

Cartografia da Blogosfera no Brasil: perspectivas amazônicas¹

Jessé Martins²

Nathalia Pompermaier³

Darshany Loyola⁴

Marcel Martinuzzo⁵

Paula Falcão⁶

Fábio Malini⁷

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo

Este trabalho⁸ faz parte do projeto de pesquisa Cartografia da Blogosfera Brasileira, coordenado pelo professor Fabio Malini, na Universidade Federal do Espírito Santo. Trata-se de um mapeamento da produção blogueira no eixo norte do país. Foram analisados 430 blogs⁹, gerando uma radiografia das atividades dos blogueiros nesta região, no que tange, a direcionalidade das relações entre blogueiros, o perfil de uso das ferramentas e as principais linguagens de que eles se apropriam no processo de publicação de seus blogs.

Palavras-chave

Internet, cibercultura, blog, Brasil, Região Norte

INTRODUÇÃO

Este trabalho busca possibilitar a introdução do debate do uso de blogs na região amazônica do país. Em breve síntese, a metodologia da pesquisa começou por identificar e analisar blogs cadastrados na plataforma Blogger, por esta possuir um banco de dados de blogs por estado da federação. Contudo, foram considerados “blogs ativos” apenas aqueles que possuem pelo menos um post nos últimos seis meses. Por incrível que pareça, durante o

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Redes sociais, identidade e sociabilidade”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

² Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFES, email:jessecomunicologo@gmail.com

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UFES, email:nathaliacasagrande@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UFES, email:darsh_19@hotmail.com

⁵ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UFES, email:marcel_bm3@yahoo.com.br

⁶ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UFES, email:paulinha_falcao@gmail.com

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social na UFES, email: fabiomalini@gmail.com

⁸ Este trabalho contou com o apoio do Itaú Cultural, na fase de pesquisa qualitativa.

⁹ A lista completa dos blogs analisados está disponível no endereço www.blogsdaregiaonorte.blogspot.com

processo de desenvolvimento da metodologia, a quantidade de blogs não-analisados foi grande, devido ao alto número de blogs que não possui nenhuma atualização nesse período. Ao total, foram 430 blog analisados, provenientes de sete estados (Roraima, Rondônia, Tocantins, Pará, Amazonas, Acre e Amapá). O estudo foi realizado por meio de pesquisa documental, na qual se observou a direcionalidade dos links, as linguagens e mídias mais utilizadas, os espaços de conversação e conexão entre os autores e as ferramentas de que os blogueiros lançam mão para distribuir suas informações. Após análise individual, os dados foram quantificados na forma de gráfico para melhor visualização das informações. Os resultados preliminares seguem abaixo para análise.

BLOG, QUE MÍDIA É ESSA?

Do ponto de vista teórico, os blogs reconvertem o sentido de produção e recepção, à medida que curto-circuitam ambos. A produção de mensagens (*posts*) é baseada numa constante conversação entre os blogs, em um consumo recíproco de idéias e informações, algo que funda a criação de um novo espaço de comunicação: o espaço das conexões (dos links, das remissões, das citações, dos comentários, etc). No entanto, os blogs também são um “espaço protegido”, pois resguardam a figura do autor como sujeito de uma produção singular de opinião. Resguardam o direito à voz própria sem intermediários.

Essa mistura entre o comunal e o singular demarca, por princípio, uma diferença substancial com o esquema clássico emissor-receptor. Na comunicação de massa, a propriedade dos *meios de difusão da informação* da empresa midiática opõe necessariamente os dois sujeitos comunicacionais - emissor-receptor -, mesmo que a relação entre eles mantenha-se caracterizada como ato constante de negociação de sentido. No caso dos blogs, ocorre o contrário. O acesso livre aos meios de produção de comunicação faz com que o sentido seja construído pela comunidade de usuários. Essa inversão produz um efeito de multiplicação de mídias (tornadas micro) e das audiências (tornadas nano). Somadas, as audiências de milhões de blogs acabam por ser maior que a de qualquer veículo da grande mídia (Anderson, 2006).

A audiência total dos blogs, contudo, em vez de massa, só pode ser expressa como multiplicidade de singularidades, por ser constituída por sujeitos individuais — conectados e entrelaçados por diferentes blogs exprimem um rol de necessidades e interesses. Os blogs só conseguem formar opinião de forma coletiva. Um blogueiro não consegue formar opinião

pública, só a blogosfera. Confunde-se muitas vezes a atuação de um colunista (advindo da imprensa), que tem um “blog de portal”, como sendo um blogueiro, o que é uma meia-verdade. Os blogs são produtos do movimento de anônimos que buscam dizer o que bem entendem, como analisou Blood (2006, p.171).

... esquecem-se de que estes colunistas conquistaram a sua influência sob os auspícios de um meio de comunicação tradicional. Nesse mundo, a influência, ou a oportunidade de conquistar, é concedida pelos superiores. Os grandes meios de comunicação contratam, apresentam e promovem escritores, retirando vantagens de marcas comerciais bem implantadas e de redes de distribuição para angariar públicos-leitores, tal pode testemunhar o seu talento, mas é a exibição de uma celebridade, não é o poder de um novo formato. [...](Blood, 2006, p.172)

A defesa de Blood se sustenta na idéia de que os blogs nasceram da Internet e não da comunicação de massa. Nesse sentido, permitem múltiplas visitas e leituras, publicação ininterrupta (em vez de periódica), conectividade hipertextual (um bom blog é aquele que encaminha o visitante para um outro blog de qualidade) e memória ilimitada, entre outras características da internet. Assim, em linhas gerais, podemos definir o blog como um ambiente pessoal cujo autor, o blogueiro, controla as interações que lá ocorrem. É um “espaço protegido”, como analisa Adolfo Estalella(online). Todavia, embora protegido, o blog é público, isto é, pode ser acessado por qualquer usuário da internet. Além disso, seu conteúdo – chamado de post, entradas, anotações ou apontamento – se caracterizam por textos, hipertextos (textos que contêm links) e hipermídias (imagem, áudio e audiovisual). Quando é feita qualquer postagem em um blog, é criado automaticamente um endereço permanente (*permalink*), o que permite que um leitor interessado no link possa ir direto à fonte, sem recorrer a mecanismos de busca.

Os primeiros blogs, feitos à base de HTML, tornavam as páginas estáticas, concentrando todas as publicações em um único endereço. Assim, blogueiros que tinham uma alta produção de entradas quase sempre reclamavam que seus leitores enfrentavam dificuldades para encontrar posts antigos, bem como havia dificuldade em produzir ligações para determinados conteúdos de blogs, já que teriam a mesma dificuldade de encontrar os conteúdos. Com a invenção tecnológica do *permalink*, os *posts* ganham autonomia entre si, já que cada um deles terá uma página (URL) própria. “A presença dessas hiperligações são consideradas a característica chave, pois que resulta fundamental para a existência da conversação, elemento básico na dinâmica da blogosfera” (Fumero, online)

Há diferentes formas de classificação da blogodiversidade. Fumero (online), por exemplo, utiliza três critérios para catalogar o universo dos blogs. O primeiro é de ordem

social. Nesse sentido, os blogs poderiam ser explicados pela sua natureza motivacional, proposital, autoral e aplicada. Quando é do primeiro tipo é porque existem por conta de uma motivação pessoal, institucional ou profissional. O blog pessoal exprime visões do cotidiano do autor, histórias e experiências, pontos de vistas e confissões. Muitas vezes esse tipo de blog funciona como “cartão de visita” para que seu autor possa ser conhecido com mais detalhes pelos usuários. Os blogs institucionais, também chamados de corporativos, visam vender produtos, criar relações com clientes e fornecedores, divulgar a marca e a imagem. Podem também ter o propósito de, no seu ambiente interno, realizar gestão de conhecimento, colaboração e trabalho em equipe e promover a cultura corporativa. Por fim, os blogs profissionais são um híbrido dos dois primeiros, pois neles a expressão pessoal e o conhecimento detido pelo seu autor sobre determinado assunto são transformados em “negócio em si mesmo”. Quando de natureza proposital, os blogs podem ser *horizontais*, ao ter como propósito de abranger temas gerais; ou *verticais*, ao abordar assuntos específicos. Os diários pessoais e opinativos estariam assim no primeiro grupo; enquanto os blogs de tecnologia (como *Slashdot*), de cultura (como Digestivo Cultural), de venda (como o Blog da Camiseteria.com), estariam na segunda categoria. Os blogs de natureza autoral podem ser coletivos ou individuais. Quando coletivos, podem ser organizados por um grupo de pessoas ou podem ser um meta-blog (ou blog filtro) por reunir links de *posts* publicados em outros blogs. Cabe aos usuários do meta-blog atribuir um número de pontos para cada link. Quanto maior é a pontuação, maior é a sua relevância e também mais no topo da página ele fica. Os meta-blogs se constituem assim em verdadeiras comunidades de notícias. Por último, os blogs podem ser classificados pela sua natureza aplicada. Essa característica diz respeito ao âmbito da publicação. Os blogs podem ser qualificados como jornalísticos, educativos, tecnológicos, culturais, políticos, corporativos e pessoais. Ou seja, essa taxonomia – em grandes esferas da vida - espelha a própria capilaridade que os blogs obtêm no seio social.

Um segundo critério de ordenação dos blogs é a sua *estrutura hipertextual e conversacional*. Ao analisar a estrutura hipertextual dos blogs, Fumero (online) os classifica em *intrablogs*, *extrablogs* e *isoblogs*. O primeiro se distingue pela prevalência de auto-referência, ou seja, os links para o próprio blog. Essa estratégia é, muitas vezes, realizada para proporcionar ao site um aumento de tráfego, na forma de páginas visitadas (*page views*). Quando se predomina a presença de links externos - referências a entradas de outros blogs – o diário é considerado um *extrablog*. Quando o blog é deste tipo, é porque, em geral, seu autor se insere numa relação de comunicação baseada na conversação, bem como demonstra ainda

que suas idéias estão concatenadas à outras que circulam na blogosfera. Contudo, se há um equilíbrio entre links externos e internos, o blog é definido como um *isoblog*. Os editores adeptos a uma estrutura desse tipo inserem no interior do conteúdo da sua postagem os links externos e no rodapé os links internos relacionados ao *post*. Uma terceira taxonomia dos blogs está associada à sua ordem informacional. Além de serem predominantemente textuais, outros tipos de blogs surgiram por conta da crescente realidade multimídia. Assim, para Fumero(online), os blog são desmembrados em fotologs, audioblogs, videolog e moblogs. Todos se referem, portanto, à natureza midiática: fotografia, áudio, vídeo e feitos a partir de telefones celulares (*mobile*).

A PERSPECTIVA DA BLOGOSFERA AMAZÔNICA

A utilização do blog como instrumento de comunicação é recente na região norte do país, cerca de 88% dos blogs pesquisados datam sua primeira postagem do período de 2007 a 2009. Esses dados são indicadores de características típicas dessa região, como o atraso tecnológico em relação às demais regiões brasileiras, a deficiência em infraestrutura e a falta de investimentos em políticas públicas, principalmente as voltadas para a inclusão digital. Como resultado de tal problemática temos a aquisição tardia do uso do blog como dispositivo de comunicação nessa região e o acesso limitado a pequenos grupos sociais.

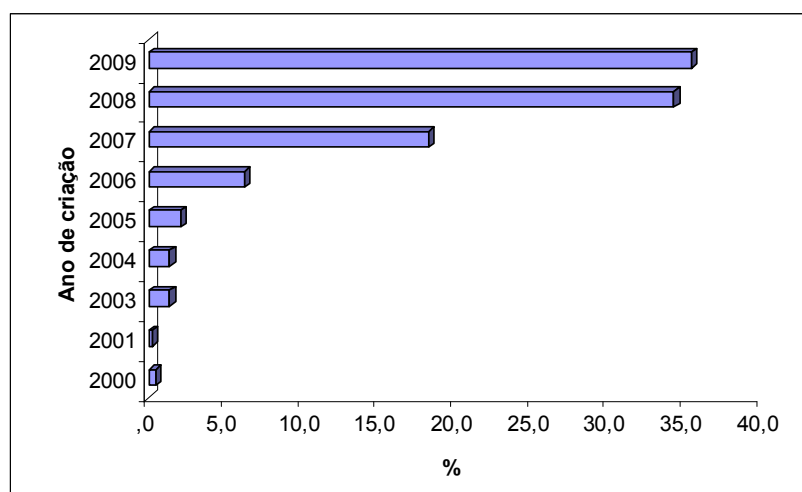


Gráfico1.1. Ano de criação dos blogs

Entre os estados pesquisados, o Amapá apresenta aspectos que apontam claramente as deficiências existentes nesta região. Em suas principais cidades, Macapá e Santana, o serviço de internet carece de recursos tecnológicos mais avançados, a utilização da banda larga é

recente, sendo o estado uma das últimas localidades no país a dispor desse serviço. Como forma de crítica a essa situação, alguns blogueiros fazem uso dos termos “cipónet” e “intermerda” quando se referem ao nível dos provedores de internet existentes na região. “Como no Amapá tudo acontece, a internet discada, por incrível que pareça, é mais rápida que a via rádio. Daí dá pra vocês terem uma idéia daquilo que chamamos de *Intermerda*, *Interlerda*, *Interlenta* e *Cipónet*”, diz a blogueira.¹⁰

Em relação à categoria Aplicação, os blogs da região norte apresentam, em sua maioria, uma produção de caráter jornalístico (cerca de 37%), seguido pelas aplicações diário (cerca de 36%) e literário e entretenimento. O expressivo número de blogs de caráter diário existentes na blogosfera do norte do país (vide gráfico 1.2), reafirma a popularização e a recente experiência dos usuários dessa região com o blog, uma vez que a profusão dos blogs diários no contexto da blogosfera mundial remete ao contato inicial com essa ferramenta, mais precisamente no ano 1999 com o advento da plataforma blogger.

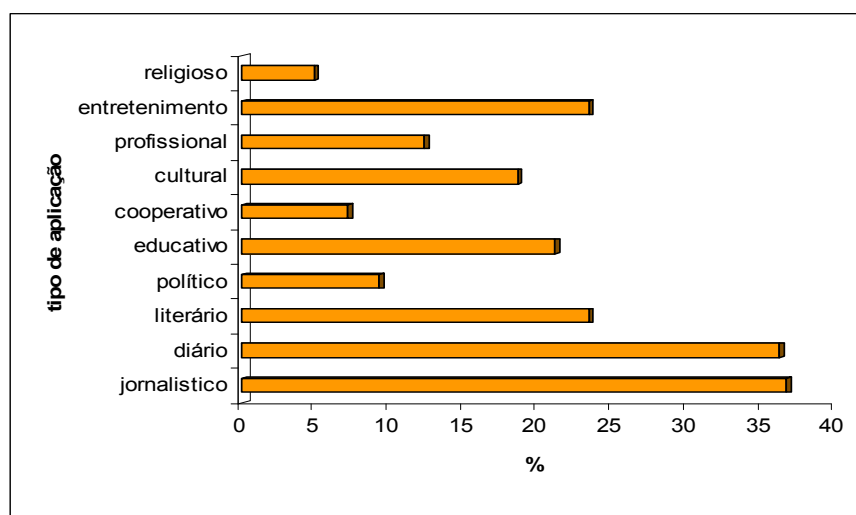


Gráfico 1.2 – Tipos de aplicação predominantes nos blogs da região norte

Outro dado importante da pesquisa é acerca dos blogs de entretenimento e literário (ambos com cerca de 23,5%) e cultura (cerca de 19%). Os números são significativos e mostram que os conteúdos dos blogs estão cada vez mais diversificados e que novas alternativas de aplicações estão sendo inseridas a esse formato, além disso, esse dado reafirma a importância da internet como formadora e difusora das mais diversas expressões culturais.

¹⁰ Post disponível em <http://alcinea-cavalcante.blogspot.com/2009/06/intermerda.html> acessado em 10 de Julho de 2009.

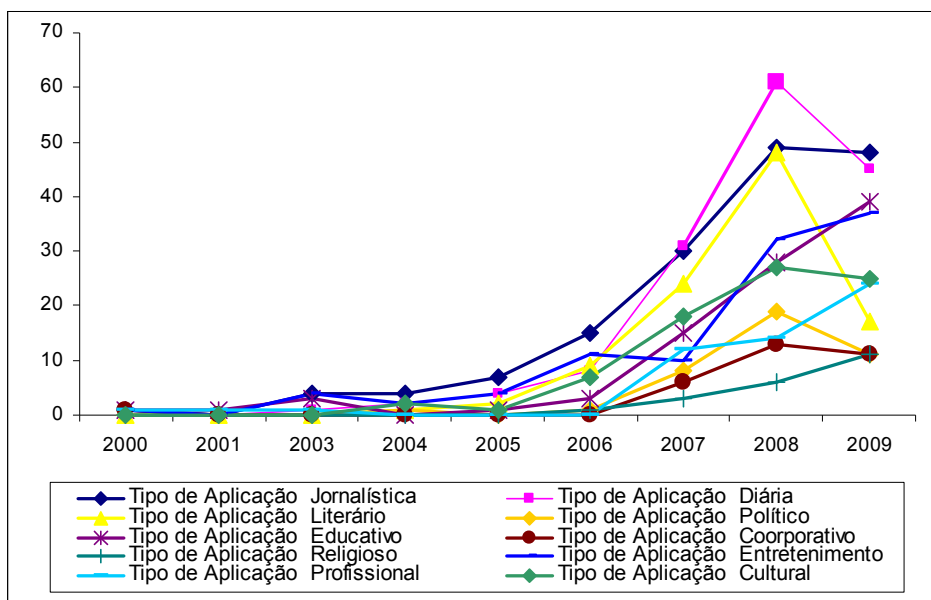


Gráfico 1.3. A frequência das aplicações dos blogs entre período de 2000-2009

Ainda referente ao tópico Aplicação, ao analisarmos o gráfico 1.3, verificamos que, durante o ano de 2008, os blogs que apresentam como temática central assuntos referentes à esfera política obtiveram um crescimento vertiginoso em relação aos anos anteriores. Essa expansão teve como principal responsável as eleições municipais ocorridas neste período, apesar de especialistas afirmarem que as eleições 2008 obtiveram pouca repercussão junto à web e que a participação da comunidade blogueira fora inexpressiva, percebemos que esse momento histórico fomentou o aumento da produção de conteúdos políticos na rede. É possível prever, então, que o número de blogs políticos deve crescer novamente na Amazônia, estimulado pelas eleições de 2010.

Ao analisarmos o gráfico, é possível constatar que os blogs mais antigos, ou seja, os criados no período de 2000 a 2006, têm a atividade jornalística (produz notícias próprias ou inéditas) como aplicação predominante. A partir disso, podemos afirmar que, inicialmente, os blogs da região norte do Brasil, funcionavam como meio de reprodução das informações advindas da grande imprensa ou meros agregadores de links. E que o acesso a esse dispositivo de comunicação era restrito a uma pequena parcela da população.

O gráfico mostra, ainda, que a aplicação predominante nos blogs criados no ano de 2007 é a de caráter diário. Esse dado é um indicativo da recente popularização dos blogs nesta região brasileira, representando uma pluralidade de acesso a essa ferramenta de comunicação. Outro ponto resultante da proliferação dos diários é a mudança de comportamento do blogueiro, que, nesse novo contexto, reconstrói discursos, seleciona informações de acordo com seus interesses e se utiliza disso para mostrar sua singularidade na rede.

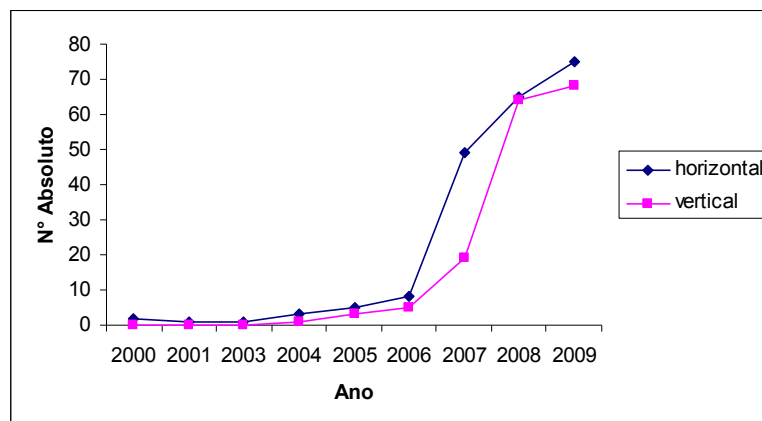


Gráfico 1.6. Tendência temática adotada pelos blogs entre os anos de 2000-2009

Em relação à tendência temática adotada pelos blogs pioneiros (2003-2006), o gráfico 1.6 mostra que eles apresentam majoritariamente uma temática horizontal em suas produções. Tal postura se deve ao caráter amador dos primeiros blogs e ao pouco conhecimento do usuário acerca das funcionalidades e potencialidades dessa ferramenta. Já ao analisarmos os blogs criados no ano de 2007, percebemos o aumento progressivo dos blogs com temática vertical. Esse comportamento demonstra que o atual blogueiro dessa região vem apresentando um maior conhecimento acerca do papel do blog como dispositivo de comunicação e como tendência tem optado por temáticas mais específicas e de interesse pessoal.

Grande parte dos autores dos blogs da Região Norte se identifica através de um perfil dentro das plataformas. Somente 10% das páginas analisadas têm como autores pessoas que assumem um caráter anônimo.

Os blogs que não possuem a identidade de seu autor geram dificuldade ao identificar sua localização. A situação tornou-se um obstáculo na realização da pesquisa: quando autor ou grupo não se identificavam, tornava-se muito difícil verificar se a página era da região estudada.

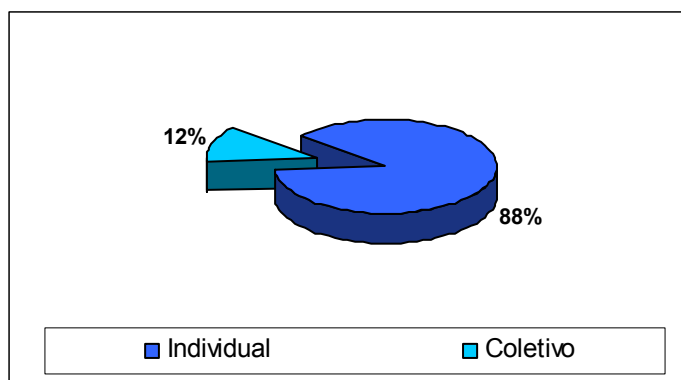


Gráfico 1.8: Número de autores dos blogs do norte

A maioria das páginas é editada por uma única pessoa. Uma pequena parte de 12,3% delas é atualizada por um grupo de indivíduos. O dado sobre a quantidade de autores está relacionado ao fato de que grande parte dos blogs do Norte é dedicada ao estilo “diário”. Como esse viés é de cunho pessoal, é natural que grande maioria das páginas seja mantida individualmente. Da mesma forma, pode-se analisar a ligação entre a motivação que leva à existência desses blogs à quantidade de pessoas envolvidas em cada uma delas. 78,5% das páginas que participaram da pesquisa existem a partir de motivos pessoais. Assim, o fato de ter sido constatado que a maioria dos blogs é de uma só pessoa pode ser relacionado com o dado que certifica que a motivação pessoal é a que mais leva os indivíduos a criarem uma página como esta.

Os blogs podem ter conteúdo específico, geralmente quando se trata de algum perfil profissional, ou podem ser mais abrangentes no que se refere aos assuntos tratados. Um exemplo de blog horizontal que tem uma atualização contínua é a página de Diego Rodrigo (diegorodrigoss.blogspot.com) e que nele, pode-se encontrar desde textos falando sobre a própria vida do autor, como notícias jornalísticas e opiniões dele sobre algum assunto que julga relevante. “Em julho irei fazer três anos de blogosfera e todo esse tempo me fez aprender muita coisa. Não somente na questão de como publicar os textos ou divulgar o blog, mas em tudo o que engloba o mundo dos blogs”, diz.

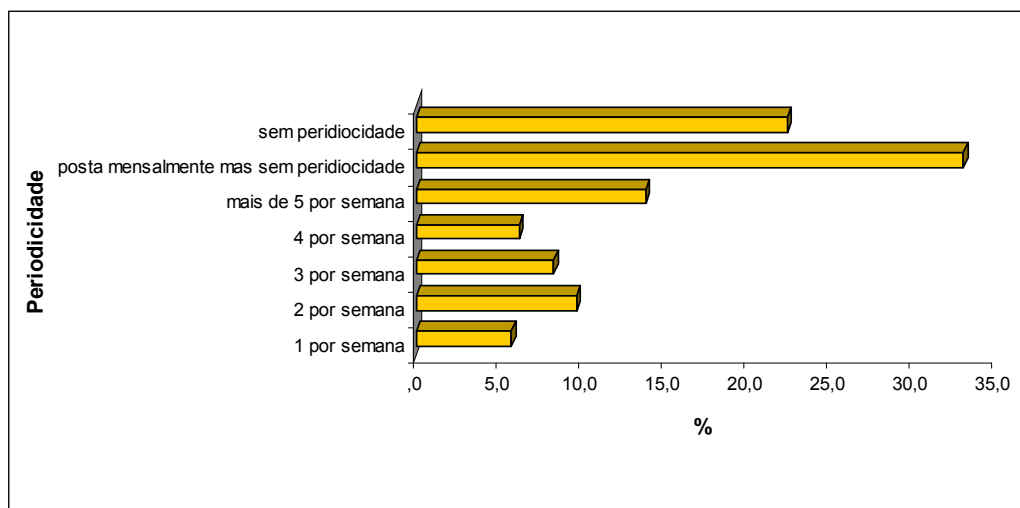


Gráfico 1.9: Periodicidade de posts nos blogs nortistas

A chegada da internet banda larga na região Norte foi um pouco mais tardia do que nas outras regiões do Brasil. De acordo com dados do Comitê Gestor de Internet no Brasil (CGI), até 2008 somente 7% - contra 25% no Sudeste - da população da Região Norte tinha internet banda larga. Isso traz consequência para todos os tipos de redes sociais, principalmente no que diz respeito à frequência de participação das pessoas dentro dessas redes. No que se refere aos blogs, a periodicidade dos *posts* depende diretamente da possibilidade de acesso das pessoas à internet. Assim, foi constatado que 33,2% dos blogs possuem postagem mensal, mas sem periodicidade, provavelmente por causa da impossibilidade de acesso diário.

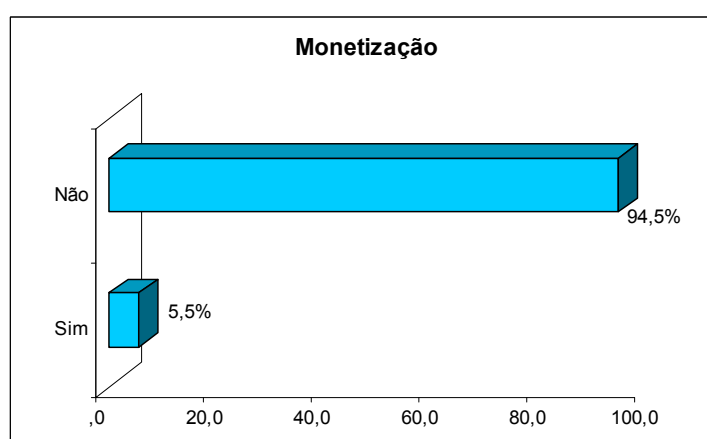


Gráfico 2.0: Presença de monetização nos blogs

A questão da monetização dos blogs é menos comum do que em outros lugares do país. A maioria dos blogs (94,5%) da região Norte não possui nenhum tipo de propaganda ou

divulgação que traga retorno financeiro para o blogueiro. As poucas páginas que possuem esse tipo de recurso utilizam o adsense e/ou o anúncio como forma de monetização.

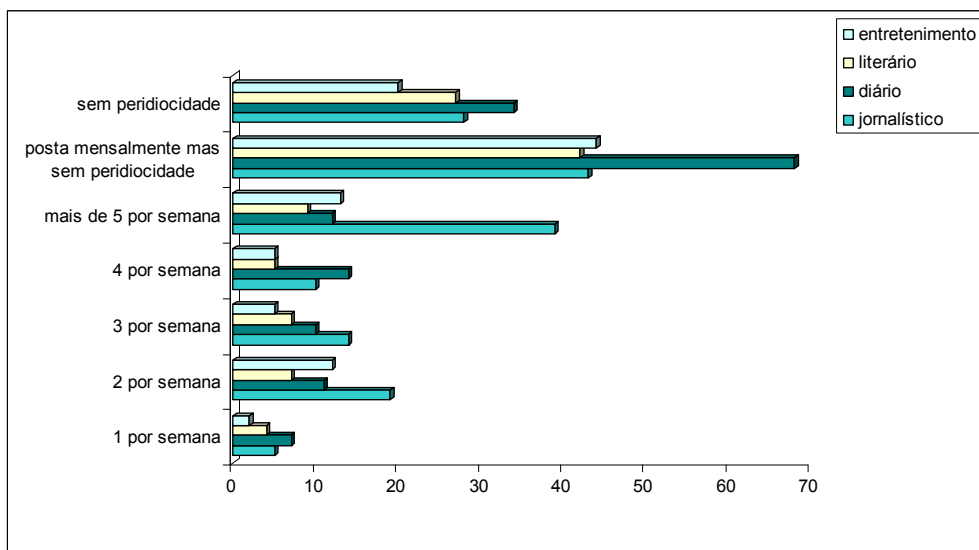


Gráfico 2.1: Relação entre tipos de blogs e periodicidade de postagem

Dentre os diferentes tipos de blogs, aqueles que seguem as linhas jornalísticas e diárias são os que postam com mais frequência. No caso das páginas atualizadas com conteúdo jornalístico, a grande periodicidade é explicada pela enorme quantidade de notícias relevantes disponibilizadas todos os dias em diversas mídias.

Já no caso dos blogs diários, a motivação que resulta na grande quantidade de postagens é diferente. Pode-se perceber que, nas páginas de cunho pessoal, o blogueiro cria o hábito de descrever todos os acontecimentos da sua vida, o que leva à grande quantidade de posts.

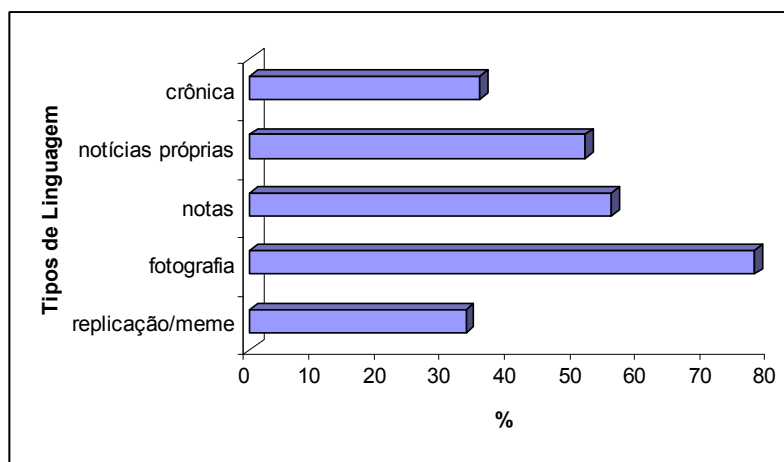


Gráfico 2.2: Tipos de linguagem mais utilizados

A partir da análise do gráfico acima, os dados apontam que do total de 30 linguagens pesquisadas, a mais predominante foi a fotografia, utilizada por 77,5% dos blogs. Essas fotografias, em sua maior parte, possuem temática de acordo com o assunto do post. Notou-se também a existência de blogs apenas fotográficos, com ensaios sobre cidades, por exemplo. Outra linguagem muito usada foi a escrita de notas, presente em 55,5% dos blogs analisados. Percebemos também a presença expressiva de notícias próprias em 51,5% dos blogs, e 35,3% e 33,2% utilizam, respectivamente, crônica e replicação/meme. As crônicas, conforme a pesquisa indicou, em sua grande maioria referem-se a acontecimentos cotidianos na vida do blogueiro. Mas notou-se também a existência de crônicas políticas, contendo críticas e opiniões. Já as replicações/memes, de acordo com o que os dados apontaram, possuem diversas temáticas, e a maioria delas estão presentes em blogs diários. Essas replicações/memes se dão através de um conjunto de perguntas pessoais, com o intuito de desafiar os leitores a responderem em seus próprios blogs. Essa linguagem também ocorre através da troca de selos, pequenas imagens com mensagens que rotulam o blog. A pesquisa indica também que o uso de crônicas e notícias próprias se dá, principalmente, em blogs de aplicação literária, jornalística e com caráter diário.

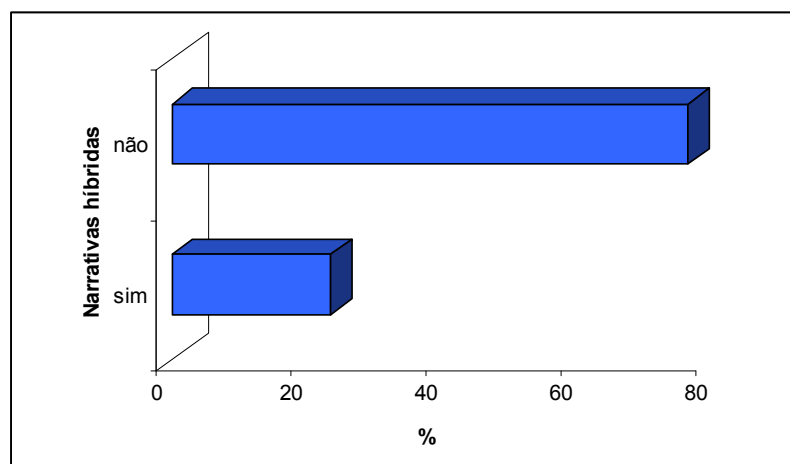


Gráfico 2.3: A utilização de narrativas híbridas nos blogs

De acordo com os dados da pesquisa, verificamos a presença de narrativas híbridas em 23,6% dos blogs analisados (gráfico 2.3). A narrativa híbrida é identificada quando a linguagem utilizada pelo blog não se enquadra em nenhuma das outras 29 linguagens pesquisadas. O fato de 23,6% dos blogs presentes na pesquisa utilizarem narrativas híbridas é um resultado interessante, pois indica que há uma preocupação, mesmo que não

predominante, em se buscar novos estilos de linguagem que fogem dos padrões encontrados na maioria dos blogs.

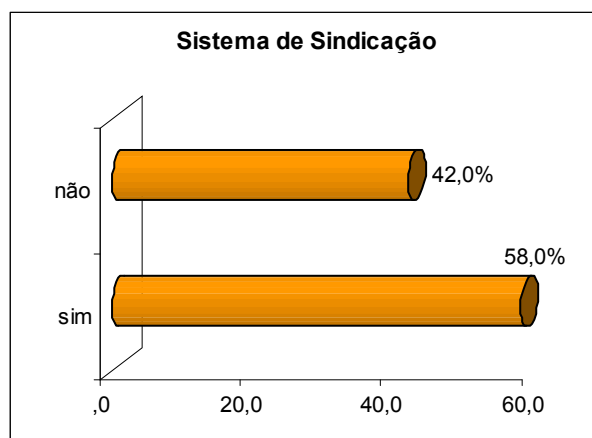


Gráfico 2.4: Sistema de sindicacão nos blogs

Na região Norte, como se pode notar no gráfico 1.1, é marcante a presença de ferramentas cuja popularizacão se faz recente também em todo país. Exemplo disso é o uso do sistema de sindicacão. De acordo com a pesquisa, 58% dos blogs analisados apresentam links diretos para *feeds*. A grande presença dessa ferramenta é indício de uma nova fase na região, de um desenvolvimento crescente ainda que tardio, que se reflete na consolidacão de uma blogosfera cada vez maior e mais atenta às novidades. Outro dado interessante é a abertura dos blogs para comentários em seus posts. 90,7% dos blogs pesquisados são abertos a comentários. Isso representa uma grande preocupacão por parte dos autores com seus públicos. Não se trata apenas de exposicão, de uma oferta de determinado conteúdo. Busca-se, sobretudo, uma troca, um retorno por parte do público alvo, que não se dá apenas em forma de comentários, mas também na quantidade de seguidores, por exemplo. A quantidade de comentários, em grande parte dos casos, é diretamente proporcional ao status e a abrangência de tal blog em relacão aos outros. Através dos links, internos ou externos aos posts, os blogs se relacionam com o infinito conteúdo da internet. Mais que isso: dependendo do destino e da forma com que são colocados, os links agregam credibilidade aos conteúdos postados e são também a principal ferramenta de interação entre os blogs. Os links internos são mais freqüentes que as Blogrolls. Dos blogs pesquisados, 58,3% apresentam Blogroll, enquanto 71,4% fazem uso de links internos. De acordo com o gráfico 2.5, 28,1% das Blogrolls possuem links para outros blogs, fazendo desse o principal destino dos links externos. Os links internos seguem outra lógica. Segundo o gráficos 2.6, 41,4% dos blogs pesquisados que

utilizam esse recurso utilizam links para sites especializados, de forma a contextualizar suas próprias postagens.

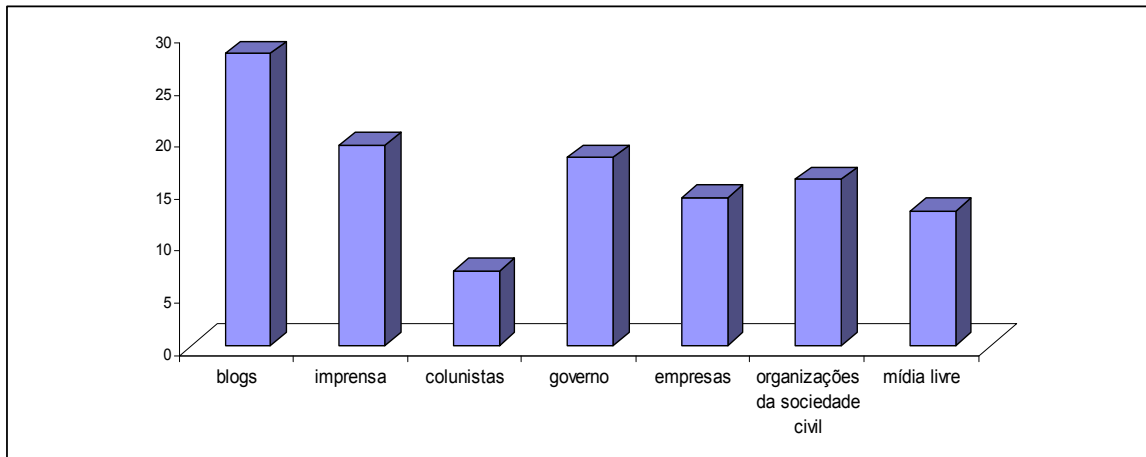


Gráfico 2.5: Direção dos links externos

A constante presença de links para outros blogs representa, entre outras coisas, uma forma de socialização entre os blogueiros. Ao se indicarem em suas Blogrolls, por exemplo, estão concedendo crédito aos seus blogs mutuamente e, desta forma, garantindo leitores para seus próprios *posts*, numa espécie de parceria. Os links nas Blogrolls representam, ainda, aquilo com o qual o blogueiro concorda e recomenda e, portanto, dizem muito a respeito de seu próprio blog. Pressupõe-se que há certa semelhança entre o blog e aqueles os quais recomenda. Assim, cria-se também um perfil para o blogueiro, já que dessa forma estaria apresentando um pouco de seus valores, de sua personalidade, por meio daquilo que gosta de ler e recomenda.

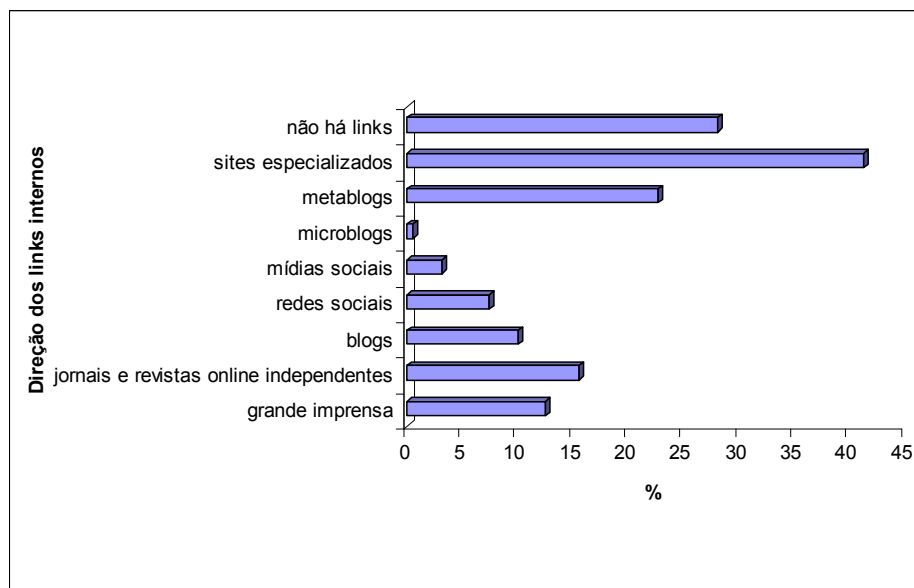


Gráfico 2.6: Direção dos links internos

Em geral, os links internos visam direcionar ou reforçar o conteúdo dos posts em que estão inseridos, ou ainda indicar leituras. A lógica é semelhante com as Blogrolls, mas, nesse caso, há maior liberdade, já que o conteúdo dos links não precisa estar associado, necessariamente, ao posts do blog, mas àquilo com o qual o blogueiro concorda de maneira geral. Há, portanto, um hábito e uma conduta implícitos nos links, mas isso não constitui necessariamente uma regra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise dos dados da pesquisa abordada no artigo, é possível inferir que a produção via blog na região norte ainda é recente. O fato de a maioria deles terem aplicação diária, frequência de postagem mensal, baixo número de coletivos e quase ausência de monetização reforçam essa afirmativa. Apesar do tardio acesso a esta ferramenta de comunicação, o perfil da blogosfera nortista tem características que acompanham a dinâmica de outras blogosferas brasileiras, e o grande número de blogs que possuem blogroll e fazem uso de ferramentas como sindicado e comentário são indicativos desse avanço. Deve-se ressaltar, por fim, que é grande a expectativa de expansão do uso desse dispositivo de comunicação nessa região, porém, é necessária uma maior participação do poder público com iniciativas que contribuam de forma incisiva para a mudança dessa realidade. Em poucas palavras, a jornalista Eliane Brum resume a importância da atuação dos nortistas no mundo dos blogs e os principais desafios enfrentados por eles, como vemos a seguir.

Eles venceram onde projetos de sucessivos governos fracassaram ao longo da história do Brasil. Sem sair de casa, com um computador e uma conexão de internet tão ruim que é conhecida por “cipónet” ou “interlerda”, homens e mulheres de idades variadas vêm conseguindo integrar a Amazônia às demais regiões do Brasil – e ao mundo. Um número cada vez maior de blogueiros tem usado a rede para contar histórias de uma terra que, pela distância, muitas vezes só virava notícia quando era tarde demais. Denunciam desmatamentos, filosofam sobre o cotidiano, fazem literatura, discutem religião, aproximam geografias. Ao botar uma lupa sobre seu quintal, tornam-se cidadãos do mundo. Sua ação transforma o modo de olhar para a Amazônia – e também a forma como a Amazônia olha para as muitas partes de si mesma. (Eliane Brum – Revista Época, 2009)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

BLOOD, Rebecca. **O Livro de Bolso do Weblogue**. Campo das Letras, 2004

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

GILMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2005

KERCKHOVE, Derrick De. Prefácio ao livro **Geração Blogue**, de Giuseppe Granieri (2006).

LESSIG, Lawrence. **Cultura Livre** – como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade. São Paulo: Editora Francis, 2005

MALINI, Fábio. “Por uma Genealogia da Blogosfera: considerações históricas (1997 a 2001)”. In: **Revista Lugar Comum**. Rio de Janeiro: janeiro-maio, n.21-22. Também disponível na internet: <http://fabiomalini.files.wordpress.com/2008/05>

STAELLA, Adolfo. In: FUMERO, A (org). **La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital**. Espanha: Omán Impresores, 2006

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