



Blogs e Seus Mestres Escritores: Um Admirável Mundo Novo¹

Sidney Vicente de Andrade²

Robéria Nádia Araujo Nascimento³

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

RESUMO

As transformações que a internet trouxe também influenciam a Arte e suas manifestações. Assim, alterações significativas são vistas no campo da Literatura, por esta ter como base de sua manifestação a palavra escrita, sendo o seu corpo verbal somado ao caráter multimídia virtual. A forma mais simples de se veicular textos no internet é o *blog*. Este artigo tem por objetivo situar os *blogs* em seus modos de manifestação, sugerindo uma categorização conveniente à apreciação de sites desse tipo que apresentem conteúdo direcionado a interesses literários. Ao final, procura-se localizar estes “Blogs Literários” na blogosfera, rede de interações humanas que tomam lugar através desta ferramenta.

Palavras-chave: Internet; Blog; Literatura; Blogosfera; Blog Literário.

1. Introdução

Com a popularização da internet, não apenas as mídias “tradicionais”, como também os próprios consumidores de mídia viram-se impulsionados a convergir para esse novo meio de disseminação de informações, porquanto esta novidade possui uma característica que até então não se verificava nos meios de comunicação que a antecedem: a dinamicidade da produção. “Até porque, a internet se consolidou como uma das mais potentes redes de comunicação, por puro mérito mesmo; visto que nem o rádio e muito menos a televisão conseguiram tanto desempenho em tão pouco tempo (SILVA, 2010).

Mattoso (2002) aponta para a existência uma diferença básica entre a internet e os meios de comunicação que a antecederam, a saber, o fato de a informação seguir um modelo “um - muitos”, oferecendo à “audiência” ou ao “público” acesso massivo a informações disponíveis no formato digital. É quando o consumidor da informação passa a interagir diretamente com o meio, numa relação, agora, de “muitos – muitos”,

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social, com Habilitação em Jornalismo, da UEPB, email: sidneyandrade23@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho, (credenciais da professora)



na qual é possível produzir, disponibilizar e discutir as próprias conclusões dentro da rede.

Como se vê, esta dinamicidade não se restringe apenas ao modo pelo qual o usuário busca a informação na internet, selecionando, ele mesmo, aquilo que deseja ver, ouvir ou ler; mas também no que diz respeito à possibilidade de os usuários tomarem parte no processo de produção do conteúdo que consomem. Nesse sentido, os sujeitos ganham ferramentas para difundir, como bem desejarem, a informação, aquilo que julguem mais conveniente e/ou relevante.

Surgem, dessas inúmeras possibilidades de produzir e transmitir ideias no âmbito virtual, configurações inéditas de expressão e divulgação. Entre estas novas maneiras de manifestação simbólica está o *blog*.

2. As transformações da informação na pós-modernidade

Mas publicar em um blog não pode ser considerado o mesmo processo que publicar em qualquer outro suporte midiático. A evolução das novas tecnologias de informação – com seu auge ancorado na constante evolução da internet – transformaram não apenas a forma pela qual as informações são veiculadas, mas também a própria maneira de os sujeitos se organizarem em função do que e de como se comunicam. Que transformações são essas?

Só agora é que podemos testemunhar uma Nova Revolução Tecnológica. Se na sua antecessora, a Revolução Industrial iniciada pelos ingleses no século 19, o que impulsionou o desenvolvimento tecnológico e, por consequência, o social, político e econômico foram as máquinas; hoje o que temos é a ciência como maior modificador da realidade. O que se tem por principal produto das atividades humanas hoje é o conhecimento e a informação sobre ele.

Uma “sociedade do conhecimento e da informação” instaura-se, cuja nova organização está apoiada no uso das técnicas que ela própria produz, o que torna a relação entre conhecimento e informação dependente do suporte tecnológico. Logo, “a tecnologia é ao mesmo tempo um produto do conhecimento e instrumento de prática do conhecimento” (VIEIRA e VIEIRA, 2004. p. 99). Por consequência, novas linguagens são necessárias para o livre acesso a estas técnicas, uma vez que dessa nova revolução nasceu uma via imaterial para o movimento dos fluxos de informação. Via esta que contraiu o espaço e o tempo e inaugurou outras tendências para este período. Sem



barreiras espaço-temporais, o mundo pode, agora, se organizar em aldeias globais. O conhecimento se transforma, os sujeitos se convertem a partir da transformação dos modos de se comunicar uns com os outros, mas, mais ainda, a partir da transformação do processo de lidar com as informações e com os conhecimentos.

Com alterações tão profundas nos suportes para transmitir conhecimentos, é de se esperar que a verbalização deste conhecimento não seja igual a épocas anteriores. Com efeito, uma evolução é visível: ler no jornal já não era mais a mesma coisa depois do rádio, assim como o ouvir no rádio mudou com a chegada da TV. Com a internet, a TV também foi modificada... Enfim, é certo que o aparecimento de uma nova mídia transforma as suas antecessoras. Mas também é certo que a mídia nova, além de lançar mão de uma fração do que a mídia anterior oferecia, inaugura a sua forma particular de manifestar-se. Com a internet, a novidade é o *hipertexto*.

Partindo de traços tomados de empréstimo de várias outras línguas, o hipertexto constitui, portanto, uma rede original de interfaces, algumas particularidades do hipertexto (seu aspecto dinâmico e multimídia) devem-se ao eu e seu suporte de inscrição ótica e magnética e ampère ambiente de consulta do tipo “interface amigável” (LÉVY, 1993. p.36).

Por hipertexto entende-se a nova maneira de circular pelo texto, proporcionada pela imaterialidade da internet. Na interface informática as informações encontram-se redobradas, ou seja, pouca coisa cabe na superfície do monitor. Por não estar toda acessível ao mesmo tempo, a informação precisa ser manipulada, é preciso ir buscá-la. Logo, em vez de leitura e escrita, temos, na internet, a *navegação*.

Ainda segundo Lévy (1993), o que nos possibilita esta navegação (a manipulação das infinitas interfaces, também chamada de “interface amigável”), é a representação icônica das estruturas de informação e dos comandos, a utilização intuitiva da tela por meio do “mouse” ao invés de códigos, os “menus” que exibem sempre as possibilidades do usuário, a tela gráfica de alta resolução, etc.

O hipertexto é dinâmico, está perpetuamente em movimento. Com um ou dois cliques, obedecendo por assim dizer ao dedo ou ao olho, ele mostra ao leitor uma de suas faces, depois outra, um certo detalhe ampliado, uma estrutura complexa esquematizada. Ele se redobra e desdobra á vontade, muda de forma, se multiplica, se corta e se cola outra vez, de outra form. Não é apenas uma rede de microtextos, mas sim um grande metatexto de geometria variável (LÉVY, 1993. p. 41).



Neste contexto de comportamento, a não-linearidade, provocada pela quase instantaneidade da navegação, é a norma. Com o mouse, clica-se em um ponto que nos leva a outro, e esta passagem facilitada nos permite desfrutar de toda a extensão das interfaces. A leitura já não é mais a mesma, é fundamental ir atrás, se embrenhar nos textos, se aventurar. Um quase retorno à época dos descobrimentos. Na internet, navegar é preciso.

2. *Blogs*: a questão etimológica

O *blog* é talvez consequência direta da evolução do hipertexto. Surgiu inicialmente para facilitar a divulgação de textos e links. De acordo com Moherdaul (2007), o termo *blog* deriva do termo em língua Inglesa *boardlog*, significando “diário de bordo”, numa clara alusão, assim, aos cadernos preenchidos por capitães de navios sobre suas viagens e seus procedimentos a bordo.

A questão da origem dessa ferramenta, por si só, já é capaz de suscitar algumas discussões acerca da forma de manifestação das páginas virtuais e dos próprios usuários de *blogs*. A etimologia do termo, como visto, já nos dá uma mostra do teor dessa problemática. Há fontes que indicam o termo derivar não de *boardlog*, mas de *weblog*, contração dos termos *web* (referente à rede mundial de computadores) e *log* (cuja tradução mais literal indica “registro”). Aliada a essa concepção de registro virtual está a formatação característica de um *blog*, na qual os *posts* (termo do Inglês, “publicar”, hoje já adaptado à nossa língua como “postagem”) são organizados cronologicamente, tendo a mais recente publicação caráter de protagonista, colocada no topo da página. Talvez devido a estas razões é que tenha sido levantada a primeira concepção de *blogs*, enquanto objeto de estudo das ciências da Comunicação, como a evolução do diário pessoal para diário público virtual.

Os *blogs* inicialmente foram definidos como diários ou páginas pessoais constituídas na Web e que permitiam a publicação de conteúdo por qualquer usuário em qualquer lugar do planeta, sem intermediários. Foi a primeira ferramenta que não exigia domínio técnico para postar informação na rede (MOHERDAUL, 2007. p. 21).

Com efeito, essa facilidade de manipulação fez do *blog* um instrumento prático de expressão, transformando-o, assim, num modo recorrente, no mais das vezes, entre jovens, de manifestar opiniões, idéias, sentimentos, etc. Tomando por base apenas este sentido primordial do fenômeno, é de se concluir que o *blog*, então, consistisse em mais



um gênero textual novo, advindo das novas tecnologias da informação e da era digital. Bakhtin (*apud* ABRÃO, 2007) define um gênero textual como um tipo característico de enunciado dentro de um espaço de comunicação, sendo uma forma estável dotada de tema, estilo e construção composicional⁴. Se observarmos com cuidado as manifestações possíveis de um *blog*, no entanto, é fácil inferir que este se configura muito melhor como o chamado “espaço de comunicação” a que Bakhtin se refere, do que como um gênero propriamente. Logo, a visão de diário virtual, ainda que cabível a princípio, não pode ser considerada definitiva.

Aliás, se voltarmos um pouco mais no tempo, veremos que a criação desta ferramenta não se deu a partir de necessidades de expressão (aspecto realmente observável em muitos *blogs*, e que justifica, de fato, a analogia com os diários), mas de compartilhamento de informações a partir da disponibilização de *links*:

Por outro lado, essa adoção em massa e a não utilização dos links como co-elemento central da forma causaram controvérsia na comunidade original blogueira. Esta acusava os blogs gerados pelos novos softwares de serem simplesmente diários, e não blogs – e o que representava os blogs “de verdade” eram os links. Alguns acharam que, com a seleção criteriosa e justaposição de links, os blogs poderiam se tornar uma importante mídia alternativa, agregando informações oriundas de diversas fontes, revelando diferentes pontos de vista e, talvez, influenciando a opinião em larga escala – numa visão chamada de “mídia participativa” (SILVA, 2010. p. 26-27).

É justamente esta noção de “mídia participativa” que nos permite observar a evolução do *blog* enquanto ferramenta. Não podemos mais classificá-lo como simples espaço para compartilhamento de links (da forma inicialmente pretendida pela “comunidade original blogueira”), tanto quanto é ingênuo o categorizarmos simplesmente como mostra de um gênero híbrido (diário público), modificado pela força das novas tecnologias de comunicação. Com a sua utilização ao longo do tempo, e sua consequente evolução, surgem novas formas de trabalhar a informação e a palavra neste espaço: passou-se a utilizar o *blog* não apenas como diário público ou ambiente de intercâmbio de *links*, mas também como meio de divulgação e promoção de inúmeros outros tipos de conteúdos simbólicos.

⁴ “A noção de gênero do discurso está ancorada em um tripé formado por tema, composição e estilo, no qual tema é tudo aquilo que se pode dizer em um determinado discurso, os sentidos que constrói e põe em circulação; composição é o formato, a estrutura organizacional dos textos como um todo; e estilo, a forma resultante da seleção dos recursos lingüísticos.” (BAKHTIN, *apud* ABRÃO, 2007. p. 2).



3. Percebendo a natureza informativa dos blogs

Por razão da grande possibilidade de impulsionar o debate e a troca de conhecimentos, aliadas às potencialidades da nova geração de ferramentas da internet, “os *blogs* evoluíram para a condição de fontes de informação, pois deixaram de ser considerados de forma restritiva como meros diários pessoais para assumir uma nova função informativa”. (ALCARÁ e CURTY, 2008. p. 89)

Neste ponto é conveniente, então, definirmos melhor, mesmo que sem muita rigidez – uma vez que qualquer definição rigorosa corre o risco de estar logo equivocada, quando se trata de fenômenos tão mutáveis e fluidos quanto os ocorridos na internet –, um conceito para a natureza informativa do *blog*, que está associada, como antes dito, à noção de “espaço de comunicação”. Thompson (2008), ao tratar dos usos dos meios de comunicação, afirma:

Na produção de formas simbólicas e na sua reprodução para os outros, os indivíduos geralmente empregam um *meio técnico*. O meio técnico é o substrato material das formas simbólicas, isto é, o elemento material com que, ou por meio do qual, a informação ou o conteúdo simbólico é fixado e transmitido do produtor para o receptor. Todos os processos de intercâmbio simbólico envolvem um meio técnico de algum tipo (THOMPSON, 2008. p. 26).

Nesse sentido, nos parece lógico atribuir ao *blog* o status de meio técnico proposto pelo autor, uma vez que estão presentes nessa ferramenta os três atributos que caracterizam os meios técnicos. A saber: fixação (preservação da forma simbólica em um meio que possui graus variáveis de durabilidade), reprodução (capacidade de multiplicar as cópias de uma forma simbólica), e distanciamento espaço-temporal (capacidade da forma simbólica se distanciar do seu contexto, espalhar-se tanto no espaço quanto no tempo, e reimplantar-se em novos contextos). Além disso, na utilização dos meios técnicos está pressuposto um processo de codificação e decodificação da forma simbólica, exigindo dos sujeitos o domínio das regras para esse processo. (THOMPSON, 2008)

Assim, muito além de se configurar como um gênero, o *blog* passa a ser um ambiente fértil, no qual diversos outros gêneros tomam lugar. Mais do que se expressar, o “blogueiro”, com suas postagens, procura agir sobre seus leitores. Esse tipo de ação, no entanto, tem um aspecto primordial na sua execução: os interlocutores (blogueiro e leitor) nem sempre dividem o mesmo espaço físico ou cultural. “O desenvolvimento dos



meios de comunicação não somente criou novas formas de interação, mas também fez surgir novos tipos de ação que têm características e conseqüências bem distintas” (THOMPSON, 2008, p. 97). Esses novos tipos de “ação à distância” se orientam a alcançar tarefas e pessoas remotas. Conseqüentemente, surgem também formas novas de “ações responsivas”, nas quais muitos contextos de recepção se sobrepõem uns aos outros, sendo que estes não se sobrepõem ao contexto de produção.

A relação entre autor e leitor (este, no mais das vezes, autor também) neste meio técnico se estreita a níveis surpreendentes. Diferentemente da chamada “mídia de massa” (*mass media*), o *blog* possibilita, por meio de funcionalidades agregadas à sua forma natural de realização, a chance do *feedback*, graças à possibilidade do leitor fazer comentários sobre o que acabou de ver, à criação de enquetes e a outras tantas maneiras das quais o produtor de um *blog* dispõe para perceber a recepção de seu conteúdo e, dessa forma, agir ou modificar suas ações em função disso. Em suma, o *blog* se caracteriza primordialmente pela autoria pessoal ou coletiva de um registro cronológico divulgado na grande rede, acessível e comentado instantaneamente por sujeitos que, ao fazerem isto, tornam-se coautores do que leram (QUERIDO e ENE, 2007).

4. Como funciona esta nova mídia?

Apesar deste claro caráter mais dialógico dos meios de comunicação virtuais de grande alcance, não se deve pensar que as possibilidades de expressão são caóticas – ou mesmo tão livres quanto possa parecer⁵. O autor de um *blog* (produtor e, por assim dizer, “dono” da informação) tem autonomia – proporcionada pelas ferramentas que este meio lhe oferece – de decidir quais reações de seus leitores são de interesse para seu espaço virtual. Como exemplo, sabemos que, apesar da possibilidade de resposta dos leitores quanto às postagens (no espaço “comentários”), o administrador (ou administradores) pode(m), se quiser(em), apagar comentários. Outra funcionalidade é a de os comentários só serem expostos no *blog* depois da aprovação do(s) seu(s) autor(es).

Por essas e outras razões, ainda é possível perceber que, muito embora as relações tenham sido estreitadas, um controle ainda é exercido por parte de quem publica na rede. A diferença – fundamental diferença, por sinal – é que, como afirmam

⁵ “O grau de complexidade e especificidade de conteúdos e de sofisticação técnica do blog depende da finalidade do site e do conhecimento técnico do usuário.” (PAZ, 2003. p. 68).



Querido e Ene (2003), aqui os leitores podem sofrer este controle em blogs alheios e exercê-lo igualmente nos seus próprios; numa relação que torna os sujeitos blogueiros equivalentes em possibilidades.

Se a relação tradicional dos meios de comunicação de massa e de um emissor para um conjunto de inúmeros receptores (quantidade ainda mais difícil de dimensionar no caso da internet) para o *small media* esta relação se aproxima muito mais da relação face a face, pelo simples fato dos emissores estarem próximos (se não for localmente, pelo menos, culturalmente) e muitas vezes interagindo (por vezes, quase que intimamente) com os receptores (PAZ, 2003. p 69).

Esta *small media*, na qual o *blog* se encaixa, advém da grande capacidade e do interesse humano de flexibilizar e ampliar suas relações e suas maneiras de conhecer o mundo, evidenciadas com os novos meios de comunicação “participativos”. Nesse sentido, os *blogs* têm funcionado como ferramentas de comunicação para a formação de grupos on-line, reunindo sujeitos com interesses comuns, tornando-se uma alternativa para as suas discussões (PAZ, 2003)

“Comunidade virtual”, eis o conceito chave que impulsionou a concepção de um mundo inteiramente dominado pelos *blogs*: a “blogosfera”⁶. Enquanto universo de ação, a blogosfera se define pela presença de uma orientação à ação comum a todos os sujeitos blogueiros: as intenções de convencer e de deixar um registro.

A novidade da blogosfera é que não há barreiras à entrada em um mundo que oferece uma platéia quase ilimitada. Ponto fundamental: *oferecer*, não garantir. Qualquer um pode inserir um post, e se merecer ser lido, será lido. Há um enorme número de pessoas buscando sabedoria e entretenimento. Seja seu produto análise econômica, promoção da Nascar, fofocas sexuais ou provocações políticas, a blogosfera dará a você a oportunidade de vender seu produto textual (HEWITT, 2007. p. 137).

Parece-nos que para o surgimento da blogosfera tenha sido essencial não apenas a vontade de colonizar a opinião em larga escala, mas também a gratuidade deste ambiente de livre circulação no qual aparentemente opera, assim como no comércio, a lei da oferta e da procura. Que haja leitores dispostos a consumir os diversos tipos de conteúdos simbólicos, sejam de quaisquer áreas de interesse, não se pode negar. O que parece ser o ponto crucial das escolhas feitas na blogosfera é, no entanto, o caminho que um *blog* percorre para ter a credibilidade necessária para que o público regresse ao site.

⁶ O conceito mais sucinto para *blogosfera* está presente na definição de Alcará e Curty (2008): “[...] aqui entendida como a rede e o fenômeno social representado pela coletividade de blogs publicados na *World Wide Web*.” (p. 81 – nota de rodapé).



Uma vez que a intenção primordial é *oferecer* apenas, sem garantias sobre os conteúdos simbólicos produzidos e publicados, o que, então determina o sucesso de um blog e a “fama” de um blogueiro?

Nesse ponto, como na maioria das organizações sociais contemporâneas – filhas da era da informação – a blogosfera eleva e derruba seus sujeitos pelo critério da popularidade. A popularidade de um blog está

[...] intimamente ligada à habilidade do autor de organizar realidades e representar-se através de personagens com os quais o público pode identificar-se, não necessariamente por equivalência, mas como forma de uma realização transgressora (PAZ, 2003, p. 69).

A credibilidade dos blogs depende de sua atualidade e precisão, mas invariavelmente a qualificação dos blogueiros também tem importância (HEWITT, 2007, p. 140).

Hewitt (2007) prossegue nas suas considerações apontando a forma pela qual as relações entre os sujeitos na blogosfera se instauram. Segundo ele, apesar de o motivo para escrever, hoje, ser igual ao da época de Homero, e ainda que o *blog* seja apenas mais um meio novo de transmitir a escrita, esta escrita agora se transforma, pois neste mundo de blogueiros não há a presença de editores (no sentido habitual do jornalismo), porquanto, nos processos de produção de conteúdos simbólicos dos *blogs*, o público é o editor.

Abre-se, com isso, um precedente para observarmos a leitura e produção de destes ambientes não apenas como intercâmbio de conteúdos. Enquanto universo de ação, a blogosfera se constitui numa atmosfera fértil para a formação de conhecimentos e se transformou num eficaz instrumento de sociabilidade. Esta é a visão adotada por Silva (2010), que afirma os *blogs* comporem “uma rede baseada em ligações – os *links* propriamente. Todos, por definição, fazem ligações com outras fontes informacionais e, mais intimamente, com outros *blogs*” (SILVA, 2010. p. 39).

Apesar de ser virtual, a blogosfera é fruto de ações humanas concretas, um ambiente onde ocorrem trocas de informação. Como em todo processo comunicacional humano, é impossível evitar a criação de vínculos. Logo, não são os *blogs* que criam ligações com outros *blogs*, mas os sujeitos por trás deste processo é que se aproximam, não apenas socialmente como também afetivamente, através de seus *blogs*.

Enquanto ambiente introduzido nesta nova forma de codificar e decodificar a realidade proporcionada pela internet, a blogosfera potencializa a atuação dos sujeitos



no mundo (virtual e físico). Ela propicia mapeamento de informações, possibilitando, assim, a construção do saber. E é a partir dessa construção que os sujeitos podem tornar-se mais capazes de se verem como agentes participativos em seus grupos sociais, uma vez que é o conhecimento a ferramenta essencial para a formação de cidadãos responsáveis, ou pelo menos, mais cientes de si mesmos e do que está à sua volta. Dessa forma, os *blogs*

[...] não vieram apenas favorecer as adolescentes, nem os capitães de novo no desenvolvimento e na modernização do ato de escrever. Mas aos poetas, literatos, jornalistas e cientistas, políticos, jovens, adultos, crianças, idosos e a todos que queiram se aventurar no mundo da escrita, da memória, da criatividade e da sociabilidade (SILVA, 2010, p. 103).

Característica peculiar das relações ocorridas na blogosfera é o fato de os *blogs* não apresentarem uma coordenação entre si – meio que um mundo de “cada um com seu cada um”, e, mesmo assim, estas relações ainda constituírem uma rede intensa de inter-relacionamentos. Causa deste fato é uma talvez amplificada (mas nem sempre superior) compreensão da realidade por parte dos sujeitos que se envolvem com este mundo. Além disso, também torna as relações da blogosfera mais fortes o fato de todos os sujeitos terem o mesmo objetivo (convencer e registrar) e o desejo comum de atingi-lo o mais rápido possível.

5. *Blogs*: classificá-los ou não?

A blogosfera já é, sem sombra de dúvidas, um ambiente midiático-informacional imprescindível para a democratização da informação, graças a seu alcance e sua dinâmica, uma vez que é capaz de englobar em seu raio de ação todas as vertentes do saber humano. Há um blog para cada necessidade e cada gosto, direcionado para educação, cultura, mercado, serviço social, política, economia, negócios, lazer, enfim, as possibilidades são infinitas.

Da observação desta tão aclamada variedade de públicos, é conveniente pensarmos em como agrupar as manifestações pelas quais os *blogs* se expressam. Como toda organização social, a blogosfera nos proporciona a possibilidade de observar seu modo de organização. Em toda rede de sociabilidade é invariável o surgimento de grupos que se formam a partir de uma convergência de interesses. Como quase consequência destas interseções, aparece, então, a necessidade de categorizar os *blogs* a partir de determinados critérios.



De forma bem generalizada, temos a seguinte divisão de categorias observáveis na blogosfera: *blogs* diários, *blogs* especializados (nos quais apenas um tipo de informação se expressa, comumente para emissão de opinião), jornalísticos, *metablogs* (aqueles que se dedicam à própria criação e manutenção de blogs), e literários (ABRÃO, 2007).

No entanto, essa classificação não pode ser considerada definitiva por duas razões: em primeiro lugar, porque nenhuma classificação poderia mesmo ser definitiva, devido ao reducionismo acarretado pelo ato de classificar; segundo, porque os critérios para esta determinação não são os mesmos para cada categoria apresentada. A saber, a classificação de “*blog* diário” aponta para uma visão de *blog* enquanto gênero do discurso – forma da manifestação –, enquanto que chamar um *blog* de “literário” é considerar como definidor o tipo de conteúdo exposto no site. Neste segundo caso, esta categorização acaba por entrar em contradição, pois, por inferência, um *blog* literário, assim como os *metablogs* e os *blogs* jornalísticos, se encaixariam melhor como subcategorias dos “*blogs* especializados”

É ainda possível enumerar infinitos outros tipos. Então, como poderíamos chegar a uma classificação definitiva? A bem da verdade, qualquer classificação que se diga definitiva corre o risco de ser equivocada. O que nos parece prudente, para uma categorização que nos possibilite ao menos compreender a lógica dos movimentos sócio-culturais que enchem a blogosfera, é compreender *quem publica o quê e para quê*.

O *blog*, que outrora já fora apenas uma página pessoal, hoje assume diversas funções. Dentre as aplicações mais recorrentes, encontram-se os utilizados para *negócios e empresas*, os criados para fins *educacionais*, e os dedicados ao *jornalismo*. Para este último tipo, esta ferramenta serve como extensão da atuação do jornalista, que encontra nela um espaço livre para ir além da notícia que foi veiculada nos meios “oficiais”

Na área educacional e de ensino, os *blogs* surgem como amplificadores da aula tradicional e da interação entre professor e alunos. Podem ser de autoria individual ou coletiva, de professores com/ou alunos, podem ser criados para ênfase em assuntos específicos, também como portfólios para os trabalhos escolares, ou ainda como forma de representação na internet de escolas, associações de professores e de alunos, etc. (ALCARÁ e CURTY, 2008)



Já para os negócios, eles funcionam como estratégia de mercado, globalizando e democratizando a comunicação corporativa. Atuam também como forma de propaganda de custo baixo – na maioria das vezes, até sem custo algum. Além de proporcionarem espaço livre para compartilhamento de *know-how* entre empresas e entre os próprios funcionários de uma mesma companhia (PRIMO, 2008)

Como visto, a abrangência da blogosfera atinge níveis complexos demais para ser possível uma simples tipificação. Alacará e Curty (2008) nos mostram que é possível classificar os *blogs* em diversas tipologias, seguindo critérios diferentes para as categorizações.

Se considerarmos o caráter de personalidade da informação expressa, eles podem ser “Diários eletrônicos” (espaços utilizados pelos autores para a sua expressão), “Publicações eletrônicas” (os que apresentam conteúdos noticiosos sem pretensão de comentários dos leitores), e “Publicações mistas” (que apresentam aspectos de ambos os tipos). Levando em conta, agora, somente o “quem” publica, podemos categorizar os *blogs* em “Individuais” (com autoria de apenas um sujeito) e “Coletivos” (nos quais mais de um sujeito publica e edita os conteúdos). Mas se levarmos em conta somente a temática dos conteúdos publicados, conclui-se que eles se dividem a partir da especificidade de seus assuntos, podendo, então, ser categorizados como *blogs* de humor, informativos, históricos, científicos, literários, políticos, culturais, e tantos outros tipos. É importante perceber que cada categoria tem características particulares que denunciam os diversos propósitos por trás da criação de um *blog* – entretenimento, informação, pesquisa, ensino, etc.

6. Localização do *Blog Literário* na blogosfera

Os *blogs* literários são espaços virtuais abertos à criação estética, nos quais os blogueiros, enquanto membros ativos da blogosfera, promovem a literatura neste novo mundo, através de contos, crônicas, poesia e quantos outros gêneros literários mais, sejam estes textos de sua própria autoria, ou não, lançando mão do que Castells (2004) enumerou como as duas características culturais partilhadas das comunidades virtuais, a saber, o valor da comunicação horizontal livre e a conectividade autodirigida (possibilidade de decisão própria dos rumos que o sujeito vai tomar na sua navegação).

A blogosfera literária constitui-se num espaço imensamente fértil, com grande produção textual e vasta troca de informações entre produtores e divulgadores de



Literatura. Com a noção de comunidade virtual apresentada, percebe-se o estabelecimento de relações entre os blogueiros, que fazem uso dessa ferramenta por um mesmo motivo: divulgar-se enquanto sujeito participante da vida literária virtual, esta que, por sua vez, transforma-se em uma extensão da vida literária “real” dos blogueiros.

No entanto, como se tem dito, classificar um *blog* como *Literário* é levar em conta somente a natureza do conteúdo veiculado por estes sites. Interessa-nos mesmo é descobrir as razões pelas quais estes sujeitos veiculam Literatura pela internet através de suas páginas, e como fazem isso. Primo (2008) nos apresenta uma matriz para a tipificação dos *blogs* – já que categorizá-los parece ser uma tarefa tão árdua e controversa –, tipificação esta que se propõe a, senão sanar, ao menos amenizar as visões reducionistas que algumas classificações podem ocasionar, levando em maior conta a heterogeneidade da blogosfera.

O autor afirma que, antes de se passar para qualquer análise dos conteúdos de um *blog*, é preciso identificar basicamente se este é de autoria *individual* ou *coletiva*. Esta distinção prioritária, então, leva Primo (2008) a declarar quatro grandes grupos nos quais os *blogs* podem ser encaixados: *blogs pessoais*, *blogs profissionais*, *blogs grupais* e *blogs organizacionais*.

Blogs pessoais e profissionais são os dois grupos pertencentes à categoria “individual”. Para a criação de um *blog* pessoal, portanto, é preciso somente haver a vontade do autor, o desejo subjetivo de possuir um endereço na grande rede, seja para quais fins, no qual o blogueiro assume um compromisso com a sua audiência. Já os *blogs* profissionais, por oposição, são criados a partir da delimitação de um plano, figurando como uma estratégia para atingir os interesses de seus autores, visando também criar uma reputação em determinado ramo.

Por outro lado, os *blogs* grupais e organizacionais se encaixam na categoria “coletivo”. Um *blog* grupal, embora possa apresentar publicações individuais de cada um dos seus editores, possui em seu conceito original um acordo temático entre eles. Este tipo pode ainda funcionar como suporte de temas online para um determinado grupo, ou ainda como registro de atividades e discussões de um conjunto de indivíduos. (por exemplo, pesquisadores, trabalhadores, estudantes, etc.). Em contrapartida, a dinâmica dos *blogs* organizacionais funciona em favor de uma corporação. Eles podem ser produzidos com fins de divulgação e até mesmo de interação entre clientes e fornecedores (seja de produtos ou serviços).



Há ainda uma diferenciação entre estas quatro categorias, para além do critério de número de autores. Segundo Primo (2008), os *blogs* pessoais e grupais tendem para o “mundo da vida”⁷, este referente aos relacionamentos pessoais, à intimidade e aos processos de lazer e diversão. Em oposição, os *blogs* profissionais e organizacionais se encontram inclinados para o “mundo do trabalho”, ou seja, com vistas ao mercado.

Com estas categorias estabelecidas, o autor propõe um gráfico que serve para enquadrar os *blogs* de acordo com as inclinações que seus conteúdos apresentam. Desta forma, no caso dos *blogs* literários, nos parece que estes estão localizados transitando livremente entre o pessoal e o profissional, tendo em vista que estes tipos de *blogs* apresentam duas naturezas: os utilizados para divulgação da Arte literária, nos quais seus autores apenas publicam obras literárias de escritores já consagrados; e os criados para fins de autodivulgação do trabalho de um escritor que publica na rede textos de sua própria autoria, a fim de disseminar-se.

7. Referências

ABRÃO, J. A. M. Interação no meio virtual a constituição de múltiplos gêneros no ambiente blog. In: **Lingua, literatura e ensino**. 4ª seminário de pesquisas da graduação. Unicamp. Vol. 2. 2007.

ALCARÁ, A. R. e CURTY, R. G. Blogs: dos diários egocentristas aos espaços de comunicação científica. In: TOMAÉL, Maria Inês (org). **Fontes de informação na internet**. Londrina: Eduel, 2008. p. 81-96.

CARVALHO, R. M. **Diários Íntimos na Era Digital. Diários Públicos, Mundos Privados**. (Dissertação de mestrado) Universidade Federal da Bahia, 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-rosa-meire-diarios-publicos_mundos-privados.pdf>. Acesso em 05 de março de 2010.

CASTELLS, M. **A galáxia Internet**: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade. Edição da Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa: 2004.

HEWITT, H. **Blog: entenda a revolução que vai mudar seu mundo**. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2007.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência**: O futuro do pensamento na era da informática. Tradução de Carlos Irineu Costa. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993 (Coleção TRANS).

⁷ “Mundo da vida” é uma categoria pertencente aos postulados habermasianos e surge neste momento apenas como referência, uma vez que não aprofundamos aqui tal conceito.



MATTOSO, G. Q. **Internet, jornalismo e weblogs**: uma nova alternativa de informação. In: BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2003. pp. 46. – Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/mattoso-guilherme-webjornalismo.pdf>>, acesso em 16 de agosto de 2009.

MEDEL, M. A. V. Discurso literário e discurso jornalístico: convergências e divergências. In: **Jornalismo e Literatura**: a sedução da palavra. 3. ed. São Paulo: Escrituras, 2005. – (Coleção Ensaio Transversais).

MENEZES, M. Comunicação a partir da complexidade contingente da modernidade segundo a perspectiva de Niklas Luhmann. In: **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v.31, n.2, p. 15-33, jul./dez. 2008

MOHERDAUL, L. **Guia de estilo web**: Produção e edição de notícias on-line. 3 ed. Editora Senac: São Paulo, 2007.

OLIVEIRA, R. M. C. **Diários públicos, mundos privados: diário íntimo como gênero discursivo e suas transformações na contemporaneidade**. Dissertação (Mestrado) em Comunicação e Cultura Contemporâneas. UFBA, Faculdade de Comunicação. Bahia, 2002.

PAZ, C. R. A cultura Blog: questões introdutórias. In: **Revista FAMECOS**. Nº 22, Porto Alegre. 2003. p. 66-72

PRIMO, A. Os blogs não são diários pessoais online: matriz para a tipificação da blogosfera. In: **Revista FAMECOS**. Nº 36. Porto Alegre, 2008. p. 122-128.

QUERIDO, P. e ENE, L. **Blogs**. Centro Atlântico: Lisboa, 2003.

SCHITTINE, D. **Blog**: Comunicação e escrita íntima na internet. São Paulo: Editora Record, 2004.

SILVA, E. R. P. **Conhecimento e sociabilidade.com.br/ambientes mediáticos na supervia cibernética do tratamento informacional dos blogs brasileiros**. Tese de doutorado: PUC-SP, 2010.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 10 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

VIEIRA, E. F. e VIEIRA, M. M. F. **A dialética da pós-modernidade**: a sociedade em transformação. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.