

Blogs: Mapeando um objeto¹

Adriana Amaral (UTP)²

Raquel Recuero (UCPel)³

Sandra Portella Montardo (Feevale)⁴

Resumo: Dez anos após o surgimento dos blogs, percebe-se que esta ferramenta tem sido objeto de pesquisa a partir dos mais variados aportes teóricos e metodológicos. Em decorrência disso, até mesmo conceitos e definições a seu respeito nem sempre coincidem nestes estudos. Frente a isso, este artigo consiste em um levantamento das vertentes de estudos sobre blogs no Brasil e no mundo, no sentido de: 1) propor um breve histórico dos blogs; 2) classificar conceitos e definições de blogs; 3) levantar metodologias para o estudo de blogs e 4) apontar a abrangência dos usos dos blogs. Este estudo se justifica pela pertinência em se entender a surpreendente permanência desta ferramenta de comunicação mediada por computador no dinâmico ambiente web.

Palavras-chave: Blogs; Histórico sobre blogs; Estudos sobre blogs; Metodologias sobre blogs.

Introdução

Este artigo pretende definir os blogs como objeto de pesquisa já que estes vem sendo tratados a partir dos mais diversos pontos de vista e fundamentações teóricas. Para tanto, foi necessário mapearmos os estudos sobre blogs para, em seguida, apontar caminhos para a pesquisa com os blogs. Iniciaremos com uma breve história do termo, seguida por uma discussão em torno dos conceitos de blogs mais utilizados. Depois, apontaremos alguns dos aspectos mais freqüentes na literatura especializada e mapearemos algumas das várias vertentes de estudos a respeito do tema no Brasil e no mundo. Finalmente, destaca-se as principais metodologias que viabilizam as pesquisas sobre blogs. Para auxiliar no entendimento deste artigo, e para ser lido como ferramenta anexa, construímos, paralelamente e de forma colaborativa, um índice de artigos escritos sobre blogs no Brasil. Tal arquivo⁵ visa também servir como guia e mostrar um pouco daquilo que já foi produzido sobre o assunto no Brasil, além de auxiliar na continuação do mapeamento realizado neste artigo.

1. Um breve histórico dos blogs

O termo weblog foi primeiramente usado por Jorn Barger, em 1998, para referir-se a um conjunto de sites que “coleccionavam” e divulgavam links interessantes na Web (Blood, 2000), como o seu *Robot Wisdom*. Daí o termo “web”+ “log” (arquivo Web), que foi usado por Jorn para descrever a atividade de

¹ Trabalho apresentado no VI Congresso Nacional de História da Mídia, no GT História da Mídia Digital. Universidade Federal Fluminense, 13 a 16 de maio de 2008.

² Doutora e Mestre em Comunicação Social, Linha de Pesquisa Comunicação e Tecnologias do Imaginário, no PPGCOM-PUCRS. Fez estágio de doutorado em Sociologia no Boston College (Bolsa CNPq). Jornalista pela FAMECOS, PUCRS. Membro do Conselho Científico Deliberativo da ABCiber (Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura). Atualmente é professora e pesquisadora no Mestrado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). E-mail: adrianamaral@yahoo.com.

³ Doutora e Mestre em Comunicação Social, Linha de Pesquisa Comunicação e Tecnologias do Imaginário, no PPGCOM-PUCRS. Fez estágio de doutorado em Sociologia na Paris V, Université René Descartes, Sorbonne (Bolsa CNPq). Publicitária pela UFSM.. Membro do Conselho Científico Deliberativo da ABCiber (Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura). Atualmente é professora e pesquisadora no Mestrado em Inclusão Social e Acessibilidade, no Centro Universitário Feevale. E-mail: sandramontardo@feevale.br.

⁴ Doutora e Mestre em Ciências da Informação e da Comunicação pelo PPGCOM-UFRGS. Jornalista pela UCPel. Membro da AoIR (Association of Internet Researchers). Vice-presidente do GT Comunicação e Cibercultura da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Atualmente é professora e pesquisadora do Curso de Comunicação Social da UCPel. E-mail: raquel@pontomidia.com.br.

⁵ Disponível em <http://pontomidia.com.br/wiki/doku.php?id=blogbrasil>

“*logging the web*”. Nesta época, os weblogs eram poucos e quase nada diferenciados de um site comum na Web. Talvez por conta desta semelhança, autores como David Winer⁶ considerem como o primeiro weblog o primeiro site da Web⁷, mantido por Tim Berners-Lee, no CERN. O site tinha como função apontar todos os novos sites que eram colocados no ar.

Foi, no entanto, o surgimento das ferramentas de publicação que alavancou os weblogs. Em 1999, a Pitas lançou a primeira ferramenta de manutenção de sites via Web seguida, no mesmo ano, pela Pyra, que lançou o *Blogger*. Esses sistemas proporcionaram uma maior facilidade na publicação e manutenção dos sites, que não mais exigiam o conhecimento da linguagem HTML e, por isso, passaram a ser rapidamente adotados e apropriados para os mais diversos usos. Além disso, a posterior agregação da ferramenta de comentários aos blogs também foi fundamental para a popularização do sistema. Ainda em 1999, Cameron Barrett, do *Camworld*, escreveu um dos primeiros ensaios a respeito do formato, denominado “Anatomia de um Weblog” (Blood, 2000). Outros fatos que popularizaram os blogs foram tanto a escolha de “weblog” como a palavra do ano pelo *Merriam-Webster’s Dictionary* em 2004, como a compra do *Blogger* pela *Google* no mesmo ano, o que pode ser percebido como indícios da consagração dos blogs nessa época.

Uma das primeiras apropriações que rapidamente se seguiu à popularização dos blogs foi o uso como diários pessoais, documentado por vários autores (vide Carvalho, 2000; Lemos, 2002; Rocha, 2003; Miura e Yamashita, 2007). Esses blogs eram utilizados como espaços de expressão pessoal, publicação de relatos, experiências, pensamentos e da vida do autor. Ainda hoje, o uso do blog como um diário pessoal é apontado por muitos autores como o mais popular uso da ferramenta (vide, por exemplo, Oliveira, 2002; Herring, Scheidt, et al., 2005; Schmidt, 2007).

Feitas essas breves considerações sobre a origem dos blogs e seus primeiros desdobramentos, importa analisar e problematizar as definições e os conceitos referentes a essa ferramenta. O próximo item trata desse ponto.

2. Definições e Conceitos de blogs

Por conta desses usos tão variados, os blogs foram inicialmente definidos como uma ferramenta de publicação que constituía um formato muito particular. Essa definição, que chamaremos de **estrutural**, foi baseada na estrutura da publicação resultante do uso do blog e é bastante comum. Blood (2002), por exemplo, explica que o que os vários usos têm em comum é o formato, constituído pelos textos colocados no topo da página e freqüentemente atualizados, bem como a possibilidade de uma lista de links apontando para sites similares. Tal percepção vai constituir um blog como uma estrutura característica em um website. Schmidt (2007, online), explica que blogs são:

Websites freqüentemente atualizados onde o conteúdo (texto, fotos, arquivos de som, etc) são postados em uma base regular e posicionados em ordem cronológica reversa. Os leitores quase

⁶ <http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOfWeblogs>

⁷ <http://info.cern.ch>

sempre possuem a opção de comentar em qualquer postagem individual, que são identificados com uma URL única⁸.

A quantidade de elementos da definição é variada. Nem todos os autores referem-se à ferramenta de comentários como essencial à definição de um blog, por exemplo. Uma definição mais popular é aquela que aponta para o blog a partir da presença de textos organizados por ordem cronológica reversa, datados e atualizados com alguma frequência (Herring, Kouper, Scheidt, & Wright, 2004; Blood, 2002; Nardi, Schiano, & Gumbrecht, 2004). O critério da frequência também é igualmente discutido. Blood (2002) pergunta-se quanto um site deva ser atualizado para que se constitua em um weblog. Do mesmo modo, poderíamos perguntar se um blog que deixa de ser atualizado, apesar de persistir existindo na Web, deixa de ser um blog. Talvez por conta dessa discussão, diversos autores optem por simplificar ao máximo a concepção da estrutura de um blog. Gilmor (2004), por exemplo, foca a estrutura apenas a partir da presença de links e dos textos curtos (*posts*) publicados em ordem cronológica reversa. Barbosa (2003) propõe, através do conceito estrutural ainda, a visão do blog como uma ferramenta que facilita a publicação pessoal, anexando à estrutura o caráter da personalidade.

Outro grupo de autores defende o conceito que chamaremos **funcional**. Esses autores vêem os weblogs a partir de sua função primária como meio de comunicação (por exemplo, vide Pedersen e Macafee, 2007). Marlow (2004, online), outro exemplo, considera weblogs uma mídia, que difere das demais pelo seu caráter social, expresso através do seu caráter conversacional, tanto dos textos publicados, quanto pelas ferramentas anexadas e que hoje são características dos sistemas, como os comentários. *“Weblogs constituem uma conversação massivamente descentralizada onde milhões de autores escrevem para a sua própria audiência”*⁹. Para esses autores, o blog é mais do que uma ferramenta de publicação caracterizada pelo seu formato, é uma ferramenta de comunicação, que é utilizada como forma de publicar informações para uma audiência.

Em ambas as definições, vemos a noção do blog como uma ferramenta, capaz de gerar uma estrutura característica, constituída enquanto mídia, ou seja, enquanto ferramenta de comunicação mediada pelo computador. A percepção do blog como ferramenta é, no entanto, propositalmente genérica, pois objetiva abranger todos os usos que alguém pode fazer do sistema, que são classificados como gêneros por diversos autores.

Uma outra definição conceitual sobre os blogs tende a compreendê-los como **artefatos culturais** (SHAH, 2005; online). Essa percepção, advinda de um olhar antropológico e etnográfico, *“representa a oportunidade de uma aproximação do contexto sócio-histórico de apropriação dos artefatos tecnológicos a partir do olhar subjetivo dos próprios atores que inter-atuam com as TICs”*¹⁰

⁸ Tradução das Autoras: “frequently updated websites where content (text, pictures, sound files, etc.) is posted on a regular basis and displayed in reverse chronological order. Readers often have the option to comment on any individual posting, which is identified by a unique URL”(Schmidt, 2007, online).

⁹ Tradução das Autoras: “Weblogs are a massively decentralized conversation where millions of authors write for their own audience.”(MARLOW, 2004, online)

¹⁰ Tradução das Autoras: “representa la oportunidad de un acercamiento al contexto socio-histórico de apropiación de los artefactos tecnológicos, desde la mirada subjetivada de los propios actores que interactúan con las TIC. (ESPINOSA, 2007, p.272)

(ESPINOSA, 2007, p. 272).

Um artefato cultural, para evitar qualquer confusão, pode ser claramente definido como um repositório vivo de significados compartilhados produzido por uma comunidade de idéias¹¹. Um artefato cultural é um símbolo de comunhão (no sentido não-violento, não religioso da palavra). Um artefato cultural se torna infinitamente mutável e gera muitas auto-referências e narrativas mutuamente definidoras mais do que cria uma narrativa mestra linear. (...) [sua legitimação se dá] pelas práticas vividas das pessoas que os criaram¹² (SHAH, 2005, online).

Segundo a autora, que estudou os usos e apropriações dos blogs de pornografia pelas mulheres indianas, as motivações dos blogueiros podem revelar muito da própria significação da ferramenta: *"Blogs, se observados enquanto artefatos culturais, podem revelar diferentes idéias de porquê as pessoas blogam e quais são os motivos do meio - ciberespaço - que eles herdaram¹³"* (SHAH, 2005, online).

Essas três opções conceituais auxiliam-nos a compreender como os weblogs são, atualmente, compreendidos pela literatura especializada. Como artefatos culturais, eles são apropriados pelos usuários e constituídos através de marcações e motivações. Além disso, perceber os blogs como artefatos indica sua também a sua percepção como *virtual settlement* (JONES, 1997), uma vez que são eles o repositório das marcações culturais de determinados grupos e populações no ciberespaço, nos quais é possível, também, recuperar seus traçados culturais. Como meios de comunicação, os weblogs são compreendidos através de sua função comunicativa e dos elementos que dela decorrem. A própria Rebecca Blood (2002), em uma das primeiras obras a respeito dos blogs, explica que a apropriação deles focou o uso do sistema também como forma de conversação. A percepção dos blogs como espaços de sociabilidade, como constituintes de redes sociais está presente nesta vertente. Blogs como meios de comunicação implicam também sua visibilidade enquanto meios de práticas jornalísticas, seja através de relatos opinativos, seja através de relatos informativos. O conceito estrutural, por outro lado, permite apreender-se o blog enquanto formato, abrindo-se para múltiplos usos e apropriações.

Em busca de uma maior clarificação do blog enquanto objeto de pesquisa, discutiremos, a seguir, alguns dos elementos mais focados pela literatura a seu respeito.

2.1. A questão da Personalização

Efimova e Hendrick (2005) discutem a questão da definição estrutural, dizendo que, apesar de definidos a partir de sua estrutura, os autores dos blogs também especificam o que faz de um blog uma forma diferenciada de publicação na Web. Essa característica é apontada pelos autores como voltada para a personalização do espaço do blog. No mesmo sentido, Trammell & Keshelashvili (2005), apesar de reconhecer que o blog é, muitas vezes definido a partir de sua estrutura, discutem que, a partir de sua vocação midiática, o blog é uma personalização de seu autor, que é expressa a partir de suas escolhas de

¹¹ Grifo do texto original

¹² Tradução das Autoras: **"A cultural artefact, to avoid any confusion, can be clearly defined as a living repository of shared meanings produced by a community of ideas.** A cultural artefact is a symbol of communal (in the non-violent, non-religious sense of the word) belonging and possession. A cultural artefact becomes infinitely mutable and generates many self-referencing and mutually defining narratives rather than creating a master linear narrative but by the lived practices of the people who create it" (SHAH, 2005, online).

¹³ Tradução das Autoras: "Blogs, if looked upon as cultural artefacts, can reveal different ideas as to why people blog and what are the motifs of the medium – cyberspace - that they inherit" (SHAH, 2005, online).

publicação.

Assim, apesar de não podermos considerar os blogs unicamente como diários pessoais, há, em sua apropriação, um forte elemento de personalização. Blood (2000, online) aponta, por exemplo, que mesmo os blogs originais, que compreendiam sites focados em links eram, de alguma forma, personalizados. *“Cada um era uma mistura em proporções únicas de links, comentários ensaios e pensamentos pessoais”*¹⁴. Efimova e Hendrick (2005), por outro lado, explicam que os blogs são formas de publicação que fortalecem a expressão individual em público. Essa expressão individual é tomada como uma qualidade da apropriação: blogs são pessoais. Eles permitem que as pessoas expressem opiniões, construam textos individualísticos e proporcionem um “espaço pessoal protegido” (Gumbrecht, 2004). Neste sentido, Efimova e Hendrick (2005, online) apontam para o fato de que blogs são formas de publicação diferenciadas porque se tornam uma forma de apropriação do ciberespaço como modo de expressar a identidade de seus autores.

Weblogs estão se tornando de forma cada vez maior, nas identidades on-line de seus autores. A maioria dos weblogs não são formais, sem face, sites corporativos ou fontes de notícias: eles são autorais por indivíduos (conhecidos como blogueiros), e percebidos como 'vozes pessoais não-editadas'¹⁵.

Os autores compreendem que os blogs, mesmo aqueles que não têm como característica a expressão da opinião do autor, são personalizados. *“Até mesmo weblogs que não passam de uma coleção de links e de comentários curtos dizem algo sobre os seus autores”* (Efimova e Hendrick, 2005, online)¹⁶. Essa percepção do blog como um espaço que é imbuído da personalidade de seu autor é bastante recorrente na literatura. Rocha (2003) aponta o blog como um espaço de expressão dos sentimentos, que poderia ser percebido como outra forma de constituição da personalização. Blogs, assim, não são apenas ferramentas caracterizadas pelo seu produto: são formas de publicação apropriadas pelos seus usuários, como formas de expressão.

Mesmo os blogs que não são especificamente opinativos, contêm na sua escolha de links, de textos para publicar e etc., seu autor espelhado nessas escolhas. A partir da compreensão do blog como um espaço pessoal, ele é também compreendido como uma escrita íntima (Schttine, 2004; Silva, 2006) e um espaço de **narrativa de si** (Lemos, 2002, Carvalho, 2002; Sibilia, 2003, 2004; Herring, Scheidt, Bonus, & Wright, 2004). Essa narrativa é constituída diante de um espaço público, um espaço de vigilância (Sibilia, 2004; Bruno, 2005). Essa vigilância, compreendida como a consciência da observação do weblog como espaço pessoal e da construção das impressões que o blogueiro deseja expôr para sua audiência também são aspectos do estudo da personalização dos weblogs.

¹⁴ Tradução das autoras: “Each was a mixture in unique proportions of links, commentary, and personal thoughts and essays.”(BLOOD, 2000, online).

¹⁵ Tradução das Autoras: *“Weblogs are increasingly becoming the on- line identities of their authors. Most weblogs are not formal, faceless, corporate sites or news sources: they are authored by individuals (known as bloggers or bloggers), and perceived as 'unedited personal voices’”*. (Efimova e Hendrick, 2005, online)

¹⁶ Tradução das Autoras: *“Even weblogs that are little more than collections of links and short commentaries say something about their authors.”*(Efimova e Hendrick, 2005, online).

Conforme aponta o estudo de Amaral e Quadros (2006, online), a relação blogueiros-audiência e a visibilidade do autor do blog podem gerar “conflitos semelhantes aos enfrentados por artistas e/ou pessoas que ganham notoriedade, aqui relacionados à cobertura da prensa rosa e aos comentários anônimos enviados aos blogs”, além de distúrbios nas comunidades blogueiras e *webrings* (Recuero, 2003), gerados por *trolls*¹⁷ e *cyberstalkers*, em práticas de xingamentos e *flaming*¹⁸, na tentativa de legitimação de sua participação no debate online (Donath, 1999, Online). A questão da audiência também está presente na análise do papel dos *lurkers* - os que visitam um determinado blog, mas não comentam ou participam – elaborada por Ferreira e Vieira (2008).

3. Estudos sobre usos dos blogs

Independentemente dos blogs serem interpretados sob um viés estrutural, funcional ou como artefato cultural, eles consistem em suportes para a comunicação mediada por computador, ou seja, permitem a socialização on-line de acordo com os mais variados interesses. O caráter fragmentário dos estudos sobre blogs se reflete no fato de que a maioria das publicações sobre blogs os trata a partir de abordagens específicas e tem sido feita sob forma de artigos.

Há, também, as coletâneas de artigos sobre o tema ou livros que levantam questões gerais sobre blogs. Exemplos desse tipo de publicação têm sido lançados recentemente e muitas delas como se pode notar, apelam para a alteração que os blogs impingem às comunicações, enfatizando-se o aspecto “revolucionário” dos blogs e de seus usos em seus títulos. Em 2002, Blood e outros autores, participam da coletânea *We've Got Blog: How Weblogs Are Changing Our Culture*. Já Biz Stone é autor de *Who Let the Blogs Out?: A Hyperconnected Peek at the World of Weblogs*, publicado em 2004. *Blog! How the newest media revolutions is changing Politics, Business and Culture*, de Kline et. al. foi lançado em 2005 nos Estados Unidos. Axel Bruns e Joanne Jacobs, que atuam na Austrália, lançam, em 2006, *Uses of Blogs*, reunindo vinte e dois artigos sobre a ferramenta. No mesmo ano e com o mesmo propósito, José Luis Orihuela lança *La revolution de los blogs*, na Espanha. Também em 2006, mas em Portugal é lançado *Blogs e a fragmentação do espaço público* de Catarina Rodrigues¹⁹ que traz um apanhado geral sobre as características da ferramenta, porém enfatizando os usos jornalísticos e participativos. Já em 2007, Orihuela se junta a outros (Orduna, Alonso, Antunes, Varela) e lança em português *Blogs – Revolucionando os meios de comunicação*, cuja ênfase é dada ao jornalismo participativo e ao uso empresarial dos blogs. Outra tradução lançada em 2007 no Brasil é *Blog – entenda a revolução que vai mudar o seu mundo*, do norte-americano Hugh Hewitt.

Outro aspecto decorrente da apropriação dos blogs enquanto ferramenta de comunicação é a

¹⁷ “Os trolls constituem tanto uma persona que causa distúrbio às relações sociais como podem, a partir de suas acusações, gerar debates que garantem a participação de um maior número de participantes, assim como podem atrair ainda mais trolls.” (AMARAL & QUADROS, 2006, online).

¹⁸ “*Flaming* é o ato de postar mensagens que são deliberadamente hostis e insultos, usualmente no contexto social de um grupo de discussão (geralmente na Internet). Disponível em: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Flaming>>. Acesso: 08/01/2006.

¹⁹ O livro também está disponível online em formato pdf em: <http://www.labcom.ubi.pt/livros/labcom/pdfs/rodrigues-catarina-blogs-fragmentacao-espaco-publico.pdf>

constituição de estruturas sociais. Compreendendo os blogs como ferramentas de comunicação e, conseqüentemente, de interação social, diversos autores vão analisar os blogs a partir das redes sociais constituídas através das trocas de comentários e links, percebido enquanto interação social (Ali-Hasan e Adamic, 2007; Marlow, 2006; Mishne e Glance, 2006; Recuero, 2003). Weblogs, assim, são ferramentas de publicação que possuem, também, um impacto social auxiliando na construção de estruturas sociais através das trocas de comentários (Mishne e Glance, 2006) e conversações (Efimova e de Moor, 2005). Essas trocas de links entre blogueiros, que podem acontecer nos comentários, nos blogrolls e mesmo nos textos das postagens, são frequentemente também analisadas como conversação (Efimova e De Moor, 2005; Primo e Smaniotto, 2005). Essas conversações podem, assim, ser indicativos de capital social, de comunidades virtuais (Herring et al., 2005; Merelo-Geurvovs, Prieto, Rateb, & Tricas, 2004) e webrings (Recuero, 2003) e etc.

Pesquisas têm sistematicamente apontado para o fato dos weblogs valorizarem bastante os comentários recebidos e que essa presença pode ser fundamental para que se continue a postar (Miura e Yamashita, 2007; Nardi et al, 2004). Esses apontamentos podem mostrar que os comentários são elementos significativos da cultura dos blogs, e que são, se não essenciais, muito importantes como elementos de motivação para os blogueiros e fundamentais como ferramentas de interação social.

O estudo dos weblogs como constituintes de estruturas sociais também engloba o estudo dos fluxos de informação nesses sistemas. A troca de links entre blogueiros pode construir blogs muito populares, cuja divulgação de informações impacta a rede. Esses estudos também focam nos usos dos blogs como ferramentas de publicação e os tipos de informação que são trabalhados entre os blogueiros.

Adar e Adamic (2005) e Gruhl et al. (2004), por exemplo, procuraram compreender como os padrões de linkagem poderiam auxiliar na previsão do caminho do fluxo de informação. Ali-Hasan e Adamic (2007) e Kumar et. al. (2003) mostraram que os blogueiros estão frequentemente envolvidos em grupos pequenos onde leitores e comentadores dividem interesses similares. Muitos dos estudos dos fluxos de informação estão também relacionados com a propagação de memes²⁰ (Adar et. al, 2004; Halavais, 2004), ou seja, a propagação de pequenos pedaços de informação blog a blog. O estudo dos fluxos de informação também é direcionado a partir dos estudos de motivações dos blogueiros na publicação das informações (Nardi et al, 2004).

Já as relações entre blogs e jornalismo no Brasil encontram-se entre as mais profícuas nos estudos sobre blogs. Talvez devido a isso, a maioria dos artigos recebidos para publicação neste livro se ativeram a essa relação. Sobre a discussão respeito de produção, edição e distribuição de notícias em blogs e suas conseqüências, bem como sobre aspectos discursivos da mesma, ver Matheson (2004), Singer (2005), Garnieri (2006), Christofolleti e Laux (2006), Quadros, Vieira e Rosa (2005), Quadros e Sponholz (2006), Primo e Träsel (2006), Storch (2007), Escobar (2006), Vieira (2007) e Cunha (2006, 2008).

Sob o enfoque do jornalismo, também, foram feitos estudos sobre coberturas de guerra. Destes,

²⁰ O conceito de meme foi cunhado por Richard Dawkins em seu livro "O Gene Egoísta". Para o autor, o meme é análogo ao gene e propaga-se mente e mente.

pode-se destacar Recuero (2003) que tratou dos blogs na Guerra do Iraque. Já sobre a Guerra do Iraque, em 2005 foi publicado *Baghdad Burning: Girl Blog From Iraq*, de autoria de Riverbend. O livro consiste no testemunho de uma jovem na zona de guerra do Iraque durante sua ocupação pelos Estados Unidos e ganhou um importante prêmio de Jornalismo Literário (Lettre Ulisses Award). Matthew Burden lança *The blog of war: Front-Line Dispatches from Soldiers in Iraq and Afghanistan* em 2006. Especificamente sobre a Guerra do Afeganistão, é lançado em 2007, *Captains Blog - The Chronicles of My Afghan Vacation*, por Mark Bromwich. O livro traz as postagens feitas por um soldado no Afeganistão em um blog, ainda que não tenha sido feita por um jornalista, tem a função de informar sobre o mundo desta guerra.

Os blogs de guerra são percebidos por Perlmutter (2008) como um novo campo de batalha político. Dentro desta esfera, Aldé e Chagas (2005) e Aldé, Chagas e Escobar (2007) investigam as questões políticas nos blogs jornalísticos. Os blogs como espaço de discussão política são o tema de Davis (2005) e Bahnisch (2006). Também foram abordados, de uma perspectiva de rede, por Adamic e Glance (2005), que estudaram os blogs nas eleições americanas de 2004. Bolaño e Brittos (2008) realizaram uma abordagem dos blogs brasileiros nas eleições de 2006, mas a partir da perspectiva teórico-metodológica da economia política da comunicação.

Outra área bastante profícua é a da utilização dos blogs pelas organizações. Neste sentido, pode-se indicar, no mínimo, três tipos de usos de blogs. Um é o que se dá com **fins institucionais**, sendo que uma variedade de práticas pode ser empreendida com o que se convencionou chamar de blogs corporativos. Segundo Cipriani (2006), os blogs corporativos permitem uma maior interatividade e instantaneidade na comunicação da organização com os públicos interno (colaboradores, acionistas) e externo (fornecedores, clientes finais, possíveis investidores) da organização. Pode-se dizer que o objetivo do blog em todas as suas aplicações é possibilitar o diálogo mais informal entre a organização e os seus públicos, conferindo transparência a essa relação (Cipriani, 2006; Scoble e Israel, 2006; Efimova e Grudin, 2007; Terra, 2008).

Um segundo tipo é o que atende a **fins promocionais** das organizações como a utilização dos blogs como método de pesquisa mercadológica junto aos públicos, a criação de blogs para promover determinados produtos e serviços como, por exemplo, a ação de marketing viral em blogs. Gardner (2005), Wright (2005), Bly (2007), Jennings (2007) e Brown (2008) são referências importantes quanto a esta abordagem.

Finalmente, o terceiro foco de análise dessa área é aquele que busca na proliferação dos blogs uma oportunidade de tomá-los como **objetos de percepção e análise de risco para imagem das organizações**, com a elaboração de ontologias em torno do negócio do ou das áreas de interesse do cliente. Sabe-se que uma busca mais eficiente do que a dos motores de busca convencionais permitem o rápido acesso sobre o que está sendo dito em blogs a respeito das organizações e, conseqüentemente, permite a tomada de decisão por parte desta. Sobre esse tema ver Carvalho et al. (2006), cuja pesquisa

está em andamento. No mesmo sentido, mas não necessariamente com o mesmo método, encontra-se a contribuição de Berkman (2008) intitulada *The Art of Strategic Listening: Finding Market Intelligence in Blogs and Social Media*.

Já foram apontados anteriormente estudos relativos ao padrão de linkagem entre blogs, da distribuição de informação nos mesmos, bem como de questões referentes à formação de comunidades virtuais em blogs. Cabe ressaltar agora algumas aplicações desse último campo de estudos. Alguns estudos privilegiam aspectos sociodemográficos na blogosfera, com destaque para questões de gênero e de idade dos blogueiros (Pedersen, Macafee, 2007; Schler et. al., 2005; Nowson, Oberlander, 2006; Schmidt, 2007; Herring, Scheidt e Wright, 2004; Huffaker e Calver, 2005).

As questões de gênero e de identidade em blogs também surgem sob a perspectiva dos Estudos Culturais, das mediações e das interações simbólicas (Herring, Scheidt e Wright, 2004; Herring et al 2005; Hawkins, 2005; Gregg, 2006; Braga, 2004, 2007a, 2008; entre outros). *We Are Iran: The Persian Blogs*, de Nasrin Alavi (2005) chama a atenção de estudo para a questão da identidade. Nota-se que as práticas subculturais são terreno fértil para serem examinadas em blogs. Ainda que enfatizando a perspectiva das redes sociais, Recuero (2005) apresentou estudo sobre as redes formadas a partir de comunidades de blogs pró-anorexia e pró-bulimia. Hodkinson (2006) analisa a comunicação e a sociabilidade da subcultura gótica na blogosfera inglesa; Ferreira, Vieira e Rigo (2007) descrevem os usos dos blogs dos EMOs brasileiros em seu discurso e visual; Amaral (2007b) comenta sobre as práticas de blogagem da subcultura *electro-industrial* associadas a outras plataformas de distribuição de música. Mesmo dentro do âmbito dos que analisam a blogosfera netpornográfica (Shah, 2005; Messina, 2006; Amaral, 2007a, Jakubowski, 2008a, 2008b) há distinções. Um uso apontado por Vieira (2006) descreve a representação da vida das pessoas que morreram e tiveram seus blogs atualizados por membros da família e amigos.

O cruzamento entre blogs e literatura aparece nas pesquisas de Prange (2002), Fernandes (2005), Paz-Soldan (2005), Cortes-Hernandéz (2006), Di Luccio e Nicolaci-da-Costa (2007), Casciari (2007) e Vidal, Azevedo e Aranha (2008).

Outros usos analisados apontam para os blogs como forma híbrida de entretenimento, divulgação de informação e de marketing, como no caso dos blogs de música (Jennings, 2007), de jornalismo musical e de *download* de vídeos, filmes e músicas (Amaral, 2008) blogs de moda (Amaral, Ferreira e Vieira, 2007; Ferreira, 2007) e o blog mesmo como ferramenta produtora de moda (Ferreira e Vieira, 2007).

Uma outra vertente trata da utilização de blogs por Pessoas com Necessidades Especiais (PNE) vem crescendo. Quanto às possibilidades tecnológicas apresentadas pelos blogs para o desenvolvimento dessas pessoas a partir da socialização, bem como suas limitações em função da falta de acessibilidade dessas ferramentas, vale destacar Goggin e Noonan (2006) e Bez, Montardo e Passerino (2008). A socialização on-line em blogs de familiares de PNE, que neles discutem sobre tratamentos, angústias e

vitórias na educação de seus filhos, pode ser vista em Montardo e Passerino (2008).

Também são freqüentes as investigações sobre a utilização dos blogs em Educação. Já entre os primeiros trabalhos publicados sobre usos de blogs no Brasil, por exemplo, encontram-se estudos que estabelecem esta relação (Barbosa, 2003; Gutierrez, 2003, por exemplo). De maneira geral, os estudos tomam os blogs na sua dimensão pedagógica, como um instrumento no ensino básico, médio e superior. Em Penrod (2007), Piontek (2008), Richardson (2006), Farmer (2006), Burgess (2006) e Gutierrez (2005), Hendron (2008) encontram-se questões relativas a esse aspecto em diferentes acepções. Já os blogs como espaço de discussão acadêmica e divulgação científica são o objeto de estudo de Halavais (2006) e Walker (2006). Embora não ancorado em uma perspectiva pedagógica, mas sim sociológica Gomes (2007) traz os blogs como pano de fundo para a questão do conhecimento e da complexidade.

Na direção da articulação entre blogs e tecnologias móveis, destacam-se os estudos de Lemos e Novas (2005), Pellanda (2005, 2006), Silva (2007a, 2007b). Tais trabalhos atentam para a construção dos blogs como espaços móveis, que podem ser acessados e constituídos independentemente do espaço físico e que podem, ainda, auxiliar nas reconstruções desses espaços.

Outro ponto fundamental quanto à investigação sobre blogs é a metodologia utilizada para sua apreensão como objeto de estudo. Sobre diferentes aplicações nesse sentido, a próxima seção indica algumas abordagens pertinentes.

4. Metodologias para o Estudo dos Blogs

Devido à complexidade e amplitude do fenômeno, as questões de ordem metodológica na condução de investigação sobre blogs também têm aparecido constantemente nos debates acadêmicos. Uma variada gama de propostas metodológicas destaca-se nos estudos, como em Blumenthal (2005) que apresenta o uso de uma metodologia “*open source*”; boyd (2006) indica uma metodologia de cunho reflexivo. Outra metodologia se dá através da aplicação de ferramentas na busca de blogs como o Google PageRank (Kirchhoff, Bruns, Nicolai, 2007), comparativo de busca desta com a ferramenta de busca do Technorati (Carvalho et. al, 2006), além de aplicações em Web Semântica em blogs (Qu, Pietra e Poon, 2006; Mishne, 2005). Um rastreamento de algumas das metodologias mais utilizadas foi levantada por Quadros (2007).

Uma perspectiva utilizada por muitos autores é a **etnografia virtual** ou a **netnografia** (Hine, 2000, 2005; Kozinets, 2002, 2007), como uma adaptação do método etnográfico para os ambientes online. Em seu mais recente artigo, Kozinets (2007) inclui os blogs como uma rica ferramenta para a aplicação do método, principalmente ligado às questões dos perfis de consumo. Os usos da netnografia aparecem no estudo de blogs Montardo e Passerino (2006) e Braga (2007); e o blog em si, problematizado como diário de campo ou ferramenta etnográfica (Ward, 2006) e para Amaral (2008) o blog do próprio pesquisador compreendido como narrativa autonetnográfica.

Outra metodologia bastante utilizada é a **Análise de Redes Sociais** (Recuero, 2006; Benkenstein,

Montardo e Passerino, 2007; Ali –Hasan e Adamic, 2005; Adamic e Glance, 2006 entre outros). Dentro desta abordagem, estudam-se as redes compostas em os blogs através de seus comentários e/ou conexões e observam-se as características estruturais e dinâmicas dessas redes. A partir desses elementos, estudam-se as características dos laços e capital sociais (Recuero, 2004). É válido, considerar, entretanto, que as metodologias podem ser utilizadas em um mesmo projeto, de acordo com as diferentes etapas do mesmo.

Por fim, pode-se dizer que é na diversidade de apropriações que os blogs suscitam que reside a sua permanência como ferramenta de socialização on-line e como objeto de estudo na web depois de dez anos de existência. Frente a isso, projeta-se que o incremento dos blogs quanto à mobilidade e os novos formatos em micro-conteúdos (*Pownce*²¹, *Twitter*²², *Jaiku*²³), já em curso, tendem a continuar dinamizando os usos dos blogs e a inspirar novas investigações sobre os mesmos. A contribuição deste artigo, por fim, é um levantamento dos estudos sobre blogs até o presente, além da classificação de conceitos sobre blogs e a de metodologias mais comumente utilizadas para apreendê-los como objeto de pesquisa. Acredita-se que algumas dessas contribuições podem ser estendidas a outras abordagens de estudos sobre a web.

Referências

- ADAMIC, L.; GLANCE, N. **The political blogosphere and the 2004 U.S. election: Divided they blog.** 2005 In: <http://www.blogpulse.com/papers/2005/AdamicGlanceBlogWWW.pdf> Acesso em: 14/01/2008.
- ADAR, E., ZHANG, L., ADAMIC, L. A., LUKOSE, R. M. Implicit structure and the dynamics of blogspace. HP Information Dynamics Lab. 2004. Disponível em : <http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/blogs/index.html> . Acesso em 04/01/2008.
- ALAVI, Nasrin. **We Are Iran: The Persian Blogs.** Paperback, 2005.
- ALDÉ, Alessandra.; CHAGAS, Viktor ; ESCOBAR, Juliana. A febre dos blogs de política. **Revista FAMECOS**, v. 33, p. 34, 2007.
- ALDÉ, Alessandra; CHAGAS, Viktor. Blog de política e identidade jornalística: transformações na autoridade cognitiva e na relação entre jornal e leitor. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. **Anais do Intercom 2005.** São Paulo: Intercom, 2005.
- ALI-HASAN, Noor; ADAMIC, Lada. Expressing Social Relationships on the Blog through Links and Comments. In: **ICWSM2007**, Boulder, CO. Disponível em: <http://www.icwsm.org/papers/paper19.html> Acesso em: 25 fev. 2008.
- ALAVI, Narsin. **We are Iran: the Persian blogs.** Paperback, 2005.
- ALONSO, Julio; ORDUNA, Octavio Islas; ORIHUELA, José Luis, et. al. **Blogs. Revolucionando os meios de comunicação.** São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.
- AMARAL, Adriana. Autonetnografia e inserção online. O papel do “pesquisador-insider” nas subculturas da Internet. Trabalho aceito no GT Comunicação e Sociabilidade do **XVII Encontro Nacional da Compós**, São Paulo, 2008.
- AMARAL, Adriana. Categorização dos gêneros musicais na Internet – para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.fm. In: FREIRE FILHO, João, HERSCHMANN, Micael. **Novos rumos da cultura da mídia. Indústrias, produtos e audiências.** Rio de Janeiro: Mauad, 2007. pp.227-242.
- AMARAL, Adriana. Blogosfera e netpornografia. Trabalho apresentado ao GT Cibercultura e Tecnologias do Imaginário no **IX Seminário Internacional da PUCRS**, novembro 2007.
- AMARAL, Adriana; FERREIRA, Aletéia ; VIEIRA, Josiany. Blogs & Moda: Efemeridade, Individualidade e Multiplicidade na web. **Verso e Reverso.** São Leopoldo, v. 47, p. 10-24, 2007.
- AMARAL, Adriana; QUADROS, Claudia I. Agruras do blog: o jornalismo cor-de-rosa no ciberespaço. In: **Razón y Palabra**, v. 53, p. 03, 2006. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n53/amaralquadros.html> Acesso em: 02/02/2008.
- BAHNISCH, Mark. The political uses of blogs. In: BRUNS, Axel and JACOBS, Joanne (Editors). **Uses of blogs.** Now York:

²¹ <http://pownce.com>

²² <http://twitter.com>

²³ <http://jaiku.com>

Peterland, 2006.

BARBOSA, Jan Alyne. Weblogs: Múltiplas utilizações, um conceito. **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – BH/MG – 2 a 6 Set 2003.

BENKNSTEIN, A.; MONTARDO, S. P.; PASSERINO, L. Análise de redes sociais em blogs de Pessoas com Necessidades Especiais (PNE). In: **RENOTE (Revista Novas Tecnologias na Educação)**. Vol. 5, no. 2, Dez. 2007. Disponível em: <http://www.cinted.ufrgs.br/renote/dez2007/artigos/6hLilianaPasserino.pdf>.

BEZ, M. R., MONTARDO, S. P. ; PASSERINO, L. Acessibilidade digital em blogs: limites e possibilidades para socialização on-line de Pessoas com Necessidades Especiais (PNE). In: **Revista Eptic On-line**, Vol. X, No. 1, enero-abril, 2008. Disponível em: <http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/v.%20X,n.%201,2008/ASandraMontardo-LilianaPasserino-MariaBez.pdf> Acesso em: 10/02/2008.

BERKMAN, Jennings. **The Art of Strategic Listening: Finding Market Intelligence in Blogs and Social Media**. Hardcover, 2008.

BLOOD, Rebecca. 2002. **We've got Blog. How Weblogs are changing our Culture**. Perseus Books Group; 1st edition, 2002.

BLOOD, Rebecca. 2000. weblogs: a history and perspective. Disponível em http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html Acesso em 08/01/2008.

BLUMENTHAL, Mark. Toward an open-source methodology. What we can learn from the blogosphere. In: **Public Opinion Quarterly**, vol. 69, n.5, 2005. Disponível em: <http://poq.oxfordjournals.org/cgi/content/abstract/69/5/655> Acesso em: 04/03/2008.

BLY, Robert. **Blog schmog: the truth about what blogs can (and can't) do for your business**. Hardcover, 2007.

BOLAÑO, César R. S, e BRITTOS, Valério C. Blogosfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006. Artigo a ser apresentado no **III Jornadas Internacionais de Jornalismo**, Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal, março de 2008.

BOYD, danah. **Blogger's Blog: Exploring the definition of a medium**. Disponível em: <http://www.reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml> Acesso em: 03/03/2008.

BRAGA, Adriana A. "Usos e consumo de mídias digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica." Artigo apresentado no **XVI Encontro Anual da COMPOS**. Curitiba, Universidade Tuiuti do Paraná, 2007.

BRAGA, Adriana Andrade. Interação Social e Apresentação do Self nos Weblogs. **Mediação**, v. 5, p. 19-31, 2006.

BRAGA, Adriana. Da cultura feminina de Simmel aos weblogs: mulheres na Internet. In: **XXVII Intercom**, 2004, Porto Alegre. CD-ROM do XXVII Intercom, 2004.

BROMWICH, Mark. **Captains Blog - The Chronicles of My Afghan Vacation**. Paperback, 2007.

BROWN, Bruce. **The Secret Power of Blogging: How to Promote and Market Your Business, Organization, or Cause With Free Blogs**. Paperback, 2008.

BRUNO, Fernanda. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. **Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 3, n. 2, p. 53-70, 2005.

BURDEN, Matthew Currier. **The Blog of War: Front-Line Dispatches from Soldiers in Iraq and Afghanistan**. Paperback, 2006.

BURGESS, Jean. Blogging to learn, learning to blog. In: BRUNS, Axel and JACOBS, Joanne (Editors). **Uses of blogs**. Now York: Peterland, 2006.

CARVALHO, C. S. ; MONTARDO, S. P. ; ROSA, H. A. ; GOULART, R. V. . Monitoramento da imagem das organizações e ferramentas de busca de blogs. In: **Prisma.com**, v. 3, p. 420-447, 2006.

CARVALHO, Rosa Meire. Diários íntimos na era digital: diários públicos, mundos privados. In: LEMOS, A., PALÁCIOS, M (orgs). **Janelas do ciberespaço**. Comunicação e cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2000.

CASCIARI, Hernán. El *blog* en la literatura. Un acercamiento estructural a la blogonovela. In: **Revista Telos**, 2007. Disponível em: <http://www.campusred.net/telos/articulocaderno.asp?idarticulo=5&rev=65> Acesso em: 05/03/2008.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; LAUX, Ana Paula França. Blogs jornalísticos e credibilidade: cinco casos brasileiros. **Revista Comunicare**, v. 6, n. 2, 2006.

CIPRIANI, Fábio. **Blog Corporativo**. São Paulo: Novatec, 2006.

CORTÉS HERNÁNDEZ, Santiago. El blog como un tipo de literatura popular: problemas y perspectivas para el estudio de un género electrónico. **Culturas Populares. Revista Electrónica** 3, septiembre e diciembre, 2006. Disponível em: <http://www.culturaspopulares.org/textos3/articulos/cortes.pdf> Acesso em: 01/02/2008

CUNHA, Mágda. Blogs: a remediação das mídias que permite à audiência publicar. **Diálogos de la Comunicación**, v. 76, p. 12, 2008.

CUNHA, Mágda. Os blogs e a prática do jornalismo no Brasil: uma reflexão sobre os meios, as linguagens e a cultura. In: **Prisma.com**, v. 3, p. 1, 2006.

DAVIS, Richard. **Politics Online: Blogs, Chatrooms, and Discussion Groups in America**. Paperback, 2005.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Itatiaia, 2001.

DI LUCCIO, Flavia; NICOLACI-DA-COSTA, Ana M. Escritores de blogs: interagindo com os leitores ou apenas ouvindo ecos? In: **Psicologia e ciência**. v.27 n.4 Brasília dez. 2007. Disponível em: http://scielo.bvs-psi.org.br/scielo.php?pid=S1414-98932007001200008&script=sci_arttext Acesso em: 02/03/2008.

DONATH, Judith S. **Identity and Deception in the Virtual Community**. Disponível em <<http://smg.media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html>> , 1999.

EFIMOVA, L; HENDRICK, S. In search for a virtual settlement: An exploration of weblog community boundaries. In: **Communities and Technologies**, 2005.

EFIMOVA, L. e GRUDIN, J. Crossing boundaries: A case study of employee blogging. In: **Proceedings of the Fortieth Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-40)**. Los Alamitos: IEEE Press. 2007.

ESCOBAR, Juliana. Blog do Noblat e escândalo midiático: jornalismo sob novas bases. **UniRevista**, volume 1, número 3, julho de 2006.

ESPINOSA, Horacio. Intersticios de sociabilidad: una autoetnografía del consumo de TIC. **Athena Digital**, 12, 272-277. 2007. Disponível em: <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/448> . Acesso em: 15/01/2008.

FARMER, James. Blogging to Basics: How blogs are bringing on-line Education back from the brink. In: BRUNS, Axel and JACOBS, Joanne (Editors). **Uses of blogs**. Now York: Peterland, 2006.

FERNANDES, Francisco S. Rituais em tempo real observando a passagem entre suportes literários em três compilações de contos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <http://repositorio.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17007/1/R1602-1.pdf> Acesso em: 20/02/2008.

FERREIRA, Aletéia. Cybermarketing e a Moda: Segmentação através dos Blogs e Orkut. **Sessões do Imaginário**, v. 18, p. 1-5, 2007

FERREIRA, Aletéia; VIEIRA, Josiany. Os *lurkers* e a Relação com a Blogosfera: um Estudo de Caso do Blog de Alex Primo. In: **Revista Interin**, n.5, Curitiba, 2008 (no prelo).

FERREIRA, Aletéia ; VIEIRA, Josiany. A moda dos blogs e sua influência na cibercultura: do diário virtual aos posts comerciais. **Revista E-Compós**, ed. 10, dezembro de 2007.

FERREIRA, Aletéia ; VIEIRA, Josiany ; RIGO, Paula. Emos: o resgate da moda romântica através dos blogs. **Razón y Palabra**, v. 53, p. 53, 2006.

GARDNER, Susannah. **Buzz Marketing with Blogs For Dummies**. Paperback, 2005.

Gillmor, Dan. **We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People**. Sebastopol, CA: O'Reilly. 2004

GOGGIN, Gerard; NOONAN, Tim. Blogging disability: the interface between new cultural movements and the internet technology. In: BRUNS, Axel and JACOBS, Joanne (Editors). **Uses of blogs**. Now York: Peterland, 2006.

GOMES, Luis A. **Comunicação e complexidade: conhecimento, cotidiano e poder nos blogs**. Tese (Doutorado), defendida no Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUCRS, 2007. Disponível em: http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=941 Acesso em: 20/02/2008.

GARNIERI, Giuseppe. **Geração blogue**. Lisboa: Presença, 2006.

GREGG, Melissa. Posting with passion: blogs and the politics of gender. In: BRUNS, Axel and JACOBS, Joanne (Editors). **Uses of blogs**. Now York: Peterland, 2006.

GRUHL, D., GUHA, R., LIBEN-NOWELL, D., TOMKINS, A. Information diffusion through blogspace. **Proceedings of the 13th International Conference on World Wide Web** (pp. 491-501). 2004. New York: ACM Press.

Gumbrecht, Michelle. Blog as "Protected Space". In the: **Workshop on Weblogging Ecosystem. Aggregation, Analysis and Dynamics**. WWW 2004. New York: ACM Press, 2004.

GUTIERREZ, Suzana. O Fenômeno dos Weblogs: as Possibilidades Trazidas por uma Tecnologia de Publicação na Internet. **Informática na Educação: teoria & prática**. v. 6, n. 1., p. 87-100, jan-jun, 2003.

GUTIERREZ, Suzana. Weblogs e educação: contribuição para a construção de uma teoria. **RENOTE (Revista Novas Tecnologias na Educação)**. Porto Alegre: CINTED-UFRGS, v. 3, n. 1, mai. 2005.

HALAVASIS, Alexander. Scholarly blogging: moving toward the Visible College. In: BRUNS, Axel and JACOBS, Joanne (Editors). **Uses of blogs**. Now York: Peterland, 2006.

HALAVASIS, A. C. Linking weblog neighborhoods: between "small pieces" and "winner-take-all". In: **Association of Internet Researchers Annual Conference: IR 5.0**: Ubiquity, Sussex, September 2004.

HENDRON, John. **RSS for Educators: Blogs, Newsfeeds, Podcasts, and Wikis in the Classroom**. Paperback, 2008.

HERRING, S. C., KOUPER, I., SCHEIDT, L. A., WRIGHT, E. Women and children last: The discursive construction of weblogs. In: GURAK, L., ANTONIJEVIC, S., JOHNSON, L., RATLIFF, C., REYMAN, J.(Eds.). **Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs**. University of Minnesota. 2004. Disponível em:

http://blog.lib.umn.edu/blogsphere/women_and_children.html Acesso em: 04/02/2008.

- HERRING, S. C., KOUPER, I., PAOLILLO, J. C., SCHEIDT, L. A., TYWORTH, M., WELSCH, P. et al. Conversations in the blogosphere: An analysis "from the bottom-up". In **Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'05)**, Los Alamitos: IEEE Press. 2005
- HERRING, S. C., SCHEIDT, L. A., BONUS, S., WRIGHT, E. Bridging the gap: A genre analysis of weblogs. In: **Proceedings of the 37th Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-37)**. Los Alamitos: IEEE Computer Society Press. 2004. Disponível em: <http://www.blogninja.com/DDGDD04.doc>. Acesso em: 04/02/2008.
- HERRING, S. C., SCHEIDT, L. A., KOUPER, I., WRIGHT, E. A longitudinal content analysis of weblogs: 2003-2004. In: TREMAYNE, M. (Ed.), **Blogging, Citizenship, and the Future of Media**, London: Routledge. 2006
- HEWITT, Hugh. **Blog. Entenda a revolução que vai mudar o seu mundo**. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2007.
- HINE, Christine (ed). **Virtual Methods**. New York: Berg, 2005.
- HINE, Christine. **Virtual ethnography**. London: Sage, 2000.
- HODKINSON, Paul. Subcultural blogging? Online Journals and group involvement among UK Goths. In: BRUNS, Axel and JACOBS, Joanne (Editors). **Uses of blogs**. Now York: Peterland, 2006.
- JAKUBOWSKI, Maxim (Editor) **Sex-Blogs**. Ullstein, 2008.
- _____. **Sex-Blogs 2**. Ullstein, 2008.
- JENNINGS, David. **Net, Blogs and Rock 'n' Roll: How Digital Discovery Works and What it Means for Consumers**. Paperback, 2007.
- JONES, Quentin. Virtual communities, virtual settlement and cyber-archaeology: a theoretical outline? In: **Journal of Computer Mediated Communication**, JCMC 3, dezembro de 1997. Disponível em <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue3/jones.html>. Acesso em 08 de fevereiro de 2008.
- KIRCHOFF, Lars; BRUNS, Axel; NICOLAI, Thomas. Investigating the impact of the blogosphere: Using PageRank to determine the distribution of attention. In: **Proceedings Association of Internet Researchers**, Vancouver, Canada. 2007. Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/archive/00010517/> Acesso em: 03/03/2008.
- KLINE, David; BURSTEIN, Dan; DE KEIJZER, Arne. **Blog! How the newest media revolutions is changing Politics, Business and Culture**. Hardcover, 2005.
- KOZINETS, R. "Netnography 2.0". In: BELK, Russel W. (ed). **Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing**, Edward Elgar Publishing. (forthcoming), 2007.
- KOZINETS, R. The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. **Journal of Marketing Research**, n.39, pp.61-72, 2002.
- KUMAR, R., NOVAK, J., RAGHAVEN, P., TOMKINS, A. On the bursty evolution of blogspace. In: **Proceedings of the twelfth international conference on World Wide Web** (pp. 568-576). Budapest, Hungary. 2003
- LEMOS, André. A arte da vida. Diários pessoais e webcams na Internet. In: Cultura da Rede. **Revista Comunicação e Linguagem**, Lisboa, 2002.
- LEMOS, André; NOVAS, Lorena. Cibercultura e tsunamis. Tecnologias de comunicação móvel e mobilização social. In: **Revista Famecos**, n. 26, pp. 29-40, Porto Alegre, 2005.
- MARLOW, C. Investment and Attention in the Weblog Community. In: **Proceedings of AAAI Symposium on Computation Approaches to Analyzing Weblogs**. Stanford: AAAI Press.2005
- MARLOW, C. Audience, structure and authority in the weblog community. In: **Presented at the International Communication Association Conference**, May, 2004, New Orleans, LA. 2004
- MATHESON, D. Weblogs and the epistemology of the news: Some trends in online journalism. In: **New Media & Society**, n. 6, p. 443-468, 2004.
- MERELLO-GUERVOS, Prieto, Rateb, & TRICAS, F. **Mapping Weblogs communities**. Computer Networks 2004.
- MISHNE, G. Experiments with Mood Classification in blog post. **Style 2005 – the 1st Workshop on Stylistic Analysis of Text For Information Access**, at SIGIR 2005.
- MISHNE, G., GLANCE, N. Leave a reply: An analysis of weblog comments. Paper presented at the workshop "Weblogging Ecosystem: Aggregation, Analysis and Dynamics," Edinburgh, UK. 2006. Retrieved January 8, 2008 from <http://www.blogpulse.com/www2006-workshop/papers/wwe2006-blogcomments.pdf>
- MIURA, A., & YAMASHITA, K. (2007). Psychological and social influences on blog writing: An online survey of blog authors in Japan. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, 12(4), article 15. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/miura.html> Acesso em:
- MONTARDO, S.; PASSERINO, L. Estudo de blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações. In: RENOTE (Revista Novas Tecnologias na Educação). Vol. 4, No. 2, Dez. 2006. Disponível em: <http://www.cinted.ufrgs.br/renote/dez2006/artigosrenote/25065.pdf>.
- MONTARDO, S. P.; PASSERINO, L. M. **Espelhos Quebrados no Ciberespaço: Implicações de redes temáticas em blogs na Análise de Redes Sociais (ARS)**. Artigo aprovado no GT Comunicação e Cibercultura do 17º. Encontro Nacional de

- Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). São Paulo, Jun. 2008.
- Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M., & Swartz, L. (2004). **Why we blog**. Communications of the ACM, 47 (12), 41-46.
- OLIVEIRA, Rosa Meire C. **Diários públicos, mundos privados: Diário íntimo como gênero discursivo e suas transformações na contemporaneidade**. Dissertação de Mestrado. UFBA, 2002.
- ORIHUELA, José Luis. **La revolution the los blogs**. La Esfera, 2006.
- PAZ-SOLDÁN, E.: De blogs y literatura, **Diario La Tercera**, núm. 66.724, Santiago de Chile, 2005.
- PEDERSEN, S.; MACAFEE, C. Gender differences in British blogging. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 12(4), article 16. 2007. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/pedersen.html> Acesso em:
- PELLANDA, Eduardo Campos. Weblogs de bolso: uma análise do impacto da mobilidade. **Prisma.com**, v. 3, p. 200-213, 2006.
- PELLANDA, Eduardo Campos. Desdobramentos dos “olhares” móveis sobre o terrorismo em Londres: como as vítimas viraram repórteres. **Revista E-Compós**, dez. 2005. Disponível. Disponível em <http://www.compos.com.br/e-compos> Acesso em 15 jun. 2006.
- PENROD, Diane. **Using blogs to enhance Literacy: the next powerful step in 21st century leaning**. Paperback, 2007.
- PERLMUTTER, David. D. **Blogwars: The New Political Battleground**. Hardcover, 2008.
- PIONTEK, Jeff. **Blogs, wikis, and podcasts, Oh my!** Eletronic media in the classroom all grades. Paperback, 2008.
- PRANGE, A. P. L. **Da literatura aos blogs: um passeio pelo território da escrita de si**. Dissertação (mestrado em Psicologia clínica) Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.
- PRIMO, A.; SMANIOTTO, A. R. Blogs como espaços de conversação: interações conversacionais na comunidade de blogs insanus. **E-Compos**, v. 1, n. 5, p. 1-21, 2006.
- PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. **Contracampo**, Niterói, v. 14, p. 37-56, 2006
- QU, Hong; PIETRA, Andrea La; POON, Sarah. Classifying Blogs Using NLP:Challengesand Pitfalls. **Proceedings of American Association for Artificial IntelligenceSpring Symposium on Computational Approaches to Analyzing Weblogs**, AAAI.Press, Stanford, EU. 2006.
- QUADROS, Claudia I. Sobre Metodologias para pesquisar blogs. In: V Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2007, Aracaju. **V Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJOR**. Aracaju : UFSE, 2007. v. 1. p. 1-14.
- QUADROS, Claudia I. ; SPONHOLZ, L. Deu no blog jornalístico: é notícia? **InTexto**, Porto Alegre, v. 15, p. 1-15, 2006.
- QUADROS, C. I. ; VIEIRA, Josiany F ; ROSA, A. P. Blogs e as transformações no jornalismo. **E-Compós**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 1-21, 2005.
- RECUERO, Raquel. Weblogs, webrings e comunidades virtuais.In: **404n0tFound** (UFBA), v. 1, n. 31, p. 1-15, 2003. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/webrings.pdf> Acesso em: 05/01/2008.
- RECUERO, Raquel. Warblogs: os weblogs, o jornalismo online e a Guerra no Iraque. **Verso e Reverso** (São Leopoldo), São Leopoldo, n. 37, p. 57-76, 2003.
- RICHARDSON, Will. **Blogs, Wikis, Podcasts, and Other Powerful Web Tools for Classrooms**. Paperback, 2006.
- ROCHA, Paula Jung. Sentimentos em rede compartilhados na pós-modernidade. In: **Revista da Famecos**, n. 23, dezembro de 2003.
- RODRIGUES, Catarina. **Blogs e a fragmentação do espaço público**.Universidade da Beira Interior.2006. Portugal. Disponível na Internet em: www.labcom.ubi.pt . Acesso em 20 de fevereiro de 2008.
- SCHMIDT, J. Blogging practices: An analytical framework. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, 12(4), article 13. 2007. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/schmidt.html> Acesso em: 04/02/2008.
- SCHITTINE, Denise. **Blog: comunicação e escrita íntima na internet**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.
- SCHLER, J.; KOPPEL, M.;SCHLOMO, A.; PENNEBAKER, J. **Effects on Age and Gender on Blogging**. (2005). American Association on Artificial Intelligence, 2005. Disponível em <http://lingcog.iit.edu/doc/springsymp-blogs-final.pdf>. Acesso em 25 jan. 2008.
- SCOBLE, Robert; ISRAEL, Shel. **Naked Conversations: How Blogs are Changing the Way Businesses Talk with Customers**. Hoboken: Wiley, 2006.
- SHAH, Nishant. PlayBlog: Pornography, performance and cyberspace. **Cut-up.com Magazine**. Holanda, V.2.5, issue 42, 24/09./2005. Disponível em: <http://www.cut-up.com/news/detail.php?sid=413> Acesso em 05/09/2007.
- SIBILIA, Paula. O "eu" dos blogs e das webcams: autor, narrador ou personagem?. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004. Porto Alegre. Anais. São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.
- SIBILIA, Paula. Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo. (Orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. 1 ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2003, v. , p. 139-152.
- SILVA, Cristiane M. **Intimidade on-line: outras faces do diário íntimo contemporâneo**. Universidade Federal Fluminense. Departamento de Psicologia. Dissertação de Mestrado. 2006
- SILVA, Fernando Firmino da. Tecnologias móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao mainstream. In: V

SBPJor (CD-ROM). Aracaju-SE/Brasil, 2007a .

_____. **Uso de dispositivos portáteis na produção da notícia.** In: Jornalistas da Web. Disponível em <<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=2241>> Acesso em 20 ago. 2007b

SILVA, Jan Ayne. Dos Fanzines aos Weblogs: Uma Análise sobre as Semelhanças e as Diferenças entre os dois Suportes . In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 25., 2002, Salvador. Anais... São Paulo: Intercom, 2002. CD-ROM.

SINGER, J. The political j-blogger. 'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices. **Journalism**, n.6, p. 173-198, 2005.

STONE, Biz. **Who Let the Blogs Out?: A Hyperconnected Peek at the World of Weblog.** Paperback, 2004.

STORCH, Laura S. Construção Jornalística coletiva: considerações acerca do universo dos weblogs. In: **IX Seminário Internacional da Comunicação - Simulacros e (dis)simulações na sociedade hiperespetacular da PUC/RS.** 2007.

TERRA, Carolina Frazon. **Blogs: modismo ou tendência?** São Paulo: Difusão, 2008.

TRAMMEL, K. D., KESHELASHVILI, A. Examining the new influencers: A self-presentation study of A-list blogs. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 82 (4), 968-982, 2004.

VIDAL, Patricia; AZEVEDO, Patricia; ARANHA, Glaucio. Das telas para o papel: blogs como fonte para a Literatura de Massa. In: **Revista Interin**, Curitiba, n.05, 2008 (no prelo).

VIEIRA, Josiany F. **Do diário virtual ao jornalismo participativo na blogosfera: um estudo de caso do blog de Ricardo Noblat.** Dissertação defendida no Mestrado em Comunicação e Linguagens, UTP, 2007.

VIEIRA, Josiany F. A vida após a morte nos blogs. In: **404nOtf0und**, v. VOL 1, n. N.54 ano 6, p. 1-2, 2006.

WALKER, Jim. Blogging from inside the Ivory Tower. In: BRUNS, Axel and JACOBS, Joanne (Editors). **Uses of blogs.** Now York: Peterland, 2006.

WARD, Mary-Allen. Thoughts on bloggin as an ethnographic tool. **Proceedings of the 23rd annual ascilite conference: Who's learning? Whose technology?** The University of Sidney, 2006, 843-851pp. Disponível em: <http://www.ascilite.org.au/conferences/sydney06/proceeding/pdf_papers/pl64.pdf> Acesso em 18/01/2008.

WRIGHT, Jeremy. **Blog Marketing.** The revolutionary new way to increase sales, build your brand and get exceptional results. Hardcover, 2005.