

Revista da Graduação

Vol. 5

No. 1

2012

21

Seção: Faculdade de Letras

BLOG: Um estudo sob a luz do conceito de gêneros textuais

Grasielly Hanke Angeli

Este trabalho está publicado na Revista da Graduação.

ISSN 1983-1374

<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/view/11421>

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE LETRAS

GRASIELLY HANKE ANGELI

BLOG
UM ESTUDO SOB A LUZ DO CONCEITO DE GÊNEROS TEXTUAIS

Porto Alegre

2011

GRASIELLY HANKE ANGELI

***BLOG*: um estudo sob a luz do conceito de gêneros textuais**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de licenciado em Letras.

Orientador: Prof^a Dra. Marisa Magnus Smith

Porto Alegre

2011

GRASIELLY HANKE ANGELI

BLOG: um estudo sob a luz do conceito de gêneros textuais

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de licenciado em Letras.

Aprovada em: ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Gilberto Scarton

Prof. Dr. Antonio Dalpicol

Prof. Dra. Marisa Magnus Smith

Porto Alegre

2011

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer à minha família, que sempre me apoiou e ajudou em todos os momentos da vida, principalmente nesta etapa. Meu pai, João, minha mãe, Adi, minhas irmãs, Cari e Gisa, e à minha irmã de coração, Raquel. Acredito que sou uma menina de sorte por ter pessoas tão maravilhosas ao meu lado.

Ao longo da faculdade, muitas pessoas passaram pela minha vida, mas duas foram especiais e fizeram a diferença para que eu pudesse finalizar essa etapa mais preparada profissional e pessoalmente: minhas amigas Aline e Daniela.

Por fim, gostaria de agradecer àqueles professores que de alguma forma marcaram esses anos na graduação. Principalmente à professora Marisa, docente totalmente dedicada que foi o meu grande apoio para escrever este trabalho.

RESUMO

O presente trabalho tem o intuito de verificar se o *blog* é um gênero textual ou um suporte no qual se manifestam vários gêneros, refletindo sobre essa nova e importante ferramenta de comunicação e sobre o ambiente virtual em que está inserida. Para tanto, cinco *blogs* foram escolhidos de acordo com critérios pré-estabelecidos e analisados quanto a alguns elementos dos gêneros textuais. Procurou-se observar convergências e divergências estilísticas e composicionais a fim de verificar se há critérios em comum que possam caracterizá-los como gêneros. Os principais autores mencionados para embasar a análise dos gêneros textuais foram Bakhtin e Marcuschi.

Palavras-chave: *Blog*. Gênero textual. Comunicação virtual.

RESUMEN

El presente trabajo trata de verificar si el *blog* es un género textual o un soporte en el cual se manifiestan varios géneros, reflejando sobre esa nueva e importante herramienta de comunicación y sobre el ambiente virtual en que está inserido. Para eso, cinco *blogs* fueron seleccionados de acuerdo con criterios anteriormente adoptados y analizados cuanto a algunos elementos de los géneros textuales. Se buscó observar convergencias y divergencias estilísticas y composicionales a fin de verificar si hay criterios en común que puedan caracterizarlos como géneros. Los principales autores mencionados para embasar el análisis de los géneros textuales fueron Bakhtin y Marcuschi.

Palabras clave: *Blog*. Géneros textuales. Comunicación virtual.

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Exemplo de <i>post</i>	25
Figura 2 - Exemplo de comentário.....	26
Figura 3 - O Bairrista	38
Figura 4 Interney – Dossiê Alex Primo	40
Figura 5: <i>Blog</i> da Melissa.....	42
Figura 6: Respeito, Sogil.....	44
Figura 7: Etcetera e tal	46
Figura 8 Facehunter	52
Figura 9: Cersibon.....	52
Quadro 1: Quadro classificatório.	17
Quadro 2: Gêneros do <i>blog</i> individual profissional.	31
Quadro 3: Gêneros do <i>blog</i> individual pessoal	31
Quadro 4: Gêneros do <i>blog</i> coletivo grupal.....	32
Quadro 5: Gêneros do <i>blog</i> coletivo organizacional.	33
Quadro 6– Características composicionais encontradas nos <i>blogs</i> analisados.....	48
Quadro 7: Gêneros textuais encontrados nos <i>blogs</i>	53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
2.1 GÊNEROS TEXTUAIS.....	10
2.1.1 Histórico	10
2.1.2 Gênero textual, tipo textual e domínio discursivo	11
2.1.3 Bakhtin e Marcuschi	12
2.1.4 A questão do suporte dos gêneros textuais	15
2.1.5 Categorização.....	16
2.1.6 Gêneros no contexto digital	18
2.2 <i>BLOGS</i>	23
2.2.1 Conceito e características gerais	23
2.2.2 Breve histórico	27
2.2.3 Uma tentativa de classificação dos <i>blogs</i>	29
2.2.4 O <i>blog</i> como gênero textual: uma questão a resolver	34
3 A PESQUISA	35
3.1 TEMA, QUESTÕES DE PESQUISA E OBJETIVOS.....	35
3.2 METODOLOGIA.....	35
3.2.1 <i>Corpus</i> e seleção da amostra.....	35
3.2.1.1 Análise dos <i>blogs</i> da amostra – conteúdo temático, função e finalidade	37
3.2.1.2 Análise dos <i>blogs</i> da amostra – organização composicional.....	47
3.2.1.3 Análise dos <i>blogs</i> da amostra – estilo.....	54
3.2.2 Discussão dos resultados	57
4 CONCLUSÃO	59
REFERÊNCIAS	61

1 INTRODUÇÃO

A tecnologia, sobretudo com o surgimento da internet, tem desencadeado grandes transformações na comunicação, estabelecendo novas possibilidades de interação social. A disponibilidade e a facilidade no acesso aos internautas mediante o meio digital promovem uma rápida expansão e um uso mais generalizado dessas novas ferramentas de comunicação social. À medida que aumenta o número destas e também as possibilidades de acesso a múltiplas plataformas virtuais, os meios digitais tornam-se fundamentais, tanto para o uso no dia a dia quanto para o exercício profissional.

Nesse cenário de desenvolvimento dos recursos tecnológicos, mostra-se importante conhecer e estudar os gêneros textuais produzidos em ambiente virtual, sobretudo na internet, já que, segundo autores que têm refletido sobre os gêneros, adiante destacados, cada momento sócio-histórico-cultural produz seus próprios “modelos” textuais, que se tornam logo (re)conhecidos socialmente.

Dentre os possíveis gêneros que tem surgido no meio eletrônico, os *blogs* se destacam por constituírem ferramenta de fácil acesso e manuseio – por várias razões, dentre as quais o fato de sua criação não demandar conhecimentos técnicos complexos (como ocorre na criação de um *site*, por exemplo) e a vantagem de proporcionarem alta interatividade, permitindo a praticamente qualquer pessoa com conhecimentos de informática manusear e publicar o que quiser. Em função dessas características, os *blogs* estão ganhando cada vez mais adeptos e se popularizando entre pessoas de todas as idades.

Confirmando a relevância de analisar os gêneros do meio digital, Marcuschi aponta três aspectos:

(1) seu franco desenvolvimento e um uso cada vez mais generalizado; (2) suas peculiaridades formais e funcionais, não obstante terem eles contrapartes em gêneros prévios; (3) a possibilidade que oferecem de se rever conceitos tradicionais, permitindo repensar nossa relação com a oralidade e a escrita. (2010, p. 16)

O estudo desses gêneros também possibilita o desenvolvimento de aplicações pedagógicas relacionadas a este suporte e a outros do meio digital, o que é fundamental em várias instâncias, inclusive numa perspectiva sociocomunicativa de ensino, já que a interação verbal em meio eletrônico está consolidada no presente e terá grande desenvolvimento no futuro. Além disso, a falta de familiaridade com essas

ferramentas cada vez mais difundidas provavelmente representará forte exclusão, o que poderá ser evitado com atividades em sala de aula.

Foram esses os motivos que impulsionaram a presente pesquisa, que tem como tema o estudo dos *blogs* na perspectiva dos gêneros textuais. Pretende-se verificar, com base em teorias sobre os gêneros textuais, se é adequado considerar os *blogs* um gênero, como muitos afirmam, ou um suporte onde podem manifestar-se diferentes gêneros.

Para tanto, foram estudadas e serão aqui sintetizadas as ideias de alguns teóricos principalmente Bakhtin e Marcuschi, que constituíram a base teórica que permitiu realizar a análise do *corpus* da pesquisa com mais consistência e menos digressões.

A Fundamentação Teórica deste estudo trata dos gêneros textuais, passando inicialmente por tópicos como histórico, conceituação, diferenciação entre gênero e tipo textual, propostas de categorização dos gêneros contemporâneos – em suporte escrito convencional e – mais brevemente por razões apontadas adiante – dos gêneros no contexto digital, apresentando características e especificidades.

A segunda parte da Fundamentação Teórica será dedicada a explicar este possível novo gênero do contexto digital, o *blog*, com referências ao funcionamento e aos elementos que compõem essa ferramenta de comunicação.

O segundo capítulo do trabalho apresentará a pesquisa propriamente dita, que se constituirá na análise de cinco *blogs* atualmente publicados na rede mundial de computadores, selecionados em função da diversidade quanto ao tema e quanto a aspectos como estrutura composicional, estilo, função, funcionamento, linguagem.

Por fim, serão apresentadas as considerações finais, que não têm o intuito de finalizar a discussão, mas sim de contribuir para suscitar novos questionamentos, motivando, dessa maneira, mais investigações sobre gêneros textuais no domínio da mídia virtual, campo de pesquisa recente que oferece grandes possibilidades de estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 GÊNEROS TEXTUAIS

Imaginemos a seguinte situação: uma criança começa a chorar porque perdeu algo. Essa é uma situação complicada que exige do cuidador jeito para acalmar a criança. Nessas condições, a atitude esperada não seria recitar um poema ou xingar a pequena, mas sim dar um conselho ou contar algo alegre. Assim como neste caso, cada evento ocorrido diariamente na vida das pessoas determina o tipo de enunciado utilizado. Esses enunciados seguem padrões mais ou menos constantes, determinados pelo contexto e pela finalidade, sendo chamados de gêneros textuais.

A seguinte seção se dedica exclusivamente à explicação dos gêneros textuais, pois serão eles o fundamento da pesquisa relacionada ao presente trabalho, tendo em vista seu objetivo, que é o de verificar o estatuto – em termos de gênero textual – dos *blogs*. Para tanto, serão sintetizados alguns postulados presentes nas obras de Bakhtin e Marcuschi, além de outros autores da área.

2.1.1 Histórico

As primeiras referências a gêneros textuais, pelo menos no Ocidente, remontam à Grécia Antiga, nos séculos V e IV a.C., quando Platão e Aristóteles iniciaram estudos nessa área. Inicialmente eram conhecidos como gêneros literários, pois as análises feitas por Platão eram voltadas para a Literatura. Posteriormente, Aristóteles concentrou-se no estudo dos gêneros como objeto de interesse da Oratória, definindo o que se considera a primeira teoria sistemática sobre os gêneros e sobre a natureza do discurso (MARCUSCHI, 2008, p. 147).

Afirmava Aristóteles que são três os elementos que compõem o discurso: 1) aquele que fala; 2) aquilo sobre o que se fala; e 3) aquele a quem se fala. Em relação a esse último, ele considerava três tipos de ouvintes: 1) o espectador que olha o presente; 2) a assembléia que olha o futuro; e 3) o juiz que julga sobre coisas passadas. Além das características dos ouvintes, ele também aponta três gêneros do discurso retórico: 1) discurso deliberativo (aconselhar/desaconselhar); 2) discurso judiciário (acusar/defender); e 3) discurso demonstrativo (elogiar/censurar) (MARCUSCHI, 2008, p. 148).

Marcuschi afirma também que o estudo dos gêneros textuais sob essa perspectiva foi amplamente desenvolvido ao longo dos séculos, com particular interesse na Idade Média. No entanto, hoje esse objeto de investigação assume uma configuração mais abrangente, já que “a expressão gênero vem sendo usada de maneira cada vez mais frequente e em um número cada vez maior de áreas de investigação”, o que amplia as possibilidades desse estudo, acentuando-se seu caráter multidisciplinar (2008, p. 148).

No presente trabalho, interessa-nos esta configuração contemporânea e suas interfaces, motivo pelo qual o foco será a seguir deslocado para conceitos desenvolvidos no século XX.

2.1.2 Gênero textual, tipo textual e domínio discursivo

Antes de abordar a definição de gênero textual, é importante salientar a diferença entre **gênero textual**, **tipo textual** e **domínio discursivo**, já que esses são modos de considerar as entidades que constituem o funcionamento da língua nas situações de comunicação.

A expressão **tipologia textual** é em geral usada para designar “uma espécie de construção teórica (em geral subjacente aos textos) definida pela natureza lingüística de sua composição” (MARCUSCHI, 2008, p. 154). Dessa forma, é caracterizada pelos aspectos estruturais e linguísticos, como lexicais, sintáticos, tempos verbais, relações lógicas e estilo. Abrange um pequeno número de categorias estáveis, que são narração, argumentação, descrição, exposição e injunção. Um único texto pode apresentar mais de uma sequência tipológica, porém, quando predominam as características de um dos tipos textuais, designamos o texto pela classificação da tipologia. Por exemplo, classifica-se argumentativa uma redação de vestibular, na qual o vestibulando tem de defender/argumentar uma ideia.

Já a expressão **gênero textual** refere-se a textos materializados, orais ou escritos, utilizados no dia a dia e que apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por sua função, conteúdo temático e finalidade (MARCUSCHI, 2008, p. 155). São representados por inúmeros exemplos, como a piada, o inquérito policial e a resenha.

Por fim, **domínio discursivo** diz respeito às instâncias discursivas, das quais são exemplo o domínio do discurso jornalístico ou o domínio do discurso religioso.

Eles não representam um único gênero, mas dão origem a vários, marcando rotinas comunicativas específicas.

2.1.3 Bakhtin e Marcuschi

A obra que tem sido referência para o reconhecimento dos gêneros textuais é a *Estética da Criação Verbal*, escrita em 1992 por Mikhail Bakhtin, na qual o autor dedica um capítulo exclusivo para a elucidação do tema.

Segundo Bakhtin, toda atividade humana se dá principalmente pela língua, de modo que a comunicação por meio da linguagem apresenta padrões determinados pelo contexto e pela finalidade de cada evento comunicativo. Conforme o autor, “a utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana” (1992, p. 279). Essas formas de enunciado, prossegue o autor, são constituídas por três elementos: **conteúdo temático**, **estilo** e **construção composicional**, os quais “se fundem indissolúvelmente no *todo* do enunciado e [...] são marcados pela especificidade de uma esfera de comunicação”. São esses enunciados relativamente estáveis que o autor chama de gêneros textuais, os quais podem apresentar uma grande variedade, já que cada situação comunicativa exige um enunciado diferente. Por exemplo, uma conversa face a face caracteriza o gênero textual “diálogo”, já uma conversa por telefone marca o gênero “telefonema”.

Partimos agora para a explicação de cada um dos elementos que compõem o enunciado (**conteúdo temático**, **estilo** e **construção composicional**) visto que têm grande relevância para a análise da pesquisa.

O sentido da enunciação completa determina o **conteúdo temático** do gênero textual. O tema é considerado a expressão de uma situação histórica concreta que motiva a manifestação do enunciado. Para Silva (2011, p. 6),

Os gêneros estabelecem pautas temáticas e formas típicas de tratamento do tema, à medida que, nas diferentes instâncias de uso da língua, se estabelecem diferentes expectativas quanto ao leque de assuntos pertinentes ou impertinentes, permitidos ou proibidos, e quanto ao grau de autenticidade, fidedignidade e exaustividade de sua abordagem.

Dessa forma, compreende-se que o conteúdo temático do enunciado é caracterizado tanto pelas formas linguísticas da composição quanto pelos elementos não verbais da situação e é considerado o sentido do enunciado como um todo.

Entre os três elementos destacados por Bakhtin como constituintes do todo do enunciado, o **estilo** é o que mais se aproxima das características enunciativas do próprio indivíduo. Segundo Silva (2011, p. 3), conforme as orientações de Rojo (2005), “o estilo são as configurações específicas das unidades de linguagem, traços da posição enunciativa do locutor e da construção composicional do gênero”. Assim, quando se fala em estilo do gênero, pode-se referir tanto ao estilo linguístico/enunciativo do locutor quanto ao estilo configurado pela estrutura composicional do gênero.

Qualquer enunciado é individual e por isso pode refletir a individualidade de quem o está produzindo; no entanto, o mesmo autor lembra que a maioria dos gêneros textuais não está aberta ao estilo individual do locutor, com exceção dos artístico-literários. Por exemplo, gêneros que requerem uma estrutura padronizada, como os documentos oficiais, não permitem a manifestação da individualidade.

Dos três elementos citados, a **construção composicional** é a que representa a estrutura formal dos gêneros, ou seja, a forma como são organizadas as partes que os compõem. Por exemplo: em um *e-mail*, em geral, aponta-se primeiramente a saudação a quem se escreve, para posteriormente colocar o conteúdo e, por fim, as saudações finais.

A obra de Bakhtin serviu como base para muitos outros autores importantes da área da linguística, como o brasileiro Luiz Antônio Marcuschi, que partiu das ideias do filósofo russo para aprofundar o conceito de gênero textual, transformando-se em um teórico renomado na área no Brasil.

Segundo Marcuschi (2008, p. 155), os gêneros textuais são “textos materializados em situações comunicativas recorrentes”; são fenômenos históricos, profundamente relacionados à vida cultural e social, que servem para ordenar e estruturar as atividades comunicativas do dia a dia. O autor observa que os gêneros textuais

caracterizam-se muito mais por suas funções comunicativas, cognitivas e institucionais do que por suas peculiaridades lingüísticas e estruturais. São de difícil definição formal, devendo ser contemplados em seus usos e condicionamentos sociopragmáticos caracterizados como práticas sociodiscursivas (Marcuschi, p. 1¹).

¹Disponível

em <http://www.cvps.g12.br/centropedagogico/Centro%20Ped%202009/pdf/cursos%20e%20assessorias/LP/2009/Maria%20Jos%C3%A9/NII/G%C3%AAneros%20textuais%20d...pdf>. Acessado em 13 de outubro de 2011.

Conclui-se, assim, que os gêneros são definidos mais por aspectos sociais de comunicação do que pela estrutura linguística, de modo que importa mais a função, a finalidade², as ações e os conteúdos dentro do gênero.

Apesar de apresentar estruturas fixas, os gêneros textuais são altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos. Como afirma Marcuschi (2008), o uso de um determinado gênero é condicionado por escolhas que não são livres nem aleatórias, seja pelo aspecto lexical, grau de formalidade ou natureza dos temas, pois há restrições e padronizações; no entanto, alguns estão abertos ao estilo dos falantes, por meio das escolhas e criatividade.

Como também já afirmava Bakhtin, os gêneros apresentam grande diversidade de formas e são variáveis quanto a surgimento e desaparecimento, ou seja, dependem das necessidades de novas situações comunicativas para surgir, e com as mudanças sociais ou institucionais podem extinguir-se. O desenvolvimento de novas tecnologias e as conseqüentes alterações e inovações nas atividades interativas de comunicação, por exemplo, são responsáveis pelo surgimento de gêneros textuais alternativos aos já existentes.

Levando em consideração as diferenças que dificultam a classificação dos inúmeros gêneros textuais, Bakhtin (1992, p. 281-282) separa-os em **primários** e **secundários**.

Os gêneros primários são denominados pelo autor como simples, pois provêm de “circunstâncias de uma comunicação verbal espontânea”. Os gêneros secundários são nomeados “complexos”, pois aparecem em situações de comunicação relativamente mais evoluídas do que as dos considerados primários. São exemplos de gêneros secundários os relacionados aos saberes artísticos, científicos e sociopolíticos, como romance, artigo acadêmico e discurso. Segundo o autor (1992, p. 282),

durante o processo de sua formação, esses gêneros secundários absorvem e transmitem os gêneros primários (simples) de todas as espécies [...]. Os gêneros primários, ao se tornarem componentes dos gêneros secundários, transformam-se dentro destes e adquirem uma característica particular: perdem sua relação imediata com a realidade existente e com a realidade dos enunciados alheios.

² “Função” e “finalidade” são com frequência usadas como sinônimas, entretanto neste estudo função será considerada como mais abrangente: espalhar informação; finalidade como mais específica: divertir, refletir, denunciar, etc.

Dessa forma, conclui que, para esclarecer a natureza do enunciado, deve-se reconhecer, por um lado, a inter-relação entre os gêneros primários e secundários e, por outro, o processo histórico da formação dos gêneros.

2.1.4 A questão do suporte dos gêneros textuais

Importante também para a análise dos gêneros é a questão referente ao local em que ele aparece, ou seja, o suporte. Marcuschi (2008, p. 174) define o suporte como “um lócus físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto”.

Para Maingueneau (2004, p. 71), num discurso é importante observar o modo de manifestação material, ou seja, seu suporte, além da forma como se difunde (enunciado orais, no papel, etc.), porque o suporte é imprescindível para que circulem os gêneros na sociedade, sendo que uma mudança pode modificar todo o conjunto. Por exemplo, o enunciado “Mãe, vou sair com a Cris. Não me espera para o jantar. Beijo”, escrito em um pedaço de papel, caracteriza o gênero “bilhete”; se gravado pela secretária eletrônica, caracterizaria um “recado”. O suporte não pode ser confundido com o canal, nem com contexto ou com a situação, pois a função daquele é firmar ou apresentar o enunciado para que este fique acessível.

Marcuschi (2008, p. 177) afirma que há dois tipos de suporte: os **convencionais** e os **incidentais**. Os suportes convencionais são os criados especificamente para portar ou fixar textos, ao passo que os incidentais operam como suportes eventuais ou ocasionais (já que qualquer superfície, como um tronco de árvore no qual pode ser escrita uma frase, pode, em princípio, portar textos). Como exemplos de suporte convencional apresenta-se o papel, o livro, o jornal, o rádio, a televisão, o telefone. Como exemplos de suportes incidentais, tem-se embalagens, roupas, paredes, muros, paradas de ônibus.

Há uma exceção para os que Marcuschi (2008, p. 185) chama “serviços em função da atividade comunicativa”, os quais não podem ser considerados suportes textuais, propriamente, pois devem ser vistos como serviços: correios, programas de *e-mail*, internet e *site*. Relevante observar que Marcuschi considera a internet não só um serviço mas também um suporte que alberga e conduz os mais diversos gêneros textuais.

2.1.5 Categorização

Os inúmeros gêneros textuais presentes no cotidiano comunicativo exigem a esquematização de categorias que possam diferenciar um gênero do outro. Marcuschi, em *Gêneros textuais: definição e funcionalidade*³, expõe que os gêneros são caracterizados e definidos principalmente por seus aspectos sociocomunicativos e funcionais; no entanto, em alguns casos a forma pode defini-lo e, em outros, o próprio suporte ou o ambiente em que aparecem os textos. Em geral, dão-se nomes aos gêneros usando um desses critérios (MARCUSCHI, 2008, p. 164):

1. **Forma estrutural:** gráfico; rodapé; debate; poema;
2. **Propósito comunicativo:** errata; endereço;
3. **Conteúdo:** nota de compra; resumo de novela;
4. **Meio de transmissão:** telefonema, telegrama, e-mail;
5. **Papéis dos interlocutores:** exame oral; autorização;
6. **Contexto situacional:** conversação espontânea; carta pessoal.

O seguinte quadro, organizado por Ibarro (2011) com base em vários autores apresenta uma proposta bastante abrangente de classificação dos gêneros quanto à situação discursiva e à capacidade de linguagem.

³ Disponível em

<http://www.cvps.g12.br/centropedagogico/Centro%20Ped%202009/pdf/cursos%20e%20assessorias/LP/2009/Maria%20Jos%C3%A9/NII/G%C3%AAneros%20textuais%20d...pdf>. Acessado em 13 de outubro de 2011.

Quadro 1: Quadro classificatório.

DOMÍNIO DISCURSIVO (situação discursiva)	CAPACIDADE DE LINGUAGEM	GÊNERO TEXTUAL (oral ou escrito)
<ul style="list-style-type: none"> • DISCUSSÃO DE PROBLEMAS SOCIAIS CONTROVERSOS • LEVANTAMENTO, SUSTENTAÇÃO, REFUTAÇÃO E NEGOCIAÇÃO DE TOMADA DE POSIÇÃO 	ARGUMENTAR	<ul style="list-style-type: none"> • Artigo jornalístico • Assembleia • Carta ao leitor • Carta de reclamação • Carta de solicitação • Comentário • Crítica • Crônica • Debate • Discurso de acusação/defesa • Dissertação • Editorial • Ensaio • Parábola • Prece / Oração • Tese • Texto publicitário comercial/institucional (cartazes, <i>slogans</i>, <i>folders</i>, folhetos, campanhas, cartilhas) • Tirinha/quadrinho • Requerimento • Resenha crítica • Sermão
<ul style="list-style-type: none"> • CRIAÇÃO POÉTICA/FICCIONAL 	NARRAR	<ul style="list-style-type: none"> • Adivinha • Biografia • Comédia • Conto • Crônica • Epopeia • Fábula • Folhetim • Lenda • Novela • Paródia • Piada • Poema/letra de música • Poesia • Romance • Tragédia
<ul style="list-style-type: none"> • DOCUMENTAÇÃO E MEMORIZAÇÃO DE AÇÕES 	RELATAR	<ul style="list-style-type: none"> • Ata • Autobiografia • Citação • <i>Curriculum vitae</i> • Diário íntimo • Ensaio • Notícia • Pensamento • Relatos de experiências vividas • Relatos de viagem • Reportagem • Testemunho
<ul style="list-style-type: none"> • REGULAÇÃO MÚTUA DE COMPORTAMENTOS • DIVULGAÇÃO DE INSTRUÇÕES / PRESCRIÇÕES 	DESCREVER / PRESCREVER/ INSTRUIR/ORIENTAR	<ul style="list-style-type: none"> • Bula • Horóscopo • Mandamento • Manual de instrução • Placas / sinais de orientação • Receita • Regimento • Regras de jogo • Regulamento / lei
<ul style="list-style-type: none"> • ESTABELECIMENTO, CONSTRUÇÃO E TRANSMISSÃO DE REALIDADES E SABERES 	EXPOR	<ul style="list-style-type: none"> • Anúncio classificado • Atestados • Artigo enciclopédico • Aula • Aviso • Certidões • Chamada • Códigos • Comunicação oral • Conferência • Contratos • Convite • Declarações • Dedicatória • Ditado • Entrevista • Exposição oral • Gráfico • Manchete • Palestra • Protocolo • Prova (escrita/oral) • Relatório científico • Resenhas

Fonte: Lígia Ibarro, 2011.

Percebe-se, a partir da sistematização proposta por Ibarro (2011), que os gêneros textuais do meio digital não são considerados pelos autores por ela pesquisados. Isso provavelmente se deve ao fato de os gêneros terem surgido há pouco tempo nesse meio. Como o intuito deste trabalho é estudar um dos gêneros disponibilizados pela internet, segue exposição mais detalhada sobre os gêneros no contexto digital.

2.1.6 Gêneros no contexto digital

Para melhor entender o papel dos gêneros em meio digital, é necessário referir, ainda que brevemente, algumas características da comunicação virtual.

A comunicação virtual é aquela que se dá em um ambiente criado com auxílio de interfaces tecnológicas de comunicação, como computadores, telefones, televisão e outros suportes. Ela está inserida em uma cultura social estruturada na conectividade entre os indivíduos por meio de tecnologias de comunicação. Lévy (1996) aponta como características dessa comunicação a velocidade de circulação da informação, a troca de mensagens entre os indivíduos, o espírito de colaboração e a ausência de territorialidade.

Dentro do campo dos estudos da tecnologia de comunicação, a rede mundial de computadores (internet) destaca-se pelo expressivo crescimento e popularização, chegando a dois bilhões de usuários pelo mundo em março de 2011, segundo a Internet World Stats⁴. Atualmente, a internet ocupa lugar realmente significativo na vida das pessoas, uma vez que é utilizada para executar múltiplas funções – pessoais, profissionais, relacionais, de lazer e de entretenimento, por exemplo. No entanto, é por disponibilizar informação livre (em princípio, não manipulada por interesses, como ocorre com os meios de comunicação em massa) e facilitar a comunicação que ganha cada vez mais adeptos.

Para Marcuschi (2010, p. 24),

É inegável que a tecnologia do computador, em especial com o surgimento da internet, criou uma imensa rede social (virtual) que liga os mais diversos indivíduos pelas mais diversificadas formas numa velocidade espantosa e na maioria dos casos numa relação síncrona. Isso dá uma nova noção de interação social. Este é o primeiro aspecto que gostaria de frisar na

⁴ <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. Acessado em 20 de outubro de 2011.

natureza das novas tecnologias, que **não são antissociais** como alguns supuseram, mas favorecem a criação de verdadeiras redes de interesses.

Nesse trecho, o autor refere-se ao caráter interativo da internet. Ao contrário do que muitos pensam, esse meio promove o diálogo entre os usuários de forma rápida e, muitas vezes, em tempo real, favorecendo a comunicação e criando novas formas de interação.

No mesmo sentido, Coelho (2001, p. 6) afirma:

Lévy⁵ interpreta a produção e circulação de mensagens no interior das redes de computadores como um elemento-chave de uma sociedade em mutação. A virtualização passa a ser um processo articulador de toda a vida social, marcada cada vez mais pela ruptura dos limites espaço-temporais.

Para Zaniratti (2009, p. 8), essas transformações tecnológicas que afetam a comunicação interferem também nas relações pessoais na internet, pois o sujeito participa da criação, da seleção e da troca de conteúdos, assumindo um lugar de destaque como sujeito comunicativo, e não mais como o alvo da comunicação.

Além dos aspectos relacionados à interação, o sujeito comunicativo cria na internet uma nova forma de linguagem, que promove uma maior globalização do acesso. Nesse sentido, Orlandi, conforme Galli (2010, p. 153), refere que

A Internet já se transformou num veículo de comunicação com uma linguagem acessível à maior parte dos hiperleitores. Desse modo, há uma exploração dos termos dessa área, os quais são transferidos para o contexto social e divulgados como uma linguagem global. No entanto, o locutor precisa estar atento ao emprego da linguagem, uma vez que “não é só quem escreve que significa; quem lê também produz sentido” (ORLANDI, *apud* GALLI, 2010).

As características encontradas na linguagem em mídia virtual, em função das especificidades do meio (velocidade da informação, interação, etc.), são “uma pontuação minimalista, uma ortografia uma tanto bizarra, abundância de siglas, abreviaturas nada convencionais, estruturas frasais pouco ortodoxas e uma escrita semialfabética” (MARCUSCHI, 2010, 22).

Marcuschi (2010, p. 21-22) postula que a tecnologia digital “depende totalmente da escrita”, a qual se configura, assim, como um dos aspectos essenciais

⁵ Pierre Lévy é um filósofo da informação que se ocupa em estudar a interação entre a internet e a sociedade.

da mídia virtual. Por isso, todos os gêneros textuais que emergem no contexto digital estão baseados fundamentalmente nessa modalidade de linguagem⁶.

Além da escrita, a internet proporciona um ambiente no qual se usufrui de diversos recursos como meio de significação; ao se expressar, o internauta se vale não só da escrita, mas também de imagens e sons. Isso torna os ambientes virtuais muito variados e propícios à manifestação de novos gêneros, diferenciando esse suporte dos demais, como menciona Marcuschi (2010, p. 32):

A internet não é um ambiente virtual homogêneo, mas apresenta uma grande heterogeneidade de formatos e permite muitas maneiras de operação relativas à participação e aos processos interativos. Alguns desses ambientes podem ser manipulados com alguma facilidade, ao contrário de nossa posição diante da televisão e do rádio que permitem menos manipulação e interação.

Tendo isso em conta, podemos entender por que alguns gêneros emergentes do meio digital são totalmente novos, outros são mesclados e outros ainda são apenas a reprodução de gêneros já existentes. O ambiente virtual é que proporciona essa variação de possibilidades, constituídas por gêneros que atendem às demandas dos usuários dos produtos da inovação tecnológica.

Erickson (*apud* MARCUSCHI, 2010, p. 28-29), ao definir os gêneros textuais do meio digital, distingue-os daqueles veiculados em outros meios, apresentando-os como

um padrão de comunicação criado pela combinação de forças individuais, sociais e técnicas implícitas numa situação comunicativa recorrente. Um gênero estrutura a comunicação ao criar expectativas partilhadas acerca da forma e do conteúdo da interação, atenuando assim a pressão da produção e interpretação.

Assim, com base nessa noção de gênero, o autor sugere observar um conjunto de características no discurso *online* como forma de auxiliar a análise dos gêneros textuais do meio digital:

- Propósito comunicativo do discurso;
- Natureza da comunidade discursiva;
- Regularidades de forma e conteúdo da comunicação, expectativas subjacentes e convenções;

⁶ Entendemos que fala e escrita se mesclam e se complementam na comunidade virtual, assim como reconhecemos, do ponto de vista dessas modalidades de comunicação, a existência de um “continuum”, em cujos polos se encontram, de um lado, os gêneros mais marcadamente “orais” e, de outro, aqueles mais reconhecidamente “escritos”.

- Propriedades das situações decorrentes em que o gênero é empregado, incluindo as forças institucionais, tecnológicas e sociais que dão origem às regularidades do discurso.

Essas informações contribuem para a identificação dos gêneros, pois elas levam a refletir sobre diversos aspectos importantes, como os atores relacionados, o modo de partilhamento do conhecimento, o objetivo da comunicação.

Por fim, com base nas características já citadas com referência aos gêneros veiculados em meio digital, Marcuschi (2010, p. 33-35) apresenta um levantamento dos principais gêneros emergentes da internet. O autor enfatiza, entretanto, que essa listagem constitui apenas uma amostra dos gêneros mais conhecidos e estudados até o momento, admitindo não saber ao certo quantos gêneros há no contexto da mídia virtual e também advertindo que as categorias que arrola talvez possam corresponder a outras designações eventualmente já consagradas. As categorias elencadas por esse autor são:

- (1) **E-mail**: correio eletrônico com formas de produção típicas e já padronizadas.
- (2) **Chat em aberto (bate-papo virtual em aberto – room-chat)**: inúmeras pessoas interagindo simultaneamente em relação síncrona e no mesmo ambiente.
- (3) **Chat reservado (bate-papo virtual reservado)**: variante dos *room-chats* do tipo (2), caracteriza-se por falas pessoais acessíveis apenas aos dois interlocutores mutuamente selecionados, embora estes possam continuar vendo todos os demais em aberto.
- (4) **Chat agendado (bate-papo agendado – ICQ⁷)**: variante de (3), mas com a característica de ter sido agendado e oferecer a possibilidade de mais recursos tecnológicos na recepção e envio de arquivos.
- (5) **Chat privado (bate-papo virtual em salas privadas)**: são os bate-papos em sala privada com apenas os dois parceiros de diálogo presentes.
- (6) **Entrevista com convidado**: forma de diálogo com perguntas e respostas em um esquema diferente dos dois anteriores.

⁷ ICQ é um programa pioneiro de comunicação instantânea pela internet que pertence à companhia Mail.ru Group.

- (7) **E-mail educacional (aula virtual)**: interações com número limitado de alunos, tanto no formato de *e-mail* como de arquivos hipertextuais com tema definido em contatos geralmente assíncronos.
- (8) **Aula-chat (chat educacional)**: interações síncronas no estilo dos *chats* com finalidade educacional, geralmente para tirar dúvidas, dar atendimento pessoal ou em grupo e com temas prévios.
- (9) **Videoconferência interativa**: realizada por computador e similar a uma interação face a face.
- (10) **Lista de discussão (mailing list)**: grupos de pessoas com interesses específicos, que se comunicam em geral de forma assíncrona, mediada por um responsável que organiza as mensagens e eventualmente faz triagens.
- (11) **Endereço eletrônico**: (o endereço eletrônico, seja o pessoal para e-mail ou para a *homepage*, tem hoje características típicas e é um gênero).
- (12) **Weblog (blogs, diários virtuais)**: disponibilizados na rede principalmente por adolescentes, constituem-se como uma escrita autobiográfica com observações diárias ou não, agendas, anotações⁸.

Considerando que Marcuschi começou esse trabalho no início dos anos 2000 e que os gêneros em meio eletrônico evoluem de forma rápida já que, conforme Erickson, “a interação *online* tem o potencial de acelerar enormemente a evolução dos gêneros” (apud Marcuschi, 2010, p. 20), ressalta-se que os gêneros relacionados aos bate-papos virtuais – correspondentes aos números (2), (3), (4) e (5) dos listados acima - podem ter cedido lugar ou mesmo ter sido substituídos, hoje, pelas redes sociais, como o *Facebook*, ou programas específicos para conversação, como o *Messenger* e o *Skype*. Em cada uma dessas plataformas de comunicação, muito comuns atualmente, são disponibilizadas todas as ferramentas descritas nos quatro tipos de *chats*.

Outro ponto a destacar é a definição de *weblog* feita pelo autor. Apesar de apresentar, na época em que foi criado, características gerais do diário íntimo convencional e ter como principal público os adolescentes, o *blog* hoje em dia pode desempenhar diversas funções e ter como público todas as faixas etárias, como se verá adiante.

⁸ O conceito de blog será retomado adiante.

Entre os gêneros citados pelo autor, os mais utilizados são os e-mails, os bate-papos, lista de discussão e *weblogs*. Como afirma Marcuschi (2010, p. 35), a escrita é a principal forma de linguagem desses gêneros, e nesse meio ela apresenta “informalidade, menor monitoração e cobrança pela fluidez e pela rapidez do tempo”. Como se verá mais adiante, os *blogs* fogem a essa regra, já que podem se caracterizar tanto pela linguagem informal quanto formal, dependendo de sua função.

Como o objeto de análise desta pesquisa serão os *blogs* como gêneros textuais da mídia virtual, a seguir essa plataforma de comunicação será objeto de um maior detalhamento.

2.2 BLOGS

Referimos acima que alguns autores, dentre eles o já citado Marcuschi (2010), têm considerado o *blog* como **um gênero textual** novo, emergente das necessidades comunicativas dos internautas e muito popularizado na internet. Embora de um modo geral concordemos com esse posicionamento, entendemos, com base na observação e na análise de diferentes *blogs* disponíveis na rede, que cabe discutir se estamos diante de **um gênero**, propriamente, ou de uma plataforma na qual se manifestam vários gêneros, de um ambiente virtual que pode dar origem a diferentes realizações, nascidas das intenções comunicativas dos blogueiros. Sendo esse questionamento o ponto de partida a definição do tema do presente estudo, é indispensável aprofundar alguns tópicos referentes ao *blog*, tais como conceito, características, histórico e classificação, o que será feito a seguir.

2.2.1 Conceito e características gerais

Segundo Rocha (2003, p. 75), a palavra “blog” é uma abreviatura do termo “weblog”, junção de duas palavras inglesas, *web*, que significa rede, e *log*, que corresponde ao diário de bordo onde os navegadores registravam os eventos das viagens. No contexto virtual, *web* se refere à própria internet, e *log* representa os registros diários criados e publicados pelos blogueiros (responsáveis pela atualização dos *blogs*).

O *blog* é considerado um diário eletrônico que as pessoas criam na internet. É um tipo específico de *site* que se caracteriza pelo formato de diário com registros

atualizados frequentemente e exibidos em ordem cronológica inversa (o último lançamento aparecendo sempre em primeiro lugar). Apesar de se assemelhar do ponto de vista estrutural a um *homepage*⁹, o que o distingue de um *site* convencional é a facilidade proporcionada ao usuário para a publicação e atualização dos registros, não necessitando conhecimentos em HTML¹⁰, o que o torna muito mais dinâmico. A maioria das pessoas os mantém como diários pessoais, porém um *blog* pode ter qualquer tipo de conteúdo e ser utilizado para diversos fins, porque é uma ferramenta que permite múltiplas semioses, ou seja, a utilização de diferentes recursos para a produção de significados, como textos, imagens, vídeos, etc.

Segundo o dicionário Marketingterms.com¹¹, o que se publica num *blog* é muitas vezes uma mistura do que está acontecendo na vida de uma pessoa e o que está acontecendo na *web*, uma espécie de diário pessoal e guia de *sites*, embora haja tantos tipos originais de *blogs* como usuários¹².

Segundo Primo (2008a, p. 123), quando utilizada, a palavra *blog* geralmente recebe três conotações distintas. A primeira delas se refere ao texto produzido pelo blogueiro (por exemplo: “Li ontem o seu *blog*”); a segunda denota o programa ou a ferramenta da internet usada para a publicação dos conteúdos (por exemplo: “Abri uma conta no Blogger”); uma última conotação é a que o menciona como espaço (por exemplo: “Não encontrei o seu *blog* no Google”).

Para compreender melhor o que é um *blog* e o que significa sua presença na internet, é necessário também conhecer seus principais elementos: o blogueiro, os *posts* e os comentários.

Os **blogueiros** são os responsáveis pela criação, manutenção, caracterização e atualização dos registros. Escrevem sobre os assuntos que mais lhes agradam, podendo um *blog* versar sobre praticamente qualquer coisa, dependendo unicamente do interesse do seu responsável. Um *blog* pode ter um ou vários blogueiros, conhecidos ou desconhecidos, conforme a sua função (por exemplo, um *blog* de um conjunto de amigos com interesse em uma banda ou de usuários desconhecidos de uma linha de transporte que se unem para reclamar dos serviços prestados pela empresa).

⁹ *Homepage* é a página inicial de um *site* na internet.

¹⁰ HTML é uma linguagem de marcação utilizada para produzir *sites* na internet.

¹¹ Disponível em: www.marketingterms.com. Acesso em: 15 de outubro de 2011.

¹² “A blog is often a mixture of what is happening in a person's life and what is happening on the Web, a kind of hybrid diary/guide site, although there are as many unique types of blogs as there are people” (no texto, tradução nossa).

São chamados **posts** os registros publicados pelos blogueiros. Podem ser constituídos de apenas imagens, textos e imagens, apenas textos, vídeos, áudios, etc. Mesmo apresentando grande variação em tamanho, são considerados a unidade mínima do *blog*, um ponto de partida para um conjunto de interações que envolve também os comentários. Como exemplo de *post*, apresenta-se a Figura 1, que mostra a atualização do *blog* da Melissa¹³, empresa de calçados de plástico voltada para o público feminino.

Figura 1 - Exemplo de *post*.

19 DE OUTUBRO DE 2011 | 22:59

retweet

MELISSA AUTOCOLANTE

Quem folheou a *Plastic Dreams #8* sabe que lá dentro havia uma surpresinha: uma folha de adesivos com desenhos criados exclusivamente pelo *avaf – Assume Vivid Astro Focus –*, coletivo artístico franco-brasileiro comandado por Christophe Hamaide-Pierson e Eli Sudbrack. Eles foram os responsáveis pelo estilo psicodélico do *lounge da Melissa*, no último SPFW, lembram?

Além das ilustrações, a folha de adesivos também contém imagens de vários modelos da coleção *Power of Love*. Quem curtiu muito os stickers foi a *Dani Costa*, de Tatui, em São Paulo. Ela colou as imagens das Melissas nas caixas das suas Melissas favoritas e mandou pra gente as fotos.

A ideia da Dani também pode servir de inspiração para as melisseiras mais organizadas, que gostam de guardar seus sapatos na caixa: que tal poder ver que modelo está dentro da cabinha, sem precisar abri-la?

Além disso, para as mais prendadas, dá para colar um manto magnético (vende em papelarias) e fazer ímãs de Melissas.

#ficaadica

25 COMENTÁRIO(S) [VER COMENTÁRIOS](#)

Fonte: coletado do *blog* da empresa “Melissa”.

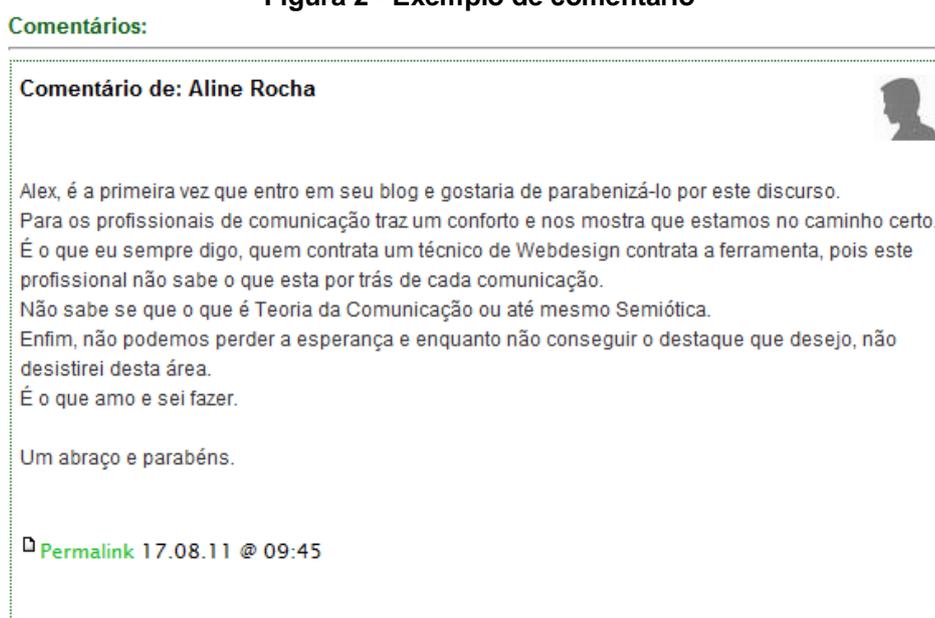
Já os **comentários** são um espaço importante para a constituição dos *blogs*, porque “proporcionam um espaço de manifestação democrática” (RECUERO, 2004, p. 23). Os comentários possibilitam a dinamicidade de interação na blogosfera¹⁴, evitando que se transformem em uma publicação estática de textos. Ainda segundo Recuero, todos os *blogs* que têm essa ferramenta costumam indicar o número de comentários para que os usuários e leitores possam perceber quando há novidades, inclusive sendo enviado um aviso por celular quando há atualização. Além disso, no próprio comentário são mostrados a data e o horário em que o leitor produziu o texto, bem como seu nome.

¹³ www.melissa.com.br/blog/pt/produtos. Acessado em: 23 de outubro de 2011.

¹⁴ Como *blogosfera*, entende-se a grande comunidade composta do conjunto de *blogs* que se constituem na rede mundial de computadores.

Em princípio, alguns comentários podem desempenhar funções diversas: dirigir-se a outros comentários, reagir a *posts*, propor adendos, acrescentar *links* e novas informações. Assim, “novas redes formam-se, muitas vezes, no choque entre comentários, outras vezes na intertextualidade dos comentários, que reportam a outros fluxos e nós” (RECUERO, 2004, p. 23). Exemplificando esse recurso, apresenta-se a Figura 2, a qual mostra o comentário de um internauta sobre um texto publicado no *blog* de Alex Primo¹⁵, professor de comunicação da UFRGS.

Figura 2 - Exemplo de comentário



Fonte: coletado do *blog* “Interney”, Dossiê Alex Primo.

Outro ponto importante a ser estudado com relação aos *blogs* é o seu público leitor. Pensando nisso, a empresa Boo-box de tecnologia e mídias sociais realizou, no primeiro trimestre de 2011, uma pesquisa¹⁶ com 35 milhões de brasileiros para descobrir as características de gênero, idade, escolaridade, assuntos de interesse e localização de audiência dos *blogs* no Brasil. Os resultados gerais mostram que o total de 15 mil *blogs* publicados no país teve 2,7 bilhões de visitas nos três primeiros meses do ano.

Em relação às **regiões do Brasil** com mais acessos, o Sudeste representa mais de 60% da audiência. Fora dessa região, o estado que mais se destaca é o Paraná, com 7,2% do total nacional de visitantes a *blogs*.

¹⁵ www.interney.net/blogs/alexprimo/. Acesso em: 23 de outubro de 2011.

¹⁶ Pesquisa publicada em <http://blog.boo-box.com/br/2011/caracteristicas-da-audiencia-dos-blogs-no-brasil-no-primeiro-trimestre-de-2011/>, acessado em 23 de outubro de 2011.

Considerando os quesitos **gênero** e **faixa etária**, os resultados revelam que as mulheres são a maioria, com 59% dos acessos, e que a idade predominante situa-se na faixa entre 18 a 34 anos, correspondendo a um público jovem e adulto, ainda que todas as idades estejam expressivamente representadas. Quanto à **escolaridade**, verifica-se uma pequena predominância de visitantes de nível superior (55%).

Por último, o **tema** que mais gera interesse e acessos é entretenimento (68%), seguido de tecnologia (17%), esportes (11%) e beleza e moda (1,5%), já os *blogs* relacionados à educação têm uma audiência de 1%, ocupando o quinto lugar na lista de interesses.

Com essa breve exposição, é possível verificar que os *blogs* são importantes e eficazes ferramentas de comunicação que tem como base indispensável o apoio da internet. Avaliar essa ferramenta e entender as suas transformações para chegar ao formato que tem hoje requer lançar um olhar retrospectivo na direção da última década, chegando-se aos últimos anos de 1990, período que marcou a criação dos primeiros *sites* que viriam a ser conhecidos como *blogs*. É o que será feito a seguir, com a apresentação de um breve histórico da criação e evolução dos *blogs*.

2.2.2 Breve histórico

Como se constatará nesta retomada histórica, os *blogs* passaram por grandes transformações desde o seu surgimento no final de década de 1990, apresentando hoje funcionalidade e estilos muito mais amplos e variados do que aqueles inicialmente identificados.

A denominação *blog* constitui uma simplificação da palavra “weblog”, usada pela primeira vez em dezembro de 1997 por Jorn Barger¹⁷, para descrever *sites* pessoais atualizados frequentemente apresentando comentários e *links* (Rocha, 2003, p. 75). Em 1999, o programador Peter Merholz, cofundador e presidente de

¹⁷ Barger lançou seu *site*, *Robot Wisdom*, em fevereiro de 1995, publicando ensaios e outros textos sobre diferentes temas, tais como James Joyce, inteligência artificial, História, cultura da Internet, hipertexto, etc. Em 17 de dezembro de 1997, denominando o *site* de *Robot Wisdom Weblog*, Barger passou a postar tópicos diariamente, com o objetivo de encontrar “uma audiência que pudesse estabelecer conexões entre seus vários temas de interesse”. Essas informações constituíram-se como uma “lista que se alterava diariamente com base em dados sobre arte e tecnologia que interessavam a Barger (...)”. Oferecia, assim, o acompanhamento, por conexão (“log”) de suas leituras e de seus objetivos intelectuais; ao mesmo tempo, relacionava o sentido de “weblog” ao de “novela”, esta publicada “em capítulos” em meio virtual. (Informações com base em verbete da Wikipedia, em tradução livre da autora, disponíveis em: wikipedia.org/wiki/. Acesso em: 25 de outubro de 2011.

uma empresa de *design* americana, separa o termo *weblog* em “we blog” (nós blogamos) alcunhando assim o espaço (*blog*), a ação (blogar) e o sujeito (blogueiro)¹⁸. Já Komesu (2010, p. 136) relaciona o surgimento dos *blogs* à criação da ferramenta de publicação *Blogger*, datada de agosto de 1999¹⁹, da empresa do norte-americano Evan Williams.

Na época de seu surgimento, os *blogs* se caracterizavam por uma linguagem hipertextualizada que direcionava e mostrava informações interessantes a respeito do mundo virtual e que exigia o conhecimento de HTML.

Em 1999, com a criação do *software Blogger*, pela Pyra Labs, os *blogs* ganharam uma estrutura baseada em conteúdos breves e com atualização constante, mantendo a hipertextualidade. Esses programas facilitaram a operação e atualização pelos usuários, o que permitiu que pessoas sem conhecimentos técnicos pudessem criar a sua página pessoal, tornando assim os *blogs* populares em função de possibilitar a publicação sem custos para seus autores.

Para Mallini (*apud* PENTEADO, 2008, p. 7),

os blogs ganham espaço como meio informacional e, principalmente, político com a difusão de informações sobre o atentado de 11 de setembro de 2001. A busca frenética nos portais de informação das agências de notícias acabou por gerar um colapso por excesso de tráfego, empurrando os usuários da Internet para buscar informações nos blogs.

Outro momento de destaque para os *blogs* foi a Guerra do Iraque, durante a qual foram utilizados para a cobertura do ocorrido com textos com estilo mais agressivo e ganharam grande visibilidade. Segundo Penteado (2008, p. 7), “eles possibilitaram uma nova forma de cobertura dos eventos, rompendo com o modelo tradicional das corporações midiáticas, trazendo diferentes visões e perspectivas para o espaço público”.

No Brasil, a blogosfera começou a ganhar adeptos por volta do ano 2000, embora esses canais de interação já fossem, àquela altura, bastante utilizados em outros países (SCHITTINE, 2004).

¹⁸ Segundo verbete sobre Peter Merholz encontrado na Wikipedia, foi de brincadeira que desmembrou a palavra *weblog* para formar a frase *we blog* (“nós blogamos”) na barra lateral de seu *blog Peterme.com*, em abril ou maio de 1999. Pouco depois, Evan Williams do Pyra Labs usou *blog* tanto como substantivo quanto verbo (to blog ou “blogar”), significando “editar ou postar em um *weblog*” (Wikipedia, op. cit.).

¹⁹ Evan Williams, da Pyra Labs, utilizou, pouco depois da intervenção de Merholz, a palavra *blog* tanto como substantivo quanto como verbo (to blog ou “blogar”), significando “editar ou postar em um *weblog*” (Wikipedia, op. cit.).

Em âmbito mundial, dados recentes referem a existência de 156 milhões de *blogs* públicos, número certamente ultrapassado nesses últimos oito meses. Com esse número extraordinário, é fácil entender que, hoje em dia, os *blogs* podem apresentar uma ampla gama de estilos e objetivos, sendo utilizados tanto como meio individual de expressar a subjetividade quanto para organizações divulgarem seus produtos. A facilidade no manuseio, que permite a qualquer um ter um *blog*, proporciona liberdade aos blogueiros, sendo provavelmente o principal motivo para tantas mudanças e para a captação de tantos adeptos em tão pouco tempo, como afirma Recuero (2004, p. 23), ao mencionar a dificuldade do mais popular *site* de pesquisa, Google, em criar esquemas para as buscas dos *blogs*, já que a quantidade de novas conexões é muito grande.

2.2.3 Uma tentativa de classificação dos *blogs*

Primo (2008a) comenta que após a popularização dos *blogs*, tratou-se de buscar uma definição para essa nova forma de comunicação virtual. A princípio, foram comparados aos diários pessoais convencionais, uma vez que ambos se assemelham por serem registros escritos dispostos em ordem cronológica. No entanto, o autor considera essa visão reducionista, porque nem todos os blogueiros escrevem reflexões e percepções acerca do cotidiano ou os próprios sentimentos, sendo essa uma entre tantas possibilidades funcionais de um *blog*, que pode apresentar diferentes estilos dependendo do seu objetivo. Assim, o autor expõe uma distinção crucial entre diários íntimos e *blogs*: os primeiros visam ao intrapessoal e têm como destinatário o próprio autor; já os segundos se voltam ao interpessoal e grupal²⁰.

Com a multiplicação do número e dos estilos de *blogs*, torna-se cada vez mais complexo separá-los em grupos levando em consideração todas as suas especificidades, para não pecar no reducionismo mencionado por Primo (2008). Dessa forma, o autor partiu de uma pesquisa em que avalia uma amostra significativa de *posts* buscando regularidades entre eles.

Inicialmente separou a blogosfera em dois grandes grupos observando o número de pessoas responsáveis pela publicação: individuais e coletivos. A partir

²⁰ Embora concordemos em sentido amplo com a ideia de diário íntimo como um conjunto de reflexões pessoais mantidas no âmbito do autor, não se pode deixar de considerar que diários podem eventualmente ser concebidos com o intuito de publicação.

daí subdividiu os *blogs* individuais em pessoais e profissionais, e os coletivos, em grupais e organizacionais.

Em um estudo posterior, o autor leva em consideração o conceito de gêneros textuais proposto por Bakhtin, entendidos como “tipos relativamente estáveis de enunciados” que têm impacto sobre a organização da fala e são situados social e historicamente (2005, *apud* PRIMO, 2008b). Nessa medida, e com base nos quatro grupos já referidos – pessoais, profissionais, organizacionais e grupais –, classifica os *blogs* em 16 gêneros, com uma tipificação padrão que abrange do mais subjetivo ao mais externo (autorreflexivo, informativo interno, informativo, reflexivo).

Os *blogs* **profissionais** são mantidos por aqueles que buscam um objetivo comercial ou para manter uma reputação em determinado ramo. São escritos por pessoas especializadas em determinada área, na qual atuam profissionalmente. A enunciação é definida pela especialidade do autor, que visa à sua inserção no mercado, podendo até apresentar um tom informal; o importante é manter ou criar frentes de atuação profissional.

Outro tipo de *blog* que pode ser considerado profissional é o mantido pelos ganhos com publicidade, ou seja, os blogueiros escrevem com o objetivo de ter o maior número de acesso para gerar interesse por parte de determinadas empresas, que publicam anúncios de publicidade nos *blogs* pagando por isso. Esse tipo de *blog* trata em geral sobre temas em voga, polêmicos, etc., assuntos que chamam a atenção de grande número de pessoas.

Um exemplo de *blog* individual profissional é o [mcsill.net](http://www.mcsill.net)²¹, publicado por seu autor com o objetivo de manter contato com os clientes e divulgar seus trabalhos na área da assessoria literária.

O Quadro 2²² apresenta os diferentes gêneros inseridos nos *blogs* profissionais definidos por Primo (2008b).

²¹ Disponível em <http://www.mcsill.net/>. Acessado em 15 de outubro de 2011.

²² Os quadros aqui apresentados são uma sistematização da autora deste trabalho com base na classificação proposta por Primo (2008b).

Quadro 2: Gêneros do *blog* individual profissional.

BLOGS INDIVIDUAIS PROFISSIONAIS	
Gêneros	Posição do autor
Autorreflexivo	Reflete sobre as próprias atividades profissionais.
Informativo interno	Informa sobre a sua própria prática, serve como um bloco de notas ou um diário com registros.
Informativo	Apresenta textos sobre a área de atuação do profissional.
Reflexivo	Emite críticas e opiniões sobre temas da sua área de atuação.

Fonte: da autora.

Os *blogs pessoais* caracterizam-se pela expressão da subjetividade. Os blogueiros escrevem acerca dos acontecimentos do dia a dia e expõem suas opiniões, sendo motivados pelo prazer de se expressar e de interagir com os outros. Podem apresentar material publicitário, mas o foco não é obter lucro. Um bom exemplo de *blogs* pessoais são aqueles de autoria de artistas, que publicam para manter um contato direto com o seu público de fãs.

No Quadro 3 estão expostos os diferentes gêneros de *blogs* pessoais definidos por Primo (2008b).

Quadro 3: Gêneros do *blog* individual pessoal

BLOGS INDIVIDUAIS PESSOAIS	
Gêneros	Posição do autor
Autorreflexivo	Manifesta opiniões e reflexões pessoais sobre si, sobre os outros e sobre a vida cotidiana.
Informativo interno	Apresenta o simples relato de suas atividades (por exemplo: manter informados os familiares quando distantes geograficamente).
Informativo	Registra informações de seu próprio interesse.
Reflexivo	Comenta fatos, analisa de modo crítico notícias veiculadas na mídia, expressa suas opiniões sobre produtos culturais.

Fonte: da autora.

Os *blogs* individuais **pessoais autorreflexivos** são os que mais se assemelham aos diários íntimos. Muito numerosos, constituem, possivelmente, a modalidade de *blog* mais comum, em números absolutos, na blogosfera. É importante lembrar, ainda assim, que esse gênero pessoal é apenas um entre os 16 gêneros de *blogs* identificados por Primo (2008b). Por isso, o autor insiste no equívoco de estabelecer uma relação generalizada entre *blog* e diário íntimo.

Os *blogs* **coletivos grupais** são criados por uma pluralidade de pessoas que têm um objetivo em comum, sejam elas um grupo de amigos ou um conjunto de desconhecidos que querem postar a respeito de um tema pré-acordado. Neste tipo de *blog*, a produção dos *posts* pode ser tanto individual quanto assinada por todos do grupo, e a linguagem tem como característica a informalidade. O importante para o bom funcionamento desse tipo de *blog* é a interação entre os participantes e a troca de informações. Um exemplo dessa modalidade de comunicação virtual é o *blog* RespeitoSogil²³, mantido pelos usuários da linha de ônibus Sogil, de Gravataí, utilizado para fazer reclamações a respeito dos serviços prestados pela empresa.

O Quadro 4 apresenta os gêneros de *blogs* grupais, com base em Primo (2008).

Quadro 4: Gêneros do *blog* coletivo grupal.

BLOGS COLETIVOS GRUPAIS	
Gêneros	Posição dos autores
Autorreflexivo	Apresentam reflexões sobre as próprias experiências.
Informativo interno	Relatam atividades do grupo, podendo funcionar como um boletim interno.
Informativo	Divulgam informações e notícias sobre interesses compartilhados.
Reflexivo	Manifestam avaliações críticas do grupo a respeito de um assunto em comum.

Fonte: da autora.

Por último, o autor descreve os *blogs* **coletivos organizacionais**. Eles são utilizados pelas empresas para manter contato com os clientes ou até mesmo como um veículo de divulgação. Desse modo, os blogueiros responsáveis publicam *posts*

²³ <http://respeitosogil.blogspot.com/>. *Blog* utilizado no *corpus* da pesquisa por nós realizada.

cientes de que assinarão em nome da organização e de que deverão escrever com certas restrições. Segundo Primo (2008b, p. 11),

blogs organizacionais, portanto, são aqueles cujos posts e interações são sobredeterminados pela formalização das relações e sistematização das forças de trabalho em busca de objetivos que delimitam e direcionam a atuação de cada participante do processo.

Um exemplo de *blog* organizacional é o da empresa Melissa²⁴, já apresentada neste trabalho. No Quadro 5, são apresentados os quatro gêneros de *blogs* organizacionais identificados por Primo (2008b).

Quadro 5: Gêneros do *blog* coletivo organizacional.

BLOGS COLETIVOS ORGANIZACIONAIS	
Gêneros	Posição dos autores
Autorreflexivo	Refletem sobre a própria organização e suas atividades. Se aberto ao público, possibilita que os clientes opinem e ajudem na melhoria da organização; se privado, objetiva oportunizar a o público interno a discussão de temas sigilosos, novos produtos, etc.
Informativo interno	Publicam informações sobre o funcionamento interno da organização ou sobre as atividades de seus membros.
Informativo	Apresentam informações sobre o segmento de atuação da organização.
Reflexivo	Manifestam a opinião da organização sobre assuntos de seu interesse.

Fonte: da autora.

Mesmo breves, as informações e comentários apresentados neste segmento da monografia permitem concluir que o *blog* se consolida, hoje, como uma importante plataforma de publicação da internet, fato comprovado pelo número de *blogs* existentes, pela multiplicação de autores e de usuários. Além disso, suas características funcionais, que incluem facilidades no manejo, e as ferramentas que disponibiliza, como a possibilidade de apresentar comentários, transformam esses ambientes de comunicação virtual em um espaço dinâmico de interação instantânea, com potencial de criação e de transformação ilimitado.

²⁴ http://melissa.com.br/site_novo/blog/. *Blog* também analisado na pesquisa deste trabalho.

2.2.4 O *blog* como gênero textual: uma questão a resolver

Marcuschi (2010, p. 71), em um artigo com foco nos gêneros emergentes do meio digital, cita o gênero “weblog”. Ressalva, entretanto, que “é com algum receio que o introduzo aqui, pois seu desenvolvimento nos últimos anos levou-o a uma grande semelhança com a *home page*²⁵, que não é um gênero”, apesar de os *blogs* “terem uma história própria, uma função específica e uma estrutura que os caracteriza como tal”.

Ribeiro (2009) considera que classificar o *blog* como um gênero textual é um equívoco, preferindo considerá-lo, com base em suas características, como algo muito mais amplo, um veículo de comunicação que comporta distintos gêneros. Este autor faz um estudo fundamentado nos conceitos de canal e de código (modelo de Berlo) e postula, enfim, que o *blog* apresenta tanto características de canal (veículo) quanto de código (gênero). Nessa medida, ele seria, simultaneamente, um meio de transmitir informações e as informações propriamente ditas.

A pesquisa desenvolvida nesta monografia é motivada por essas pertinentes considerações de Marcuschi e de Ribeiro. Fixado esse encaminhamento, o próximo capítulo será dedicado à análise do *corpus* com base na teoria de gêneros textuais de Bakhtin e Marcuschi, levando em conta, sobretudo, o que postula este último autor ao propor uma análise dos gêneros textuais do meio digital:

Observam-se os gêneros digitais quanto à composição (aspectos textuais e formais, incluindo as relações entre o participante e a audiência), ao tema (natureza dos conteúdos, funções e profundidade) e ao estilo (aspectos relativos à linguagem, seus usos e usuários) (2010, p. 39).

²⁵ Marcuschi em outro livro (2008) comenta que considera a *homepage* um gênero. Talvez isso se deva à confusão entre *homepage* e *site*. Acredita-se que no artigo de 2010 o autor estivesse se referindo ao *site*.

3 A PESQUISA

3.1 TEMA, QUESTÕES DE PESQUISA E OBJETIVOS

Como já referido, este trabalho de conclusão de curso tem como **tema** de pesquisa o estudo dos *blogs* sob a perspectiva do gênero textual para verificar se de fato se constitui em um gênero.

Entende-se que esta pesquisa se justifica pela importância do *blog* como recurso de comunicação virtual, sobretudo via internet e pelo ainda relativamente escasso número de trabalho a respeito em nosso meio.

Os *blogs* apresentam peculiaridades formais e funcionais interessantes, pois a variedade de formatos e conteúdos evidencia o aparecimento de diversos gêneros no próprio *blog*, fato que motiva o seu estudo sob a luz das teorias de gêneros textuais.

Alguns **questionamentos** que provocaram o interesse pelo tema foram:

- Seria o *blog* um gênero textual ou um suporte onde se manifestam vários gêneros?
- Apresentam os *blogs* características formais e funções comuns que permitam definir os *blogs* como um gênero textual?
- Que diferenças na forma e na função apresentam os *blogs* de acordo com o tema, o interlocutor e a finalidade?

Procurando respostas para essas questões, estabeleceu-se como **objetivos** da pesquisa, além da meta principal – analisar o estatuto do *blog* como gênero textual – mostrar convergências e divergências estilísticas e composicionais entre *blogs* de temas, interlocutores e finalidades diversos; e constatar se essas convergências e divergências são suficientes para definir o *blog* como um gênero textual do meio digital.

3.2 METODOLOGIA

3.2.1 *Corpus* e seleção da amostra

Para a seleção do *corpus* da pesquisa, foi consultado um total de 40 *blogs* publicados na internet, acessados aleatoriamente. Desses 40 *blogs*, foi feita uma seleção de dez exemplares que pareceram apresentar distinções significativas. Com

o início das atividades de observação, coleta e análise de dados, percebeu-se que a multiplicidade de informações relacionadas a cada um dos dez *blogs*, bem como as características diferenciadoras e as regularidades observadas em seus elementos constitutivos permitiam fixar em cinco o número de *blogs* para o presente estudo.

Os cinco *blogs* selecionados para a pesquisa, com os respectivos endereços na *web*, são os seguintes:

- *O Bairrista*: <http://obairrista.com/>
- *Interney – Dossiê Alex Primo*: <http://www.interney.net/blogs/alexprimo/>
- *Melissa*: http://melissa.com.br/site_novo/blog/
- *Respeito, Sogil*: <http://respeitosogil.blogspot.com/>
- *Etcetera e tal*: <http://www.etceteraetal.com/>

3.4.2 Identificação, coleta, apresentação e análise dos dados

A primeira providência tomada quanto aos dados foi a de analisar detidamente a estrutura de cada *blog*, tanto no que diz respeito a sua face aparente – a página inicial – quanto aos desdobramentos que essa página inicial encaminha, tais como *links*, *tags*²⁶, etc.

Feitas as anotações a respeito, procurou-se examinar os dados de cada *blog* à luz do que os autores referidos na fundamentação teórica deste trabalho postulam. Do cruzamento desses dados, resultaram algumas evidências, que serão apresentadas a seguir.

Os *blogs* analisados, ainda que apresentem algumas semelhanças entre si, diferem significativamente quanto à disposição dos conteúdos na página, ao tema predominante, à função, à linguagem, ao perfil e papel dos usuários, ao número de blogueiros (responsáveis pelo *blog*), como se demonstrará.

Para a análise, serão feitas referências a elementos constituintes dos gêneros textuais, a saber: construção composicional, estilo, conteúdo temático, função e finalidade. Como ficou evidente, no decorrer das análises, que os quesitos conteúdo temático, função e finalidade são praticamente indissociáveis, pois estão vinculados ao interesse do blogueiro e o objetivo do *blog* e são definidos em função desses, optou-se por descrevê-los em conjunto.

²⁶ *Tags* são as palavras-chave dos *posts*.

3.2.1.1 Análise dos *blogs* da amostra – conteúdo temático, função e finalidade

O conteúdo temático, como já apresentado, refere-se ao sentido da enunciação completa, que, por sua vez, é motivada por uma situação histórica concreta. Por isso, o conteúdo do gênero está intimamente ligado à sua função e finalidade. A seguir, serão apresentados os *blogs*, com a descrição de seu conteúdo temático, função e finalidade.

Figura 3 - O Bairrista

GuiaGRAMADO

Grupo Nacional Riograndense de Comunicação

o_Bairrista

Prá lá de abagualadol

Porto Alegre, C.F., 15 de Novembro de 2011

CAPA GERAL POLÍTICA TECNOLOGIA ESPORTE TERCEIRO CADERNO BLOGS VOZES DO SUL

Bursa

Bullying não ocorre em colégios Gaúchos

Sexta 11 | 1h21

Psicólogos afirmam que piás só inticam com estrangeiros.

Paulo Odone escreverá novela para a Globo

Segunda 14 | 10h28

Presidente está se especializando em roteiros com final infeliz.

Crise no governo: briga pelos royalties do Pré-sal grosso esquenta bastidores

Sexta 11 | 18h13

Base aliada promete privilegiar Capital na hora da partilha.



Presidente Tarso Genro anuncia compra do Uruguay

Quarta 09 | 16h00

Negociação foi fechada nesta manhã no Palácio do Planalto Piratini.

[VOZES DO SUL >](#)

Chê: quem tu achas que será o campeão do Brazil?

HOJE NA CAPITAL

0C - 0C
Leve frio

MERCADOS

Porto Alegre (-1.8%) | Tumelero Group (-1.4%)
Passo Fundo (-2.2%) | Charque (+1.2%)
Rio Grande (-3.0%) | Ração Bovina (+1.8%)
Mercado Público (-4.3%) | Erva-Mate (-2.4%)
Cla. Zaffari (-4.5%) | Leite Coorlac (+2.8%)

PATROCINA COM ORGULHO



A MELHOR RÁDIO DO RS!
E DO MUNDO TB!

radioeletrica.com



[LAMPÃO >](#)

Após polêmica, Rafinha Bastos é visto comendo vitela em churrascaria



[KULUKA >](#)

Mãe de suposto filho de Justin Bieber pode ser Gaúcha



[GERAL >](#)

Universitários invadem reitoria da UFRGS

Segunda 07 | 1h56

Jovens querem a liberação da erva-mate pelo campus.

[ESPORTE >](#)

Paulo Odone escreverá novela para a Globo

Segunda 14 | 10h28

Presidente está se especializando em roteiros com final infeliz.



[TERCEIRO CADERNO >](#)

Fãs rejeitam Galvão e Globo confirma Paulo Britto como narrador do UFC

Terça 08 | 14h53

Gaticho comandará estreia do maior evento de luta.

Tem mais isso ainda

Paulo Odone escreverá novela para a Globo
Segunda 14 | 10h28

Crise no governo: briga pelos royalties do Pré-sal grosso esquenta bastidores
Sexta 11 | 18h13

Rio não arrumou os dentes porque Assis ainda negocia com três dentistas
Sexta 11 | 18h39

Kleber dá cotovelada em aeromoça, é expulso de voo e atrasa apresentação
Quarta 09 | 17h09

Fãs rejeitam Galvão e Globo confirma Paulo Britto como narrador do UFC
Terça 08 | 14h33

Retrato Bairrista



Camiseta mais linda do RS. E do mundo!

[o_Bairrista](#)

Vai lá RT @LalyGuimaraes MEU SONHO!!RT @Chê: hoje lá no Bar Pinguim (ali na cidade baixa) vai rolar o lançamento do livro
5:22 PM Nov.14

Os mil primeiros viventes levam. Lembrando que o livro é leitura obrigatória para o próximo vestibular da Ufrgs
http://t.co/CHZLoPUx
5:15 PM Nov.14

Chê: hoje lá no Bar Pinguim (ali na cidade baixa) vai rolar o lançamento do livro 1002 coisas pra fazer no RS antes de morrer da @cevapolar
5:14 PM Nov.14

Gente & TV: Paulo Odone vai escrever próxima novela das 8 da TV Globo
j.mnp/vhndKm
5:04 PM Nov.14

@ludtke melhor em tudo
5:00 PM Nov.14

Siga o melhor twitter do mundo >

[E o Facebook também!](#)

o_Bairrista Inicial Quem Somos Termos de Uso Comercial Contato

O Bairrista é um portal de notícias fictícias destinado ao público maior de idade, além é claro, de ser o melhor jornal do Rio Grande. E do mundo também!
© 2011 O Bairrista. Todos os direitos reservados. © 2011 Website e ALTERA desenvolvidos pela ACIMA. Excelência em Internet.

Fonte: Retirado de <http://obairrista.com/>.

O *blog O Bairrista* é uma espécie de jornal fictício publicado na internet. Ele aborda assuntos gerais do mundo com um toque cômico e irônico. Todas as notícias são escritas considerando o Rio Grande do Sul um país e o “Brazil”, forma como é chamado, um país estrangeiro. Seu responsável se vale do sentimento de superioridade dos gaúchos para fazer sátiras. Segundo informações contidas no próprio *blog*, “O Bairrista é uma **enganação!** Um portal de mentira, com **conteúdo totalmente fictício**. Os textos são criados de maneira caótica e as imagens aqui dispostas são montagens toscas feitas com o pior que existe na Internet.”

Depois dessa breve explicação e observação, torna-se evidente que se trata de um *blog* de entretenimento, elaborado com tom irônico, cômico, cuja compreensão está atrelada ao conhecimento de acontecimentos mundiais contemporâneos e da visão do estilo de ser do gaúcho.

Quanto à classificação dos gêneros dos *blogs* proposta por Primo (2008b), identifica-se *O Bairrista* como sendo tanto do tipo **individual profissional informativo** (se for o caso de o blogueiro escrever para o *blog* com o objetivo de ganhar com os anúncios publicitários) quanto do tipo **individual pessoal informativo** (se o blogueiro mantém o *blog* por lazer, mas aproveita para ganhar com anúncios publicitários, não sendo esse o seu objetivo).²⁷

²⁷ Para saber quantas pessoas escrevem para *O Bairrista*, a autora deste trabalho enviou um e-mail perguntando. A resposta foi: “uma pessoa, um quebra-costela”.

Figura 4 Interney – Dossiê Alex Primo

DOSSIÊ ALEX PRIMO

Discurso sobre redes sociais, liberdade e capitalismo cognitivo

Por Alex Primo
Editor

Há poucas semanas fui mais uma vez paráfrase de uma turma da Faculdade de Comunicação da UFPA. Homagem como essa vale mais que qualquer salário ou presente. Por isso mais uma vez agradeço meus alunos por tamanha gentileza.

Respeito a obra e meu discurso: no qual falo sobre redes sociais, liberdade, economia e capitalismo cognitivo, crowdfunding, Wikileaks, entre outros temas da Cibercultura.

Não é que se comemorar se qualquer pessoa sem diploma em Comunicação pode atuar como jornalista, publicista e relações públicas? Pesquisamos criativos e aqueles que já ficaram velhos desde que vocês defendiam as monografias no mês passado?

Permitam-me, então, fazer estas breves reflexões.

Antes, o poder estava ao lado de quem detinha a posse do meio de produção. O dono da fábrica adia de poder econômico, acumula poder político. Na fábrica eram definidas nossas opções de consumo, segundo imposições da economia de escala: um tamanho único para todos os corpos. E a produção vicia das comunidades privadas em torno das demandas de trabalho da fábrica.

A comunicação também respondia ao modelo industrial. As grandes emissoras de TV e rádio, as editoras e gravadoras e as grandes jornais e revistas funcionavam como fábricas. Este poder centralizado nas mãos de poucos grupos e empresas também definiu o que consumíamos, o que sabíamos e o que não seria divulgado. Segundo a mesma lógica de produção em massa, a mesma notícia e os mesmos programas de entretenimento eram transmitidos linearmente para todo o público.

Mas nosso mundo mudou, e com ele a economia. A fábrica perdeu importância. Você sabe, por exemplo, onde foi produzido seu celular, sua televisão ou o seu carro? Mas certamente você sabe qual a marca desses produtos. Isso nos mostra que o poder hoje se localiza na ideia, no projeto, no design.

No chamado sociedade da informação a moda de maior força é o conhecimento. Agora fica fácil perceber o poder reunido por esta turma de formados. Especialistas em comunicação, eles reatam o fermento para atuar no chamado capitalismo cognitivo: o saber.

Não é mais preciso ser dono de caríssimas rotativas, de estúdios equipados com pesadas câmeras, nem distribuir antenas por todo o país. Um celular conectado no Twitter ou um blog mantido em um servidor podem fazer uma revolução. A massa alienada e descontentada dá lugar à multidão, que age na cooperação, na conflituosidade de interesses. A Internet não precisa de líderes, pois os esforços ganham força na atuação em rede.

A formação acadêmica pode atender a demanda de produção e oferta. As marcas podem hoje oferecer com agilidade o que os consumidores pedem nas comunidades em redes de relacionamento. E o trabalho pode ser dividido com os próprios consumidores, que passam a fazer parte, até mesmo, da cadeia produtiva. Por exemplo, é possível desenhar e estampar da camiseta que se quer comprar? É o que se chama de crowdfunding. É também se pode investir na produção daquilo que se quer consumir. Recentemente eu investi pouco mais de 30 reais em um CD que eu quero escutar, de uma banda que estudei no YouTube há quanto tempo, mas sempre se meio investimento de tantos outros fãs, a banda está agora em estúdio. Trata-se de uma produção alternativa, segundo um modelo de crowdfunding, que acontece à margem dos interesses de grande mídia.

O processo da Comunicação mudou muito nos últimos tempos. A foto da evacuação do avião da Air Max que havia feito um pouso forçado no Rio Hudson foi capturada e publicada por um cidadão comum. Os consumidores usam-se em casa para criar conteúdo contra os produtos com peles de animais da Arrezo, cujo desastroso release no Facebook propiciou ainda mais sua imagem. Vídeos publicitários ditam hoje de seu conteúdo no intervalo comercial de novelas, pois são repassados espontaneamente nas redes sociais online. É nesse contexto que nossas publicações, relações públicas e jornalistas estão atuando.

Mas não entendem mal. A multidão não está parando o jornalismo e anunciando seu fim. Os anúncios diretos no Google não estão condenando as agências, nem tampouco os conteúdos estão enfraquecendo os blogs e fóruns. Pelo contrário, o que nossos formados estão preparados para fazer é saber governar essa imbução. Ora, todos sabem lucrando quando a inteligência coletiva, quando a sabedoria das multidões é bem coordenada.

Quem poderia pensar que um dia uma enciclopédia seria escrita por amadores, e que seus verbetes estariam sempre na primeira página de resultados do Google? Quem poderia imaginar que documentos secretos dos Estados Unidos poderiam ser lidos em seu próprio computador, depois de divulgados no site do Wikileaks? A radicalidade dessas experiências se explica pela máxima hacker: o conhecimento é um bem da humanidade e a informação quer ser livre.

Liberdade. Esse é o principal objetivo de todo profissional de comunicação. Quanto mais informação circular em um país, mais livre ele está.

Por outro lado, é também verdade que com a Internet sofremos de uma sobrecarga informacional. Segundo o filósofo Edgar Morin, temos hoje muita informação e pouco conhecimento. Com tantos serviços de Web 2.0, publicamos tantas fotos, escrevemos tantos textos e posts, vemos e passamos diante tantos vídeos e vídeos tanto comentários no Facebook que às vezes falta tempo para um chopp na esquina! Podemos inclusive sofrer de uma nova forma de amnésia: queremos marcar nossa informação que nos chega sem parar e queremos marcar presença constante na Internet. Ora, quem não é mais não é lembrado. Aquilo que se sabe na rede não existe, pois é apagado através da comunicação que acontece a existência no virtual. E como importa hoje uma economia da reprodução, precisamos estar sempre investindo em nossa imagem na rede.

Essas coisas também podem impactar os relacionamentos íntimos. Conforme o sociólogo Sigmond Bauman, nestes tempos digitais, tratamos os outros como conexões. Portanto, também é muito fácil desconectar. O recente livro de Sherry Turkle traz um título provocativo: Alone Together, ou seja, acompanhados mas sozinhos. Sim, podemos acumular amigos em redes de relacionamento e, mesmo assim, nos sentimos solitários. Indivíduo, mesmo, a "tuba" não é da Internet. Somos frutos de nosso tempo, e a época é de grandes e rápidas transformações sociais.

A verdade é que as verdades duram hoje muito pouco. As verdades têm prazo de validade bastante curto e logo são substituídas na prateleira por outras opções. A novidade de hoje fica obsoleta amanhã. Um lançamento do início do dia é ferro velho de tardinha.

E é por isso que a formação de vocês não termina hoje. Esta solenidade de colação de grau é apenas um marco pontual. O aprendizado de vocês, formados, continuará por toda a carreira. E preciso que seja assim, no vosso mesmo se tornando prematuro e obsoleto!

Ninguém pedirá para ver seu diploma. A atuação profissional de vocês, as futuras conquistas independentemente desse documento. O que mais importa é seu portfólio recente, sua capacidade de administrar e dar sentido a grandes fluxos de conexão, de transformar continuamente tudo o que se cria em ócio.

Vamos ser concretos neste espaço informacional: notícias e links parecem todos iguais. Tentaram-se comunidades. Logo, na sociedade do conhecimento, no capitalismo cognitivo, o papel de vocês é criar valor através da ideia, tomar início aquilo que parecia abundante.

Segundo a cibercultura, a informação é a diferença. Uma diferença que faz a diferença, dita Gregory Bateson. Logo, a frase "o que é azul" é pouco informativa. Já o trabalho da Magareza, dentre tantos possíveis, tem alta carga informacional. A mesma notícia repassada em todos jornais e portais, portanto, tem pouco valor. O que precisamos é mais opinião crítica, bem fundamentada. Os produtos, marcas e empresas não precisam simplesmente ser paginas no Facebook. Precisam sim saber dialogar com seus diferentes públicos.

Diante do cenário que tentei aqui resumir, convidei vocês, formados, a manterem sempre como meta a defesa da liberdade. Não dizem que esta bandeira tradicional da Comunicação seja abandonada por interesses econômicos, por interesses políticos ou pelo despreparo para atuar em redes sociais.

No Brasil, o projeto do Senado Arrezo pretende controlar as interações na Internet. Por que será que alguns políticos querem punir a liberdade de expressão garantida pelas redes online? Ora, todos nós sabemos as verdadeiras razões.

Em recente entrevista sobre os abusos do jornal News of the World, de Rupert Murdoch, o professor Eugênio Bucci defendeu que a liberdade é a melhor forma para garantir a liberdade da imprensa. A censura ou órgãos de controle são os piores expedientes para regulamentar o jornalismo. Vale lembrar que quem atuou nos práticas ilícitas do tabuleiro não foi o jornal, o professor The Guardian.

Sim, como vimos, temos muita informação circulando. Mas é sempre melhor mais informação, do que informação limitada. E é por isso que cada vez mais precisamos de profissionais como vocês. A democracia só se constrói na comunicação. Tanto o relacionamento amigável quanto o relacionamento entre empresas e consumidores só pode ser mantido através da comunicação.

E temos aqui na nossa frente um grupo de profissionais, que ficam preparados para trabalhar pela comunicação, para defenderem a liberdade. Que estão prontos para serem livres.

Quando afiliados, aqui termina o compromisso de vocês com a faculdade. E aqui continua o compromisso de vocês com a Comunicação.

Chegou a hora de dizer tchau, ao melhor, até breve!

Nos vemos nas redes.

10 comentários

Assine o Dossiê via RSS e leia os novos posts em seu feed (como o Google Reader).

Você também pode assinar o Dossiê via RSS e receber por email todos os atualizações de blog assim que elas forem publicadas.

Siga-me no Twitter

ASSINE

Assine o Dossiê via RSS e leia os novos posts em seu feed (como o Google Reader).

Você também pode assinar o Dossiê via RSS e receber por email todos os atualizações de blog assim que elas forem publicadas.

Sobre mais no Twitter

Sobre mais no Twitter

Bibliografia de Cibercultura

Sobre quais temas você quer saber mais?

- Cibercultura
- Internet
- Inteligência coletiva
- Redes sociais online
- Redes sociais online
- Web 2.0
- Inteligência e interação homem-computador

RECOMENDO

Showing 1 - 4 of 17,442 results

- Usable Social Media: How to...
- Dave Keenan (Paperback - ...)
- The Zen of Social Media
- Shama Kabani (Paperback - ...)
- Usable Social Media Bible: Faci...
- On Saffro (Paperback - ...)
- 100 Socialnomics: How Social...
- 100 Qualman (Paperback - ...)

EDGAR MORIN

Compre livros mais vendidos de Interney.

INTERNEY BLOGS

- Interney Blogs
- Informação e Injustiça
- Blog do Cel
- De Primeira
- Espaço
- Fuga à Juba
- Filmes do Chico
- Cravete Marenque
- Guindaste
- Perseus Leme
- Imprensa Marrom
- Liberal, Libertário, Libertino
- Locatório

Fonte: Retirado de <http://www.interney.net/blogs/alexprimo/>

Alex Primo, professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS, utiliza o *blog* “Interney – Dossiê Alex Primo” para divulgar seus trabalhos acadêmicos e profissionais em um único local da internet. Além dos trabalhos acadêmicos, Primo também escreve sobre assuntos cotidianos relacionados à cibercultura, sua área de estudo. Escreve também regularmente para o *blog* a aluna de Comunicação Social da UFRGS, Mariana Oliveira.

Esse *blog* trata de assuntos técnicos relacionados à tecnologia e à internet, sendo voltado para pessoas interessadas nessa área de estudo. Quanto à classificação dos gêneros proposta por Primo (2008b), o *blog* pode ser considerado **individual profissional** tanto **informativo** quanto **reflexivo**, pois o professor da UFRGS apresenta não só informações e novidades a respeito da área de atuação, mas também emite opiniões sobre temas de seu interesse.

Figura 5: Blog da Melissa

melissa. [PRODUTOS](#) | [BLOG](#) | [TV MELISSA](#) | [REVISTA](#) | [CAMPANHAS](#) | [GALERIA MELISSA](#) | [PARCERIAS](#) | [IMPRESA](#) | [CONTATO](#) | [CADASTRO](#) | [ONDE ENCONTRAR](#) | [HOTSIDES](#) ENG PORT

BLOG

15 DE NOVEMBRO DE 2011 | 19:44

retweet: 232



Onde guardar minhas Melissas?

+FOTOS

Quando a coleção aumenta, como guardá-la?

MELISSARIA

Chega uma hora na vida das melisseiras que a **quantidade de Melissas adquiridas ultrapassa o limite de espaço do armário ou sapateiro**. Nesse momento, elas também se dão conta de que os muitos pares de Melissas não são apenas acessórios lindos de morrer, mas uma coleção respeitável e que merece um cantinho só para elas, uma espécie de "Melissaria" particular e bem bacana!

E agora, como proceder?!

Fizemos uma pesquisa e selecionamos algumas sapateiras e estantes que podem solucionar essa *situation*, pôr ordem no nosso mundo de Melissas e ainda abrir mais um espacinho para as novas aquisições pós Natal.

Adorariamos saber como vocês guardam a sua coleção! Compartilhe com a gente através do mail blog@melissa.com.br

Clique em +Fotos e confira todas as sugestões!

BUSCA

DIGITE O QUE VOCÊ PROCURA

OK

- ASSINE O BLOG DA MELISSA
- TWITTER
- FACEBOOK
- FLICKR
- MELISSA CHANNEL

TAGS

ESTILO, BICICLETAS TATTOOS TEMPORÁRIAS, BELEZA LAYERS, AILERON, GARETH PUGH, LANÇAMENTO, LONDRES FLORENCE WELCH EDITORIAL DE MODA, TOMAAS, TRENDLAND, PLÁSTICO SAPATEIROS, COLECIONADORAS, ESTANTES, DECORAÇÃO MAXI-ACESSÓRIOS, MODA, ESTILO, CHAPÉU POWER OF LOVE, SALTO ALTO, ELETRIC, LOJA MELISSA, LOOK, LILY COLE MATA ATLÂNTICA, PARATY MELISSA WIND PLANETA TERRA, MELISSA LOVES FESTIVAL, STROKE 5, GOLDFRAP DOCUMENTÁRIO, GOD SAVE MY SHOES, DITA VON TEESE, FERGIE CYCLE CHIC MELISSA, FOTOGRAFIA, INSTAGRAM, SMARTPHONE CLIPPING, THE NEW YORK TIMES, GLOSS, FOLHA DE SP, HOLA!BRASIL, INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE

> TODAS AS TAGS

POSTS

> ÚLTIMOS POSTS

> MAIS COMENTADOS

ARQUIVOS

- > NOVEMBRO 2011
- > OUTUBRO 2011
- > SETEMBRO 2011
- > AGOSTO 2011
- > JULHO 2011
- > JUNHO 2011
- > MAIO 2011
- > ABRIL 2011
- > MARÇO 2011
- > FEVEREIRO 2011
- > JANEIRO 2011
- > MAIS

LINKS

- > LOJA MELISSA
- > JELLY
- > GET THE LOOK
- > PLASTIC FANTASTIC
- > MELISSEIRA CARIOCA
- > MÚLTIPLOS EUS
- > MELISSEIRAS NO EXTERIOR
- > GOSTEI...E AGORA?
- > LOOK MELISSA
- > SANDÁLIA MELISSA
- > MELISSA IET

O gingado fashion do Brasil



+FOTOS

Materiais sobre luxo, editoriais e notícias com a Melissa

14 DE NOVEMBRO DE 2011 | 19:0

retweet: 232

CLIPPING MELISSA

Na semana passada, o assunto luxo foi um dos trending topics no **Twitter** e na blogosfera dos fashionistas. O bafafá girou em torno da conferência **Hot Luxury**, promovida pelo jornal inglês **International Herald Tribune**, que rolou em São Paulo e trouxe nomes mais-que-deluxe para falar sobre o assunto, como a editora de moda **Suzy Menkes** (hostess do evento), o fotógrafo **Mario Testino**, a diva-estilista **Diane von Furstenberg**, os brasileiros **Pedro Lourenço** e **Oskar Metsavah**, a editora da revista **Visionaire**, **Cecilia Dean**, entre outros. O tema luxo virou matéria no **The New York Times** (traduzida e publicada também pela **Folha de S.Paulo**) e a **Melissa** foi citada no primeiro parágrafo quando a jornalista descreveu o transitar das mulheres estilosas por uma das ruas mais chiques do Brasil, a **Oscar Freire** – lá fica a sede da **Galeria Melissa**.

A **Melissa** também foi destaque nos sites da **Vogue britânica e italiana**, no **Style**, e no site de moda **FFW**. Tudo por conta do lançamento da **Melissa Aileron**, em Londres.

Adoramos ver como a revista **Gloss** trabalhou a **moda da Camisaria** com shorts jeans, saias midi e **Skyscraper** – chique e jovem! Na mesma revista rolou a sugestão da **Melissa Verão II** como acessório para o estilo color blocking.

Os **Smurfs** foram assunto para a revista **Hola! Brasil** falar de peças para adultos com inspiração em personagens de contos infantis. Se tem **Smurfs + moda**, tem **Melissa + Smurfs!**

Viu ou leu sobre a **Melissa** em algum lugar por aí? Conta pra gente no blog@melissa.com.br.



+FOTOS

Vai melissar em Paraty? Passe na Mata Atlântica!

Mata Atlântica
Rua Lapa, 36 an 2 sl 8 Centro, Paraty - RJ

11 DE NOVEMBRO DE 2011 | 20:13

retweet: 232

MELISSA EM...PARATY

Imagina passear por **Paraty**, uma cidade histórica cheia de paralelepípedos, casinhas antigas, restaurantes interessantes e, claro, muitas **Melissas**...

Nesse antigo e charmoso balneário também dá para suprir os nossos desejos por **Melissas** na loja multimarca **Mata Atlântica**. Há mais de dez anos a loja é franqueada da **Melissa** e, num rápido bate-papo com a dona **Lélia Santos**, escutamos as histórias mais curiosas, como a da cliente que expõe um par de **Melissas** na estante de sua casa como uma escultura! Fora os "causos" clássicos de melisseiras, como crianças chorando por um par quando a **Melissa** ainda não trabalhava com tamanhos infantis e noivas que compraram **Melissas** na loja para seu casamento...

Então #ficaadica: se essas férias, feriado ou finde a levarem a **Paraty**, você já sabe onde encontrar adições à sua coleção de **Melissas** – detalhe: além da nova coleção, lá tem alguns modelos mais antigos, que normalmente esgotaram nas grandes capitais.

Bom ter a **Melissa** sempre por perto, né? Às vezes em lugares que a gente nem desconfia. Mas não se preocupe que a gente te conta!!!

A Melissa, empresa brasileira que fabrica sapatos de plástico, principalmente para o público feminino, mantém um *blog* institucional, que aparentemente objetiva manter contato mais próximo com o cliente (público feminino jovem), ao mesmo tempo em que divulga seus produtos. Dessa forma, publica assuntos gerais de interesse do mundo jovem, como eventos, shows e moda, além, naturalmente, de apresentar sempre novidades sobre o produto que comercializa.

Melissa é, portanto, um *blog* institucional que pode ser considerado de entretenimento, apesar de representar uma empresa. Dentro dos gêneros citados por Primo (2008b), enquadra-se como **coletivo**²⁸ **organizacional informativo**, porque divulga as novidades da linha de calçados. No entanto, o *blog* também pode ser considerado **coletivo grupal informativo**, pois divulga informações e notícias sobre interesses compartilhados com os clientes.

²⁸ Sendo institucional, supõe-se que seja produzido por diferentes blogueiros.

O *blog* “Respeito, Sogil” foi criado em março de 2009 por um grupo de pessoas da cidade de Gravataí, com o objetivo de protestar contra os serviços da empresa de ônibus Sogil, única que opera na cidade. Logo no início da página, os blogueiros explicitam essa intenção: “*Blog* sobre a empresa de ônibus Sogil, Gravataí/RS. Monopólio do transporte coletivo! A passagem mais cara da região! As linhas mais longas! Os ônibus mais cheios! Só queremos uma coisa... RESPEITO, SOGIL!”.

Os responsáveis pelo *blog* escrevem com um tom crítico a respeito de acontecimentos envolvendo a empresa de transportes, além de transcreverem depoimentos de usuários das linhas de ônibus que reclamam dos serviços prestados pela Sogil.

O *blog* é categorizado, no próprio ambiente do *blog*, com base na ferramenta Blogger como “de transportes”, classificação considerada no mínimo estranha, pois este é apenas o tema, não sendo o objeto de discussão, mas sim os serviços prestados pela empresa. Com base na classificação dos gêneros proposta por Primo (2008b), Respeito, Sogil! pode ser qualificado como **coletivo grupal informativo e reflexivo**, pois ao mesmo tempo em que informa sobre os serviços prestados pela empresa, também os avalia de forma negativa.

Figura 7: Etcetera e tal

Um pouco sobre tudo
Sobre eu

Etcetera e tal

[Comments RSS](#)
[Entries RSS](#)

O jornalismo e os imprevistos

Posted on November 2, 2011
Filed Under [Uncategorized](#) | [Leave a Comment](#)

Quando nós escolhemos o jornalismo, aprendemos que é uma profissão que trabalha com o imprevisto. Muitas pautas são pré-definidas, mas são aquelas que ninguém espera que impacta uma redação e injeta a adrenalina no jornalista – e, lógico, te tira da tão odiada rotina de chega, senta, liga, escreve, sai, fala com os mesmos, escreve, e olha impresso no outro dia.

Jornalista que fala que não gosta dos imprevistos está na profissão errada, porque até em assessoria de imprensa algumas coisas que ninguém imaginava acontecem. Falo isso porque é bom. O cara fica até certo ponto eufórico. Pega a chave do carro, pergunta onde fica o que tem que cobrir, pede para os colegas auxiliar, catando informações preliminares e te informarem quando alguma delas for muito importante.

E tu chega no local. Vê aquela cena. Começa a fazer as perguntas: o que aconteceu? como foi? por que? quando? quem tá envolvido? bla bla bla whiskas sachê?

No início, não te importa muito com tudo o que acontece ao teu redor. Tu quer é saber da pauta. Levam aquela informação quentinha aos teus leitores e, claro, causar aquele impacto. É para isso que tu trabalha: para informar as pessoas com aquilo que pode fazê-las refletir sobre a vida.

O problema é sempre o depois. Quando tu senta no carro e te dirige de volta para a redação. Enquanto organiza o texto na tua cabeça, alguns devaneios vêm em mente: o que aquelas pessoas planejavam para o futuro? como os familiares vão reagir à informação? como será que contarão que os avós tão queridos morreram? como terão forças para contar isso, sendo que os avós são os teus pais? que porra de vida é essa?

E quando tu faz esta última pergunta, uma explosão de raiva quase te cega – quase, porque tu tem que chegar vivo no trabalho e escrever tudo de uma maneira, até certo ponto, impessoal, sem emoção, sem subjetividades. E mais perguntas vêm naqueles menos de 15 minutos de distância entre o fato e o trabalho: como é que aquele imbecil não viu que não daria certo? por que tava com pressa? não podia aguardar tudo isso? será que ele vai ficar com remorso do que fez? será que a família dele, que saiu praticamente ileso do acidente, vai repreendê-lo?

São tudo perguntas que dificilmente terão respostas. Mas que te fazem refletir se o imprevisto, se aquela adrenalina toda, vale a pena. Na verdade tu sabe a resposta. Se não soubesse, teria trocado de profissão.

Sociedade de idiotas

Posted on October 30, 2011
Filed Under [Cotidiano](#) | [Leave a Comment](#)

A história do Lula estar com câncer virou o hype do momento. Todo mundo quer dar um pitáquinho aqui, fazer uma piadinha lá. Mas sempre têm aqueles idiotas, que aproveitam a falta de saúde alheia para fomentar a mesquinha e a hipocrisia.

Todo mundo aqui – ou a maioria, pelo menos – tem o Facebook. Essa galera, com certeza, se deparou com aquela “campanha” imbecil dizendo para o ex-presidente Lula se tratar pelo Sistema Único de Saúde (SUS). Esse pessoalzinho achou de muito bom grado ele se tratar pelo SUS – que todos nós sabemos, tem inúmeros problemas. Seria uma forma do Lula “se igualar aos demais” que sofrem todos os dias pegando uma fichinha para ser atendido daqui duas, três semanas.

Isso é uma falta de respeito à vida e uma demonstração de que é um ser idiota e desprezível, em certos momentos. A ampla maioria, e afirmo isso com certeza, nunca foi ao SUS. Conhece o sistema apenas pelo que lê nos jornais e vê na televisão. Nunca precisou ligar para o Serviço de Atendimento Médico de Urgência (Samu) e o máximo que demorou para ser atendido foram algumas horas, pois tinha plano de saúde. E, mesmo assim, reclamava um “porra, eu tenho plano de saúde e tenho que me sujeitar a isso? Que merda de saúde é essa?”

Compartilho a [mesma opinião](#) do jornalista da Folha de São Paulo, Gilberto Dimenstein. Lula cometeu erros e merece, sim, ser criticado por isso. Mas essa campanha idiota de nada valerá. O cara tem todo o direito de usar a grana dele para tentar fazer o melhor tratamento possível para o câncer. Quem nunca teve um familiar com essa doença não sabe como é foda o tratamento e como todo mundo sofre.

O Lula merece isso? Merece por ser um presidente esquerdista? Por ser amigo de Fidel Castro – que criou um dos melhores sistemas públicos de saúde do mundo? Pelo preconceito bobo de muita gente que acha que sindicalista só tem que ficar no trabalho, e não ser eleito para cargo público? Se tu respondeu “sim” a pelo menos UMA dessas perguntas, lamento dizer, tu é mais um dos idiotas nesse país e precisa de um sério tratamento para isso.

Facebook, Twitter, Orkut, e essas redes sociais são ótimas ferramentas nas mãos de quem as sabem usar. Pelo visto, o brasileiro não nasceu para viver com elas.

Infelizmente, somos uma sociedade de (repletos) idiotas.

www.vakinha.com.br

RECENTLY WRITTEN

- O jornalismo e os imprevistos
- Sociedade de idiotas
- Dor de cotovelo
- A maldita falta de humor
- Todas as gurias são charmosas
- No escuro do cinema
- Desopilar é viver
- Sem rumo
- Mulheres Interessantes – A baixinha invocada
- Mulheres Interessantes – A dos mesmos gostos

CATEGORIES

- As aventuras de Fukiman
- Coberturas
- Comportamento
- Contos
- Cotidiano
- Crônicas
- Esportes
- Folhetim
- Geral
- jornalismo
- Mulheres Interessantes
- Música
- Nostalgia
- Para rir
- PDB
- Política
- Tio de primeira viagem
- Uncategorized

ARCHIVES

- November 2011
- October 2011
- September 2011
- August 2011
- March 2011
- February 2011
- January 2011
- December 2010
- November 2010
- October 2010
- September 2010
- August 2010
- July 2010
- June 2010
- May 2010
- April 2010
- March 2010
- January 2010
- December 2009
- November 2009
- October 2009
- September 2009
- August 2009
- July 2009
- June 2009
- May 2009
- April 2009
- March 2009
- February 2009
- January 2009

About

This is an area on your website where you can add text. This will serve as an informative location on your website, where you can talk about your site.

Search

To search, type and hit enter

Admin

[Log in](#)

[XHTML](#)

 Fonte: Retirado de <http://www.etceteraetal.com/>

O *blog* “Etcetera e tal” é o que mais se assemelha ao tipo “diário íntimo da internet”, porque tem como blogueiro uma pessoa que escreve, como ela mesma refere, “um pouco sobre tudo”, ou seja, reflexões sobre fatos cotidianos. Não se dedica a um tema específico, mas percebe-se um maior número de *posts* sobre assuntos voltados para a área do jornalismo, de modo que se subentende que o responsável pelo *blog* seja um jornalista ou um graduando da área.

Considerando a proposta de Primo (2008b), “Etcetera e tal” pode ser entendido como **individual pessoal autorreflexivo, reflexivo e informativo**, pois a natureza e o(s) gênero(s) dos textos indicam que o objetivo do blogueiro é sobretudo o de compartilhar informações, ideias e reflexões acerca de temas de interesse pessoal. Além disso, pode ser considerado um *blog* de entretenimento, visto que seus textos parecem visar a uma leitura de fruição.

3.2.1.2 Análise dos *blogs* da amostra – organização composicional

Como dito na Fundamentação Teórica, a organização composicional refere-se à estrutura formal dos gêneros, ou seja, à forma como são organizadas as partes que os compõem. No caso dos *blogs*, analisa-se a sua página inicial, a forma como estão dispostas as informações, os diferentes tipos de divulgação da informação (vídeos, imagens, textos), a identificação visual, além dos *links*.

Para facilitar a visualização da estrutura composicional nos diferentes *blogs* pesquisados, organizou-se um instrumento para registro da presença das seguintes categorias, de acordo com o exposto na introdução a este segmento do trabalho.

- Presença de texto escrito;
- Identidade visual (é o conjunto de elementos formais que representa visualmente, e de forma sistematizada, um nome, ideia, produto, empresa, instituição ou serviço. Esse conjunto de elementos costuma ter como base o logotipo, um símbolo visual e conjunto de cores.);
- Ilustrações;
- Espaço para comentários (o uso da ferramenta é opcional, sendo decisão do blogueiro usá-la ou não);
- Recurso audiovisual;
- *Links*:

- Redes sociais;
- *Tags* (são as palavras-chave do conteúdo dos textos postados, ou *posts*);
- Outros *blogs*;
- *Sites*;
- Temáticos (relacionados com o assunto do *post*);
- Anúncios publicitários;
- Arquivos.

Os dados, sistematizados, são apresentados no Quadro 6, a seguir. E posteriormente, as características encontradas serão brevemente comentadas, no que diz respeito a cada *blog* da amostra.

Quadro 6– Características composicionais encontradas nos *blogs* analisados.

CARACTERÍSTICAS COMPOSICIONAIS		BLOGS				
		O Bairrista	Interney – Alex Primo	Melissa	Respeito, Sogil	Etcetera e tal
Texto escrito		X	X	X	X	X
Identidade Visual		X	X	X	X	X
Ilustrações		X	X	X	X	X
Espaço para comentários			X	X	X	X
Recurso audiovisual						X
<i>Links</i>	Redes sociais	X	X	X	X	
	<i>Tags</i>			X	X	
	Outros <i>blogs</i>		X			X
	<i>Sites</i>				X	
	Conteúdo Temático			X		
	Anúncio Publicitário	X	X			X
	Arquivos	X	X	X	X	X

Fonte: da autora.

Texto escrito – Todos os *blogs* da amostra apresentam, em maior ou menor quantidade, textos escritos²⁹.

Identidade Visual – presente em todos os *blogs*, esta pode ser encontrada em diferentes níveis de apelo visual, desde a forma mais simples, como um tipo de letra característico no título do *blog* (caso de Respeito, Sogil), até formas mais

²⁹ Adiante se verá que nem sempre, porém, isso acontece, sendo entendidos como *blogs* também produtos virtuais sem texto.

elaboradas, como no caso do *blog* Interney – Dossiê Alex Primo. Também fazem parte da identidade detalhes como a(s) cor(es) de fundo da página e das letras, o cabeçalho e outros. Entende-se que, à semelhança do que acontece com textos jornalísticos – revistas ou jornais – esses recursos visuais recorrentes estão relacionados ao caráter de continuidade dos *blogs*, bem como à necessidade de reforçar a identidade e a conseguir adesão do internauta.

Ilustrações – a imagem – como ocorre com a maioria dos produtos midiáticos contemporâneos – é elemento fundamental na composição do gênero *blog* ou dos gêneros nele contidos .

Espaço para comentários – O espaço de comentário, que acompanha os *blogs*, é valorizado como espaço de construção de diálogo. É essa ferramenta que o torna potencialmente mais interativo e participativo do que outras plataformas de comunicação. A possibilidade de comentários faz dos *blogs* verdadeiros ambientes de troca e conversação, podendo promover inclusive o estabelecimento e o fortalecimento de relações entre os indivíduos.

Nos *blogs* da amostra, apenas *O Bairrista* não apresenta essa ferramenta. Talvez isso se deva ao fato de o blogueiro apenas pretender divertir o público, não esperando comentários, já que o elemento principal são apenas notícias distorcidas de forma cômica.

Recursos audiovisuais – O único *blog* da amostra que apresenta este recurso é o *Etcetera e tal*. Em um dos *posts* em que o blogueiro o utiliza, ele posta dois comerciais como forma de exemplificar uma crítica sobre pessoas que usam desse tipo de humor para vender o seu produto.

Links – os *links* são ligações eletrônicas que levam o usuário da página que está lendo a outra apenas clicando com o *mouse* sobre a palavra marcada com esse recurso. Segundo Marcuschi (1999), os *links* dinamizam e transformam a leitura na internet, pois o internauta tem à sua disposição um imenso número de opções dentro da rede, o que torna a construção textual “plurilinearizada” (pluri + linearizada), determinada por interesses e conhecimentos do leitor coprodutor, o que não acontece com o texto impresso. Dessa forma, esse autor afirma que os *links* atribuem características de acessibilidade ilimitada ao texto da internet, já que permitem o acesso a quaisquer tipos de fonte.

Redes sociais - redes sociais na Internet são as páginas da *web* que facilitam a interação entre os membros em diversos locais. Elas existem para proporcionar diferentes e interessantes meios de interação.

Tags – São as palavras-chave dos *posts*. Se o blogueiro utilizar essa ferramenta, assim que o usuário clica em uma palavra-chave, abre todos os *posts* relacionados com aquela palavra.

Outros blogs – os blogueiros podem acionar uma lista na qual aparecem *blogs* que eles costumam ler e também outros relacionados com o tema do seu interesse, assim formando uma relação de *blogs* com assuntos e interesses compartilhados.

Sites – Os *sites* são os modelos tradicionais das páginas *web*. Diferem dos *blogs*, pois são muito mais formais, exigem conhecimento em HTML, a comunicação com o usuário se dá por e-mail e a atualização é feita por períodos longos.

Conteúdo Temático – Os *links* de conteúdo temático relacionam-se com o assunto do *blog* ou do *post*. Em geral são marcados em determinadas palavras da publicação levando o usuário a páginas relacionadas. Por exemplo, em um *post* sobre sapatos, no *blog* Melissa, há um *link* que leva para uma página de um documentário sobre mulheres que amam sapatos.

Anúncio Publicitário – Os anúncios publicitários podem até ser o motivo de existência dos *blogs*. A cada clique que o leitor dá em um anúncio do *blog*, que leva para a página do produto, o blogueiro recebe um pagamento.

Arquivos – Essa é uma opção obrigatória para todos os *blogs*, pois são o local de armazenamento dos *posts*, por data.

Em relação aos *blogs* da amostra, podemos perceber que a utilização de *links* é bastante abrangente e diversificada, com uma predominância para os que levam para as redes sociais, como *Twitter* e *Facebook*. É interessante abordar mais uma vez a liberdade que o blogueiro tem ao construir o seu *blog*, uma vez que não há uma padronização de *links* (exceto os de redes sociais). O uso dessa ferramenta, como de muitas outras, está totalmente relacionado com a função do *blog* e os interesses do responsável.

Pela análise dos *blogs* da amostra, percebe-se que, em geral, eles apresentam um padrão quanto à estrutura composicional, principalmente no que refere à presença de texto, identidade visual, espaço para comentários, *links* para as redes sociais e arquivos. No entanto, há *blogs* que não apresentam esses elementos.

Para confirmar esta evidência inicial, visitaram-se outros dez *blogs*, constatando-se, mesmo neste universo de análise restrito, a existência de alguns que não apresentam esses elementos, entre eles o *Facehunter* e o *Cersibon*. Apenas como ilustração, estes serão brevemente descritos a seguir.

Facehunter é o *blog* de moda de Ivan Rodic, fotógrafo e escritor suíço. Este fotógrafo começou o *blog* postando algumas fotos que tirava para os seus trabalhos, e o *Facehunter* acabou por tornar-se em um *blog* muito renomado no mundo da moda. Constitui-se unicamente de fotos de pessoas “comuns”, capturadas nas ruas de todo o mundo. Rodic vive em Londres, por achar que ali moram as pessoas mais estilosas, porém também viaja pelo mundo em busca de inovação no vestuário. A imagem do *blog*, apresentada mais adiante, mostra o padrão da sua estrutura composicional: apenas fotos, com o título em que indica o lugar onde foram capturadas.

Cersibon é outro *blog* que foge ao padrão dos da amostra, pois tem unicamente tirinhas como estrutura composicional, acompanhadas de texto escrito em uma linguagem distorcida – hoje amplamente conhecida, no âmbito da internet, como “tiopês”. Segundo o autor do *blog*, essa modalidade de comunicação tem, em sua essência, o objetivo de "embaralhar completamente um texto, deixando-o incompreensível, e então desfazer só um pouco essa ofuscação pra dar a impressão de que tem alguma ideia sendo expressa ali"³⁰ ³¹. Compativelmente, os desenhos são extremamente simples, com traços que se assemelham às ilustrações infantis.

³⁰ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Cersibon>. Acessado em 27 de novembro de 2011.

³¹ Segundo dados da Wikipedia, o autor se inspirou ao ler tirinhas horríveis, motivando-se a fazer outras ainda piores, que ganharam popularidade, na internet, em 2008.

Figura 8 Facehunter



Fonte: Retirado de <http://facehunter.blogspot.com/>

Figura 9: Cersibon

CERSIBON

soho



Tweet 5 | Curri 8 | <http://cersibon.interbarney.com>

popc



Tweet 4 | Curri 12 | <http://cersibon.interbarney.com>

gaita



Tweet 13 | Curri 87 | <http://cersibon.interbarney.com>

Fonte: Retirado de <http://cersibon.blogspot.com/>

Voltando à análise dos elementos do *corpus* deste estudo, aborda-se outro ponto importante referente à construção composicional: os gêneros textuais presentes nos *blogs*.

Sem considerar o universo aberto dos *links*, os textos que compõem os *blogs* analisados são diversos quanto ao gênero, como se pode observar no Quadro 7, elaborado com base nas categorias reunidas por Ibarro (2011).

Quadro 7: Gêneros textuais encontrados nos *blogs*

<i>Blogs</i>	O Bairrista	Interney – Dossiê Alex Primo	Melissa	Respeito, Sogil	Etcetera e tal
Gênero textual					
Comentário		X	X	X	X
Relato de experiência		X	X	X	X
Mensagem publicitária	X	X	X		X
Artigo	X	X		X	X
Enquete	X		X	X	
Pensamento			X		X
Citação		X		X	
Regulamento	X				
Chamada/ Manchete	X		X	X	
Notícia	X			X	
Conto					X
Crônica					X
Apresentação pessoal/ currículo		X			
Bibliografia (pessoal/outros)		X		X	
Denúncia				X	
Informativo (tempo, mercado financeiro)	X			X	
Quadrinhos		X			
Recomendação/dica (de leitura)	X				

A partir da análise do Quadro 7, fica evidente a ocorrência e mesmo recorrência de variados gêneros textuais nos *blogs*.

O **Bairrista**, por exemplo, vale-se de gêneros ligados à área jornalística (artigo, chamada, notícia, enquete), uma vez que é um *blog* que imita um jornal. No *blog Etcetera e tal*, aquele, como se referiu acima, que mais se assemelha aos diários íntimos da internet, são mais recorrentes os gêneros ligados à expressão individual, como pensamento e relatos de experiências vividas. No *blog* de **Alex Primo** os gêneros mais utilizados são os ligados à área científica e profissional, como citação, artigo, currículo, já que se trata de um local na internet no qual o professor publica os seus trabalhos acadêmicos e profissionais. Quanto aos outros dois *blogs* da amostra – **Respeito, Sogil e Melissa** - não foi encontrado um padrão, porém observou-se que aquele foi o *blog* com mais diferentes gêneros utilizados.

Após essa análise, evidencia-se que o blogueiro tem considerável liberdade para expressar de forma singular e original a sua individualidade, utilizando os gêneros textuais que mais achar adequados para sua comunicação, tendo em vista o ambiente virtual em que está ancorado, a função e a finalidade do *blog* e o perfil de seus virtuais leitores.

3.2.1.3 Análise dos *blogs* da amostra – estilo

Conforme já explicitado neste trabalho, o estilo expressa tanto as características enunciativas mais presentes em um dado gênero – de acordo com o que um grupo social entende como tal em um determinado momento de sua história – quanto as escolhas enunciativas do locutor. O estilo pode ser mais preso, como o que se observa na correspondência empresarial, ou mais livre, como os inumeráveis modos de manifestação literária.

Para verificar como se apresenta esse elemento essencial dos gêneros textuais, serão analisados a seguir pequenos trechos de um dos textos representativos de cada *blog* da pesquisa, nos quais se pode perceber uma variedade de estilos individuais, tanto do ponto de vista da expressão linguística quanto da estrutura.

O Bairrista

Serviço de filmes pela internet terá filmografia de Teixeirinha.

LOS ANGELES, EUA - O Gaúcho Gustavo Tissot, diretor de cinema acaba de lançar o primeiro serviço de filmes pela internet. O revolucionário Netchêflix entrou no ar exatamente à meia-noite desta sexta-feira. O empresário explica como funcionará seu serviço:

- O Netchêflix consiste basicamente em oferecer ao Gaúcho o melhor do cinema feito no RS por apenas dez pila - disse Tissot.

No seu primeiro dia de existência o Netchêflix já oferece uma série de filmes e programas de televisão.

Por enquanto a filmografia do Teixeirinha e os Campo e Lavoura são os mais acessados. Mas tem também o "Tolerância" do Gerbase que tá indo muito bem, mas esse é pra maior de 18 anos - revela o empresário.

Para o professor de ciências tecnológicas da UFRGS, Alberto Mostardeiro a ideia do Netcheflix é tão revolucionária que antes mesmo de ter sido lançada já foi copiada no resto do mundo:

- Antes mesmo do serviço ser registrado e lançado no RS já existia um serviço parecido nos EUA. Um tal de Netflix. Até o nome eles copiaram - disse Mostardeiro.

Começamos por um trecho de uma “notícia” de O Bairrista, que relata acontecimentos que envolvem o lançamento do *site* Netchêflix, parodiando o verdadeiro, o Netflix, *site* que disponibiliza filmes na internet em troca de uma mensalidade.

Nesse trecho, evidencia-se que O Bairrista mantém uma linguagem formal, muito semelhante à do jornal, como se pode observar no primeiro parágrafo da notícia acima. Neste, percebe a ironia quem tem determinados conhecimentos: a) do fato real (neste caso, o *site* Netflix); b) do linguajar gauchesco (no caso, Netchêflix); do tema contextual (quem é Teixeirinha). No entanto, a fala do empresário Tissot é mais informal, na medida em que utiliza palavras de uso popular (“pila”), não faz algumas flexões de plural corretamente (“os Campo e Lavoura”) e usa síncope (“mas esse é pra maior de 18 anos”).

Interney Alex Primo

Antes, o poder estava ao lado de quem detinha a posse dos meios de produção. O dono da fábrica além de poder econômico, acumulava poder político. Na fábrica eram definidas nossas opções de consumo, segundo imposições da economia de escala: um tamanho único para todos os gostos. E a própria vida das comunidades girava em torno das demandas de trabalho da fábrica.

O trecho acima foi retirado de um *post* do *blog* de Alex Primo. Nessa publicação, o professor da UFRGS posta o seu discurso como professor paraninfo de uma turma de formandos do primeiro semestre de 2011. O que chama a atenção

nesse trecho, característica que perpassa de uma forma geral todo o *blog*, é a formalidade. Trata-se um texto redigido segundo a norma padrão da língua e, como os demais, aborda tema propício à apresentação de opiniões e reflexões.

Blog da Melissa

Parece que foi ontem o lançamento da revista Plastic Dreams, no ano de 2009, na coleção Afromania, com a lindíssima Agyness Deyn na capa, lembram? Mas, já estamos na nossa 6ª edição e, ao longo das coleções que deram vida à revista, ela ganhou mais páginas, matérias e editoriais super especiais e, claro, muitas leitoras!

O excerto foi retirado de um *post* do *blog* institucional Melissa, no qual era mencionada uma pesquisa a respeito da revista Plastic, da própria empresa. Nesse trecho, percebe-se uma característica peculiar no modo de escrever do blogueiros da empresa: a linguagem segue os padrões da norma culta da língua, porém é informal, assemelhando-se a uma conversa. Os textos se dirigem diretamente ao leitor (o que é evidenciado pela pergunta “lembram?”) e revelam o público-alvo do *blog*, “muitas leitoras”. Isso talvez aconteça pelo fato de a empresa utilizar o *blog* como espaço para aproximar e captar mais clientes, valendo-se de um tom mais íntimo para criar laços.

Respeito, Sogil!

Incapacidade é sinônimo para Sogil

É muito boa uma opinião no Correio de Gravataí de hoje, página 2. A leitora diz com todas as letras que o transporte de passageiros de Gravataí é PÉSSIMO. Só a Sogil não sabe disso com suas pesquisas fajutas que indicam 80% de satisfação - pesquisa que deve ter sido feita entre os diretores do monopólio, só pode! A leitora critica a incapacidade da Sogil em gerenciar o transporte, a ineficiência dos fiscais, as longas e bagunçadas filas no camelódromo. Ela finaliza recomendando a Sogil se espelhar em empresas de logística para ver como as coisas podem ser bem feitas, satisfazendo aos clientes.

O *post* do qual foi destacado o excerto do *blog* Respeito, Sogil aborda reclamação publicada no jornal da cidade de Gravataí, Correio de Gravataí, feita por um usuário da empresa Sogil.

Esse *post*, como todos os outros do *blog*, revelam a insatisfação das pessoas da cidade com a empresa de ônibus. Isso se percebe pela quantidade de adjetivos negativos utilizados em cada publicação. Apenas nesse trecho, são utilizados os

adjetivos “incapacidade”, “péssimo”, “fajutas”, “monopólio” (palavra muito recorrente nos outros *posts*), “ineficiência” e “bagunçadas”. Portanto, esse *blog* apresenta um tom de crítica e indignação, claramente exposto na modalidade escrita.

Etcetera e tal

Quando nós escolhemos o jornalismo, aprendemos que é uma profissão que trabalha com o imprevisível. Muitas pautas são pré-definidas, mas são aquelas que ninguém espera que impacta uma redação e injeta a adrenalina no jornalista – e, lógico, te tira da tão odiada rotina de chega, senta, liga, escreve, sai, fala com os mesmos, escreve, e olha impresso no outro dia.

Esse trecho foi retirado de um *post* de Etcetera e tal, no qual o blogueiro escreve sobre o cotidiano e situações recorrentes da vida do jornalista. Pela pessoa verbal utilizada (terceira do plural), representada pelas palavras “escolhemos” e “aprendemos”, e também pelo relato de alguém que parece ter presenciado a situação narrada, percebe-se uma expressão de individualidade mais significativa neste do que nos outros *blogs* da pesquisa, o que está em consonância com as semelhanças deste *blog* com um diário íntimo da internet.

Com a análise dos trechos dos *blogs* da amostra, evidencia-se que há uma variedade de estilos, dependendo unicamente de quem escreve o *blog* e da sua intenção. Porém, o que apresenta mais recursos na linguagem e com estilo mais evidente é o O Bairrista.

3.2.2 Discussão dos resultados

Após observar os *blogs* da pesquisa e analisá-los quanto aos elementos que compõem os gêneros textuais definidos por Bakhtin e Marcuschi, apresenta-se, neste segmento da monografia, a discussão dos resultados encontrados.

No que se refere ao **conteúdo temático**, evidencia-se que o que têm em comum os *blogs* relaciona-se à função, que é a de apresentar informações de interesse do blogueiro para um grande público, mediante as facilidades da internet. Para atingir esse objetivo, cada *blog* se organiza segundo sua finalidade discursiva: entreter, informar, denunciar, comentar, expressar sentimentos/pensamentos próprios, etc.

Essas diretrizes irão condicionar e também serão condicionadas pelo(s) tema(s) de preferência do autor do *blog*. A variedade de temas é gigantesca, talvez

por não existirem regras rígidas para a criação, publicação, redação dos *blogs* e também por haver um número incontável de *blogs*, o que pode, em tese, determinar um igual número de diferentes temas.

O "certo" e o "errado" são flexíveis. O blogueiro escreve da maneira que achar melhor ou da maneira com a qual seu público-leitor vai se identificar melhor. Preocupar-se com o leitor, ter consciência da existência da audiência também é um aspecto interessante, porque ela pode ser o motivo, como no caso do *blog* Melissa, para a escolha do conteúdo e criação dos *posts*.

Quanto à **construção composicional**, em termos bem amplos – tais como disposição das informações na página, uso de destaques em cor para o fundo e para detalhes, uso de logo ou outra identidade visual – pode-se dizer que os *blogs* apresentam uma estrutura que atende a padrões compartilhados. Talvez isso confirme o caráter de gênero textual, determinado pelo enunciado relativamente estável mencionado nas definições de Bakhtin.

No entanto, podem variar nos elementos, como a disponibilização de *links* (como visto muito diversificada nos *blogs*) ou recurso audiovisual. Vale a pena ressaltar que os *blogs* podem variar também quanto às características composicionais comuns à grande maioria deles. Os exemplos citados, Facehunter e Cersibon, mostraram que dependendo da finalidade do *blog* não há necessidade da presença de texto escrito, um dos elementos comuns a todos os *blogs* da amostra.

Os *blogs* apresentam uma grande variedade de gêneros textuais. Nos cinco casos analisados, em quatro aparecem gêneros como “comentário” e “relato de experiências vividas”. Já os gêneros “quadrinhos”, “recomendação/dica” aparecem em apenas um dos *blogs* da amostra. Isso elucida que há tantos gêneros comuns quanto específicos em cada tipo de *blog*, o que parece estar intimamente ligado, mais uma vez, à finalidade e ao tema de interesse do blogueiro.

Por fim, no que se refere ao **estilo** dos *blogs*, a análise evidenciou que não há um estilo padrão comum a todos os casos da amostra. Em relação a essa ferramenta de comunicação, o estilo vai depender da finalidade, do tema, do público-alvo e, principalmente, das características individuais do blogueiro ou da organização que representa, como no caso do *blog* da Melissa.

4 CONCLUSÃO

Ao longo desta pesquisa, várias reflexões e conclusões já foram adiantadas, particularmente nas discussões referentes à fundamentação teórica e aos dados obtidos nas análises. Por essa razão, esta conclusão será breve e abordará aspectos mais gerais, relacionados a algumas questões que merecem destaque.

A primeira questão a ser destacada refere-se ao objeto de análise desta pesquisa, o *blog*. Pouco conhecido pela autora antes do início deste trabalho, à medida que foi sendo estudado e descrito, descobriu-se uma eficiente ferramenta de comunicação, acessível e de fácil manuseio, com um grande poder de divulgação. Qualquer indivíduo pode, em princípio, ter um espaço de publicação na internet, o que heterogeneiza as informações e descentraliza os seus meios de propagação, formando um espaço democrático de comunicação. Por esses motivos, acredita-se que o estudo dos *blogs* como ferramenta de comunicação deve ser aprofundando e o seu uso, incentivado, principalmente nas escolas.

Foi possível perceber, ainda, que a bibliografia referente à relação entre gêneros textuais e *blogs* é relativamente reduzida e, em alguns casos, desatualizada. Mesmo fazendo-se demoradas pesquisas, não se encontraram obras que estudem o *blog* na perspectiva de gênero textual. As informações encontradas constituem, sobretudo, artigos soltos e breves referências em livros ou coletâneas. Acredita-se que isso aconteça devido à rápida evolução dos meios de comunicação virtual, outra razão para estimular o estudo dos *blogs*.

Em relação ao estatuto dos *blogs* enquanto gênero textual, percebeu-se que há pontos que o aproximam dessa categoria. Por exemplo, a intenção do blogueiro para chegar a um maior número de pessoas, facilitado pela internet, foi considerada neste estudo a função primordial e comum a todos os *blogs*. Também a estrutura formal presente na maioria dos *blogs* revela uma certa estabilidade nas características enunciativas, o que poderia conduzir a entendê-lo como um gênero.

No entanto, os *blogs* apresentam uma imensa variedade de temas e finalidades, como constatado na pesquisa, além de o estilo estar ligado às manifestações individuais e relacionado à finalidade do *blog*, sem apresentar nenhum padrão. A quantidade de gêneros textuais presentes nas publicações também o afastam da possibilidade de ser ele mesmo um gênero, revelando-o mais como suporte.

Sem ser exaustivo, enfatiza-se aqui que todas essas questões levantam a hipótese de que o *blog* mostra toda essa diversidade em função de o blogueiro ter liberdade para poder publicar o que quiser, em consonância com a finalidade e o tema do *blog*. Não há regras para a criação dos *posts* e para a escolha do formato do cabeçalho e da página inicial. Isso mostra que o *blog* é tão aberto a possibilidades que não é possível categorizá-lo como gênero.

Por fim, o presente trabalho não tem o objetivo de finalizar a questão proposta. Pelo contrário, colocou em evidência uma importante ferramenta de comunicação com a intenção de que mais estudos pudessem ser motivados. A perspectiva de categorizar o *blog* como gênero textual parece merecer de uma revisão, uma vez que os *blogs* são espaços importantes de interação que estão em constante modificação, e a teoria dos gêneros textuais não consegue dar conta dessa diversidade.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. *A comunicação virtual segundo Lévy e Baudrillard*. INTERCOM, 2001.

GALLI, Fernanda Correa Silveira. *Linguagem da Internet: um meio de comunicação global*. In: MARCUSCHI, Antonio; XAVIER, Antônio Carlos (Orgs.). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. São Paulo: Cortez, 2010.

IBARRO, Lígia. *Gêneros textuais nas provas de vestibular: um estudo*. Porto Alegre: PUCRS, 2011. (monografia)

KOMESU, Fabiana Cristina. *Blogs e as práticas de escrita sobre si na internet*. In: Marcuschi, Luiz Antônio; Xavier, Antônio Carlos (Eds.). *Hipertextos e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. São Paulo: Cortez, 2010.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2004.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital*. In: Marcuschi, Luiz Antônio; Xavier, Antônio Carlos (Eds.). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. São Paulo: Cortez, 2010.

_____. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola editorial, 2008.

_____. *Linearização, cognição e referência: o desafio do hipertexto*. Línguas e instrumentos linguísticos, n3. Campinas (SP): Pontes, 1999.

PENTEADO, Claudio Luis de Camargo et al. *Blogs e ação política na internet*. II Simpósio ABCiber Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, 2008, PUC/SP.

PRIMO, Alex. *Os blogs não são diários pessoais online: matriz para a tipificação da blogosfera*. Revista Famecos, nº 36, 2008a.

_____. *Blogs e seus gêneros: avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa*. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2008, Natal. Anais, 2008b.

RECUERO, Raquel da Cunha. *Webrings: as redes de sociabilidade e os weblogs*. Revista Famecos, n. 11, 2004.

RIBEIRO, Tiago da Silva. *E-mail e Blog: “gêneros textuais” ou veículos de comunicação?* In: Hipertextus: Revista Digital. 2009. Disponível em: <http://www.hipertextus.net/volume2/Tiago-Silva-RIBEIRO.pdf>. Acessado em 25 de abril de 2011.

ROCHA, Paula Jung. *Blogs: sentimentos em rede compartilhados na pós-modernidade*. Revista Famecos (Porto Alegre), Porto Alegre, n.22, p. 73-82, 2003.

SCHITTINE, Denise. *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

SILVA, Sílvia Ribeiro. ***Teoria aplicada dos gêneros textuais***. Disponível em:
http://www.filologia.org.br/xiicnlf/textos_completos/. Acessado em 04 de novembro de 2011.

ZANIRATTI, Tiago. ***Possibilidades de aproximação entre organizações e públicos utilizando funcionalidades da web 2.0***. São Leopoldo: Unisinos, 2009. (Monografia)