

O blogue e a sua dimensão organizacional

Análise de um objecto empírico*

Ana Filipa Gaspar

Índice

1 O que é um blogue?	2
2 Um ponto de partida: o acto de criar um blogue reúne as condições que definem uma organização?	3
3 O blogue como um espaço de interacção e de rotinas	7
4 Conclusão	10
5 Pesquisa documental	11

Introdução

O fenómeno da globalização, que Alexandre Melo designa como a “mais marcante tendência caracterizadora da evolução recente das sociedades humanas” (2002:20-1), é, hoje em dia, uma realidade quase incontestável, dado que constatamos nas nossas vidas quotidianas a intervenção das suas consequências económicas, políticas e culturais. Para Manuel Castells, que defende a emergência de uma sociedade assente na revolução imposta pelas tecnologias da informação, um dos elementos que justamente ca-

racteriza a dimensão económica da globalização é “uma nova lógica organizacional” (2000:200).

A organização representa um papel fundamental na sociedade, porque é através da interacção humana organizada que nascem os processos sociais (Ahrne, 1994:VII, 52). E, por organização, não se entende apenas uma empresa ou uma associação de pessoas. Erhard Friedberg defende, a propósito da noção de organização, a sua “complexificação” e “relativização radical”, o que implica deixar de “designar um objecto social particular” para “ser englobada numa perspectiva analítica mais vasta, que se interessa pela organização (...) como processo de construção de uma ordem local” (1995:29-30). Assim, a nossa própria rotina diária pode ser considerada uma forma de organização.

De facto, a sociedade não é composta apenas por organizações, entendidas num sentido restrito – “elas não são mais que um contexto de acção entre outros”, refere Friedberg (1995:11). No seu exterior, em campos sociais semi-organizados, ocorrem vários outros fenómenos de interacção humana e têm lugar outros fenómenos sociais, como as redes. Para Manuel Castells, as redes desempenham um papel fundamental na sociedade emergente porque “a informação circula através de redes: redes entre empresas,

*Trabalho de Gestão e Intervenção Cultural, disciplina leccionada pela Prof.^a Dr.^a Idalina Conde, ano lectivo 2004/05. Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Departamento de Sociologia - ISCTE - Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.

redes internas às empresas, redes pessoais e redes de computadores” (2000:217). Na sua opinião, “as redes são, e serão, as componentes fundamentais das novas organizações” (2000:220).

Assim, é possível pensar na Internet, a rede das redes, como um espaço que torna possível o aparecimento de novas formas de organização, estruturadas de acordo com uma lógica diferente. Aí, as redes de computadores espalhados por todo o mundo proporcionam, por exemplo, o contacto e a interacção entre pessoas que vivem em locais distantes e têm culturas diferentes, mas partilham interesses comuns. A comunicação que se estabelece entre essas pessoas pode dar origem a fortes laços, que anteriormente apenas seriam visíveis em comunidades locais, como um grupo de amigos do ambiente, uma pequena associação desportiva ou um encontro religioso de jovens. Formam-se, deste modo, novas redes pessoais que comunicam num tempo quase real, em espaços virtuais, criados tecnologicamente.

Um dos serviços que, ultimamente, tem mobilizado a atenção dos cibercibers é o blogue. Na verdade, este é um fenómeno recente – os primeiros blogues foram criados no final dos anos 90 e o seu *boom* aconteceu a partir de 2000 –, mas a sua presença na Internet cresce diariamente. O sucesso deste serviço reside, em grande parte, no facto do autor de um blogue apresentar anotações e ligações dinâmicas sobre assuntos do seu interesse, que podem ser partilhados e comentados por outras pessoas. Criam-se, deste modo, formas de interacção entre os autores e os leitores dos blogues, que por vezes são transpostas para a chamada vida real, através de encontros de *bloggers* (denominação atribuída às pessoas que “blogam”).

Neste trabalho, defende-se que o blogue, enquanto resultado de um novo tipo de acção social, é também uma nova forma de organização, apesar de não ser uma organização em si, como um estado ou uma empresa. Por isso, pretende-se analisar a sua dimensão organizacional, desde o momento em que é construído por um utilizador até ao período em que, enquanto participante da blogosfera, permite ao seu autor interagir com outros cibercibers e outros blogues.

1 O que é um blogue?

O **blogue** (do inglês, *weblog* ou *blog*) é uma página *web* de actualização frequente onde é possível inserir diversos conteúdos, que são apresentados numa ordem cronológica inversa, ou seja, os mais recentes surgem no topo da página, enquanto os mais antigos eventualmente desaparecem da página principal e são “arquivados”. Baseia-se na ideia de diário pessoal, mas pode assumir várias versões (desde o registo de experiências íntimas ao registo de eventos colectivos ou até mesmo globais).

É habitual dizer-se que os blogues estão na moda¹ e que qualquer pessoa tem um ou vários blogues. As razões são simples: não é necessário ter conhecimentos aprofundados de programação, existem *on-line* inúmeras ferramentas que permitem criar blogues quase instantaneamente e a sua manutenção é fácil. Além disso, como salientam Elisabete Barbosa e António Granado, os blogues

¹ Numa notícia publicada a 2 de Agosto de 2005 no *site* BBC News, referia-se que a cada segundo é criado um blogue novo. Segundo o último relatório sobre o estado da blogosfera, existem actualmente mais de 14,2 milhões de blogues (este número duplicou apenas em quatro meses).

reúnem “as principais características da Internet”.

“[Os blogues] São utilizados para comunicar, como o correio electrónico; permitem discutir e analisar assuntos, à semelhança dos fóruns de discussão; possibilitam o contacto entre pessoas distantes que partilham ideias e objectivos comuns, como os *chats*; e são facilmente acedidos através da World Wide Web” (2004:12).

Mas os blogues têm, ainda, as suas próprias características. Por um lado, podem ser colectivos ou individuais, consoante os participantes na sua construção e/ou manutenção. Por outro, além de atraírem constantemente novos visitantes, conseguem, por vezes, reunir um conjunto de leitores habituais. De acordo com o assunto abordado pelos seus conteúdos, podem ser categorizados como diários, analíticos ou informativos. E o formato dos próprios conteúdos pode ser diversificado – texto, fotografia, som, vídeo.

1.1 A relação entre os utilizadores portugueses e a blogosfera

Ao espaço virtual onde se localizam os blogues foi atribuído o nome de **blogosfera** que, como descreve Manuel Pinto no prefácio de *Weblogs – Diário de Bordo*, é “diversa nos seus géneros e tipologias”, constituindo “um instrumento e um espaço de registo e de informação, de comentário e de opinião, de crítica e de escrutínio da vida pública, de memória e de manifestação de criatividade e engenho pessoais, de estruturação e de redes e

comunidades de interesses e conhecimento” (Barbosa e Granado, 2004:7).

Segundo o estudo Netpanel², da empresa Marktest, 398 mil portugueses com idade superior ou igual a 15 anos navegaram pela blogosfera durante os primeiros quatro meses de 2005 (cerca de 28,3% dos utilizadores de Internet no mesmo período). Este número de cibernautas visitou mais de 27 mil páginas de blogues (em média, 69 por utilizador), o que corresponde a mais de 386 mil horas de consulta (em média, 58 minutos por utilizador).

O perfil destes utilizadores é caracterizado da seguinte forma: 70,4% são homens, 71,1% têm entre 15 e 34 anos, 44,5% pertencem às classes sociais alta e média alta e 49,2% residem na Grande Lisboa e no Grande Porto.

2 Um ponto de partida: o acto de criar um blogue reúne as condições que definem uma organização?

Segundo Göran Ahrne, existem quatro condições que caracterizam e determinam as formas de interacção humanas: a filiação, os recursos colectivos, a substitutabilidade dos indivíduos e o controlo mediante registo. “Estes princípios nodais constituem, juntos, aspectos comuns às unidades sociais básicas (...). Eles são combinações de forças que tornam as pessoas parte das entidades sociais. Nós chamaremos a essas entidades organizações” (1994:2). Será que é possível associar ao blogue (nomeadamente, à sua construção)

² Disponível em http://www.marktest.pt/produtos_servicos/Netpanel/default.asp

estas quatro características, que o autor defende serem intrínsecas a famílias, empresas, clubes ou até mesmo estados?

Para se criar um blogue, a primeira etapa consiste em encontrar *on-line* uma ferramenta para construção e manutenção de blogues. Essa ferramenta pode permitir construir um blogue genérico, onde é possível escrever texto, colocar imagens e acrescentar sons (como, por exemplo, o Blogger) ou pode ser específica para um formato de blogues (é o caso do PhotoBlog que, segundo o Netpanel, destaca-se como o blogue mais visitado por utilizadores portugueses³).

No *site* da ferramenta, é necessário que o utilizador se registe, através da criação de uma conta que lhe atribui um nome de utilizador e uma senha, dados esses que são de importância estratégica visto que permitem o reconhecimento do indivíduo e o acesso ao seu blogue. Desta forma, é cumprida a primeira condição apresentada por Ahrne – a filiação. “Os portões das organizações estão trancados e guardados. Só os afiliados têm a chave (...). Aqueles que não são afiliados não têm direito de entrar. Se tu não és reconhecido, não entras” (1994:5).

Contudo, o acto de filiação não depende apenas da vontade do indivíduo que pretende se registar no *site*. São exigidos certos requisitos, como a aceitação de um conjunto de regras relacionadas com a utilização da ferramenta. Se o utilizador não aceitar, o seu registo é recusado e, de imediato, é vedado o acesso às potencialidades do *site*.

Qual o principal motivo que leva uma pessoa a se filiar numa determinada ferramenta

³ Nos primeiros quatro meses de 2005, o *site*: www.photoblog.be foi visitado por 182 mil utilizadores portugueses, o que corresponde a 45,7% do total dos visitantes de blogues em Portugal.

de criação de blogues e aceitar as suas regras? No que diz respeito às organizações, Göran Ahrne refere que o que motiva a filiação são os recursos que disponibilizam e é exactamente o mesmo que acontece no caso das ferramentas como o Blogger ou o PhotoBlog. O principal objectivo do utilizador é obter um espaço *on-line* para construir um blogue.

As ferramentas de *blogging* distinguem-se por diferentes interfaces (alguns são *web-based*, ou seja, são utilizáveis directamente na Internet a partir de qualquer computador; outras são instaladas no computador do utilizador e é somente a partir dele que podem ser utilizadas), mais simples ou mais complicados de utilizar (podem exigir maiores ou menores conhecimentos de linguagem HTML, por exemplo), e pelas funcionalidades associadas. Os recursos facultados pela ferramenta estão, em princípio, disponíveis para todos os utilizadores registados. Contudo, pode existir uma modalidade de acesso gratuito que contém menos recursos e outras que, mediante um determinado valor, permite a utilização de outras funcionalidades.

Ao ter acesso aos recursos, o indivíduo tem a obrigação de mobilizá-los no sentido de manter o seu blogue, sob pena de ser excluído da blogosfera (a ausência de actualização e consulta de um blogue pode, por exemplo, levar ao seu desaparecimento, porque a cultura deste espaço é a cultura do efémero⁴).

⁴ Existem excepções a salientar. Se o blogue é popular e obtém um número massivo de visitas durante um período de constante actualização, pode continuar a ser consultado após o seu encerramento, quer este seja ou não divulgado. Na blogosfera nacional, isto ocorre, por exemplo, com o blogue O meu Pipi (o último *post* data de 15 de Dezembro de 2003 e, em

Por outro lado, o utilizador que cria um determinado blogue através de uma ferramenta específica pode ser substituído por outro, caso seja excluído ou abandone essa ferramenta em favor de outra – nomeadamente, o seu “nome” de utilizador pode ser escolhido por outro utilizador.

Segundo Ahrne, “a organização é uma ligação entre seres humanos que une algumas pessoas, enquanto as separa de outras. Esta ligação não é estabelecida pelos próprios indivíduos, mas precede as suas relações e provavelmente vai existir depois deles desaparecerem. As organizações são independentes dos indivíduos particulares, mas sem indivíduos uma organização não poderia existir” (1994:3). Esta ideia pode ser aplicada aos blogues e às suas ferramentas de construção e manutenção exactamente porque a maioria dos utilizadores de uma determinada ferramenta não participou na sua criação e tem consciência de que, enquanto membro, não desempenha um papel insubstituível no seu funcionamento, apesar da ferramenta necessitar de utilizadores para continuar a existir. Podemos concluir que se trata de uma relação ambivalente de autonomia e dependência, característica da lógica organizacional em rede.

Por último, coloca-se ainda a questão do controlo. Quando alguém cria um blogue, deseja fazê-lo com liberdade total, sem intrusões externas. Contudo, para que a blogosfera seja um espaço livre, é necessário garantir que algumas regras são cumpridas e, por isso, o indivíduo que se regista para ter acesso a uma ferramenta de *blogging* aceita respeitar um conjunto de normas. Como

Agosto de 2005, apresenta uma média de 240 visitas por dia).

cada utilizador assume um nome (a sua identidade na blogosfera), é possível aplicar formas de controlo que observam e registam a utilização feita por determinado indivíduo da ferramenta a que acede.

A noção de que a blogosfera pode ser consultada por qualquer pessoa pode, desde logo, funcionar como um mecanismo de controlo, ou seja, um elemento que inibe o desrespeito das normas, porque outros utilizados (registados ou não na mesma ferramenta) podem acompanhar a manutenção do blogue. Desta forma, é possível compreender que o controlo nem sempre é feito por entidades superiores, colocadas no topo de uma hierarquia (associadas ao conceito de supervisão).

Perante os resultados obtidos pelas acções de controlo, os utilizadores e os respectivos blogues podem ser alvo de sanção (como a ausência de consulta do blogue por parte de outros cibernautas) ou de distinção (por exemplo, o reconhecimento entre os pares pode ser feito através de ligações dinâmicas que remetem para os blogues distinguidos).

De uma forma geral, podemos considerar assim que o acto de construir e manter um blogue reúne as quatro condições que tornam possível, segundo Göran Ahrne, um padrão de interacção característico das organizações (1994:26).

2.1 Blogger: um exemplo prático dos primeiros passos na construção de um blogue

O Blogger.com é, claramente, um *site* de referência no mundo dos blogues. Por um lado, foi uma das primeiras ferramentas a

surgir⁵ e, por outro, a sua utilização é muito fácil. Na página inicial, os novos utilizadores têm acesso a uma explicação sobre o que é um blogue e a uma apresentação desta ferramenta *web-based*. Se quiserem criar um blogue, têm de seguir apenas três passos: criar gratuitamente uma conta, dar um nome ao blogue e escolher um *template* (isto é, um modelo de apresentação do blogue). Segundo o Blogger, o blogue está pronto a ser utilizado em menos de cinco minutos.

Para criar uma conta no Blogger, é necessário escolher um nome de utilizador e uma senha para poder aceder à ferramenta de edição do blogue. Além destes dados, o cibernauta fornece apenas um endereço de e-mail e o nome com que deseja assinar os artigos do seu blogue. Para completar a inscrição, tem de aceitar os termos do serviço, isto é, um conjunto de normas que estabelecem os direitos e as responsabilidades do utilizador face à companhia que gere o Blogger. Essas regras possibilitam ainda a qualquer membro fiscalizar e controlar as acções de outros membros do serviço e, em caso de violação, saber como reportá-la.

A construção do blogue em si começa com a escolha do nome e do endereço web. Actualmente, os novos blogues são alojados no domínio *blogspot.com* mas, para os utilizadores mais experientes, o Blogger disponibiliza a possibilidade de alojar o blogue num domínio diferente. Este aspecto pode ser útil, por exemplo, para quem tem

⁵ O Blogger foi fundado por uma pequena companhia, a Pyra Labs, em Agosto de 1999, na mesma altura em que várias outras ferramentas surgiram e tornaram mais simples a criação de *weblogs*. Em 2002, foi adquirido pelo Google. A sua história é contada por um dos seus fundadores em <http://www.blogger.com/about>.

uma *homepage* num outro domínio e pretenda acrescentar-lhe um blogue.

Em seguida, é preciso escolher um *template*, ou seja, o aspecto gráfico do blogue. Esta escolha não é definitiva e o utilizador pode alterar o *template* sempre que desejar. Depois de carregar no botão para continuar, o blogue é criado e o utilizador pode transformá-lo de acordo com os seus objetivos. É possível desde logo escrever um *post* e publicá-lo, dando início a um ciclo de actualizações constantes do blogue.

Contudo, apesar do cibernauta estar ansioso por começar a colocar as suas palavras *on-line*, é possível que prefira começar por introduzir as suas preferências em relação a pormenores gráficos e textuais do blogue. Caso pretenda convidar outras pessoas para participarem nas actividades dos blogues, também pode fazê-lo ao escolher a opção *Members* no menu *Settings*.

O Blogger é um exemplo de uma ferramenta que permite ao utilizador construir o seu blogue e integrá-lo na blogosfera. Após a sua página estar pronta, começa uma nova etapa que envolve a manutenção e actualização do blogue mediante a intervenção de um ou vários membros de uma equipa que interagem com os restantes cibernautas.

No entanto, é importante ainda saber que, no Blogger, há formas de distinção dos blogues, ou seja, eles são sugeridos pela própria ferramenta aos outros utilizadores. Por exemplo, quando um blogue é actualizado, merece um destaque especial no “painel de instrumentos” (*dashboard*) dos utilizadores da ferramenta: é integrado na lista dos 10 últimos blogues actualizados e este simples evento pode, em determinadas alturas, aumentar estrategicamente o número de visitas.

3 O blogue como um espaço de interacção e de rotinas

Apesar de ser necessário o registo num *site* para criar e manter um blogue, a consulta do mesmo é feita num espaço semi-organizado, a blogosfera, onde qualquer pessoa é aceite (independentemente de ser ou não um utilizador da ferramenta utilizada na construção do blogue). Nesse espaço, é possível criarem-se comunidades de autores e leitores de blogues que interagem entre si⁶.

Para ilustrar a interacção e as rotinas existentes na blogosfera, foi escolhido, como exemplo, o blogue Beco das Imagens⁷, cujo tema é Banda Desenhada e Ilustração e é mantido por Sílvia Moldes e Sara Figueiredo Costa. À semelhança de todos os blogues, o Beco das Imagens apresenta vários *posts*, isto é, “pequenas unidades de texto (ou fotografias, ou sons) ordenadas cronologicamente” (Barbosa e Granado, 2004:16). E, de uma forma geral, caracteriza-se por ser um blogue informativo, combinando principalmente texto e imagem.

Os seus primeiros *posts* estão arquivados e datam de 20 de Junho de 2003. Um deles apresenta as duas autoras:

“Eu sou a Sara Figueiredo Costa, estudo textos medievais e escrevo sobre livros

⁶ Um dos aspectos que justifica a facilidade de interagir na blogosfera é o facto de se tratar de um espaço semi-organizado. Como explica Göran Ahrne, “a interacção em campos semi-organizados pode convidar as pessoas a ter conversas com estranhos”, porque “na interacção com pessoas desconhecidas ninguém conhece o teu passado ou os teus registos (...). Não estão envolvidos compromissos ou promessas ou planos para o futuro” (1994:74).

⁷ Disponível em <http://becodasimagens.blogspot.com>

por aí, mas guardo há muito a paixão pela BD e a vontade de fazer alguma coisa com ela relacionada (longe de tentar destruir qualquer suporte com o meu inenarrável jeito para o desenho!). Aqui ao lado está a Sílvia Moldes, estudante de Banda Desenhada e Ilustração no AR.CO, autora de alguns trabalhos por enquanto desconhecidos e um bocadinho mais calada do que eu.”

Contudo, esta não foi a primeira versão do blogue. O mesmo *post* foi encontrado num blogue que, aparentemente, serviu de experiência para as duas autoras – Linhas de Fuga⁸.

3.1 Interacções: as autoras, o blogue, os leitores, os outros bloggers...

Desde logo, podemos encontrar no Beco das Imagens uma vontade para interagir verbalizada pelas autoras que, através do blogue, esperam contribuir “para a divulgação e a troca de ideias em torno da BD e da Ilustração”⁹. Assim, o primeiro tipo de interacção é aquela que existe entre a Sara e a Sílvia e a manutenção do próprio blogue. Analisando a rotina dos *posts* mais recentes, Sara é normalmente quem publica mais artigos e também é ela quem, de certa forma, representa o blogue, escrevendo no plural, anunciando as ausências e os regressos. A actualização de informação é quase sempre diária, excepto durante as férias e fins-de-semana.

Outro tipo de interacção é aquela que é partilhada pelas autoras do blogue e pelos

⁸ Disponível em <http://fugadelinhas.blogspot.com/>

⁹ Excerto de um *post* de 20 de Junho de 2003.

seus leitores. Esta pode acontecer, sobretudo, por e-mail e pelos comentários aos *posts*; e ser voluntária ou solicitada pelas autoras (nomeadamente, nos seus *posts*).

Num *post* de 28 de Julho de 2003, Sara indica quais os livros de BD preferidos por outros blogues, de acordo os e-mails que recebeu durante uma semana.

“A participação foi animada, principalmente tendo em conta que estamos no Verão e a caminho das férias. E para além disso, ainda descobrimos alguns *blogs* que desconhecíamos e que gostámos de conhecer.”

Neste caso, todos os intervenientes são *bloggers*, ou seja, as autoras do Beco das Imagens interagiram com os participantes dos blogues O Projecto¹⁰, Soda Cáustica¹¹ ou Janela Indiscreta¹², entre outros. O motivo justifica-se por a Sara e a Sílvia terem lançado um desafio através do envio de um *e-mail* para alguns blogues e o *post* que o anuncia (19 de Julho de 2003) ser, efectivamente, um “desafio aos blogues”.

Contudo, é preciso notar que aqueles que frequentam habitualmente a blogosfera possuem, pelo menos, um blogue da sua autoria ou onde participam – o que se pode verificar pelas ligações que normalmente estabelecem, comentando ou sugerindo determinado blogue nos seus *posts* ou num espaço na página criado com esse objectivo. Esta é, aliás, uma característica comum dos blogues: a introdução frequente de *links* (ligações para outras páginas). Segundo Elisabete

Barbosa e António Granado, estes são “primordiais no desenvolvimento dos *weblogs*”.

“A função inicial dos *blogs* era (...) divulgar páginas, textos, comentários e outros assuntos interessantes espalhados pelo vasto mundo da Internet” (2004:16).

No final do *post* de 28 de Julho de 2003, Sara acrescentou: “vamos pensar noutras formas de colaboração e interacção bloguística que passem pela bd, pela ilustração e, acima de tudo, pela troca de ideias”. Alguns dos textos publicados ressaltam a importância dessa interacção para a “vida” do blogue. Recentemente, quando regressaram de férias (20 de Agosto de 2005), Sara publicou um *post* onde relembra: “já sabem: notícias, novidades, desabafos bedéfilos e partilhas várias para o mail do costume”.

No campo dos comentários, estes podem ser muito variados. A propósito de um *post* sobre Ilustração Infantil e o artista João Caetano, publicado a 2 de Julho de 2003, um cibernauta (e *blogger*) escreveu a título de curiosidade que também se chama João Caetano, estuda Design de Comunicação e conhece o trabalho do ilustrador. Outro leitor, António, comentou um *post* de 14 de Julho de 2005 sobre um ilustrador e *designer* dinamarquês para pedir o endereço do *site* do artista porque também se interessa pelo seu trabalho. A 12 de Julho de 2005, Pedro Rocha aproveitou o *post* intitulado “Vistas Muito Curtas” para desabafar sobre o “estado das artes” em Portugal e construir um paralelo com a extinção do Ballet Gulbenkian.

Por vezes, o mecanismo do comentário pode inclusivamente dar azo a várias trocas comunicativas. Num *post* de 21 de Julho, Sara refere-se às sugestões que lhe foram

¹⁰ Disponível em <http://oprojecto.blogspot.com/>

¹¹ Disponível em <http://caustica.blogspot.com/>

¹² Disponível em <http://janela-indiscreta.blogspot.com/>

transmitidas através de comentários num outro *post* e por e-mail. Na caixa de comentários desse mesmo *post*, encontramos novamente a Sara a interagir com um cibernauta que elogia o blogue e promete regressar, tal como com uma leitora que lhe deixa uma dica para encontrar um livro.

Nesta interacção, coloca-se ainda um aspecto relevante: apesar da blogosfera ser um espaço semi-organizado, que permite aos cibernautas visitar os blogues sem nenhum compromisso, é frequente certos leitores tornarem-se fiéis a determinado blogue por se identificarem com o seu conteúdo. Isso é visível quando o leitor interage frequentemente por e-mail e por comentários, o que, no caso do Beco, parece acontecer, por exemplo, com Zazie, que Sara descreve como “leitora compulsiva da blogosfera” num *post* de 28 de Julho de 2003.

3.2 A relação entre o blogue e a WWW

Por último, há ainda um padrão de interacção entre o blogue e a *World Wide Web*. Como já foi referido, é habitual os blogues possuírem *links* para outras páginas, estabelecendo ligações pretendidas pelos seus autores. Globalmente, essas ligações acabam por formar uma complexa rede, que permite navegar quase sem fim na Internet.

No Beco das Imagens, a barra direita apresenta cinco categorias de listas de blogues, divididas em dois grupos. O primeiro grupo é constituído pelos *links* para outros blogues. A categoria “As nossas outras moradas” permite aceder a dois outros blogues, um mantido por Sílvia Moldes e outro por Sara Figueiredo Costa. Ou seja, constitui a ligação para dois espaços onde cada uma das auto-

ras desenvolve actividades relacionadas com outros interesses que possui. As categorias seguintes incluem “Sítios Muito Especiais”, “Debates Imperdíveis” e “Outros Blogs Habituais”. No segundo grupo, encontram-se sítios sobre “BD, Ilustração, Livros e Etc”, que incluem as moradas *on-line* de instituições (como a Bedoteca) ou de artistas.

Na *World Wide Web*, o blogue Beco das Imagens também é referenciado, com o respectivo *link*, em várias páginas. É o caso do blogue Fumaças¹³, um espaço dedicado a “Charutos, Política, Poesia, Prazeres”, onde João Carvalho Fernandes publicou um *post* a 22 de Julho de 2003 (dois dias depois da criação do Beco) para comentar a iniciativa e o endereço do blogue da Sara e da Sílvia foi incluído na lista intitulada “Prazeres”. E essa não é a única lista onde o *link* do Beco das Imagens pode ser encontrado: outros blogues, como Catedral¹⁴, Caderno de Campo¹⁵ ou Ma-Schamba¹⁶, também sugerem-no nas suas listagens.

Em síntese, foram analisadas três formas principais de interacção no blogue através do exemplo do Beco das Imagens: a interacção entre as autoras e o blogue; a interacção entre as autoras e os leitores do blogue (que, por sua vez, também podem ser *bloggers*); a interacção entre o blogue e a *World Wide Web*. Esta constatação acaba por assemelhar-se, com as devidas adaptações, à proposta de Göran Ahrne a propósito dos tipos de interacção protagonizados pelos actores de uma organização (1994:31-6).

¹³ Disponível em <http://fumacas.weblog.com.pt/>

¹⁴ Disponível em <http://catedral.weblog.com.pt/>

¹⁵ Disponível em <http://cadernodecampo1.blogger.com.br/>

¹⁶ Disponível em <http://maschamba.weblog.com.pt>

4 Conclusão

Como formula James Slevin, “a utilização da Internet envolve a criação de novas formas de acção e interacção”, que contribuem para a “transformação da organização espacial e temporal da vida social”.

“A Internet tem o potencial de permitir aos indivíduos e às organizações interagir com outros distantes numa escala sem precedentes (...). Quando os indivíduos publicam informação na *World Wide Web* ou enviam e recebem um *e-mail*, mergulham em formas de interacção que diferem em muitos aspectos não apenas da interacção face-a-face mas também das formas convencionais de comunicação mediada” (2000:7).

Neste sentido, o blogue é um recurso disponibilizado pela Internet, onde um utilizador pode ser produtor e receptor de informação, interagindo com outros cibernautas num espaço específico (mas virtual), com fronteiras fluídas que se expandem diariamente – a blogosfera. Como tal, o blogue acaba por tornar possível a determinado indivíduo participar na vida social de uma forma diferente daquela que a vida quotidiana e os seus padrões de interacção lhe oferecem. E, enquanto construção, exige uma organização própria que está associada ao dispositivo de edição, aos intervenientes na sua manutenção e à sua inscrição dentro da grande teia de informação, a WWW.

Ao longo deste trabalho, houve um esforço no sentido de explicar o que é o blogue e contextualizá-lo na utilização da Internet que é feita pelos cibernautas portugueses. Em seguida, tomou-se como ponto de partida

a criação do blogue para estabelecer um paralelismo entre as condições requeridas para essa construção e aquelas que estão ligadas à participação numa organização. Após estar disponível *on-line*, o blogue é um espaço organizado numa página *web* e apresenta como elementos comuns os *posts*, os comentários e os *links*. A partir do exemplo do blogue Beco das Imagens, foi possível ainda compreender as interacções e rotinas que fazem parte da vida do blogue, porque, apesar de se tratar de um caso em particular, partilha uma mesma experiência, aquela, de uma forma geral, que se vive em toda a blogosfera. A língua em que o blogue comunica, as cores e a apresentação do *template*, o formato dos conteúdos disponibilizados podem ser diferentes, mas há uma dinâmica partilhada e que é proporcionada pelas acções de actores estratégicos (os autores dos blogues) ao tornarem único e especial o espaço *on-line* onde o blogue está alojado.

Slevin diz que, hoje em dia, “nós parecemos estar perante uma agenda totalmente nova, completa pela sua retórica própria e expressões próprias como comunidade electrónica, democracia electrónica, negócio electrónico e comércio electrónico” (2000:118). Nessa agenda, inscrevemos novas formas de comunicar e criamos espaços onde podemos organizar a informação que nos interessa de forma a estabelecer novos tipos de relações com pessoas que noutras circunstâncias provavelmente não chegaríamos a conhecer. O blogue é, cada vez mais, um meio de retomar a máxima cartesiana “penso, logo existo” e talvez levá-la mais longe do que antes seria possível. É provável que seja esse o motivo das novas adaptações hipertextuais desta mensagem, como “blogue, logo existo”. E, para continuar a existir, é

preciso continuar a “blogar” porque a actualização frequente é aquilo que faz viver o blogue. Como Alexandre Inagaki afirma num artigo de opinião: “o post está morto, viva o novo post!”¹⁷ Mais uma expressão hipertextual? O blogue é sempre hipertexto e ligação.

5 Pesquisa documental

AHRNE, Göran (1994), *Social Organizations. Interaction Inside, Outside and Between Organizations*, London: Sage Publications.

BARBOSA, Elisabete e GRANADO, António (2004), *Weblogs – Diário de Bordo*, col. “Comunicação”, vol. 2, 1^a Ed., Porto: Porto Editora.

CASTELLS, Manuel (2000), *A Sociedade em Rede*, col. “A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura”, vol. 1, 1^a Ed. (2002), Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

FRIEDBERG, Erhard (1995), *O Poder e a Regra. Dinâmicas da Acção Organizada*, Lisboa: Instituto Piaget.

MELO, Alexandre (2002), *O que é – Globalização Cultural*, 1^a ed., S.L.: Quimera Editores.

SLEVIN, James (2000), *The Internet and Society*, Cambridge (UK): Polity Press.

¹⁷ Excerto do artigo “Blogo, logo existo” publicado no sítio Digestivo Cultural, disponível em <http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=1644> (Agosto de 2005).

Pesquisa multimédia

MORTENSEN, Torill e WALKER, Jill (2002), “Blogging Thoughts: Personal Publication as an Online Research Tool” http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs_in_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf (Agosto 2005)