



A Formação de Comunidades Virtuais no Ambiente dos Weblogs¹

Pedro Sperandio CHAMMÉ²

Guilherme Mirage UMEDA³

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

Resumo

Blogs são um fenômeno comunicacional em expansão, exigindo dos pesquisadores da cibercultura uma dedicação crescente de compreensão. Pesquisas têm demonstrado a existência de comunidades virtuais a partir de *webrings* – redes comunitárias entre blogs tecidas por links de mútua referência. O presente estudo se dedica a analisar a possibilidade da criação de comunidades virtuais no âmbito de blogs isolados: há, na interação desenvolvida entre produtores e leitores no ambiente do blog, uma aderência às características definidoras do que seja uma comunidade? Dois casos foram estudados: o coletivo Poema Dia e o corporativo Blog Melissa. Ambos mostraram-se adequados ao conceito de comunidade virtual, apesar de revelarem graus diferentes de aderência às variáveis utilizadas para esta caracterização.

Palavras-chave: blogs; comunidades virtuais; virtual settlement; cibercultura.

1. Introdução

Sem uma definição estrita sobre sua finalidade, os blogs podem ser avaliados de diferentes perspectivas: como uma ferramenta de conversação no ciberespaço (PRIMO & SMANIOTTO, 2006a), como publicação eletrônica, sendo fonte informativa para seus leitores, como diários pessoais nos quais blogueiros revelam fatos sobre sua vida pessoal (RECUERO, 2002), ou até como um vantajoso canal para empresas se aproximarem de consumidores, e reconhecerem as demandas destes (CIPRIANI, 2006). Não raro, ao consultar diferentes fontes bibliográficas e documentais a respeito do tema, é possível encontrar definições divergentes sobre o que é um blog. Mesmo com delimitação vaga, muitos endereços do ciberespaço são categorizados como blogs, tornando o formato expressivo durante a última década. O Technorati⁴, *site* especializado no monitoramento e nas buscas pela blogosfera, indicou que constam mais de 112,8 milhões de endereços na internet com este formato, e que a cada 60 segundos, são criados mais de dois blogs no planeta. Este crescimento acelerado fez

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

² Bacharel em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela ESPM-SP, email: pedrochamme@hotmail.com.

³ Professor de Graduação na ESPM; doutorando em Educação pela Faculdade de Educação da USP; e-mail: gumeda@espm.br.

⁴ Estudo *State of the Blogosphere 2008*, disponível em: <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere>.



com que de 2005 a 2008 o número de endereços desse tipo aumentasse em 2.720%. A constante adesão de internautas à blogosfera chamou atenção de estudiosos e pesquisadores acadêmicos, que avaliam os efeitos sociais, psicológicos, políticos, entre outros, que esse fenômeno digital gera sobre a sociedade. Parte desses estudos investiga o relacionamento e a formação de laços entre usuários por meio de blogs (RECUERO, 2002; PRIMO & SMANIOTTO, 2006b; EFIMOVA & HENDRICK, 2005) o que põe em debate a capacidade desse formato de abrigar comunidades virtuais. O presente estudo contemplará esse debate, já que o problema de pesquisa proposto é: “como se formam comunidades virtuais em blogs?”.

Assumindo a Comunicação Social – área essencialmente multidisciplinar – como eixo de referência teórica para a discussão proposta, buscou-se no conjunto das ciências humanas os subsídios conceituais da investigação. Sendo assim, para tratar da presença de comunidades virtuais em blogs, abarcou-se conteúdos da sociologia e da antropologia, pois estas desenvolvem o conceito de “comunidade”, fundindo-as ao estudo comunicacional, quando a troca de mensagens em blogs como um meio de relacionamento interpessoal se revelam como centro do estudo.

Iniciamos, portanto, num tema que é o alicerce teórico e pragmático tanto dos blogs quanto das comunidades virtuais: a cibercultura.

2. Cibercultura

Pode-se compreender que cibercultura envolve:

As relações entre as tecnologias informacionais de comunicação e informação e a cultura, emergentes a partir da convergência informática/ telecomunicações na década de 1970. Trata-se de uma nova relação entre as tecnologias e a sociabilidade, configurando a cultura contemporânea (LEMOS, 2006, p.52).

Assim, a cibercultura refere-se à interação que o homem desenvolve com as máquinas (*ciber*), e o conhecimento, comunicação e significados manifestados por meio delas (*cultura*). Evidentemente, a relação homem-máquina ou do homem com a técnica (tecnologia) aborda uma construção humana, e sua discussão é abrangente na perspectiva histórica (pode-se discutir a relação do homem com a tecnologia desde a pré-história). Delimita-se, portanto, dois pontos-chave no desenvolvimento da cibercultura que foram fundamentais ao surgimento dos blogs: a consolidação da Web e



o aprimoramento das interfaces. O primeiro baseia-se no surgimento da Internet⁵, a rede mundial de computadores cujas origens remontam à pesquisa bélica americana dos anos 1960 na qual surgiu a Arpanet, as primeiras redes de computadores. Como reforçam alguns autores (THURLOW, LENGEL & TOMIC, 2004), Internet e Web não são sinônimos; na realidade o primeiro termo contém o segundo. A Internet é a congregação de diversas redes de computadores ao redor do mundo, e abrange variadas formas de transferência de dados entre esses computadores (correio eletrônico, *chat*, transferência de arquivos etc.). Significado equivalente pode ser encontrado no termo “ciberespaço”, definido por Lévy (1999, p. 92) como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Já a Web se refere à *World Wide Web*, ou WWW, projeto do pesquisador inglês Tim Berners-Lee, no qual se utilizou um aplicativo (navegador) para acessar páginas (*sites*), e que conectava usuários a outras páginas por meio de *hiperlinks*. A Web, portanto, é um meio de navegar pela Internet através de *sites*. Sua diferenciação é importante nesta análise, pois a Internet, até a década de 1980, encontrava-se fortemente restrita ao meio acadêmico e científico, já que exigia domínio técnico dos usuários para navegarem no ciberespaço. Em 1993, Tim Berners-Lee decretou a Web como um domínio público, permitindo que pesquisadores de diferentes partes do mundo desenvolvessem navegadores mais fáceis de utilizar, e assim mais acessíveis a usuários que não dominavam os códigos de programação da Internet. Um exemplo disso é o surgimento do Mosaic⁶, em 1994, um navegador com recursos gráficos que tornou a Web mais atrativa para um maior grupo de pessoas (KERCKHOVE, 2006 *apud* MALINI, 2008).

A criação do Mosaic já representa um aprimoramento de interface, citado anteriormente como segundo ponto-chave na abordagem utilizada aqui sobre cibercultura. Interface é o suporte no qual o usuário interage com a máquina, ou em sentido ampliado:

Interfacear [...] implica em, de um lado, cumprir os procedimentos contidos no pólo inanimado, mas planejado e predefinido do sistema, e de outro lado, atender à demanda de expectativas previsíveis por parte do indivíduo usuário e solicitante (FREITAS, 2005).

⁵ Na página da Internet Society (ISOC) pode-se encontrar um artigo intitulado *A Brief History of the Internet* que conta com a participação de Vinton Cerf, um dos três elaboradores do documento que cunhou o termo Internet como uma rede única e global, em 1974. Disponível em: <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml#cerf>

⁶ Matéria da revista Wired de 1994 comenta sobre a facilidade para a utilização do Mozaic. Disponível em: <http://www.wired.com/wired/archive/2.10/mosaic.html>



Logo, o aprimoramento das interfaces significa tornar o suporte de interação com o usuário mais simples de ser utilizado, exigindo menos repertório técnico. Não só a Web passou por um aprimoramento de interfaces, mas os blogs também: conforme descreve Malini (2008), no surgimento dos blogs os usuários deveriam dominar linguagem HTML⁷, pois não havia um sistema específico para publicação. Foi no aparecimento de sistemas à base do CMS⁸, como Blogger⁹ e o Wordpress¹⁰, que se desenvolveram interfaces gráficas que não exigiam conhecimento de linguagem específica.

A partir dos dois pontos-chave aqui ressaltados – a consolidação da Web e o aprimoramento das interfaces –, viu-se uma expressiva expansão no número de usuários conectados ao ciberespaço e uma profusão dos processos de *re-mixagem* (LEMOS, 2006). Por *re-mixagem* considera-se a recombinação de práticas sociais e comunicativas na Internet. Com isso, Lemos (2006, p.53) sugeriu uma tríade na qual se sustenta a cibercultura: “a liberação do pólo da emissão, o princípio de conexão em rede e a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais”. Segundo o autor, esses três princípios estão presentes na formação de diversos elementos do ciberespaço, dentre eles, os blogs:

Aqui vemos claramente a liberação do pólo da emissão (qualquer um pode fazer seu blog), o princípio em rede (blogs que fazem referência à outros blogs) e a reconfiguração com novos formatos de diários, de publicações jornalísticas, de emissões sonoras e de vídeo, de literatura, etc. (LEMOS, 2006, p.58)

3. Blog

A palavra blog surge da contração do termo *weblog*, que em tradução estrita significa *diário*. Segundo matéria da revista *Wired*¹¹, a palavra foi cunhada por Jorn Barger em dezembro de 1997. A abreviação do nome para *blog* surge de uma brincadeira de Peter Merholz, que utilizou o termo para formar o trocadilho “we blog”. A popularização do termo começa quando a empresa Pyra Labs, criadora do Blogger¹², começou a utilizá-lo tanto na forma de substantivo quando na de verbo (to blog).

⁷ *Hyper Text Markup Language*, ou em tradução livre, Linguagem de Marcação de Hipertexto.

⁸ *Content Management System*, ou Sistema de Gestão de Conteúdo. Segundo Bax e Pereira (2002), a vantagem do CMS é que ele separa o design gráfico da gestão de conteúdo, o que facilita a usabilidade para o usuário

⁹ <https://www.blogger.com/>

¹⁰ <http://wordpress.com/>

¹¹ http://www.wired.com/entertainment/theweb/news/2007/12/blog_anniversary

¹² Hoje este serviço pertence ao Google, no endereço <http://www.blogger.com>



Conforme já comentado, os blogs são um fenômeno comunicacional em crescente expansão, e sua definição não é restrita: podem ser vistos como diário pessoal, veículo informativo, espaço para relacionamento e troca de conteúdo, dentre outros. Essas duas afirmações podem parecer, de início, uma antítese – se o conceito de blog não é bem definido, como se pode identificar e contabilizar o número de sites desse tipo? Vale esclarecer, portanto, que a abrangência de significados nos blogs é relativa à sua utilidade ou função. Já interface desses sites possui elementos comuns que facilitam sua identificação pelos usuários.

O artigo da Wikipedia relativo aos blogs¹³ lista três componentes básicos desses sites: o blogueiro, o conteúdo e o espaço para comentários. O blogueiro refere-se ao indivíduo, ou grupo, responsável por adicionar conteúdos ao blog. O conteúdo pode ser um texto, vídeo, foto, música, *link*, ou inclusive a mescla desses elementos, que são adicionados à página em uma unidade básica de conteúdo: o *post*. Os *posts* usualmente são dispostos em ordem cronológica reversa (WALKER, 2003 *apud* EFIMOVA & HENDRICK, 2005), deixando o último *post* em posição de destaque na página, o que é outra característica marcante dos blogs. E como terceiro elemento, o espaço de comentários permite que outros usuários respondam ao *post*, o que trás uma importante característica dialógica a estes. Nas análises de relacionamentos interpessoais por blogs é fundamental a presença desses agentes, os “leitores”, e que estes façam comentários. Caso contrário, não há como comprovar o papel do blog analisado como mediador de relacionamentos entre usuários, o que extingue a existência de uma comunidade virtual no blog analisado. Outros componentes comuns são *permalinks*, *trackbacks* e *blogrolls* (PRIMO & SMANIOTTO, 2006a), que contribuem para a conexão de blogs com outros blogs, ou com outras plataformas do ciberespaço, o que permite a criação de redes comunitárias entre blogs, chamadas *webrings* (RECUERO, 2002).

Em relação aos tipos de blogs existentes, pode-se identificar segundo Primo (2008) quatro principais agrupamentos: *pessoal*, *grupal*, *profissional* e *organizacional*. Os dois primeiros tipos são blogs ligados ao *mundo da vida*, parâmetro informal que se refere aos “relacionamentos pessoais, a intimidade, os processos de lazer e diversão, etc.” (PRIMO, 2008). A diferença entre eles é que o blog *pessoal* possui um único blogueiro, enquanto o *grupal* possui mais de um. Já os tipos *profissional* e

¹³ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Blog>. Acreditamos que o uso da Wikipedia como fonte neste contexto é justificável, uma vez que o conteúdo mais dinâmico das formas de interação no ambiente da rede são mais agilmente forjados, consolidados e divulgados nos próprios meios digitais.



organizacional estão ligados a relações de trabalho, sendo o primeiro individual e o segundo coletivo.

Os blogs organizacionais, identificados também como *blogs corporativos*, são aqueles que representam uma marca, empresa, ou são objeto de uma ação publicitária. Por serem, neste caso, uma ferramenta utilizada por uma empresa, os blogs corporativos têm chamado a atenção também da área do marketing. Estudiosos do campo identificaram no blog uma maneira direta e imediata de se comunicar com consumidores e monitorar suas demandas, já que os mesmos utilizam a Internet, muitas vezes, como meio para obter informações sobre produtos e serviços (CIPRIANI, 2006, p.20). Além disso, os blogs apresentam baixo custo de manutenção, utilização simples para a empresa e os usuários, dentre uma série de vantagens (ORDUÑA, ALONSO & ANTÚNEZ, 2006, p. 235). Cipriani (2006, p. 35) também frisa que um blog “permite a criação de uma comunidade” como um diferencial, aspecto que será aprofundado no item a seguir.

4. Blog e a comunidade virtual

Um estudo de cunho psicológico (BAKER & MOORE, 2008) comparou mudanças comportamentais apresentadas por blogueiros e não-blogueiros durante dois meses. Nos resultados do estudo, os blogueiros apresentaram um aumento do nível de interação e integração social, além de um aumento na tendência de confiar em outras pessoas, enquanto o grupo de não-blogueiros manteve os mesmos níveis apresentados ao início da pesquisa. Assim, os pesquisadores consideraram que os blogs devem funcionar como um espaço seguro onde os indivíduos buscam interagir e onde poderão desenvolver o sentido de comunidade e aliviar as sensações de isolamento e alienação. Mesmo que em um nível latente, a constituição de uma comunidade virtual pode ser um dos interesses dos blogueiros. Cabe aqui estruturar, portanto, o significado de comunidade virtual.

A expressão remonta, evidentemente, ao conceito de comunidades físicas. Segundo Recuero (2001), é amplamente explorado na sociologia, destacando-se a visão do teórico Ferdinand Tönnies, que serviu de fundamento para as produções de Durkheim e Weber. Tönnies propõe a oposição dos conceitos comunidade e sociedade, sendo que o primeiro se referia às relações familiares, ou das aldeias, e indicava um contato próximo e intenso, enquanto o segundo dizia respeito à metrópole, nações e ao



Mundo, onde as relações eram indiretas e complexas. Nesta acepção de comunidade era fundamental, portanto, a presença de um território comum e o contato físico entre os indivíduos. Ainda assim, teóricos contemporâneos de Tonniès, como Gabriel de Tarde, já exploravam a noção de que as comunidades poderiam se desenvolver com integrantes em espaços diferentes, nas quais eles se uniriam por uma “coletividade mental” (LEMOS, 2008, p.143).

A noção de comunidade sem a necessidade de território baseia-se numa dimensão simbólica entre os interagentes, existente entre as características comuns, identidade e o interesse das pessoas (SENNETT, 1978 *apud* FERNBACKE e THOMPSON, 1995). Notando a ausência de um território propriamente dito no ambiente da Web, Rheingold (1993 *apud* LEMOS, 2008) postula uma das definições mais populares de comunidade virtual: “Organizações sociais que emergem da Net quando um número suficiente de pessoas leva adiante discussões públicas com um mínimo de sentimento humano para formar teias de relações pessoais no ciberespaço”.

Entretanto, isso não impediu que o conceito sofresse críticas no meio acadêmico (WEINREICH, 1997), exatamente por desconsiderar a existência de um *locus*, um dos sustentáculos do termo comunidade. Assim Jones (1997), para rescindir a ausência da base territorial na discussão sobre comunidade virtual e também evitar definições baseadas em *determinismo tecnológico*¹⁴, propôs um “estabelecimento virtual” no qual a comunidade pode se situar, o *virtual settlement*. Porém, para uma local do ciberespaço ser considerado um *virtual settlement* ele deve preencher alguns requisitos propostos por Jones: (1) nível mínimo de interatividade, (2) variedade de comunicadores, (3) espaço público comum onde parte significativa da interatividade entre o grupo ocorre, e (4) um nível mínimo de associação sustentada¹⁵, que seria a presença de membros com certa frequência para manutenção da interatividade.

Assim um blog, *a priori*, não pode ser considerado um *virtual settlement*, e, portanto não contém uma comunidade virtual. Isso só pode ser constatado a partir do momento em que o blog é acessado por leitores, que leem e comentam os *posts*, e mantêm certa periodicidade em suas visitas. A proposta de Jones (1997) atenta para o fato de que as comunidades virtuais não dependem somente do “local” onde elas se estabelecem, mas surgem principalmente devido aos usuários envolvidos nelas. Além

¹⁴ Exemplo desse tipo de visão pode ser encontrado em afirmações como “onde quer que você crie uma rede de comunicação, você cria também uma comunidade” (STERLING, 1992 *apud* LEMOS, 2008).

¹⁵ Tradução de Recuero (2001) para *A minimum level of sustained membership*.



disso, outras teorias contribuem para a identificação de comunidades virtuais, especialmente a netnografia, que é a extensão da pesquisa etnográfica para a Internet. Teorias a respeito desse método (KOZINETS, 1997) auxiliaram a pesquisa de campo deste trabalho, que reflete sobre a presença de comunidades virtuais em blogs.

5. Metodologia

Pesquisas documentais e bibliográficas compuseram as bases conceituais necessárias para a realização de uma pesquisa de campo dedicada a identificar elementos que propiciassem a caracterização dos blogs como possíveis comunidades virtuais. Estudos semelhantes demonstraram interesse em identificar redes comunitárias entre um conjunto de blogs (*webrings*), que se comunicam entre si através de *links* (EFIMOVA & HENDRICK, 2005; PRIMO & SMANIOTTO, 2006b; RECUERO, 2002). Como contribuição, buscamos aqui distinguir a existência da comunidade virtual dentro de um blog, isoladamente.

Dadas as escolhas anteriores, procurou-se por métodos mais inclinados à abordagem qualitativa, optando-se pelo *estudo de casos múltiplos*, que permite a comparação entre as unidades sociais de análise observadas. Para isso, foram avaliados dois blogs: um *grupal* e outro *organizacional* (corporativo), defrontando as relações interpessoais geradas a partir de um blog orientado ao *mundo da vida* em relação a outro baseado no *mundo do trabalho*. O primeiro blog pesquisado, de natureza grupal, foi o Poema Dia¹⁶. O segundo foi o Blog Melissa¹⁷, criado para dar suporte à marca de calçados femininos Melissa. Ambas as análises consideram os *posts* no período de outubro de 2009 e leitores identificados a partir desses *posts*.

Em um estudo de caso é importante a utilização de variadas fontes de evidência (YIN, 2001, p.119), o que melhor embasa a leitura dos fenômenos sob análise. Este estudo considerou, portanto, conteúdos em outros blogs e plataformas da Web, matérias jornalísticas, medidores de acesso, interface, *posts* e os comentários ligados ao blog estudado. Entretanto, as principais fontes de evidência foram as análises documentais sobre o próprio conteúdo dos blogs e as entrevistas feitas com blogueiros e leitores. As entrevistas foram realizadas individualmente por programas de *mensagem instantânea*, portanto *online*, e orientadas pela discussão de cinco tópicos, selecionados a partir do cruzamento de teorias para identificação de comunidades virtuais. O quadro a seguir

¹⁶ <http://poemadia.blogspot.com/>

¹⁷ <http://www.melissa.com.br/blog/>



indica, do lado esquerdo, os elementos necessários para formação de uma comunidade virtual e quais autores os propõem, e do lado direito, o tópico que resume esses elementos.

Conceito / Autor	Fator de análise para o Roteiro
Familiarização dos participantes entre si (KOZINETS, 1997)	Familiarização/reconhecimento dos integrantes
Identities são reveladas (KOZINETS, 1997)	
Compartilhamento de linguagens, normas e símbolos específicos (KOZINETS, 1997)	Compartilhamento de mensagens e símbolos específicos
A existência de formas próprias de comunicação (PALÁCIOS, 1996)	
Esforço na manutenção e preservação do grupo pelos participantes (KOZINETS, 1997)	Esforço na manutenção e preservação do grupo / Estabilidade
Estabilidade na frequência de contatos entre participantes (RECUERO, 2001)	
A permanência (PALÁCIOS, 1996)	
A interatividade entre participantes (RECUERO, 2001)	Interatividade
A sensação de pertencimento dos participantes na comunidade (RECUERO, 2001)	Pertencimento
O sentimento de pertencimento (PALÁCIOS, 1996)	
A ligação entre o sentimento de comunidade (PALÁCIOS, 1996)	
O caráter corporativo (PALÁCIOS, 1996)	
A emergência de um projeto comum (PALÁCIOS, 1996)	

Quadro 1 – Cruzamento de conceitos para formulação do roteiro de pesquisa

6. Discussão dos resultados

6.1. Poema Dia

Fundado em *post* de 1/10/2008, o Poema Dia completou, durante a realização do estudo aqui relatado, um ano de atividade. O blog foi idealizado e criado por Victor



Barone¹⁸, contando com 41 blogueiros que possuem dia programado para postagem, no qual cada um publica, mensalmente, um poema ou mini-conto de autoria própria. Assim, o blog possui de um a dois *posts* diários. Nos espaços de comentários, pode-se perceber a constante presença dos próprios blogueiros do Poema Dia comentando uns os *posts* dos outros¹⁹, o que intensifica as relações entre eles, apesar do blog não ter restrição alguma a usuários externos. Isso é o suficiente para cumprir todos os requisitos de um *virtual settlement*²⁰, com destaque para o nível de associação sustentada, já que são os mesmos participantes que frequentam regularmente as discussões.

Nos cinco tópicos avaliados durante as entrevistas junto aos blogueiros – sete, ao todo –, todos os entrevistados demonstraram-se *familiarizados* aos integrantes do Poema Dia, já que há um breve descritivo de todos os blogueiros na página. Em relação ao *Compartilhamento de mensagens e símbolos específicos*, percebeu-se que o tema de interesse comum entre eles, a poesia, atua como uma “linguagem” pela qual eles se reconhecem, mesmo com as discordâncias do que cada um compreende por poesia. A *Estabilidade* com que as pessoas visitam os *posts* e comentam agradou grande parte os entrevistados, visto que no período analisado, todos os *posts* foram comentados. Já sobre a *Interatividade*, alguns entrevistados indicaram um alto nível, ao relatarem sobre extensos debates que foram travados nos comentários. Entretanto, outros entrevistados revelaram que as interações não são tão intensas, já que a maioria dos comentários, segundo estes, são breves elogios ao poema. E por fim, em relação ao sentimento de *Pertencimento*, a existência de funções entre os participantes (por serem blogueiros do mesmo espaço, e possuírem responsabilidades como *postar* no dia correto) contribui para uma noção de pertença, mesmo que alguns integrantes se sintam mais integrados e ligados às pessoas do Poema Dia, enquanto outros se demonstram mais distantes.

6.2. Blog Melissa

O Blog Melissa representa a marca de calçados femininos Melissa²¹, lançada em 1979, e administrada pela empresa Grendene. A interface do Blog Melissa é gerida pela

¹⁸ <http://poemadia.blogspot.com/2008/11/nossa-proposta.html>

¹⁹ Todos os posts de outubro de 2009 foram comentados, e em 100% desses havia comentários de blogueiros do Poema Dia.

²⁰ (1) nível mínimo de interatividade, (2) variedade de comunicadores, (3) espaço público comum onde parte significativa da interatividade entre o grupo ocorre, e (4) um nível mínimo de associação sustentada.

²¹ <http://www.melissa.com.br>



agência de internet Grafia²², enquanto seu conteúdo é produzido pela jornalista Camila Moraes (blogueira responsável) e aprovado junto ao departamento de marketing da Grendene. Sobre os números de acessos do site, aspecto geralmente valorizado pelas teorias ligadas a blogs corporativos (CIPRIANI, 2006), o Blog Melissa apresenta índices bastante elevados, se comparados aos dados apresentados pelo Technorati²³. Fator que contribui para isso são outras ferramentas virtuais que estão conectadas ao blog: Twitter, comunidades de Orkut e Facebook, dentre outros. Os *posts* não possuem periodicidade definida, e apresentavam um intervalo máximo de cinco dias sem postagens. Ainda assim, o blog cumpre com todos os requisitos de um *virtual settlement*²⁴, porém a associação sustentada não se demonstra tão elevada, já que os *posts* não são usualmente comentados pelos mesmos participantes – há uma troca significativa nos produtores das respostas.

Em relação às entrevistas realizadas com a blogueira e as leitoras, viu-se uma baixa *Famíliação* entre os participantes, já que nem a blogueira se identifica nos posts, nem há recursos que identifiquem as leitoras no espaço de comentários. Quanto ao *Compartilhamento de mensagens e símbolos específicos*, verificou-se um aspecto positivo para a formação da comunidade, já que as participantes demonstram-se bastante interessadas nos produtos da Melissa, o que consolida um objeto comum entre elas. A *Estabilidade* não é bem vista pelas próprias leitoras, que julgam a periodicidade dos *posts* baixa, o que as motiva a conferir as notícias da marca, muitas vezes, em outros blogs. Em relação à *Interatividade*, a blogueira revelou não travar muitos diálogos com as leitoras por meio do espaço de comentários, enquanto algumas leitoras revelaram que participaram de grandes discussões no blog, o que é positivo ao aspecto comunitário. Porém, outras disseram já ter visto comentários que foram vetados pela moderação do site, o que certamente é uma barreira à comunidade. Assim, no fator primordial às formações gregárias, que é o sentimento de *Pertencimento*, viu-se uma manifestação negativa das leitoras, que revelaram não se sentirem parte de um grupo ao acessarem o Blog Melissa.

7. Considerações finais

²² <http://www.grafia.blog.br/pt/>

²³ a média de *page views* está acima de 98% dos blogs corporativos, e o número de visitantes está acima de praticamente 100% dos blogs corporativos pesquisados pelo Technorati em 2009.

²⁴ (1) nível mínimo de interatividade, (2) variedade de comunicadores, (3) espaço público comum onde parte significativa da interatividade entre o grupo ocorre, e (4) um nível mínimo de associação sustentada.



Conforme se adensam as quantidades e qualidades das interações em ambiente digital, o campo do conhecimento em Comunicação esforça-se por encontrar novas maneiras de organizar suas concepções teóricas acerca dos fenômenos a ele concernentes. Definitivamente, pensar em mudanças de graus ou intensidades é insuficiente para dar conta das substanciais rupturas representadas pelas tecnologias de informação: novas configurações culturais exigem olhares renovados para as práticas interativas entre os indivíduos que dela participam. Se pensamos a cultura como conceito multifacetado, transdisciplinar e envolto em complexidades, a cibercultura carregará estas mesmas características, não podendo ser construída à reboque do que já se pesquisou no ambiente *offline*. Buscamos pela investigação aqui relatada contribuir neste esforço de compreensão das relações mediadas pelo computador, aprofundando o exame dos blogs como comunidades virtuais e das condições que podem fortalecer ou comprometer esta caracterização.

Ao se comparar os resultados obtidos em cada caso, vê-se que o Poema Dia cumpre positivamente com os cinco tópicos avaliados durante as entrevistas, em contraponto ao Blog Melissa que apresenta somente o *Compartilhamento de mensagens e símbolos específicos* como um aspecto propício à formação comunitária.

Vale reparar que a estrutura em que se dispõe o Poema Dia, com 41 blogueiros que comentam seus *posts* mutuamente, colabora para uma condição de “auto-suficiência” do blog, que possui *posts* diários e assiduamente comentados. Os interagentes são também blogueiros, o que dá uma função a cada participante, e gera um caráter cooperativo entre eles (PALÁCIOS, 1996). Dessa forma, a estrutura do Poema Dia sugere um modelo que privilegia a criação de um *microcosmo*; da comunidade virtual dentro de um blog.

Já os aspectos que apontam dificuldades para a consolidação de uma comunidade virtual no Blog Melissa não necessariamente estão ligados ao fato de que se trata de um blog corporativo. A criação de perfis para leitores, a periodicidade regular nas postagens, seriam soluções que contribuiriam para a formação comunitária, neste caso. Ainda assim, vale a reflexão mais a fundo para o estudo de blogs corporativos: estudiosos da área (CIPRIANI, 2006) citam a possibilidade de blogs em constituírem comunidades como uma vantagem, entretanto, não descrevem ao menos como ela deve ser identificada. A formação comunitária pode não estar visível por medidores de acesso, como no caso do Blog Melissa, que apresentam números elevados, porém o blog demonstra obstáculos para a consolidação da comunidade em uma análise qualitativa.



Afinal, qual é a qualidade dos *page views* computados? Sugere-se, então, aos estudos de blogs corporativos, que avaliem os benefícios de se criar uma comunidade virtual, e estudem estratégias para desenvolver e mensurar estes grupos.

8. Referências

BAKER, James; MOORE, Suzan. **Blogging as a Social Tool: A Psychosocial Examination of the Effects of Blogging.** In *CyberPsychology & Behavior*, volume 11, número 6, 2008. Disponível em: <http://www.liebertonline.com/doi/abs/10.1089/cpb.2008.0053> (4/4/2010)

BAX, M.P., PEREIRA, J. C. L. **Introdução a Gestão de Conteúdos.** In: 3o. Workshop Brasileiro de Inteligência Competitiva e Gestão do Conhecimento, São Paulo, 2002.

CIPRIANI, Fábio. **Blog corporativo:** aprenda como melhorar o relacionamento com seus clientes e fortalecer a imagem da sua empresa. São Paulo: Novatec Editora, 2006.

EFIMOVA, Lilia; HENDRICK, Stephanie. **In search for a virtual settlement: an exploration of weblog community boundaries.** 2005. Disponível em: https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-46041/weblog_community_boundaries.pdf (4/4/2010).

FERNBACK, Jan, THOMPSON, Brad. **Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?** In: International Communication Association. Albuquerque, Novo México: Maio de 1995. Disponível em: <http://www.well.com/~hhr/texts/VCCivil.html> (4/4/2010).

JONES, Quentin. **Virtual-Communities, Virtual Settlements & Cyber Archaeology: A Theoretical Outline.** In: *Journal of Computer Mediated Communication*, vol. 3, issue 3, 1997. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue3/jones.html> (4/4/2010).

KOZINETS, R. **On Netnography: Inicial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture.** 1997. Disponível em: <http://research.bus.wisc.edu/rkoziets/printouts/kozinetsOnNetnography.pdf> (4/4/2010).

LEMOS, André. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Ed. Sulina, 4ª edição, 2008.

LEMOS, André. **Ciber-cultura-remix.** In: ARAÚJO, Denize (org.). *Imagem (ir) realidade: comunicação e cibermídia.* Porto Alegre: Sulina, 2006.

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

MALINI, Fábio. **Por uma Genealogia da Blogosfera:** considerações históricas (1997 a 2001). In: GT – Cibercultura e Tecnologias da Comunicação do Inovcom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, São Paulo, 2008. Disponível em: http://fabiomalini.files.wordpress.com/2008/05/modeloinovcom_sudeste-fabio-malini-com-referencias.pdf

ORDUÑA, Isaac Rojas, ALONSO, Julio, ANTÚNEZ, José Luiz. **Blogs:** la conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas, políticos y ciudadanos. Madri: ESIC Editorial, 2006.

PALÁCIOS, Marcos. **Cotidiano e sociabilidade no ciberespaço.** In: *O indivíduo e as mídias.* Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.



PRIMO, Alex: **Os blogs não são diários pessoais online**: matriz para a tipificação da blogosfera. Revista Famecos. Porto Alegre, 2008. Disponível em: http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/revista_famecos.pdf (4/4/2010).

PRIMO, Alex; SMANIOTTO, Ana Maria Reczek. **Blogs como espaços de conversação**: interações conversacionais na comunidade de blogs insanus. In: e-Compos, v. 1, n. 5, p. 1-21, 2006a. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/conversacao.pdf> (4/4/2010).

PRIMO, Alex; SMANIOTTO, Ana Maria Reczek. **Comunidades de blogs e espaços conversacionais**. In: Prisma.com, v. 3, p. 1-15, 2006b. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/insanus.pdf> (4/4/2010).

RECUERO, Raquel. **Comunidades Virtuais**: Uma Abordagem Teórica. In: Ecos Revista. Pelotas: 2001. Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel/teorica.pdf> (4/4/2010).

RECUERO, Raquel. **Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais**. In: GT de Comunicação e Cultura do VII Seminário Internacional de Comunicação, 2002. Disponível em: <http://www.pontomidia.com.br/raquel/webrings.pdf> (4/4/2010).

THURLOW, Crispin, LENGEL, Laura, TOMIC, Alice. **Computer mediated communication**: social interaction and the internet. Londres: SAGE Publications, 2004.

WEINREICH, Frank. **Establishing a point of view towards virtual communities**. In: CMC Magazine, 1997. Disponível em: <http://www.december.com/cmc/mag/1997/feb/wein.html>

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2ª edição – Porto Alegre: Bookman, 2001.