

O *blog* no processo de formação da opinião: análise do *Blog do Sakamoto*¹

João Carlos MACHADO²

Flávia Martins dos SANTOS³

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo

No ciberespaço, muitas informações são transmitidas a muitos indivíduos por meio da internet. Tais informações podem exercer papel fundamental para que os usuários se posicionem frente a temas relevantes para a sociedade. Por isso, é interessante questionar até que ponto os veículos que as transmitem podem influenciar a opinião dos internautas. Focando-se no estudo de um *blog* em específico, o *Blog do Sakamoto*, este trabalho pretende avaliar esse questionamento através de pesquisas bibliográficas e pesquisa quantitativa, avaliando as interações envolvendo um *blog* que expõe temas cotidianos e que geram, de certa forma, discussão no espaço virtual. A pesquisa bibliográfica é importante, pois esclarece conceitos essenciais ao entendimento do tema e a pesquisa quantitativa auxilia na mensuração de dados e pode comprovar ou estabelecer novos dados a respeito do objeto pesquisado.

Palavras-chave: análise de conteúdo; *blogs*; ciberespaço; formação da opinião, informação.

Introdução

“O homem é, por natureza, um ser social”. Esta célebre constatação de Aristóteles demonstra que o caráter de interação do ser humano é antigo, vigora até hoje e, dificilmente, deixará de existir. Contudo, as formas com que as interações são colocadas em prática vêm mudando ano após ano e isso é percebido, principalmente, com o advento de novas tecnologias.

Hoje, a comunicação no espaço virtual está disseminada em grande parte do globo e as formas de interações entre as pessoas ganham novos formatos. Um grande exemplo de socialização *online*, bastante difundido, é o *blog*, nome dado ao termo proveniente da expressão inglesa “*web log*”.

Os *blogs* são veículos de publicação digital, comumente associados à ideia de diários virtuais, nos quais um ou mais autores publicam textos, geralmente sobre uma temática específica, em ordem cronológica inversa e de forma frequente (ZAGO, 2008, p. 2).

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante recém-graduado do Curso de Relações Públicas da UFG-GO, email: jcm.joaocarlos@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Mestre em comunicação. Professora do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás, email: flaviamartins21@gmail.com

Tal formato inicial desse recurso na internet ainda prevalece, mas os *blogs* passaram a ter novos formatos, adaptando-se a um propósito, segmento e finalidade. Passaram a ser páginas especializadas em determinado assunto, levando não só informações da vida pessoal de quem administra a página virtual, mas também informações diversas e relevantes acerca do mundo aos usuários da rede e mantendo a interação já existente anteriormente, mas de forma mais abrangente, principalmente com a conexão entre o *blog* e as diversas páginas de redes sociais que surgiram e continuam surgindo hoje em dia.

Por ser um meio que transmite informações a um grande número de pessoas, o *blog* pode se tornar um mecanismo de formação de opinião eficiente, em que o administrador expõe seu ponto de vista sobre algo ou faz um recorte de alguma informação, disseminando-a em seu espaço virtual. Fenômenos como esse são significativos em meio à sociedade, pois o reflexo de interações sociais e as possíveis opiniões formadas através delas podem trazer alterações na estrutural social. Por isso, estudos nesse campo da comunicação (relativamente recente) fazem-se necessários, além de serem foco da análise deste trabalho.

Até que ponto as informações veiculadas em *blogs* influenciam a opinião do usuário sobre determinado assunto? Para ajudar a responder essa pergunta, este trabalho tomou como objeto de análise o *Blog* do Sakamoto e, através de dados e fontes coletados, tanto de usuários como do administrador do *blog*, foi elaborada uma análise sobre informação, formação de opinião e sociabilidade, levando em consideração os estudos referentes à cibercultura.

Compondo este estudo, foram abordadas questões como interação entre usuários da rede e o *blog*; a importância do *blog* como fonte de informação; a forma como o *blog* transmite as informações ao usuário; a receptividade deste em relação ao conteúdo do *website* em questão e, por fim, a influência da informação transmitida através do *blog* sobre o internauta.

Como se trata, em partes, do relacionamento de um administrador de um conteúdo *online* com seus públicos, a pesquisa pode contribuir com o campo de relações públicas. O relacionamento *online* acontece com maior frequência a cada dia que passa e algumas empresas trabalham com o formato de *blog* para se aproximarem mais de seus públicos ou como uma forma de começarem a divulgar algum trabalho, visando ganhar destaque de alguma forma e de maneira prática e acessível. Além disso, a forma como os usuários reagem ao conteúdo *online* pode interferir em ações e atitudes que refletem nos demais meios de comunicação e na própria sociedade, algo de relevância nesta atual fase em que vivemos, denominada pós-modernidade.

Com o crescente número de pessoas que acessam o ciberespaço, muitas buscam informações através de *blogs* especializados em determinado segmento para se informarem através da opinião de terceiros, os quais não são colocados de forma tão distante do público como acontece com as celebridades em muitos dos casos, por exemplo. Tendo em vista a crescente interação do usuário na rede, faz-se relevante o estudo de como o *blog* transmite a informação ao internauta e como a formação da opinião deste se dá nesse processo.

2 A informação no contexto das relações humanas

Vivemos em uma época na qual a informação se tornou uma ferramenta imprescindível para o desenvolvimento pessoal e profissional de cada indivíduo e da sociedade como um todo. Se antes havia a valorização da mão de obra braçal em primeiro lugar na realização de um trabalho, hoje, o que ganha importância é a detenção da informação e a melhor maneira de transmiti-la.

Segundo Wiener (1960 *apud* MCGARRY, 1999 p. 3), a “informação é o termo que designa o conteúdo daquilo que permutamos com o mundo exterior ao ajustar-nos a ele, e que faz com que nosso ajustamento seja nele percebido. Viver de fato é viver com informação”. Analisando tal definição, percebe-se que Wiener coloca a informação como saber que possuímos e que disseminamos a outras pessoas na sociedade à medida que nos encaixamos nela. Nesse sentido, não basta ter conhecimento a respeito de algo, como é preciso compartilhá-lo e fazer com que sejamos percebidos por deter tal conhecimento.

Mesmo antes do surgimento dos meios de comunicação de massa, a informação já circulava por meio da fala e da escrita. Grandes evoluções nos processos de comunicação garantiram a disseminação de mensagens de dimensões locais até globais, por meio do aprimoramento de meios como o correio, por exemplo, que ganhou uma versão eletrônica: o *e-mail*.

Apesar de todo o desenvolvimento tecnológico no que diz respeito à circulação da informação, é preciso que, primeiramente, as pessoas queiram passar essa informação adiante, ou seja, fazendo-a circular. Além disso, é preciso também que o indivíduo não só tenha acesso à informação, mas se interesse por ela e em decodificá-la (DAVENPORT, 1998).

A circulação da informação, cada dia mais intensa, proporciona o contato de mais pessoas com os acontecimentos que as cercam e também com aqueles fatos que culminam a quilômetros de distância. Toda essa conectividade é fundamental para que se entenda o surgimento e formação de uma força que não pode ser ignorada atualmente: a opinião pública.

3 Para entender a formação da opinião pública

De acordo com Andrade (2003), a opinião pública não é unânime, ou seja, nem todos os indivíduos que formam o público compartilham da mesma opinião. Isso se confirma quando analisada a formação do público, que deve contar com controvérsias. A opinião pública não significa, necessariamente, a opinião da maioria e, mesmo que não seja, possui poder de influência muito grande sobre o que alguns autores chamam de “massa”.

Tal fenômeno é resultado de uma série de fatores que contribuem para sua formação e estão relacionados a áreas complexas. Augras (1970) apresenta o processo de formação da opinião considerando ao menos três fatores principais: sociológico, histórico e psicológico. Para a autora é preciso analisar a formação da opinião no âmbito sociológico colocando-a em um contexto. Esse contexto estaria ligado ao campo econômico, ecológico e de grupo. O fator histórico diz respeito aos fatos que acontecem localmente e globalmente e que mobilizam a sociedade de alguma forma. Já o psicológico se refere às representações coletivas e aos estereótipos.

Valendo-se desse contexto, tem-se os formadores de opinião, sejam eles vistos como celebridades ou não, os quais possuem um papel relevante na construção de discussões importantes que podem contribuir com os rumos de alguma decisão que interfira na sociedade. Entretanto, não são só os formadores de opinião em si detêm papel de destaque nas discussões presenciadas no universo virtual. O próprio espaço virtual e a sociabilidade online exercem forte influência na construção de opiniões e discussões que interferem na vida cotidiana. Se as relações entre público, mídia e formadores de opinião está cada vez mais interativa, isso se deve justamente a essa maior sociabilidade no ciberespaço.

4 Cibercultura: vivendo em rede

A vivência do virtual é crescente e percebe-se exemplos variados de situações em que tecnologias são usadas para suprir as necessidades humanas cotidianas como, por exemplo, pagamentos de contas *online*. Tais ações são possíveis graças ao ingresso dos indivíduos no espaço virtual e proporcionam contato com outras pessoas ou instituições por meio da tecnologia *online*.

Para Lévy (1999) a cibercultura representa uma universalidade sem totalidade. A universalidade está ligada à presença virtual da humanidade para si mesma, enquanto a totalidade é vista como “unidade estabilizada”, mecânica. As diversas conexões possíveis no espaço virtual e a forma como as relações sociais se estabelecem nesse meio são

características da cibercultura. Além disso, seu caráter de universalidade não anula sua dinamicidade. “Longe de ser uma subcultura dos fanáticos pela rede, a cibercultura expressa uma mutação fundamental da própria essência da cultura” (LÉVY, 1999, p. 247).

Uma das características mais importantes presente na cibercultura é a forma como os indivíduos podem se expressar ou transmitir informações utilizando as tecnologias e a conexão em rede para facilitar esse processo. Os meios de comunicação atuais possibilitam que usuários criem e divulguem suas próprias páginas e veiculem informações diversas, compartilhadas a um grande número de pessoas.

Os *blogs*, nesse contexto de convergência midiática, podem abrigar conteúdos variados, sendo de caráter pessoal ou não. Algumas páginas criadas acabam se especializando em determinado tipo de assunto. Primo (2008), em estudo realizado sobre características e conteúdo de *blogs*, montou uma classificação para as páginas analisadas. Segundo o autor, os *blogs* podem ser classificados em profissionais, pessoais, grupais e organizacionais. Esta é uma divisão quanto ao tipo de *blog*, podendo ser subdividido em gêneros que variam, sendo estes: auto-reflexivo, informativo interno, informativo e reflexivo.

5 Metodologia

Este trabalho foi realizado, em primeiro momento, através de pesquisa bibliográfica, capaz de reunir conceitos e referências a respeito de termos importantes para a compreensão do estudo sobre *blogs* e ciberespaço. Graças à pesquisa bibliográfica, o trabalho pode ser orientado de forma clara para que se entenda os resultados obtidos.

Outro método utilizado foi a Análise de Conteúdo, baseada nos estudos de Bardin (1977) e Fonseca Júnior (2005), com objetivo de analisar até que ponto o *Blog* do Sakamoto contribui para disseminação da informação e formação da opinião dos usuários no ciberespaço. Essa metodologia foi aplicada em conteúdos publicados no período de 1º de outubro de 2013 a 31 de março de 2014.

Através do método em questão é possível avaliar qual o teor do texto publicado no *blog*, se crítico ou irônico, por exemplo, e inferir a respeito das intenções do autor. Além disso, foi através dessa análise que temáticas principais do *blog* foram colocadas em destaque, o que ajudou a entender os assuntos que geram mais polêmica entre os internautas e os termos que mais chamam a atenção nos textos.

O método de pesquisa também foi constituído de observação não-participante que, segundo Lakatos e Marconi (1996), é enquadrado como uma técnica de coleta de dados e

através dela foi possível observar e analisar as discussões que se estabelecem nos comentários de cada postagem do *blog* em questão. Ainda, realizou-se uma pesquisa quantitativa com alguns leitores da página, aplicando-se questionário previamente formulado.

6 Análise de dados da pesquisa

6.1 Um olhar sobre o *Blog* do Sakamoto

O *Blog* do Sakamoto teve sua primeira publicação no dia 24 de novembro de 2006, quando ainda era hospedado fora do portal que hoje o divulga (UOL). Desde a primeira postagem já recebe comentários de leitores. Trata-se de um *blog* com uma quantidade considerável de conteúdo divulgado e que tem grande repercussão até o presente momento.

O autor é jornalista e direciona seu *blog* a assuntos atuais e que, muitas vezes, ganham destaque tanto nas mídias convencionais como na internet. Os temas tratados são voltados para uma análise crítica e que levam os leitores a refletirem sobre o assunto abordado. As publicações trazem abordagens que dizem respeito aos direitos humanos, política, cotidiano, violência, sociedade, entre outros. Acredita-se que os assuntos geram discussão devido à grande quantidade de leitores com diferentes pontos de vista manifestando-se através de comentários no próprio *blog* do jornalista.

Quanto às características de *layout*, o *blog* possui um formato simples e funcional, permitindo ao leitor encontrar de maneira rápida e fácil o acesso a outras postagens, aos comentários de cada publicação e espaços para deixar opinião. Isso mostra que a preocupação do *blog* está, principalmente, em seu conteúdo, que é formado por textos bem trabalhados e com uma linguagem rica. Além disso, é hospedado por um grande portal da internet brasileira, o Universo Online (UOL), o que faz com que a página siga um padrão do *website*.

Figura 1 – Visão geral do *Blog* do Sakamoto



The screenshot shows the header of the 'BLOG DO SAKAMOTO' website. The main article title is 'Organizadora do “Eu não mereço ser estuprada” recebe ameaças de estupro' with 370 comments. The author is Leonardo Sakamoto, dated 29/03/2014 at 10:23. The article text discusses a campaign by Nana Queiroz (28) in response to a study by the Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, which found that 26% of the population agrees with or partially agrees that women who wear revealing clothing deserve to be assaulted, and 58.5% agree with or partially agree that if women behaved properly, there would be fewer assaults. The article also mentions that the campaign asked women to photograph themselves from the waist up, with or without bras, to affirm their bodies and circulate these images on social media.

Fonte: <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2014/03/29/organizadora-do-eu-nao-mereco-ser-estuprada-recebe-ameacas-de-estupro/>

A mensagem transmitida em forma de texto é predominante no *blog*. Ilustrações e demais imagens não são muito comuns. Além da foto do autor em sua descrição pessoal, é comum que as postagens tenham apenas uma foto ou mesmo nenhuma. As publicações que dão mais ênfase à imagem ao texto são raras, mais uma vez contribuindo para que o foco seja o conteúdo escrito e os temas abordados.

Usando a matriz para tipificação de *blogs* desenvolvida por Primo (2008), pode-se classificar o *Blog* do Sakamoto como sendo do tipo profissional reflexivo. Trata-se de um *blog* individual e marcado pelas críticas e pontos de vista de um autor especializado nos assuntos que geralmente aborda, expondo uma visão de jornalista e de profissional que atua na defesa dos direitos humanos.

6.2 Aplicação da análise de conteúdo

A análise de conteúdo, inicialmente, foi aplicada nos textos do *Blog do Sakamoto* dentro do período de 1º de outubro de 2013 a 31 de março de 2014. Posteriormente, aplicou-se esse método nos comentários dos leitores sobre o conteúdo publicado e também na opinião dos leitores sobre o *blog*.

Quantificação de comentários para avaliação da repercussão dos assuntos, quantidade de comentários favoráveis e desfavoráveis, termos que caracterizam as opiniões dos leitores e

termos que caracterizam o posicionamento do autor são alguns elementos importantes para se fazer o estudo da formação da opinião na internet. Todos esses elementos são conseguidos com a aplicação da análise de conteúdo.

6.2.1 Analisando os textos publicados no *blog*

Para análise das postagens, as publicações selecionadas foram lidas, interpretadas e categorizadas em assuntos focados pelo autor. Termos recorrentes foram marcados de forma a demonstrar porque a publicação foi enquadrada em determinada categoria, que ficaram divididas em: direitos humanos, economia, educação, mídia, política, religião e sociedade. Tais termos são colocados por Bardin (1977) como unidades de registro.

Por exemplo, para classificar uma publicação como sendo sobre direitos humanos, percebeu-se a temática do assunto como um todo, além de expressões como “condições análogas às de escravo”, “feminismo”, “Comissão de Direitos Humanos”, “dignidade”, que são expressões que fazem referência ao assunto.

A porcentagem dos temas identificados nas publicações do *blog* compõe as seguintes proporções: das 171 postagens, 48% delas se referem a direitos humanos, 23% a sociedade, 15% trata de mídia, 7% se refere a política, 4% a religião, 2% a educação e 1% a economia.

6.2.2 A expressão dos internautas

Para classificar o teor de cada comentário, se favoráveis ou desfavoráveis ao posicionamento do autor, exposto na publicação, foram analisados termos que caracterizam a opinião de cada leitor. Em comentários negativos, expressões de ressalvas, como “mas” e “porém” foram marcadas. Além destas, expressões como “idiotice”, “mentira” e “censura” foram caracterizadas como negativas em seus devidos contextos e em relação ao que o autor do *blog* expôs. A classificação de comentários favoráveis ao que o autor publicou se deu pelo mesmo método de análise de termos que caracterizam o que os leitores enviaram.

Os comentários muito irônicos, com expressões ambíguas, não puderam ser classificados com base nos termos que caracterizam pelo teor da figura de linguagem expressada. Portanto, a classificação foi feita pelo contexto da opinião exposta.

6.2.3 O conteúdo das publicações

O tema que mais chamou atenção dos internautas no período delimitado foi de direitos humanos. Isso pode ser constatado com o grande número de comentários enviados ao artigo

intitulado “Organizadora do ‘Eu não mereço ser estuprada’ recebe ameaças de estupro”, que conta com 370 comentários. Outra categoria de análise que recebeu muitos comentários foi a de mídia. O texto “Marco Civil: se disserem que a lei é para censurar e espionar, não acredite”, por exemplo, apresenta 164 opiniões de leitores publicadas.

Quando os temas perpassam direitos humanos, o autor se posiciona de forma a criticar comportamentos que caracterizam injustiças sociais e preconceitos. Na publicação mencionada no parágrafo anterior e referente a esse tema, por exemplo, o machismo e todos aqueles que reafirmam essa forma de comportamento são muito criticados.

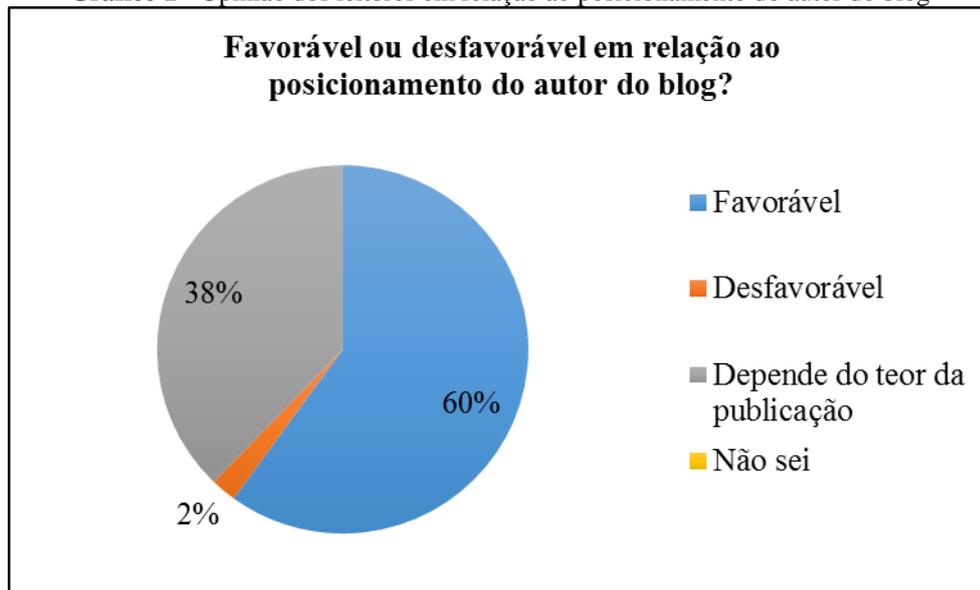
Em relação ao assunto do Marco Civil, retratado algumas vezes durante o período de estudo desta pesquisa, o autor se mostrou favorável à medida e expôs o porquê, mostrando que acredita ser necessária uma regulamentação nos serviços de internet e leis que protejam os usuários.

Todas essas informações divulgadas, aliadas ao posicionamento do autor, remetem ao que Lemos (2009) chama de “segunda lei da cibercultura”, a qual se caracteriza pela publicação de informações no ciberespaço sem passar pela edição de mídias convencionais, como televisão e rádio por exemplo. O autor do *blog* expõe o que acredita de forma aparentemente independente, já que são textos que caracterizam sua opinião.

6.3 A interação dos leitores com o *blog*

Alguns leitores foram questionados sobre o que pensam e como veem as ideias expostas no *blog*. Em relação ao posicionamento do autor, a maioria dos leitores se considera favorável ao seu posicionamento, correspondendo a uma parcela de 60% das 45 respostas obtidas. Outra parte dos leitores demonstrou um posicionamento mais ponderado, sendo favorável ou não ao que o jornalista publica, dependendo do conteúdo abordado. Tal parte corresponde a 38% dos leitores. Apenas um dos entrevistados se posicionou de forma desfavorável ao que o autor publica em seu *blog*, marcando 2% do total de respostas.

Gráfico 1 - Opinião dos leitores em relação ao posicionamento do autor do blog

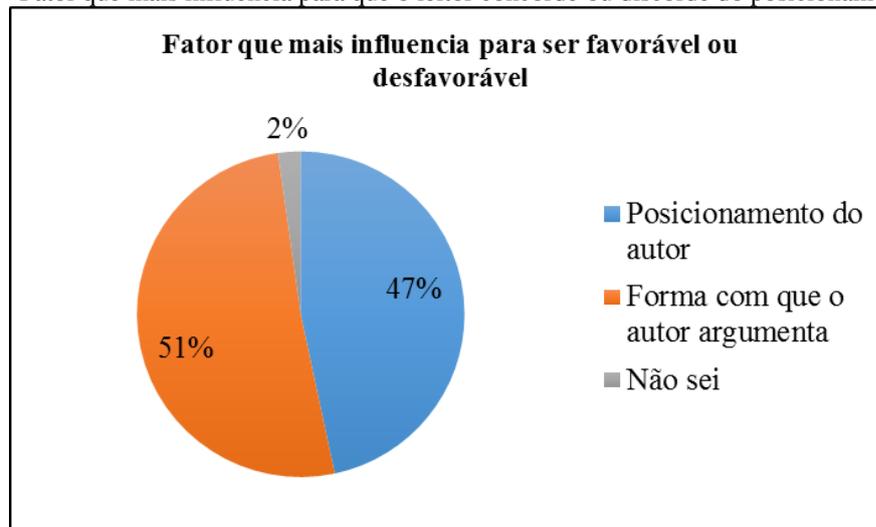


Fonte: Dados da pesquisa

Como muitos leitores acompanham o que é postado por meio do *Facebook*, “curtindo” a página do jornalista, é natural que a maior parcela de leitores seja favorável ao que ele publica. No entanto, a pesquisa mostrou um dado interessante, pois há leitores que também acompanham as postagens pelo *Facebook*, mas discordam do posicionamento do autor, dependendo do assunto tratado, ou não concordam de forma alguma com ele. Isso indica que, mesmo questionando ou não sendo a favor do que é publicado, existem leitores que seguem o *blog*, provavelmente, para terem conhecimento do assunto e contestarem o que é colocado na página.

Outro aspecto interessante notado na pesquisa feita foi a respeito do fator que mais influencia o leitor para que este seja favorável ou não ao que é publicado. 51% dos leitores entrevistados levam em consideração a forma com que o autor argumenta como fator mais importante para definir o posicionamento frente ao conteúdo do *blog*. O jornalista apresenta uma linguagem irônica e divertida em muitas postagens, argumentando de forma crítica e, às vezes, debochada. Essa característica pode chamar a atenção dos leitores que se divertem com as ironias do autor ou não gostam da forma com que ele trata as situações abordadas.

Gráfico 2 – Fator que mais influencia para que o leitor concorde ou discorde do posicionamento do autor

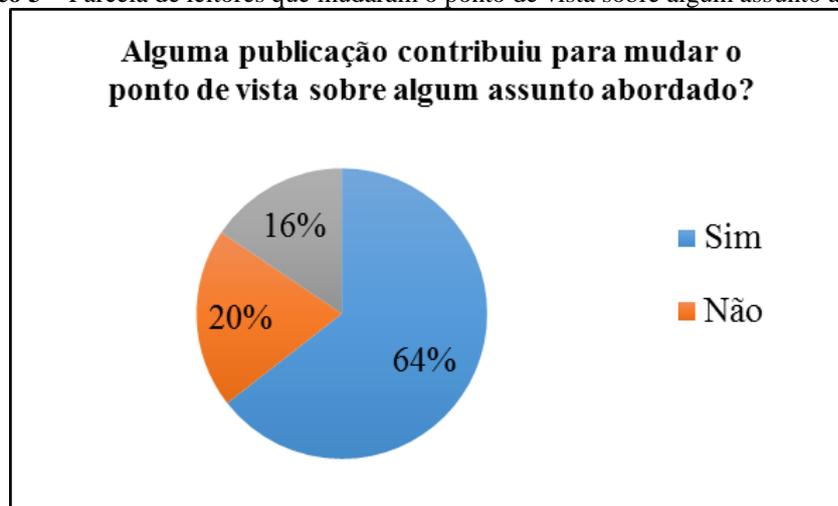


Fonte: Dados da pesquisa

O posicionamento do autor é fator para que 47% dos entrevistados concordem ou não com o que é publicado. Muitos leitores, segundo análise de alguns comentários e dados da pesquisa, concordam com o jornalista quando este publica algo a respeito de direitos humanos, mas discordam quando se fala em religião. O posicionamento do autor aqui, que critica o fundamentalismo religioso, é o fator mais preponderante para essas pessoas, por exemplo.

Uma pergunta bastante relevante realizada na pesquisa é referente à influência das publicações sobre o ponto de vista dos leitores. Ao serem questionados, 64% dos leitores afirmaram que alguma publicação já contribuiu para que o próprio ponto de vista tenha mudado em algum momento. 20% dos entrevistados apontam que não mudaram o ponto de vista por meio das publicações do blog e 16% não souberam responder.

Gráfico 3 – Parcela de leitores que mudaram o ponto de vista sobre algum assunto abordado



Fonte: Dados da pesquisa

Esse dado é importante, pois mostra que o que é publicado na internet, bem como a forma com que alguns assuntos são tratados, podem influenciar a opinião dos leitores em muitos casos, como no caso do *Blog* do Sakamoto, que contribuiu para que a maior parte dos leitores repensassem sobre algum assunto abordado.

6.4 O que os leitores acham do *blog*

A última pergunta feita na pesquisa aplicada aos leitores do *Blog* do Sakamoto foi referente a opinião deles sobre o *blog*. As 25 respostas recebidas apontam colocações interessantes sobre a forma como o leitor vê o conteúdo do *blog* e a visão do autor.

Grande parte das opiniões são favoráveis ao *blog* e elogiando a postura do autor, como um sujeito crítico, esclarecido e que tem coragem para debater assuntos polêmicos. “Adoro o Sakamoto, o modo como ele se posiciona e enfrenta assuntos tidos como tabus e também a forma como ele bate de frente com a própria mídia. Ele não tem medo de falar a verdade e isso é muito raro hoje quando se trata de quem trabalha com a mídia” – opinião expressada por um dos leitores entrevistados.

Apesar de alguns leitores elogiarem a grande variedade de temas tratados pelo autor do *blog*, colocam seu posicionamento como radical e negativo, prejudicando os textos publicados. “Aborda a atualidade de forma bem ampla, passando por diversos assuntos, englobando diferentes categorias, entretanto com certo radicalismo e certa parcialidade”. Esse tipo de comentário trazido por um dos leitores pode configurar um caso em que o posicionamento do leitor – se favorável ou não – depende do posicionamento do autor.

Um dos leitores, mesmo discordando com o posicionamento do autor, bem como a forma como ele argumenta, acompanha o *blog* e opinou: “Panfletário e tolo”. Mesmo tendo essa visão, tal leitor entra em contato com as publicações do jornalista, seja pelo debate ou para criticar o posicionamento dele.

Alguns leitores afirmam que acessam o *blog* para coletarem informações e já se depararam com questões que foram esclarecidas pelo autor e fizeram com que ampliassem mais a visão sobre determinado tema. Isso pode ser percebido nas seguintes respostas enviadas: “Foi através de suas matérias que pude entender com mais precisão a questão do trabalho escravo e as dificuldades em erradicá-lo” e “Acho o *blog* muito elucidativo em pontos que muitas vezes não combinam com minha opinião. Procuro outros artigos sobre o mesmo assunto, às vezes, para formar uma opinião”.

Pode-se concluir que o *Blog* do Sakamoto é fonte de informação e debate de temas tidos como importantes pela sociedade e reúne não só leitores que compartilham do mesmo

posicionamento, mas também aqueles que discordam do teor das publicações e querem defender o que acreditam, bem como aqueles que acessam para se informar e formar a opinião. A forma como o autor argumenta e as informações trazidas ao longo de seus textos serviram para que alguns leitores ampliassem a visão sobre o que é retratado e isso demonstra que os *blogs*, apesar de terem surgido com o propósito de serem diários pessoais, podem ser um importante veículo de comunicação e informação, formando opiniões entre vários leitores.

7 Considerações finais

Através das bibliografias pesquisadas para a realização deste trabalho, foi possível chegar a conceitos e reflexões importantes para a construção dos primeiros passos desta pesquisa. O tema envolve estudos recentes e que geram discussões variadas a respeito da relação do ser humano com as novas tecnologias, o que conferiu às leituras e análises dos autores um papel importante para dar embasamento concreto aos objetivos do trabalho.

Parece crescer cada dia mais os interesses voltados à Cibercultura, mostrando que é um enfoque importante e que está cada vez mais inserido em nossas vidas. Essa relação do cotidiano de cada um com a Cibercultura é facilmente apontada quando se analisa em quantas ocasiões diárias cada um de nós faz uso de algum tipo de tecnologia ou ferramenta para nos comunicarmos com outras pessoas. Para um grande número de indivíduos, essas ocasiões são constantes durante todos os dias.

A escolha do objeto de estudo – *Blog* do Sakamoto – foi difícil, pois não são todos os *blogs* que reúnem os aspectos procurados para se fazer uma boa análise. Um dos critérios de escolha dá página foi a relevância do conteúdo e a participação dos usuários. Tal dificuldade foi esclarecida com a pesquisa da empresa *boom-box*⁴, que constatou que o maior número de acessos no Brasil está em *blogs* de humor e não em *blogs* que compartilham informações mais relevantes.

Definido o objeto, fez-se uma pesquisa por meio de Análise de Conteúdo e sobre a interação proporcionada pelo *Blog* do Sakamoto. As interações e discussões realizadas no *blog* foram satisfatórias para a formulação de um resultado para o problema aqui destacado, pois deram embasamento para se constatar que a influência exercida pelo *blog* é grande e contribuiu para que leitores mudassem percepções sobre temas abordados e/ou tivessem o conhecimento ampliado pelas informações trazidas no *blog*.

⁴ Fonte: <http://blog.boom-box.com/br/2012/conheca-a-audiencia-dos-blogs-brasileiros/>.

A pesquisa quantitativa feita com alguns usuários do *Facebook* que acompanham o *blog* compôs uma das últimas partes do trabalho e foi importante para constatar que a teoria estudada por meio da bibliografia pode ser aplicada à prática. Critérios estabelecidos por alguns autores, como Augras (1970), para a formação da opinião foram observados de acordo com os dados tabulados e é interessante notar que, mesmo sendo um campo relativamente recente, a interação em *blogs* como é vista hoje em dia reflete aspectos teóricos estudados antes mesmo do *boom* das redes sociais.

O trabalho proporcionou outros questionamentos a respeito dos estudos sobre ciberespaço e novas pesquisas podem ser feitas com um viés diferenciado para se chegar a novas conclusões, completando ainda mais o que se entende pelas interações *online*. Um exemplo é aplicar o estudo em questão a *blogs* que se enquadram em outras classificações elaboradas por Primo (2008), como os *blogs* corporativos, para avaliar a receptividade dos usuários e se de fato a existência de um *blog* contribui para que tenham uma visão mais positiva ou não de determinada organização. Outro questionamento proporcionado por esta pesquisa e que pode ser melhor estudado é a relação entre os *blogs* e os meios de comunicação de massa e como estes estão se configurando após a inserção de muitas pessoas no espaço virtual, tornando-se formadoras de opinião.

As interações sociais no espaço virtual podem ser constatadas no cotidiano de muitas pessoas. A partir do momento em que se pega o telefone móvel para acessar uma mensagem eletrônica, por exemplo, já se tem contato com o virtual. É comum ouvir falar de relacionamentos à distância que acabam encontrando na sociabilidade *online* uma forma de manter a conexão entre os indivíduos, apesar de esta também trazer superficialidade em outras relações. Esse aparente paradoxo existente no ciberespaço merece atenção e estudo, pois trata-se de uma interação cada vez mais comum no cotidiano e que pode transformar telespectadores em personalidades conhecidas e formadoras de opinião.

Referências bibliográficas

ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. **Curso de relações públicas**: relações com os diferentes públicos. São Paulo: Atlas, 2003.

AUGRAS, Monique. **Opinião Pública**: Teoria e Pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1970.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na Era da Informação. São Paulo: Fortuna, 1998.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. Técnicas de pesquisa. In: LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. **Técnicas de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1996. Cap. 3, p. 67-82.

LEMOS, André. Cibercultura como território recombinate. In: CAZELOTO, Edilson; TRIVINHO, Eugênio. **A cibercultura e seu espelho. Campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa**. São Paulo: ABCiber-Itaú Cultural-CAPES, 2009.

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

MCGARRY, Kevin. **O Contexto Dinâmico da Informação**: uma análise introdutória. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 1999.

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, 2008.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Dos Blogs aos microblogs**: aspectos históricos, formatos e características. Niterói. 2008. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>>. Acesso em: 25 nov 2013.