

Remediações na rede: trajetória evolutiva dos blogs¹

Alberto MARQUES²

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo promover uma reflexão sobre uma tipologia evolutiva dos weblogs: filtro, diário, informativa e profissional. Nesse contexto, propomos uma nova fase, a móvel ou do profissionalismo. Mostramos que, na atual fase, momento em que a morte dos blogs é anunciada, os blogueiros utilizam os sites formadores de redes sociais como estratégia de divulgação dos seus espaços. É o estágio da mobilidade, no qual os dispositivos móveis são utilizados para atualização e acesso.

PALAVRAS-CHAVE: Blogs; blogosfera; genealogia blogueira.

Passados 14 anos do surgimento do termo *weblog*³ (BLOOD, 2000, online; LEMOS, 2002a, 2005; ORIHUELA, 2005, 2007, online), a ferramenta tem sido objeto de diversas pesquisas, a partir dos mais variados aportes teóricos e metodológicos (AMARAL, RECUERO, MONTARDO, 2008; MARLOW, 2005).

Durante sua trajetória evolutiva⁴, os blogs passaram por distintas fases⁵, as quais, segundo Malini e Waichert (2008), podem ser identificadas em quatro momentos distintos:

- a) a fase filtro;
- b) a dos diários pessoais;
- c) a informativa;
- d) a profissional.

Apropriamo-nos da proposta de Malini e Waichert (2008) e ampliamos os momentos, propondo um debate a respeito das fases e estabelecendo uma discussão sob a visão de

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia e membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL). Email: alberto.marques@gmail.com.

³ O termo foi criado por Jorn Barger para se referir ao seu jornal *online RobotWisdom*, que pode ser acessado em: <http://www.robotwisdom.com/>.

⁴ Não há consenso entre os pesquisadores sobre a história evolutiva dos weblogs. Dependendo da obra, a história pode ser contada de forma distinta de outras. Além disso, destaca-se que a proposta não tem a intenção de aliar a evolução com os gêneros dos blogs.

⁵ Esses momentos foram tratados por outros autores (BLOOD, 2000, online; CARVALHO, 2003; LEMOS, 2002a; MALINI, 2008; MARQUES, 2011a), mas a proposta de padronização é de Malini e Waichert (2008).

alguns autores. Além disso, propomos uma quinta fase, que se configura como atual: a fase móvel (MARQUES, 2011a) ou do profissionalismo.

Sugerimos, assim, uma classificação igualmente marcada por fases e na qual se observa um percurso evolutivo com marcos cronológicos estabelecidos a partir do produto, da produção e das formas de disseminação de conteúdo. Esses momentos não são lineares, nem excludentes e podem ser observados, atualmente, como integrantes da cultura dos blogueiros e de seus espaços.

A primeira fase, que ainda é uma das características dos blogs, é a fase filtro⁶ (BLOOD, 2000, online; GRANIERI, 2005; MALINI, 2008; MALINI, WAICHERT, 2008; MARQUES, 2011a). Esse momento, mesmo sendo anterior à criação do termo *weblog*, levou muitos pesquisadores (GRANIERE, 2005; ORIHUELA, 2005) a considerarem *What's New in 92*, a primeira página da web, como o primeiro blog.

Blood (2000, online) explica que, nessa época, existia um conjunto de sites que selecionavam e divulgavam links interessantes na web. “Daí o termo ‘web’ + ‘log’ (arquivo web), que foi usado por Jorn Barger para descrever a atividade de ‘*logging the web*” (AMARAL, RECUERO, MONTARDO, 2008). A partir desse momento, certos costumes e práticas sociais começavam a se formar.

É importante frisar que, nessa primeira fase, os blogs não tinham a aparência conhecida atualmente. Eles “eram simples e básicos, incluíam textos e vínculos hipertextuais ou referências para outros sites (praticamente nada de vídeo ou de áudio).” (PRUDKIN, 2010, p. 128). Apenas um pequeno número de tais páginas existia na web (BLOOD, 2000, online; MARLOW, 2005).

A explicação para esse pequeno número de blogs na rede era a exigência de conhecimento especializado. Uma série de obstáculos técnicos, como a necessidade de conhecimento sobre *HTML*, eram impostos aos cidadãos comuns (ORIHUELA, 2005) e somente os usuários com capacidade para operar o código tinham suas próprias páginas na web (BLOOD, 2000, online).

Na segunda fase, a dos diários pessoais, os blogs começam a servir como bloco de notas pessoais (CARVALHO, 2003; LEMOS, 2002a; MALINI, 2008; MALINI, WAICHERT, 2008; MARQUES, 2011a). Esse momento é concomitante à primeira fase,

⁶ Os blogueiros costumam remeter links, que julgam ter pertinência com o assunto tratado na postagem, para diversos espaços na web.

uma vez que esse tipo de apropriação já podia ser observado no início dos *weblogs* (BLOOD, 2000, online).

Ciberdiários, webdiários ou weblogs são práticas contemporâneas de escrita online, onde usuários comuns escrevem sobre suas vidas privadas, sobre suas áreas de interesses pessoais ou sobre outros aspectos da cultura contemporânea (LEMOS, 2002a, p. 3).

Justin Hall, um dos pioneiros do diário na rede (CARVALHO, 2003), iniciou o seu espaço na internet em janeiro de 1994, aos 21 anos de idade, com *Justin's Links from the Underground*⁷. Os blogs considerados diários são utilizados como espaços “autobiográficos” (AMARAL, RECUERO, MONTARDO, 2008).

Contudo, muitos pesquisadores acham que chamar um blog de diário pessoal é reducionista (NARDI et al, 2004; PRIMO, 2008a). Primo (2008a, p. 122), por exemplo, discorda da ideia de que blogs sejam diários pessoais: “Diários pessoais se voltam para o intrapessoal, têm como destinatário o próprio autor. Blogs, por outro lado, visam ao interpessoal, ao grupal”.

Apesar das diversas críticas e de concordarmos que um blog não deve ser classificado somente como um diário pessoal (principalmente por suas diversas apropriações), entendemos, nesse trabalho, que existem blogs que servem como diários. Esses podem ser entendidos como diários remediados (BOLTER, GRUSIN, 2000)⁸, já que estão na internet e, na maioria dos casos, são abertos para leitura e participam de toda a dinâmica envolvida na cultura blogueira.

Outro conceito que poderia ser aplicado a esse tipo de apropriação é o de midiamorfose (FIDLER, 1997), que preconiza – em linhas gerais – que as novas mídias não surgem de forma espontânea e independente, mas sim de uma metamorfose das velhas mídias.

Lemos⁹ (2002a, p. 2) sugere que “a emergência dessas páginas pessoais está associada a novas possibilidades que as tecnologias do ciberespaço trazem de liberação do polo da emissão”. Para o pesquisador, “a internet serve, assim, como uma forma de escoamento de discursos pessoais que foram há muito tempo inibidos pelos *mass media*” (2002a, p. 4).

⁷ Disponível em <<http://www.links.net>>

⁸ Segundo os pesquisadores, uma nova mídia renova as formas de uma mídia anterior. Nesse processo, as “velhas mídias” (*old media*) são representadas e, em alguns momentos, destacadas pelas novas mídias, recebendo uma nova finalidade, uma nova forma e um novo tipo de acesso.

⁹ Para Lemos (p. 8, in AMARAL, RECUERO, MONTARDO, 2009), “os blogs são, junto com os games, os chats e os softwares sociais, um dos fenômenos mais populares da cibercultura”.

O desenvolvimento de uma tecnologia simplificadora das postagens vai possibilitar a expansão dos blogs e representa o marco de transição para a fase informativa (MALINI, WAICHERT, 2008; MARQUES, 2011a). Foi o aparecimento do primeiro serviço de criação, edição e publicação de blogs, *Pitas*, seguido pelo lançamento do *Blogger*, em 1999 (BLOOD, 2000, online; ORIHUELA, 2005, 2007, online), que possibilitou essa ampliação do uso do formato pós-massivo (LEMOS, 2009). Somente nos primeiros nove meses de funcionamento do serviço, o *Blogger* alcançou a cifra de 40.000 usuários (ORIHUELA, 2007, online).

O desenvolvimento desses serviços tornou o processo de criação dessas páginas mais amigável. Apesar de o *weblog* ser desenvolvido em linguagem *HTML*, o usuário não precisa necessariamente ter conhecimento dos códigos, porque as ferramentas de composição são compostas por *templates* e ícones cognitivos facilmente reconhecidos (SILVA, 2003b).

A fórmula no qual esses serviços se baseiam é 2 em 1: *CMS*¹⁰ mais alojamento gratuito. “É o final dos blogs geridos artesanalmente por editores ‘*What You See Is What You Get*’ (*WYSIWYG*), como *DreamWeaver* e *FrontPage*” (ORIHUELA, 2005, p. 51).

A facilidade de criação das páginas, a simplicidade no uso dos blogs e a gratuidade do serviço estão sempre associadas à popularidade dos blogs entre os usuários da internet (KOMESU et al, 2004; PAZ, 2003; RECUERO, 2003). Orihuela (2005) considera a possibilidade de qualquer pessoa com acesso à internet poder criar um blog e publicar informações na internet uma revolução comparável à provocada pelo aparecimento da imprensa no século XV.

Contudo, outro ponto de destaque na fase informativa está relacionado à popularização dos blogs como ferramentas para a produção de conteúdos, o qual se evidencia com o atentado terrorista ao *World Trade Center*, nos Estados Unidos, em 11 de setembro de 2001 (MALINI, 2008; MALINI, WAICHERT, 2008; MARQUES, 2011a; MUNHOZ, 2005). “Certos *Weblogs* passaram a representar importantes fontes de informação sobre um determinado assunto, muitas vezes divulgando notícias e eventos que não são publicados nas mídias tradicionais.” (MUNHOZ, 2005, p. 81).

O momento é considerado o batismo de fogo do novo meio (ORIHUELA, 2007, online). O atentado serviu para mostrar o poder de cobertura distribuída em testemunhos pessoais. “Ao final de 2001, a população de weblogs, muitos criados depois do 11 de

¹⁰ Content Management Systems ou, em português, Sistema de Gerenciamento de Conteúdo.

setembro 2001, superou os dois milhões”. (ORIHUELA, 2005, p. 51). A partir daí, esses espaços de expressão personalizados passam a ser reconhecidos como informativos.

Nesse acontecimento, jornalistas de toda parte do mundo, agências de notícias e os principais meios de comunicação do mundo, como a *CNN* e o *Washington Post*, colocaram equipes de plantão para acompanhar os blogs, fortalecendo assim uma cadeia informativa, embasando seus noticiários com maiores informações sobre a situação do *WTC*. (MUNHOZ, 2005).

Os *warblogs* (RECUERO, 2003) também foram parcialmente responsáveis por esse reconhecimento. Essa influência se tornou muito mais clara a partir do início da guerra no Iraque. Munhoz (2005) defende que a consolidação dos *weblogs* como instrumento jornalístico se dá em 2003, na invasão do Iraque pelas tropas americanas. Eles passaram a influenciar, segundo Recuero (2003), a maneira através da qual o jornalismo é praticado. Orihuela (2007, online) ressalta que, mais uma vez, o poder dos blogs é apresentado.

A popularização dos blogs começa a ser exposta em números em janeiro de 2002, quando são criados no *Blogger* – na época, o sistema mais utilizado pelos blogueiros do mundo – 41 mil novos blogs (RECUERO, 2003). Lemos (2002a), no mesmo período, estimou a criação de mais de 800 mil *weblogs* no mundo. No Brasil, em 2002, já se falava na cifra de 170.000 usuários de blogs, considerando-se apenas os usuários que tinham seus arquivos em dois sites de oferta de serviço de hospedagem no Brasil (KOMESU et al, 2004).

Falando sobre esse crescimento exponencial dos blogs, Marlow (2004, p. 1) afirma que “o que antes era uma pequena família amadureceu em uma nação florescente de milhões, incluindo subcomunidades imensas em torno de ferramentas como o *LiveJournal* e *Diaryland*”.

Concomitantemente a esse crescimento, serviços especializados em criação, manutenção, desenvolvimento, indexação e mensuração de blogs começaram a ser desenvolvidos. Um deles foi o *Technorati*¹¹, o buscador e indexador de blogs mais conhecido internacionalmente (PRUDKIN, 2010).

¹¹ Os dados publicados no buscador especializado correspondem aos números de blogs indexados pela ferramenta. Diversos autores questionam a veracidade desses números, alguns defendendo que o número de blogs é menor, por causa dos blogs spams e dos blogs que são criados e abandonados. Também existem outros que asseveram existir um número maior de blogs, por causa dos diversos blogs espalhados pelo mundo que não são indexados pela ferramenta, tais como os chineses.

O *Technorati* passou a divulgar relatórios sobre o estado da blogosfera¹², oferecendo dados sobre a dimensão do desenvolvimento dos blogs. O primeiro relatório, apresentado em 2004¹³, mostra que naquele ano foram publicadas cerca de 400 mil postagens a cada dia na blogosfera, o que dava uma média aproximada de 4,6 mensagens por segundo, ou mais de 16.000 mensagens por hora.

No relatório de 2005¹⁴, já eram contabilizados 7,8 mil *weblogs* monitorados no *Technorati*. Esses blogs produziam 937 milhões de links. Esses números representam aproximadamente o dobro do número de *weblogs* identificados em outubro de 2004. Os dados mostram que, de março de 2003 a fevereiro de 2005, o número de *weblogs* dobrou a cada cinco meses.

O relatório de 2005 confirmava que um dos motivos desse crescimento exponencial tem relação com o surgimento de novos serviços de criação de blogs. Nesse período, cerca de 30.000 – 40.000 novos blogs estavam sendo criados a cada dia. Quando comparado ao ano anterior, esse número é mais do que o dobro da taxa de variação em outubro, quando havia em média 15 mil novos blogs criados diariamente. “O notável crescimento nos últimos três meses pode ser atribuído ao aumento das novidades nos serviços tradicionais como o MSN Spaces, e ao aumento da utilização de serviços como Blogger, AOL Journals, e LiveJournal” (SIFRY, 2005, online).

É também no relatório de 2005 que os blogs *A-Listers*¹⁵ são citados e começam a fazer parte dos relatórios subsequentes. A pesquisa faz uma comparação entre a atenção/reputação que os meios de comunicação tradicionais, de massa, recebem e a atenção da audiência com os blogs. Na lista dos 100 mais populares, no terceiro relatório de 2006¹⁶, existiam apenas 12 blogs. Já no quarto, são 22 blogs.

No terceiro ano de publicação do relatório, em 2006, a blogosfera cresceu 60 vezes mais, quando comparada aos primeiros dados apresentados em 2004. Nesse período, um blog era criado a cada segundo de um dia. O *Technorati* estava seguindo mais de 27,2 milhões de blogs.

¹² Inicialmente os relatórios eram divulgados trimestralmente. Em 2007, passaram a ser anuais. Eles podem ser acessados no endereço: <http://technorati.com/state-of-the-blogsphere>.

¹³ Os blogs começam a ser monitorados em 2002 pelo buscador. O relatório de 2005 está disponível em: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000246.html>

¹⁴ Disponível em: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000387.html>. Acesso em: 06 jun. 2010.

¹⁵ Segundo O’Neil (2005) *A-listers* são blogs com autoridade. A mensuração dos blogs é feita a partir do número de links que são direcionados à página. Atualmente o serviço só indexa blogs de língua inglesa. Disponível em: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000419.html>. Acesso em: 22 de out. 2011.

¹⁶ Disponível em: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000443.html>. Acesso em: 22 jun. 2010.

Contudo, apesar do *boom* dos blogs, e dos mais variados usos já nesse período, é com o desenvolvimento de serviços que possibilitam a “inserção de anúncios publicitários nas páginas”, que a quarta fase dos blogs se consolida: a fase profissional (MALINI, WAICHERT, 2008; MARQUES, 2011a). Diversos blogueiros passam a trabalhar profissionalmente com os seus espaços e ficam conhecidos como os *probloggers*¹⁷. Essa fase profissional, como assinalam Malini e Waichert (2008), herda características dos outros momentos.

“Os chamados ‘*probloggers*’, mesmo que não tenham vínculos com uma instituição midiática, devem ser considerados um exemplo de blog profissional.” (PRIMO, 2008a, pp. 125 a 126). O pesquisador mostra que a atividade funciona como empresarial-autônoma, pois os cliques recebidos nas postagens vendidas, assim como as propagandas veiculadas na página, são a forma de sustento desses profissionais.

Uma quinta fase pode ser identificada como a fase móvel (MARQUES, 2011a) ou da profissionalização dos blogs. É nesse momento que os blogueiros usam como estratégia os sites formadores de redes sociais para divulgação dos seus espaços e ampliação das suas audiências. Essa fase também se caracteriza pela proliferação do uso de aparelhos móveis para acesso e utilização. Nesse período, também existe uma alteração no modo de produção de conteúdo, na manutenção dos espaços criados anteriormente e na dinâmica da blogosfera. É o momento em que as rotinas e estratégias de manutenção dos blogs são consideradas consolidadas para seu uso como ferramenta comunicacional.

É nesse contexto, ao final da primeira década do século XXI, com o desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias nômades (*notebooks, palms*, celulares), que os blogueiros seguem em marcha na fase da computação ubíqua, pervasiva e senciente, insistindo na mobilidade¹⁸. Na era da conexão, em que os computadores conectados móveis (CCm) (LEMOS, 2004) servem para a atualização dos mais variados espaços, os blogs estão imbricados com outros espaços/serviços na web.

Esse desenvolvimento foi apontado pelo *Estado da Blogosfera 2010*¹⁹. Segundo Sifry (2010, online), o crescimento significativo do *mobile* é uma tendência importante nesse ano. Os dados mostram que 25% de todos os blogueiros que participaram da pesquisa, naquele

¹⁷ São blogueiros profissionais que recebem pelo seu trabalho.

¹⁸ Lemos (2004) explica que, na primeira fase da micro-informática, nos anos 70-80, surgem os PC (computadores pessoais). Na segunda fase, com a decolagem da internet, surgem os CC (computadores conectados) nos anos 80 e 90. Agora, com o desenvolvimento das tecnologias móveis, o CCm (computadores conectados móveis) estabelece-se com a computação ubíqua sem fio.

¹⁹ Disponível em: < <http://technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogosphere-2010-introduction>>. Acesso em: 22 de out. 2011.

ano, estavam envolvidos em blogs móveis e que 40% dos blogueiros escrevem postagens do seu *smartphone* ou *tablet*. A tendência altera, segundo a pesquisa, a forma como as postagens são feitas, incentivando posts mais curtos e espontâneos.

Como todo o processo evolutivo dos blogs, essa tendência foi se desenvolvendo gradativamente. Ela é captada por Lemos e Novas em 2005: na ‘era da conexão’, os “blogs têm sido ferramentas fundamentais, principalmente agora quando incorporam tecnologias de mobilidade, permitindo a postagem imediata de mensagens através de *palm*s, celulares e obviamente laptops”. (LEMOS, NOVAS, 2005, pp. 35 e 36).

O uso de tecnologias móveis para postar em blogs com bastante agilidade, o chamado *moblogging*, tem feito desse instrumento um dos principais expoentes da era da conexão. Os celulares têm sido usados para enviar textos na hora dos acontecimentos dos fatos (por exemplo, via telefone celular, um texto ou fotos e vídeos podem ser postados em um site de forma instantânea). “Os dados mostram que 25% de todos os blogueiros já estão usando smartphones e tablets para acompanhar e atualizar seus blogs. Desses, 40% dos que postam via mobile acreditam que suas atualizações ganham espontaneidade” (LEMOS, NOVAS, 2005, p. 36).

Já em relação ao entrelaçamento dos blogs com os sites formadores de redes sociais, o relatório de Sifry de 2009²⁰ começou a identificar uma mudança de comportamento dos usuários nesse período. Dos 2.900 blogueiros entrevistados, 73% possuíam conta no *Twitter*. O principal uso do microblog naquele período já era a divulgação de informações dos seus blogs.

Outro dado interessante que a pesquisa de 2009 indica é que 70% dos blogueiros profissionais estão blogando mais, em contraponto aos que têm blog por *hobby*, os quais passaram a utilizar menos a ferramenta. Na amostra dos pesquisados, 72% são de blogueiros não-profissionais.

Em 2010, o relatório de Sifry²¹ apresenta dados mais abrangentes. Ele indica uma convergência dos blogs com outros serviços formadores de redes sociais. Os autores de blogs passaram a utilizar o *Facebook* e o *Twitter* como estratégias para atrair tráfego e ganhar visibilidade. Em média, para alguns blogs com mais de 100 *pageviews*/dia, o serviço de microblog é responsável por 83% da visitação. A pesquisa relata também que 52% dos blogueiros já postam no *Twitter* links para os seus posts.

²⁰ Disponível em: <<http://technorati.com/social-media/feature/state-of-the-blogsphere-2009/>>. Acesso em: 22 jun. 2010.

²¹ Disponível em: <<http://technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogsphere-2010-introduction/>>. Acesso em: 22 jun. 2010.

Já o último relatório, de 2011²², mostra que cada vez mais o uso dos sites formadores de redes sociais online fazem parte da dinâmica dos blogs. Os números indicam que 77% dos blogueiros utilizam o *Twitter* para promover seu blog e 61% usam o *Facebook* para relacionar posts publicados no blog.

Os dados dos diversos relatórios levam a crer que nessa fase existem duas formas de apropriação mais intensas. A primeira está relacionada com postagens mais rápidas e pouco analíticas. Essas são feitas pelos blogueiros que se apropriam da ferramenta como *hobby*. Já a segunda parece estar ligada aos usuários mais reflexivos e profissionais²³, que têm utilizado os blogs de forma mais intensa, por um período mais longo.

O relatório do *Technorati* revela também um acréscimo em investimentos dos blogueiros profissionais, que passaram a blogar por mais tempo. Há entre os blogs profissionais uma simbiose maior com os sites formadores de redes sociais, ao contrário dos blogueiros que se apropriam da ferramenta como *hobby*.

Além disso, através dessas informações e pensando nos aspectos comportamentais das apropriações, percebemos que essas mudanças alteram o volume de comentários nos blogs. A partir de sistemas agregadores de informações, os comentários passam a ser feitos em outros espaços através de atalhos no blog. Isso, apesar do decréscimo dos comentários, leva a um aumento no volume de citações externas em outros espaços.

Outro ponto a se destacar é que esse também é um indicador de que a blogosfera está cada vez mais ligada a outras esferas sociais, “twitteresferas” ou “facebookesferas” (se assim podemos denominá-las), complexificando as dinâmicas existentes entre os usuários de serviços formadores de redes sociais e criando assim uma nova esfera: a “socialsfera”.

Mais um aspecto que merece ser ressaltado nessa fase é o anúncio da morte dos blogs. A revista *Wired*, por exemplo, publicou, em 2008, a matéria “*Twitter, Flickr, Facebook Make Blogs Look So 2004*”. O texto sustentava que parte do sucesso dos blogs estava baseada na facilidade de publicação de conteúdo que a ferramenta apresentou. Com o surgimento de outros serviços mais versáteis, o formato teria caducado.

Já o *The New York Times*, com a matéria “*Blogs Wane as the Young Drift to Sites Like Twitter*”, apresenta dados do *Pew Research Center* que indicam que, entre 2006 e 2009, o número de jovens blogueiros entre 12-17 anos caiu pela metade. O estudo diz que o índice de jovens que utilizava a internet e tinha blog caiu de 28 para 14 por cento nesse

²² Disponível em: <<http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction/>>. Acesso em: 22 jun. 2010.

²³ Nesse caso, consideramos profissionais os *probloggers* e os blogs corporativos.

período. “Ex-blogueiros disseram que estavam muito ocupados para escreverem posts longos e foram desestimulados pela falta de leitores” (KOPYTOFF, 2011, online).

Os argumentos dos que defendem a morte dos blogs estão sempre associados à diminuição do ritmo de crescimento dos blogs e ao surgimento e à popularização dos sites formadores de redes sociais, como *Facebook*, *MySpace* e *Twitter*.

Essa desaceleração no crescimento era indicada no relatório do *Technorati* de 2007²⁴. Nesse relatório, é demonstrado o início da popularização de serviços da web 2.0 (O'REILLY, 2005). O crescimento e a popularização de mídias sociais, como *Flickr* e *YouTube*, já eram anunciados. Sifry (2007, online) também observou uma diminuição de criação de novos espaços, do número de postagens diárias e de comentários nos blogs.

A mesma tendência de desaceleração de crescimento da blogosfera continua no relatório de 2008²⁵. O texto apresenta as opiniões de blogueiros de 66 países, tratando o tema como um fenômeno verdadeiramente global. Na época, 133 milhões de blogs foram indexados pelo buscador.

Contudo, um ponto do relatório de 2007 merece destaque: os dados mostravam o amadurecimento dos blogs para o uso corporativo e profissional. Tal ideia também é embasada pelo crescimento do uso corporativo dos blogs, evidenciado por dados consistentes sobre a adoção dos blogs pelas instituições: “Por exemplo, informações não apresentadas em nossos dados, mas reveladas em nossos testes no 1º trimestre de 2007, indicam que o público está cada vez menos capaz de distinguir um blog do, digamos, *nytimes.com* [...]” (SIFRY, 2007, online). Esse é o primeiro sinal, de acordo com o relatório, do amadurecimento dos blogs.

Ao se referir ao relatório de 2009²⁶, Oikawa (2011) diz que os dados mostram um cenário diferente dos que anunciavam a derrocada da blogosfera, apontando para o crescimento da influência sobre temas como negócio e política. Esse amadurecimento dos blogs é destacado ano a ano pelos números do *Estado da Blogosfera*, tanto no sentido de reputação em comparação aos meios de comunicação de massa, como na adoção do formato pelas empresas.

²⁴ Disponível em: <<http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>>. Acesso em: 22 de out. 2011

²⁵ Disponível em: <http://www.sifry.com/alerts/archives/2008/09/technoratis_sta.html>. Acesso em: 22 jun. 2008.

²⁶ Disponível em: <<http://technorati.com/social-media/feature/state-of-the-blogosphere-2009/>>. Acesso em: 22 jun. 2010.

Além disso, uma pesquisa *do Pew Research Center*²⁷, apresentada pelo *The New York Times*, mostra também que, entre os usuários de internet com mais de 18 anos, a prática de blogar subiu de 11% para 14% no mesmo período.

Entre os defensores dos blogs e da manutenção do formato, os argumentos são condizentes também com as pesquisas. Há quem acredite que “um sinal de triunfo de uma prática é quando sua morte é anunciada” (DEAN, 2010, p. 33).

Atualmente, o pesquisador André Lemos acredita que eles cumprem um papel de analisar em profundidade e refletir sobre os temas que se propõem a abordar²⁸. Seguindo essa tendência, Derrick De Kerckhove assinala que os blogs são “[...] a entidade mais madura da web” (in GRANIERI, 2005, p. 8).

Já Scott Rosenberg²⁹, autor do livro *Say Everything*, que fala sobre os rumos da blogosfera, afirma que os blogs servem como uma esfera pública para expressar ideias. É um local no qual as pessoas exercem sua criatividade e autoexpressão. Para o autor, a chegada do *Twitter* é positiva. “Eu vejo isso como uma coisa boa. Está redefinindo os blogs como uma saída para coisas que você não pode dizer em 140 caracteres. E, ironicamente, está tornando mais substancial escrever em blog” (ROSENBERG, 2008, online). Rosenberg diz que, há pouco tempo, o blog foi descartado como trivial e mundano e cheio de mensagens sobre o que você estava comendo no almoço. Para o pesquisador, os blogs “são uma forma madura e estabelecida, e as pessoas que escrevem na web continuarão a achá-los úteis” (ROSENBERG, 2008, online).

Em sua tese doutoral, Prudkin (2010) defende que os blogs não desaparecerão pelo fato de diversos usuários terem migrado para outros sites formadores de redes sociais. O autor compartilha a ideia de que os blogs seguirão existindo em um plano mais complexo, em que há:

[...] o emprego integrado de diferentes ferramentas comunicacionais (blogs, fotoblogs, Twitter, Facebook, Orkut, etc). Por essa razão, intuimos que pode ser factível a conformação, em curto prazo, de novos formatos comunicacionais “híbridos”. O emprego combinado de tais tecnologias poderá ser maior ou menor na medida em que tais ferramentas tecnológicas cumpram e satisfaçam a cada uma das diferentes intencionalidades comunicativas, expressivas e relacionais dos seus usuários (PRUDKIN, 2010, p. 137).

²⁷ Disponível em: < <http://pewinternet.org/Reports/2010/Generations-2010/Trends/Blogging.aspx>>. Acesso em: 16 de jun 2011.

²⁸ O pensamento foi exposto em seu blog, *Carnet de Notes*, ao analisar a evolução do seu espaço. A postagem pode ser lida em: <http://andrelemos.info/2011/03/carnet-de-notes-10-anos/>

²⁹ Em entrevista concedida pelo pesquisador à revista *Time*. Disponível em: <<http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1912249,00.html>>. Acesso em: 16 de jun 2011.

Dean (2010) utiliza a psicologia lacaniana para explicar a permanência dos blogs. Segundo o pesquisador, existem dois tipos de morte: a simbólica e a biológica. Seguindo essa lógica, o autor defende que a prática blogueira continuará existindo mesmo depois de anunciada a sua morte, que, nesse caso, é simbólica. “Apanhado nos circuitos de capitalismo comunicativo do qual surgiu, persistem, seja na forma de splogs totalmente automatizados, os restos de postagens anteriores escavados e rankeados pelo Google, ou de nossa compulsão para sermos vistos” (DEAN, 2010, p. 60).

Considerações Finais

Partindo de uma dificuldade como docente e da constatação de que eram mínimos os trabalhos acadêmicos que sistematizavam e refletiam sobre o processo evolutivo dos blogs, ampliamos e discutimos uma proposta genealógica dos blogs em quatro fases. Além disso, propusemos uma quinta fase evolutiva dos espaços: a móvel ou do profissionalismo.

A proposta da quinta fase surge justamente da reflexão a partir de leitura de relatórios, principalmente *O Estado da Blogosfera*, de textos em jornais, da revisão bibliográfica e de nossa própria experiência como blogueiro. Durante esse percurso, ficou evidente que os blogs estavam passando por um novo momento e que novas dinâmicas estavam em ação.

É perceptível que os blogs estão entrelaçados com outros espaços de sociabilidade na rede, tais como *Twitter* e *Facebook*. Nota-se que existe um processo de descentralização dos blogs como espaços de referência, abrindo-se novos espaços, como extensões dos blogs, para divulgação de conteúdo ou mesmo ampliação da audiência.

Os acessos e as referências continuam fazendo parte das dinâmicas dos blogs, mas eles passam a ser feitos em outros locais na rede. *Linkedin*, *Instagram*, *Bing*, *Flickr* são apenas alguns dos serviços que estão sendo utilizados para divulgação e que têm ‘dialogado’ com os blogs.

Essa alteração acaba impactando a estrutura da blogosfera, que passa a se comunicar de forma pós-massiva com outros espaços, e dá mais substância, concretude, à ideia inicial da internet que é a da formação da ‘grande rede’. Defendemos que os blogs são os massificadores dessa cultura de remissão de links, o que causa essa polifonia (ou cacofonia, a depender do ângulo de observação) enriquecedora da rede.

Gostaríamos de deixar claro também que, diferentemente do que afirmaram e continuam sustentando algumas publicações especializadas ou de massa, os blogs não estão

mortos. Eles seguem ativos, produzindo conteúdos mais elaborados e reflexivos. Marcham ativos, funcionando concomitantemente com outros blogs menos reflexivos que têm o mesmo teor inicial das primeiras apropriações, funcionando como diários ou filtros.

Há indícios também de que, pela melhoria na velocidade das conexões na rede e pelo surgimento dos serviços e aplicativos diversificados que possibilitam usar os mais variados formatos midiáticos, os conteúdos dos blogs são e tendem a ser cada vez mais multimidiáticos e com narrativas cada vez mais diversificadas.

Com essas observações feitas, sugerimos, como pesquisas futuras, um aprofundamento dos usos dos blogs e das redes sociais. Existem apropriações uniformes? Nesse cenário de mídias sociais, os blogs têm sido apropriados com os mesmos fins?

Já quando se fala em interação com as mídias sociais *online*, blogueiros realmente as têm utilizado para divulgação dos seus espaços? Este trabalho indica que esse tipo de apropriação existe, mas como a avaliação desse aspecto não estava incluída em nossos objetivos, trabalhos específicos direcionados a esse tipo de questionamento teriam que ser desenvolvidos para avaliar a situação real de interação entre esses segmentos de mídia e aprofundar a temática do funcionamento da ecologia midiática na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S.. Blogs: Mapeando um objeto. In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 6, 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UFF, 2008. p. 1-15.

_____. (Org.) **Blogs.com**: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento, 2009.

BLOOD, Rebecca. **Weblogs**: a history and perspective. 2000. Disponível em: <http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html>. Acesso em: 13 nov. 2010.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation**: understanding new media. Cambridge: MIT Press, 2000.

CARVALHO, Rosa Meire. **Diários íntimos na era digital**: diários públicos, mundos privados. 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-rosa-meire-diarior-publicos-mundos-privados.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2010.

DEAN, Jodi. **Blog theory**: feedback and capture in the circuits of drive. MA: Polity Press, 2010.

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis**: understanding new media. Califórnia: Pine Forge Press, 1997.

GRANIERI, Giuseppe. **Blog generation**. Roma: Laterza&Figli Spa, 2005.

KOMESU, F. [et al.]. Blogs e as práticas de escrita sobre si na Internet. In.: MARCUSHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos dos Santos. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção do sentido**. v. 1. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004. p. 110-119.

LEMOS, André. A arte da vida: diários pessoais e webcams na internet. In.: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., 2002a, Salvador. **Anais...** Salvador: Intercom, 2002a,. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/handle/1904/18835>>. Acesso em: 01 out. 2007.

_____. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002b.

_____. Cibercultura e Mobilidade., Lemos, André (org)., Comunicaciones Móviles, in **Razón y Palabra**, n. 41, Octubre/Noviembre 2004. México.

_____. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. In.: In.: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Intercom, 2005.

_____. Nova esfera conversational. In: KÜNSCH, Dimas A. et al. **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2009. p. 9-30.

LEMOS, André; NOVAS, Lorena. Cibercultura e Tsunamis: tecnologias de comunicação móvel, blogs e mobilização social. **Revista Famecos**, n. 26, 2005. p. 29-40.

MALINI, Fábio. Por uma genealogia da blogosfera: considerações históricas (1997 a 2001). 2008. **Revista Lugar Comum**. Rio de Janeiro, n.21–22, jan./maio, 2008. Disponível em: <http://fabiomalini.files.wordpress.com/2008/05/modeloinovcom_sudeste-fabiomalini-com-referencias.pdf>. Acesso em: 13 jun. de 2011.

MALINI, Fábio. WAICHERT, Thalles. O blog como linguagem informativa: a atuação profissional de blogueiros e os novos conflitos na cultura. In.: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Intercom, 2008.

MARLOW, Cameron. Audience, structure and authority in the weblog community. **International communication association conference**. 2004. Disponível em: <<http://www.researchmethods.org/ICA2004.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2011.

_____. Investment and attention in the weblog community. **Proceedings of AAAI symposium on computation approaches to analyzing weblogs**. Stanford: AAAI Press, 2005.

MARQUES, Alberto.. Mobilidade blogueira: trajetória evolutiva dos blogs. In.: SEMINÁRIO MÍDIA E CULTURA, 3., 2011, Goiânia **Anais...** Goiânia: 2011a.

_____. Mobilidade socializante blogueira: trajetória evolutiva dos blogs. In.: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DA COMUNICAÇÃO - mídias locativas e transmídia: de que meios estamos falando?, v. 1, 11., 2011, Porto Alegre **Anais...** Porto Alegre: Edipucrs, 2011b. p. 180.

MUNHOZ, Paulo. **Fotojornalismo, internet e participação: os usos da fotografia em Weblogs e veículos de pauta aberta**. 2005. 165 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/2005_munhoz_dissertacao.doc>. Acesso em: 12 set. 2010.

NARDI, Bonnie A.; [et al.]. Why we blog. **Communications of the ACM**, 47 (12), 2004. p. 41-46.

OIKAWA, Erika. **Dinâmica relacional em blogs pessoais auto-reflexivos**. 2011. 204 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/30221>>. Acesso em: 23 jan. 2011.

O'NEIL, Mathieu. Weblogs and authority. **Blog talk Down under**. 2005. p. 19-22. Disponível em: <http://works.bepress.com/mathieu_oneil/12>. Acesso em: 12 set. 2010.

O'REILLY, Timothy. **What is web 2.0**: design patterns and business models for the next generation of software. 2005. Disponível em: <<http://oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 22 ago. 2019.

ORIHUELA, José Luis. Weblogs y Blogosfera: el medio y La comunidad. In: **Blogs**: la conversación em Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos. Madrid: ESIC, 2005. p. 13-48.

_____. Los 'weblogs' cumplendiezaños de agitación. **ElPaís.com**, 2007. Disponível em <http://www.elpais.com/articulo/ocio/weblogs/cumplen/anos/agitacion/elpeuteccib/20070118elpcboci_1/Tes>. Acesso em: 03 set. 2009.

PRIMO, Alex. Os blogs não são diários pessoais online: matriz para a tipificação da blogosfera. **Revista FAMECOS**, v. 36, 2008a. p. 122-128.

PRUDKIN, Gonzalo. **Blogs futebolísticos no Brasil e na Argentina**: a blogosfera com extensão do jornalismo e dos estádios. 2010.336 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.

RECUERO, Raquel. Warblogs: os weblogs, o jornalismo online e a guerra no Iraque. **Verso e Reverso**, São Leopoldo-RS, n. 37, 2003. p. 57-76.

SILVA, Jan Alyne Barbosa. Weblogs: múltiplas utilizações, um conceito. In.: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., 2003, Belo Horizonte - MG **Anais...** Belo Horizonte - MG, 2003.