIVIANI, Ana Elisa Antunes. *Labirinto e rizoma: a temporalidade na cibercultura*. II SIMPÓSIO DA ABCIBER, Novembro de 2008, São Paulo. Anais *online* do II Simpósio Nacional da ABCiber - Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. São Paulo: CENCIB/PUC-SP; CAPES, 2009. Disponível em <<http://www.cencib.org/simposioabciber/anais>>. (ISSN 2175-2389). Acesso em: 10 maio 2009.

<http://zamorin.com>

<http://www.technorati.com>

<http://twitter.com>

<http://www.orkut.com>

<http://marcelotas.blog.uol.com.br/>

<http://buzz.globo.com/jacarebanguela/>

<http://colunistas.ig.com.br/luisnassif/>

<http://www.rdnews.com.br/>

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)