

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (BACH. EM RELAÇÕES PÚBLICAS)

JOÃO CARLOS MACHADO

O *BLOG* NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DA OPINIÃO

Goiânia
2014

JOÃO CARLOS MACHADO

O *BLOG* NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DA OPINIÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás como requisito para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^ª. Ms. Flávia Martins dos Santos

Goiânia

2014

JOÃO CARLOS MACHADO

O *BLOG* NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DA OPINIÃO

Monografia apresentada como pré-requisito para a obtenção de título de Bacharel em Relações Públicas pela Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, aprovada em _____ de _____ de _____, pela Banca Examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof^a. Ms. Flávia Martins dos Santos

Professora Orientadora

Prof^a. Ms. Livia Marques Ferrari de Figueiredo

Professora Examinadora

Dedico este trabalho a todos aqueles que acreditaram em mim e me apoiaram durante um longo percurso, sobretudo meus pais, aos quais dedico não só esta vitória, mas também a vida.

AGRADECIMENTOS

Deparamo-nos com situações diversas ao longo da vida e também com pessoas que deixam alguma marca, por mais singela que seja. As situações desafiadoras, por exemplo – as quais não são poucas – trazem preocupações, medos, inseguranças e até lágrimas, mas são acompanhadas também de esperança, de vontade de vencer e daquelas pessoas que marcam. Estas, felizmente, compõem uma lista vasta para mim, foram e são responsáveis por me ajudarem a colocar degrau por degrau em meu processo de crescimento enquanto pessoa e profissional, ajudando transformar os desafios em vitórias.

Agradeço a Deus, centelha complexa de energia que acredito ser a força que rege o equilíbrio de nosso vasto universo, das reações microscópicas de cada célula às imensas interações planetárias. Em muitas ocasiões foram a fé e a esperança de conseguir superar obstáculos que deram o impulso necessário para continuar.

Quero agradecer também à minha professora e orientadora, Flávia Martins, por acreditar em meu trabalho, dedicando parte de seu corrido tempo em me orientar com paciência e esforço. Sem seus conselhos, correções e considerações este trabalho não estaria concretizado.

Sem amizades dificilmente é possível passar pelas etapas da vida de forma plena e feliz. Sou grato aos amigos que tenho e que cultivo com muito carinho. Obrigado aos colegas de sala de aula por fazerem parte de um ciclo tão importante e, principalmente, obrigado aos amigos que carregarei comigo por toda a vida: Pedro Duarte, Paula Alexandre, Luana Pimenta, Rafaela Michalzuk. Sem vocês eu não conseguiria enfrentar tantas adversidades dentro e fora da Universidade.

Agradeço ao João Victor Guedes por toda a dedicação incondicional e por ser meu suporte sempre que preciso de apoio. A comunicação dá certo quando o olhar de um jornalista se encontra com o olhar de um relações públicas.

Por fim, sou grato à minha família por ter me proporcionado todas as condições possíveis para uma vida saudável, feliz e cheia de conhecimento. A liberdade dada a mim para seguir o que acredito e ser quem sou é um tesouro de valor inestimável. Graças à família, principalmente pai, mãe e irmãos, tive o privilégio de tê-lo. Muito obrigado por me amarem!

“Embora ninguém possa voltar atrás e fazer um novo começo, qualquer um pode começar agora e fazer um novo fim”.

Chico Xavier

RESUMO

O desenvolvimento tecnológico, unido à globalização, trouxe uma grande conectividade entre os indivíduos da sociedade, o que ultrapassou barreiras geográficas, abrangendo todo o globo. Além de tais fronteiras, as pessoas passam a se comunicar no chamado “Ciberespaço”, termo que será discutido ao longo do trabalho e cuja análise é fundamental para entender os processos de comunicação no espaço virtual. Com o grande número de informações transmitidas neste meio, é preciso questionar até que ponto os veículos que as transmitem podem influenciar a opinião dos usuários, que crescem em número todos os dias, dada a facilidade com que a internet chega às pessoas. Focando-se no estudo de um *blog* especificamente, o *Blog do Sakamoto*, este trabalho pretende avaliar essas questões através de pesquisas bibliográficas e pesquisa quantitativa, avaliando as interações envolvendo um *blog* que expõe temas cotidianos e que geram, de certa forma, discussão entre as pessoas. A pesquisa bibliográfica é importante, pois esclarece conceitos essenciais ao entendimento do assunto tratado. Já a de caráter quantitativo auxilia na mensuração de dados e podem comprovar ou estabelecer novos dados a respeito do objeto pesquisado, o que confere maior credibilidade à pesquisa. Dessa forma, a compreensão do que acontece no ciberespaço, no que diz respeito à opinião e manifestação dos indivíduos, faz-se necessária, tendo em vista a crescente participação das tecnologias de comunicação e interação vivenciadas no espaço virtual.

Palavras-chave: *blogs*, ciberespaço, formação da opinião, informação, sociabilidade.

ABSTRACT

The technological development, together with globalization, has brought great connectivity between people in society, which surpassed geographical barriers, embracing the globe. Beyond these boundaries, people start to communicate in so-called "Cyberspace", a term that will be discussed throughout the work and which analysis is essential to understand the communication processes in virtual space. With the large amount of information transmitted in that kind of medium, is necessary to ask until which point the vehicles that transmit that kind of information can influence the opinion of users, growing in number every day, given the ease way with which the internet reaches people. Focusing in the study of one single blog specifically, the *Sakamoto's Blog*, this work aims to evaluate these issues through bibliographic researches and quantitative research, evaluating the interactions involving a blog that exposes everyday topics, which generate, in a way, discussion among people. The bibliographic research is important because clarifies essential concepts to the understanding of the subject matter. The one of quantitative character, assists in the measurement data and can prove or establish new data about the researched object, which gives greater credibility to the research. Thus, the understanding of what happens in cyberspace, with regard to opinion and expressions of the people, it is necessary, in view of the growing involvement of communication technology and experienced interaction in virtual space.

Keywords: blogs, cyberspace, information, opinion formation, sociability.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Frequência de assuntos abordados.....	50
Gráfico 2 – Gráfico de gênero dos leitores	62
Gráfico 3 – Percentual de leitores segundo suas faixas etárias	63
Gráfico 4 – Quantidade de leitores conforme região em que moram.....	64
Gráfico 5 – Distribuição da renda familiar entre os leitores do blog.....	65
Gráfico 6 – Relação de quando os leitores começaram a acompanhar o blog	66
Gráfico 7 – Relação da quantidade de vezes que o blog é acessado pelos leitores	67
Gráfico 8 – Percentual de leitores que já comentaram e não comentaram no blog.....	67
Gráfico 9 – Frequência com que usuários enviam comentários ao blog	68
Gráfico 10 – Opinião dos leitores em relação ao posicionamento do autor do blog.....	69
Gráfico 11 – Fator que mais influenciam para que o leitor concorde ou discorde do posicionamento do autor.....	70
Gráfico 12 – Elementos que influenciam a opinião do leitor	71
Gráfico 13 – Assuntos que mais levam os leitores a concordarem com o posicionamento do autor	72
Gráfico 14 – Assuntos que mais levam os leitores a discordarem do posicionamento do autor	73
Gráfico 15 – Parcela de leitores que mudaram o ponto de vista sobre algum assunto abordado	74

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Proporções referente às dez publicações mais comentadas	50
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 JUSTIFICATIVA	13
3 REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
3.1 CONCEITOS E IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO.....	15
3.1.1 Vivendo na Sociedade da Informação	18
3.1.2 O conhecimento e a informação como capitais	21
3.1.3 A circulação da informação	23
3.2 ENTENDENDO A OPINIÃO PÚBLICA.....	24
3.2.1 Formação da opinião pública.....	26
3.2.2 Fatores que interferem na formação da opinião	28
3.2.3 Os formadores de opinião.....	31
3.3 ADENTRANDO À CIBERCULTURA.....	34
3.3.1 Sociabilidade <i>online</i>	38
3.3.2 <i>Blogosfera</i>	41
4 METODOLOGIA.....	44
5 ANÁLISE DE DADOS	47
5.1 ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	47
5.1.1 Aplicação da metodologia	48
5.1.2 Olhar geral sobre o <i>blog</i>	52
5.1.3 Perfil dos leitores	55
5.1.4 Análise das postagens	56
5.1.5 Análise dos comentários.....	58
5.2 ANÁLISE DA PESQUISA QUANTITATIVA	62
5.2.1 Perfil geral dos leitores	62
5.2.2 Relação dos leitores com o conteúdo do <i>blog</i>	65
5.2.3 Opinião dos leitores sobre o <i>blog</i>	74
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
APÊNDICES	81
ANEXOS.....	93

1 INTRODUÇÃO

“O homem é, por natureza, um ser social”. Esta célebre constatação de Aristóteles demonstra que o caráter de interação do ser humano é antigo, vigora até hoje e, dificilmente, deixará de existir. Contudo, as formas com que as interações são colocadas em prática vêm mudando ano após ano e isso é percebido, principalmente, com o advento de novas tecnologias.

Hoje, a comunicação no espaço virtual está disseminada em grande parte do globo e as formas de interações entre as pessoas ganham novos formatos. Um grande exemplo de socialização *online*, bastante difundido, é o *blog*, nome dado ao termo proveniente da expressão em inglês “*web log*”. Inicialmente, o *blog* surgiu para ser um diário pessoal em que pessoas expõem suas rotinas na internet, possibilitando que outros indivíduos as acompanhem de qualquer parte do mundo.

Tal formato inicial desse recurso na internet ainda prevalece, mas os *blogs* passaram a ter novos formatos, adaptando-se a um propósito, segmento e finalidade. Passaram a ser páginas especializadas em determinado assunto, levando não só informações da vida pessoal de quem administra a página virtual, mas também informações diversas e relevantes acerca do mundo aos usuários da rede e mantendo a interação já existente anteriormente, mas de forma mais abrangente, principalmente com a conexão entre o blog e as diversas páginas de redes sociais que surgiram e continuam surgindo hoje em dia.

Por ser um meio que transmite informações a um grande número de pessoas, o *blog* pode se tornar um mecanismo de formação de opinião eficiente, em que o administrador expõe seu ponto de vista sobre algo ou faz um recorte de alguma informação, disseminando-a em seu espaço virtual. Fenômenos como esse são significativos em meio à sociedade, pois o reflexo de interações sociais e as possíveis opiniões formadas através delas podem trazer alterações na estrutural social. Por isso, estudos nesse campo da comunicação (relativamente recente) fazem-se necessários, além de serem foco da análise deste trabalho.

Até que ponto as informações veiculadas em *blogs* servem de referência e influenciam a opinião do usuário sobre determinado assunto? Para ajudar a responder essa pergunta, este trabalho tomou como objeto de análise o *Blog do Sakamoto* e, através de dados e fontes coletados, tanto de usuários como do administrador do *blog*, foi elaborada uma análise sobre informação, formação de opinião e sociabilidade, levando em consideração os estudos referentes à cibercultura.

Compondo este estudo, foram abordadas questões como interação entre usuários da rede e o *blog*; a importância do *blog* como fonte de informação; a forma como o *blog* transmite as informações ao usuário; a receptividade deste em relação ao conteúdo do *website* em questão e, por fim, a influência da informação transmitida através do *blog* sobre o internauta.

2 JUSTIFICATIVA

Pode-se chegar à conclusão de que a cibercultura envolve muitos indivíduos em nossa sociedade e seus estudos ganharam força nos últimos anos. A exposição do que se pensa, por meio da internet, é uma necessidade que parece contagiar as pessoas e muitas acabam ganhando espaço no meio virtual, inclusive seguidores e adeptos das ideias relacionadas na rede. Com isso, torna-se importante questionar até que ponto as ferramentas usadas na internet podem interferir na opinião dos internautas.

Essa questão é foco deste trabalho e uma reflexão importante, valendo-se do fato de que muitos usuários procuram ganhar destaque por meio de um veículo de comunicação muito difundido hoje em dia: o *blog*. Este possibilita até mesmo a realização de negócios através das páginas virtuais, sejam elas organizacionais ou não.

Como se trata, em partes, do relacionamento de um administrador de um conteúdo *online* com seus públicos, a pesquisa pode contribuir com o campo de relações públicas. O relacionamento *online* acontece com maior frequência a cada dia que passa e algumas empresas trabalham com o formato de *blog* para se aproximarem mais de seus públicos ou como uma forma de começarem a divulgar algum trabalho, visando ganhar destaque de alguma forma de maneira prática e acessível. Além disso, a forma como os usuários reagem ao conteúdo *online* pode interferir em ações e atitudes que refletem nos demais meios de comunicação e na própria sociedade, algo de relevância nesta atual fase em que vivemos, denominada pós-modernidade.

Com o crescente número de pessoas que acessam a rede, muitas buscam informações através de *blogs* especializados em determinado segmento para se informar através da opinião de terceiros, que por sua vez não são colocados de forma tão distantes do público como acontece com as celebridades na maioria dos casos, por exemplo. Tendo em vista a crescente interação do usuário na rede, faz-se relevante o estudo de como o *blog* transmite a informação ao internauta e como a formação da opinião deste se dá nesse processo.

Para delimitar o estudo em questão, foi tomado o *Blog do Sakamoto*¹ como referência de estudo, pois é um veículo muito difundido na internet e acessado por uma quantidade considerável de usuários (mais de 100 mil seguidores no *Facebook*). O enfoque da pesquisa está na relação e interação do *blog* com o usuário que o acessa. O período de análise

¹ <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/>

da pesquisa ficou restrito ao final do ano de 2013 e início de 2014, mais especificamente entre os meses de outubro e março, pois é um período recente e que dará mais consistência ao estudo.

A coleta de dados foi feita por meio de acessos ao *blog*, com registro de informações postadas para demonstrar como o conteúdo é transmitido ao público. Além disso, pesquisas são fundamentais para avaliar a opinião dos envolvidos nesse processo de comunicação, tanto do internauta que acessa o *blog* quanto do próprio autor da página. Essa forma de coleta, juntamente com outros dados pesquisados, deu embasamento para que os objetivos do estudo fossem alcançados e, assim, possível divulgar mais sobre esta relação crescente e importante no século XXI: a de pessoas comuns que passam a deter certo tipo de informação, montando um perfil *online* para que possam divulgá-la e a forma como isso influencia e satisfaz o usuário que está do outro lado da tela.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 CONCEITOS E IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO

Vivemos em uma época na qual a informação se tornou uma ferramenta imprescindível para o desenvolvimento pessoal e profissional de cada indivíduo e da sociedade como um todo. Se antes havia a valorização da mão de obra braçal em primeiro lugar na realização de um trabalho, hoje, o que ganha importância é a detenção da informação e a melhor maneira de transmiti-la. Para que haja maior compreensão do grau de relevância que esse termo possui, principalmente no século XXI, é preciso analisar alguns conceitos de informação, lembrando que há uma gama de significações dadas por muitos estudiosos da área e que podem variar de autor para autor. Alguns conceitos acabam se complementando, mas podem, também, ter significações distintas.

Segundo Wiener (1960 *apud* MCGARRY, 1999 p. 3), a “informação é o termo que designa o conteúdo daquilo que permutamos com o mundo exterior ao ajustar-nos a ele, e que faz com que nosso ajustamento seja nele percebido. Viver de fato é viver com informação”. Analisando tal definição, percebe-se que Wiener coloca a informação como saber que possuímos e que disseminamos a outras pessoas na sociedade à medida que nos encaixamos nela. Nesse sentido, não basta ter conhecimento a respeito de algo, como é preciso compartilhá-lo e fazer com que sejamos percebidos por deter tal conhecimento. Tomando o conceito à mais elevada importância, o autor o coloca como fator primordial para vivermos.

Há um conceito interessante proposto por George Miller (1966 *apud* MCGARRY, 1999, p. 3), considerado um dos criadores da ciência cognitiva² moderna:

Informação é algo de que necessitamos quando deparamos com uma escolha. Qualquer que seja seu conteúdo a quantidade de informação necessária depende da complexidade da escolha. Se deparamos com um grande espectro de escolhas igualmente prováveis, se qualquer coisa pode acontecer, precisamos de mais informação do que se encarássemos uma simples escolha entre alternativas.

² De acordo com Lima et al. (2003), ciência cognitiva é o estudo a respeito do que é o conhecimento e como ele pode ser manipulado nas suas formas diversas.

Miller (1966) ressalta a importância da informação na tomada de decisões e em que contexto ela é aplicada. Se estamos diante de uma escolha complicada, precisamos de mais informações para tomarmos a melhor decisão. Exemplificando, se precisamos comparecer a um evento e temos dúvidas de como nos vestir, precisamos de uma informação básica sobre o traje a ser adotado, normalmente oferecida pelo cerimonial. Coletada essa informação fica mais fácil decidir o que usar. Se a escolha que temos que fazer é baseada em variáveis mais complexas, o nível de informação exigido para que sigamos a melhor opção será maior. Na escolha de uma profissão, são levados vários critérios em consideração, ou seja, são necessárias várias informações sobre cada curso para seguir o melhor caminho. É preciso saber sobre o reconhecimento no mercado, os campos de atuação do profissional, se é uma área que traz realização pessoal.

Unindo ambos os conceitos apresentados, percebe-se que quando é oferecida uma informação relevante e que faz diferença para alguém, ela favorece na tomada de decisões, dependendo do grau de complexidade das escolhas, sendo estas exposições complementares a respeito do termo.

Levando a definição de informação para outro viés, Buckland (1991) aborda-a como processo, como conhecimento e como “coisa”. A informação enquanto processo está ligada ao ato de informar ou ser informado por alguém. É a ação de comunicar o conhecimento, ou a notícia de algum fato ou ocorrência. O que é percebido desse processo é o que o autor aponta como informação enquanto conhecimento. Nos casos em que a informação reduz a incerteza diante de um fato, pode ser classificada como informação enquanto conhecimento.

O último termo mencionado e criado por ele é, originalmente, colocado como “*information-as-thing*” (BUCKLAND, 1991). Para o autor, até mesmo objetos podem ser fontes informativas, desde documentos escritos a fragmentos de minério que carregam algum significado, mesmo que para um grupo restrito de indivíduos. No entanto, para que um objeto seja considerado fonte de informação, é necessário que seja avaliado com esse propósito. Por exemplo, se um arqueólogo encontra uma peça antiga em uma escavação, esse objeto pode ser fonte de informação a respeito de uma civilização ou povoado que ali habitava. Para isso é preciso compreender o contexto no qual o objeto está inserido e, provavelmente, apenas os estudiosos da área poderão decifrar a mensagem contida no artefato, ou seja, o objeto como informação assim o será para este grupo restrito de pessoas.

Considerando esse pensamento, é possível fazer uma distinção entre informação e sentido e, ainda, associar o termo mensagem para compreender de maneira ampla como a

informação pode chegar a um indivíduo e ser compreendida por ele. Serra (2007) menciona a contribuição de Claude Elwood Shannon a respeito do conceito de informação. No entanto, para compreendê-lo, é preciso retomar o que se entendia até então pelo termo. Serra (2007, p. 4) expõe em sua obra que

[...] a informação era geralmente entendida [...] em termos do “conteúdo” ou do “sentido” de uma proposição ou de um discurso, individualmente considerados, sendo esse “conteúdo” ou “sentido” identificado com o “facto” ou “estado de coisas” que denota [...].

Posteriormente, esclarecendo dúvidas que essa conceituação poderia trazer, o autor aborda o conceito de Shannon (*apud* SERRA, 2007, pp. 94-95):

[...] para o leigo ou para aquele que não conhece o código de uma mensagem secreta, esta aparecerá como destituída de “sentido” e, como tal, “não informativa”; mas, para o criptógrafo, ela pode conter informação, e informação sumamente importante – ou não teria sido enviada. O “sentido” da informação – o que determina que algo seja ou não informação para um determinado sujeito ou grupo de sujeitos – está, assim, totalmente dependente do conhecimento do código por parte do sujeito ou grupo de sujeitos, o que nada muda à objectividade intrínseca da mensagem.

Analisando as duas proposições, percebe-se que a segunda complementa a primeira, pois a informação possui um conteúdo ou sentido, mas estes não são sempre decodificados. Sendo assim, a informação será útil a um indivíduo à medida que este consiga traduzir o significado da mensagem. Conseguindo a codificação da mensagem ou não, esta não deixará de ser mensagem. O que vai mudar é seu uso como meio de informação, sendo eficiente ou não.

Com a abordagem de tantos termos relacionados à informação, é importante que não se confunda dois conceitos que se encontram ligados: informação e conhecimento. Para McGarry (1999), o conhecimento depende da informação, sendo esta sua matéria-prima. Tomando como exemplo a mensagem em código, é possível que uma pessoa, ao recebê-la, saiba decodificá-la, aumentando o nível de conhecimento através da informação obtida. No entanto, caso a pessoa não consiga fazer a decodificação da mensagem, esta não trará o conhecimento buscado, pois não foi possível decifrá-la.

Através de todos os conceitos expostos e análises de autores que se dedicaram e se dedicam ao estudo da informação, pode-se perceber que ela está conectada de alguma forma com a comunicação. Como a informação é algo que permutamos com o mundo, segundo Wiener (1960), essa permuta é feita através da comunicação em seus variados meios. Aliando o desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação e a importância conferida à informação, pretende-se discutir o que foi denominada “Sociedade da Informação”.

3.1.1 Vivendo na Sociedade da Informação

A sociedade em que vivemos passou por grandes transformações ao longo dos séculos e podemos dizer que, em cada época de seu desenvolvimento, foi caracterizada por um tipo de produção.

Machlup, Porat e Bell argumentam que nós mudamos de uma economia agrícola para uma economia industrial durante o século XIX. Depois da Segunda Guerra Mundial, continuam eles, nós evoluímos para uma economia de serviços. Agora, temos nos tornado uma economia da informação (CRAWFORD, 1983, p. 382).

Essa valorização da informação como forma de produzir conhecimento caracteriza a sociedade em que vivemos hoje e foi denominada “Sociedade da Informação”. A expressão foi inicialmente abordada por Machlup em 1962. Apesar de alguns estudiosos já mencionarem o crescimento do número de publicações que utilizam o termo na área científica, foi a partir de Machlup que o conceito foi empregado em suas implicações globais (CRAWFORD, 1983). O desenvolvimento do conceito de Sociedade da Informação, no entanto, foi marcado pelos estudos de Drucker (1969), professor e escritor austríaco considerado o pai da administração moderna e com foco em estudos sobre Globalização. Drucker acrescentou que por volta dos anos 70 o setor do conhecimento seria responsável por metade do Produto Interno Bruto (PIB) do país, o que acabou se consolidando.

A definição de Sociedade da Informação acabou ganhando forma com o estudo de outros autores. De acordo com Gouveia (2004, p.1):

A Sociedade da Informação está baseada nas tecnologias de informação e comunicação que envolvem a aquisição, o armazenamento, o processamento e a distribuição da informação por meios electrónicos, como o rádio, a televisão, telefone e computadores, entre outros. Estas tecnologias não transformam a sociedade por si só, mas são utilizadas pelas pessoas em seus contextos sociais, económicos e políticos, criando uma nova comunidade local e global: a Sociedade da Informação.

Como é possível observar por meio deste conceito, é preciso que o ser humano, com seus objetivos voltados à sociedade, economia, política, manipule as tecnologias de alguma forma para colocá-las como parte integrante da aquisição e disseminação da informação.

O desenvolvimento tecnológico foi fator preponderante para o surgimento de várias formas de se buscar, armazenar e difundir informação, consolidando ainda mais o termo “Sociedade da Informação”, sobretudo com a popularização da televisão e do rádio, contexto que marca uma grande entrada de programas variados no cotidiano das pessoas.

Apesar de inicialmente ser um aparelho para poucos no período de seu surgimento, o rádio se tornou bastante difundido no Brasil. Isso aconteceu, principalmente, após a abertura pelo governo de propagandas nas transmissões realizadas, o que aumentou o incentivo na produção dos programas e competição entre as empresas, deixando o preço do rádio mais acessível (MAUAD, 2009).

Com a televisão não foi muito diferente, sendo muito elitizada em seus primeiros anos no país. Nos dois primeiros anos de implementação no Brasil, não passou de 200 o número de receptores, além do alto custo na venda dos aparelhos. Posteriormente, houve popularização do aparelho e o período da ditadura no Brasil contribuiu para isso, pois o governo fazia uso dos meios de comunicação de massa para difundir seus ideais, investindo no desenvolvimento industrial e incentivando as mídias de massa (MATTOS, 1990).

Com o advento da internet, anos depois, o compartilhamento de informações se tornou ainda maior. A comunicação ganhou uma nova característica, em que o usuário (não mais apenas espectador), tornou-se receptor e emissor da informação, além de participar do processo comunicacional, enviando seu ponto de vista sobre o que é exposto na rede. Antes, o espectador estava condicionado a “passar” pelos canais, tendo que se contentar com as opções (restritas) da televisão. Hoje, é possível que o indivíduo escolha o que vai acompanhar e que tipo de informação vai acessar, graças à maior autonomia proporcionada pela internet.

A grande rede de relacionamentos que se tornou o espaço virtual, permitiu que usuários comuns pudessem criar suas próprias páginas para compartilhar informações sobre o que julgam relevante e, com isso, aumentar o acesso à informação. Um dos mecanismos mais usados para este fim é o *blog*. Essa ferramenta possibilita a interação entre pessoas de diferentes localidades e, normalmente, trata de assuntos específicos que reúnem grupos de pessoas que procuram por informações semelhantes. Isso faz com que não só o desenvolvedor da página contribua, postando informações que possam atender determinado público, como os próprios internautas se manifestem a respeito da informação que acessam através dessas páginas.

Mas como é viver na tão falada “Sociedade da Informação”? Primeiramente, como apresentado por Gouveia (2004), é preciso estar a par do desenvolvimento tecnológico ligado aos meios de comunicação e informação. Analisando-se a questão, percebe-se que grande parte dos acontecimentos atuais que permeiam a humanidade estão conectados de alguma forma com novas tecnologias e divulgação de algum tipo de conteúdo, seja online ou não. *Smartphones* estão mais acessíveis e as notícias e informações em geral chegam até nós através de aparelhos cada vez mais modernos e compactos.

É preciso considerar que tudo isso é possível graças a um processo que veio se desenvolvendo com a Revolução Industrial e culminou no começo da Era da Informação: a globalização.

A importância da informação na sociedade contemporânea é nítida. Como foi abordado anteriormente, a informação é matéria-prima do conhecimento. Sem ela, é pouco provável que o desenvolvimento seja efetuado com sucesso em qualquer área que seja. Portanto, quem detém informação, detém a base para o conhecimento e, com ele, grande parte do que é preciso para se sobressair em nossa atual sociedade.

A informação é recurso de poder, proporcionando a sociedade à capacidade de desenvolvimento, uma vez que torna possível a geração e aplicação do conhecimento em sociedade. A informação concorre para o exercício da cidadania, à medida que possibilita ao indivíduo a compreensão dessa mudança e oferece os meios de (re)ação individual e coletiva. Para isso, no entanto, é necessário garantir ao indivíduo o acesso à educação e à informação, fontes condutoras de conhecimento e possibilitadoras de consciência crítica (SILVA, 2001, p.3)

É natural que, com o grau de relevância conferido à informação, instituições que prezam por ela, bem como a construção do conhecimento, ganhem também destaque. Por meio disso e de abordagens feitas a respeito da informação, acabaram levando ao pensamento de que ela e, por associação, o conhecimento passaram a ser “fabricados” nas universidades e tratados como “produtos”. Essa ideia partiu de Machlup (1962) e acabou recebendo algumas críticas, sobretudo da comunidade universitária (CRAWFORD, 1983).

Não se pode, contudo, ignorar o problema que a grande valorização da informação e do conhecimento traz à sociedade contemporânea. Levando em consideração as ideias de Machlup quanto à “fabricação” e “comercialização” desses dois “bens” em voga atualmente, percebe-se uma grande quantidade de pessoas excluídas do processo de coleta, armazenamento e distribuição da informação e do conhecimento. Como apenas o acesso à informação não é suficiente e, para estar “inserido” na Sociedade da Informação, é preciso saber lidar com tecnologias, a exclusão se torna ainda maior. Mesmo que os meios de comunicação estejam difundidos em grande parte do globo, uma parcela considerável da sociedade encontra-se a parte do uso de novas tecnologias.

De acordo com pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 46,5% da população do Brasil acessaram a internet em 2011, ou seja, mais da metade da população do país até então estavam “desconectadas” da rede.

Mesmo que as desigualdades ainda persistam com os adventos tecnológicos e informacionais, segundo Wethein (2000, p. 75),

É desejável promover a sociedade da informação porque o novo paradigma oferece a perspectiva de avanços significativos para a vida individual e coletiva, elevando o patamar dos conhecimentos gerados e utilizados na sociedade, oferecendo o estímulo para constante aprendizagem e mudança, facilitando a salvaguarda da diversidade e deslocando o eixo da atividade econômica em direção mais condizente com o respeito ao meio ambiente.

A informação acabou se tornando fator imprescindível para o desenvolvimento social e, também, econômico. A forma como a sociedade capitalista se apropriou da informação não foi diferente do que é feito com outras formas de “mercadoria”. Dessa forma, é possível fazer uma associação desse conceito com o capital.

3.1.2 O conhecimento e a informação como capitais

Antes de abordar a questão da informação como capital na sociedade, é preciso fazer uma análise do termo “capital” em si e o que ele representa. Existem muitas associações do capital com diversos conceitos. Como exemplo, tem-se o capital humano, capital pessoal, capital social, capital financeiro, capital intelectual. Não é foco do trabalho discorrer de maneira minuciosa sobre cada uma dessas concepções. Sendo assim, a análise se restringe a alguns conceitos definidos por autores que podem ajudar a compreender melhor o vínculo do capital com a informação.

Em um artigo produzido por Denardin e Sulzbach (2002), são apresentados alguns conceitos de capital segundo alguns autores.

El Serafy (1991) *apud* van der Perk et al. (1998: 3) o conceitua como sendo o "estoque real de bens que possui o poder de produzir mais bens (ou utilidade) no futuro"; Constanza & Daly (1992) *apud* Harte (1995: 157) o definem como o "estoque que produz um fluxo de bens e serviços valoráveis no futuro" e, por fim, Hintenberger et al. (1997) *apud* van der Perk et al. (1998: 3) reconhece que o capital capacita a sociedade para produzir bens e serviços, provendo riqueza e bem-estar. Portanto, tal conceito encontra-se intimamente relacionado com a "produção" de bens e serviços, os quais são úteis para sociedade (DENARDIN; SULZBACH, 2002, p. 2).

Os autores acabam aproximando o conceito de capital a algo palpável no que diz respeito a produto e bens de consumo e também a serviços que, apesar de não ser algo físico, concreto, é um conceito bem definido. Além disso, se desconsiderarmos a análise de quem é beneficiado e quem não é, o capital está voltado para a produção de mais bens que, no futuro, geram benefícios. Para exemplificar essa abordagem, basta pensar em um indivíduo que cultiva

algodão ou seda. Estes produtos consistem no capital para que esse mesmo indivíduo produza roupas no futuro, o que trará maior benefício a ele.

Em termos gerais, pode-se dizer que “capital” designa os estoques de materiais ou informações existentes num determinado período que geram fluxos de serviços que podem ser usados para transformar outros materiais ou sua configuração espacial, contribuindo para a melhoria do bem-estar humano (COSTANZA et al., 1997 *apud* ANDRADE; ROMEIRO, 2009, p. 4).

A definição de Costanza et al. (1997), expõe de maneira mais clara a relação do capital com a informação. Se esse é estoque de bens que contribuem para produção de bens futuros, esta pode ser enquadrada como “produto” para gerar benefícios posteriores, voltando aqui ao conceito de informação como matéria-prima do conhecimento, apresentado por McGarry (1999).

Castells (1999) apresenta uma abordagem diferenciada a respeito de capital e informação. O autor avalia a situação de mercado e aborda a passagem do industrialismo para o informacionalismo. Ou seja, não é somente o desenvolvimento de indústrias para produção em larga escala que importa, mas também o mercado da informação, sendo esta valorizada como um produto industrializado. Essa mudança de paradigmas no campo da economia afeta a organização da sociedade, fazendo com que as organizações se adaptem às novas tecnologias, principalmente às da informação, e formas de lidar com elas. Conforme o autor, “a administração dos conhecimentos e o processamento das informações são essenciais para o desempenho das organizações que operam na economia informacional global” (CASTELLS, 1999, p. 211).

Lastres e Albagli (1999, p. 8) analisam o contexto econômico e constataam o surgimento de

[...] novas práticas de produção, comercialização e consumo de bens e serviços, cooperação e competição entre os agentes, assim como de circulação e de valorização do capital, a partir da maior intensidade no uso de informação e conhecimento nesse processo.

Segundo as autoras, essas práticas são apoiadas em novos saberes, competências, aparatos e instrumentos tecnológicos.

Com isso, confirma-se o grau de importância conferido à informação no século XXI, sobretudo pelas grandes empresas, o que confere a ela o status de “produto” valioso, usado para desenvolver ainda mais os meios de produção através de tecnologias e interações ao redor do globo.

3.1.3 A circulação da informação

Mesmo antes do surgimento dos meios de comunicação de massa, a informação já circulava por meio da fala e da escrita. Grandes evoluções nos processos de comunicação garantiram a disseminação da informação de dimensões locais até globais.

Desde o surgimento da linguagem oral, os indivíduos passaram a transmitir e receber informações por meio da fala. Nas organizações sociais que eram caracterizadas pela oralidade, as mensagens eram recebidas no mesmo instante e local em que eram enviadas (LÉVY, 1999). Essa limitação espacial e temporal limitava também a circulação da informação, sendo restrita a um grupo local de indivíduos. Com a evolução da própria sociedade e de técnicas desenvolvidas por ela, as limitações foram sendo vencidas ano após ano.

O surgimento das linguagens simbólicas que levou ao surgimento das primeiras escrituras também fez parte do processo de circulação da informação. A partir do momento em que o ser humano passou a registrar informações através da escrita, a barreira temporal mencionada anteriormente começou a ser superada. A partir disso, a mensagem não estava mais condicionada ao momento em que era transmitida pela fala, mas ficava registrada, sendo possível consultá-la mesmo depois que era produzida.

A partir dos registros escritos, materiais foram sendo arquivados e deram origem às primeiras bibliotecas, o que foi um marco para a circulação da informação, mesmo que a quantidade de pessoas com conhecimento para decodificá-las fosse restrita. Os recursos disponíveis para armazenar as informações eram por meio de pedras de argila, pergaminhos e folhas de papiro. Tempos depois, com a invenção da máquina de prensa móvel de Gutemberg, em 1440, o acervo das bibliotecas passou a ser composto por materiais mais práticos e mais acessíveis (CUNHA, 2008).

Atualmente, é possível encontrar diversos materiais disponíveis como fontes de informações variadas, tanto em bibliotecas quanto fora delas, por meio dos meios de comunicação de massa ou por mídias digitais. A informação circula de forma mais rápida ao redor do globo e de maneira mais abrangente. As ferramentas de pesquisa *online* proporcionam ao usuário encontrar uma grande quantidade de informações por meio de *links* que tratam do assunto pesquisado ou que sejam relacionadas a ele.

Apesar de todo o desenvolvimento tecnológico no que diz respeito à circulação da informação, é preciso que, primeiramente, as pessoas queiram passar essa informação adiante,

ou seja, fazendo-a circular. Além disso, é preciso também que o indivíduo não só tenha acesso à informação, mas se interesse por ela e em decodificá-la (DAVENPORT, 1998).

A circulação da informação, cada dia mais intensa, proporciona o contato de mais pessoas com os acontecimentos que as cercam e também com aqueles que culminam a quilômetros de distância. Toda essa conectividade é fundamental para que se entenda o surgimento e formação de uma força que não pode ser ignorada atualmente: a opinião pública.

3.2 ENTENDENDO A OPINIÃO PÚBLICA

A opinião pública é um termo bastante mencionado, sobretudo quando existe alguma notícia de grande repercussão e comoção da sociedade. No entanto, é uma expressão que não pode ser banalizada, usada para qualquer fim, pois há especificações e conceitos importantes que a definem e a contextualizam, mostrando que ela não é formada de qualquer maneira e em qualquer ocasião.

Diretamente ligada às Relações Públicas, a opinião pública é definida por muitos autores e é importante que se compreenda sua amplitude para que o estudo sobre blogs e formação de opinião, tema deste trabalho, não deixe lacunas.

Antes de discorrer sobre a opinião pública especificamente, é importante que se apresente o conceito de público, já que sem ele a opinião não pode ser formada. Segundo Andrade (2003), público é um conjunto de pessoas ou grupos de pessoas formados de maneira organizada, podendo estar ou não no mesmo ambiente. Para que o público se forme, é preciso que existam ideias controversas em questão. É preciso, também, ter informações em abundância para que esse grupo organizado de indivíduos tenha oportunidade de discussão, com predomínio da crítica e reflexão, além de agir conforme atitude comum. Tais características e condições são formuladas pelo autor como ideais para a formação do público.

Essa formulação mostra fatores importantes e que denotam a força que os públicos possuem na sociedade. Analisando o que o autor aponta, percebe-se que, através das controvérsias, é possível fortalecer ainda mais os argumentos sobre qualquer assunto que seja tratado pelos públicos. Outro fator de suma importância citado, não só para a formação do público, mas para uma série de ações envolvendo a sociedade e a construção de conhecimento, é a quantidade de informações. Considerando essa característica de público apresentada por

Andrade e conectando ao conceito de informação, o público não deve prezar só pela quantidade, mas também pela qualidade e capacidade de decodificar a informação e usá-la de forma eficiente ao seu propósito.

Valendo-se das definições até então apresentadas, é possível partir para a conceituação de opinião pública, mesmo que seja difícil defini-la em uma única sentença. Segundo Sedmann (*apud* CHILDS, 1967, p. 50), “[...] opinião pública é, para nós, uma força ativa ou latente, derivada de um agregado de pensamentos, sentimentos e impressões pessoais, ponderados pelos vários graus de influência ou agressividade das opiniões individuais dentro do todo”.

Fazendo uma relação do conceito de Sedmann com as ideias de Andrade sobre público, é possível perceber que ambos abordam a existência da controvérsia entre os indivíduos como característica dos públicos e da opinião pública. Em outras palavras, é preciso haver questionamento por parte dos integrantes do público para se chegar a uma conclusão sobre o que esteja sendo discutido. Uma ideia se agrega a outra e a opinião é construída de forma mais racional e sensata.

Sauvy (1966) coloca a opinião como um árbitro, uma consciência e até mesmo como um tribunal, no sentido figurado, porém temido. “A opinião pública, esta potência anônima, é por vezes uma força política, e esta força nenhuma constituição prevê” (SAUVY, 1966, p. 8). Mais uma vez vê-se o termo sendo associado a discussões quando se pensa em árbitros e juízes e, além disso, o autor enfatiza a força da opinião pública. Quando ocorre alguma mudança ou outro acontecimento que envolve a sociedade, os públicos se formam e, conseqüentemente, a opinião pública. Sauvy já destaca sua força política e pode-se perceber mudanças na política e na sociedade devido à pressão da opinião pública.

Ainda aproveitando as ideias de Childs (1967), a opinião pública, para ser estudada, deve estar relacionada a um público específico.

A expressão “opinião pública” é, evidentemente, uma expressão geral e bastante lata, como muitas outras expressões úteis do nosso idioma, tais como “partido político”, “tempo” e “democracia”. Só quando se refere a um público específico e a opiniões específicas sobre assuntos definidos é que ela adquire um significado, no sentido de poder ser estudada. [...] a expressão “opinião pública” deve ser relacionada com um público específico e com opiniões definidas sobre alguma coisa (CHILDS, 1967, p.51).

De acordo com Andrade (2003), a opinião pública não é unânime, ou seja, nem todos os indivíduos que formam o público compartilham da mesma opinião. Isso se confirma quando se volta na questão da formação do público, que deve contar com controvérsias. A opinião

pública não significa, necessariamente, a opinião da maioria e, mesmo que não seja, possui poder de influência muito grande sobre o que alguns autores chamam de “massa”.

Há divergências entre conceitos e definições que dividem a opinião de alguns autores, mas o que precisa ficar claro é a característica da opinião pública que a coloca como influência em determinados segmentos da sociedade de acordo com interesses próprios. Um exemplo histórico trazido por Sauvy (1966, p.7)

[...] é o despertar da opinião pública na Inglaterra, em 1935, diante do plano realista Laval-Hoare, que cedía mais ou menos a Etiópia à Itália fascista. Inúmeras vezes, emanadas de diferentes meios, insurgiram-se contra esta imolação e obrigaram o governo a abandonar o projeto

Através desse exemplo, constata-se que a opinião pública tem poder de interferir na tomada de decisões políticas, mudando os rumos de governos e atuando em outras esferas da sociedade. Dada essa significância, observa-se que na atualidade essa comoção se dá de forma mais fácil graças à conectividade através da internet e grandes as discussões que se formam no espaço virtual, levando à formação da opinião por públicos que almejam um objetivo comum. Portanto, faz-se útil analisar agora o contexto e processo da formação da opinião pública, seja no meio virtual ou não.

3.2.1 Formação da opinião pública

Ao avaliar a definição de opinião de alguns dicionários, percebe-se que ela é tratada como maneira pessoal de julgar ou conceito formado a respeito de um assunto, tema ou conversa. Portanto, para se formar opinião, o indivíduo deve estar inserido em algum contexto, seja ele político, social ou psicológico. A partir do momento que nos deparamos com um fato, temos informação, dados e unimos isso às nossas próprias concepções acerca do assunto, passamos a formular alguma opinião sobre ele. A opinião pública também é formada dessa maneira, podendo envolver uma grande quantidade de pessoas.

Andrade (1964) aponta que tudo o que é discutível, tendo alguma controvérsia, contribui para a formação da opinião pública. Além de informações e formulações pessoais sobre um assunto, é preciso que se gere discussão a respeito dele. Por isso é comum que nos deparemos com o termo “opinião pública” quando assuntos polêmicos são tratados pela mídia. Retomando-

se alguns deles, como o caso de Isabella Nardoni ou a união estável por casais homossexuais, pode-se ver que os assuntos acabaram na “boca do povo”, gerando conflitos e culminando em alguma solução que satisfizesse a grande maioria ou apenas parte do público.

A opinião pública forma-se no calor das discussões dos componentes do público e corresponde a uma situação em que se apresentam diferentes e contrárias atitudes sociais acerca de uma questão que interessa, de alguma maneira, à comunidade. Na sociedade moderna, as controvérsias que se apresentam à discussão pública são muitas e complexas e a oportunidade de um debate demorado e exaustivo é bastante limitada (ANDRADE, 2003, p. 2).

Quando o autor comenta a respeito da complexidade das controvérsias que se apresentam à discussão pública atualmente, pode-se colocar como exemplo a busca por direitos de muitos grupos que se sentem marginalizados e a liberdade conquistada hoje para que possam se manifestar e expor opiniões sobre assuntos ainda tidos como tabus na sociedade, como os que envolvem sexualidade, gênero e crenças religiosas. No entanto, apesar das discussões complexas, muitas vezes o debate necessário para que se chegue a alguma conclusão racional – o que leva tempo e exige muita argumentação – não acontece. Isso se deve, possivelmente, à superficialidade com que alguns temas são abordados e pela falta de importância dada pela própria sociedade para entender o que é tido erroneamente como irrelevante.

A mídia é outro fator importante na formação da opinião pública, pois é ela que dissemina grande parte das informações em nossa sociedade. É através dela que fatos são noticiados e podemos acompanhá-los, muitas vezes, em tempo real, mesmo que muitos veículos de informação sejam tendenciosos. Para Jovchelovitch (*apud* Borba e Baldissera, 2009), o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, como rádio e televisão, diminuiu a importância dos encontros diretos entre os indivíduos para tratar de alguma questão. Segundo o autor, os meios de comunicação de massa não só informam como também formam a esfera pública³, que culmina na formação da opinião.

Contudo, depois do crescimento da internet e sua difusão nos lares de muitas famílias, as mídias tradicionais parecem ter perdido um pouco de sua popularidade em relação ao século passado.

A mídia parece perder, dia a dia, a superioridade no tocante à formação da opinião pública, entre outras coisas, pela acentuada crise de confiabilidade da chamada “grande imprensa” associada a uma questão central: a concorrência das novas

³ Esfera pública, segundo Habermas (1984), pode ser conceituada como o espaço das pessoas privadas reunidas em público, estando ligada ao surgimento da burguesia, contexto histórico em que as pessoas se reuniam em determinados espaços para discutirem assuntos relacionados à sociedade e à política.

modalidades digitais de comunicação, das quais surge um novo “destinatário” e/ou “consumidor” de informações (SANTARENO, 2007 *apud* VESTENA, 2008, p. 14).

Nesse sentido, o crescimento de acessos à rede virtual abre espaço para a criação de sites de relacionamentos e páginas pessoais. Estas fazem circular uma quantidade grande de informação em várias partes do mundo. Associadas a isso, as redes sociais cuidam da amplificação da divulgação e proporcionam espaços para que os internautas discutam diversos temas, expondo opiniões e argumentos. Esse novo cenário configurou-se como relevante na formação da opinião no século XXI e conferiu aos blogs um papel de destaque, sobretudo àqueles que dão dicas de produtos aos consumidores, que publicam notícias cotidianas que ganham destaque, que criticam através do humor, por exemplo.

No contexto da esfera pública, mesmo que os vários indivíduos que formam determinado público tenham concepções diferentes, tentam chegar a um mesmo caminho. O resultado disso, segundo Borba e Baldissera (2009), é a opinião formada e, de alguma maneira, associada às crenças e ideologias dos indivíduos que formam o público. Retomando-se o exemplo dado por Sauvy (1966) sobre o plano Laval-Hoare, constata-se que, devido às características e ideologias do público que exerceu pressão sobre o governo, este acabou mudando sua decisão em relação a outra nação.

Como é possível perceber, a opinião pública é formada por meio de uma união de fatores que envolvem a sociedade e como os indivíduos dessa sociedade se posicionam perante um fato. Em suma e em primeiro lugar, é necessária a existência de algum fato que atinja a sociedade de alguma maneira. Em seguida, através dos meios de comunicação ou de qualquer outro meio que reúna dados e informações consistentes sobre determinado fato, os indivíduos formulam suas opiniões que acabam pautadas nas concepções e ideologias do público em questão e, então, agem de forma a expor essas opiniões e/ou movimentarem-se para que alguma medida seja tomada em relação ao fato inicial.

3.2.2 Fatores que interferem na formação da opinião

A opinião pública é resultado de uma série de fatores que contribuem para sua formação. Tais fatores estão relacionados a áreas complexas e que exigem a retomada de muitos conceitos

referentes a cada uma delas para se compreender melhor o processo de formação da opinião. Augras (1970) considera ao menos três desses fatores: sociológico, histórico, psicológico.

Para Childs (1967), é preciso entender, primeiramente, o conceito de opinião e de atitude para que se chegue a um consenso sobre a formação da opinião. Nesse caso, trabalhar questões sobre o que é opinião, atitude e o que elas representam para o indivíduo é perpassar por fatores psicológicos, por exemplo, que interferem na formação da opinião individual e, conseqüentemente, de um grupo de pessoas.

Segundo Lawrence Lowell (*apud* CHILDS, 1967, p. 78), a opinião é “a aceitação de um entre dois ou mais pontos de vista contraditórios, qualquer dos quais podendo ser aceito por uma mente racional como correto”. Assim, tem-se que é preciso se chegar a um consenso a respeito de alguma discussão para que se tenha uma opinião formada. Em relação à atitude, há envolvimento de fatores psicológicos e, de acordo com Childs (1967, p. 79) é “uma disposição, de parte de um indivíduo, para agir ou reagir de uma determinada maneira, geralmente favorável ou desfavoravelmente, com relação a um assunto ou objeto específico”. Relacionando os dois conceitos, tem-se que, a partir da adoção de um ponto de vista a respeito de um fato, a atitude leva a opinião do indivíduo a ser expressada de alguma forma por algum meio e, com isso, reúne-se com mais opiniões sobre o mesmo fato, o que leva posteriormente à formação do público e da opinião pública.

Existem alguns elementos presentes na formação da opinião pública e que se relacionam com a esfera psicológica do indivíduo, que são a representação coletiva e os estereótipos (Augras, 1970). O primeiro termo, conforme aponta Oliveira (2012, p. 71), é aquilo que os indivíduos pensam sobre si mesmos e sobre a realidade que os cerca. É a maneira como a sociedade estabelece suas crenças, condutas e se organiza em grupo.

Augras (1970, p. 33) aponta que “tudo aquilo que diz respeito a sistemas simbólicos, sejam intelectuais ou mágicos, e, sobretudo, na medida em que mais estreitamente dependam dos mecanismos afetivos, pode ser enquadrado nas representações coletivas”. Os termos “intelectuais” e “mágicos”, são colocados como referências aos sistemas científicos e crenças presentes na sociedade, respectivamente.

Já o estereótipo é um “conceito classificatório, ao qual está sempre ligada uma intensa tonalidade afetiva de agrado ou desagrado” (YOUNG *apud* AUGRAS, 1970, p. 35). Inicialmente, o termo era conhecido somente por um molde de metal capaz de produzir inúmeros exemplares através da impressão, mas foi ampliado para o campo social para definir

a maneira com que a sociedade acaba classificando e reduzindo diversos grupos sociais a poucas características marcantes.

Colocando os conceitos em forma de exemplo, pode-se criar a seguinte situação: em uma sociedade em que o machismo é predominante, a religião molda concepções e os indivíduos possuem ideologias baseadas nessa realidade, possivelmente será classificada a mulher divorciada com termos pejorativos, sendo discriminada por parte dessa sociedade. Colocando-se a separação da mulher do exemplo como o fato, a formação da opinião do restante das pessoas será pautada nas opiniões e ideologias de cada um, juntamente com as representações coletivas e estereótipos vigentes. Levadas por determinada atitude, é possível que aqueles contrários ao divórcio se manifestem de alguma forma, o que pode ganhar repercussão ainda maior.

Além de fatores psicológicos para a formação da opinião pública, tem-se os fatores sociológicos. Augras (1970) traz a concepção de que é preciso analisar a formação da opinião no âmbito sociológico colocando-a em um contexto. Esse contexto estaria ligado ao campo econômico, ecológico e de grupo.

Para a autora, o fator econômico interfere na formação da opinião devido ao grau de informação e interesse das classes sociais. Um exemplo dado por Augras (1970) que ilustra bem essa questão é o interesse da classe baixa dos Estados Unidos em relação a assuntos que acarretam mudanças no país. Pela falta de informação e um grau de conservadorismo maior, pessoas dessa classe social tendem a não se interessar por assuntos gerais, almejando melhorias em condições de vida, mas não em relação a assuntos de longo prazo. Através desse exemplo, pode-se observar o importante papel da informação na formação da opinião.

O fator ecológico é pouco aplicado depois do desenvolvimento dos centros urbanos, pois dificilmente se nota o determinismo ecológico nas grandes cidades. Observado mais na área rural, o clima e as condições geográficas podem definir a forma com que a comunidade local se organiza (AUGRAS, 1970). Por exemplo, segundo a autora, lugares em que há certo isolamento pelas condições climáticas ou geográficas, a tendência é o reforço dos laços familiares.

Em relação aos grupos, a formação da opinião é influenciada pelas características de cada grupo e a expressão desses grupos na sociedade. Existem grupos de empresários, idosos, mulheres, políticos que recebem e exercem influências no meio social e são importantes para a formação da opinião. Augras (1970, p. 43) mostra que

[...] o grupo no seu conjunto atua como receptor e fonte de informação: receptor de informações provindo de grupos exteriores, transmissor destas informações para seus membros, fonte, enfim, para grupos exteriores a ele. Nesse sentido, a formação das opiniões será influenciada não só pelo envolvimento afetivo ligado a maior ou menor ação, mas também pela quantidade de informação recebida, sua orientação, seu sentido.

Para concluir, considera-se ainda o fator histórico que contribui para a formação da opinião pública. Esse fator diz respeito aos fatos que acontecem localmente e globalmente e que mobilizam a sociedade de alguma forma. Tais acontecimentos podem ser eleições presidenciais, eleição de um novo Papa, Jogos Olímpicos, desastres que assolam uma determinada região, morte de uma personalidade conhecida etc.

Como é possível perceber, a opinião pública depende de uma série de fatores e características que envolvem a sociedade em vários âmbitos e parece ser formada naturalmente após a ocorrência de um fato. Tais fatores não acontecem de maneira isolada e é difícil determinar o predomínio de um deles nesse processo. Dentro dos grupos já mencionados, encontram-se pessoas que detêm um nível de informação elevado e que expõem um ponto de vista convincente e que interfere na formação da opinião de outras pessoas. Nesse caso, há o surgimento de líderes de opinião ou formadores de opinião.

3.2.3 Os formadores de opinião

Formadores de opinião são também chamados de líderes de opinião. Cervi (2007) define os formadores de opinião como atores que participam do processo de formação da opinião pública. É comum notar pessoas influentes na sociedade, sejam elas políticos ou celebridades⁴, como formadoras de opinião, que discutem a respeito de determinado acontecimento e expõem suas opiniões nos meios de comunicação. Esse tipo de líder de opinião é denominado por Cervi como líder vertical, pois encontram-se em uma posição de destaque, normalmente aparecendo nos meios de comunicação de massa, tendo alta visibilidade diante dos públicos.

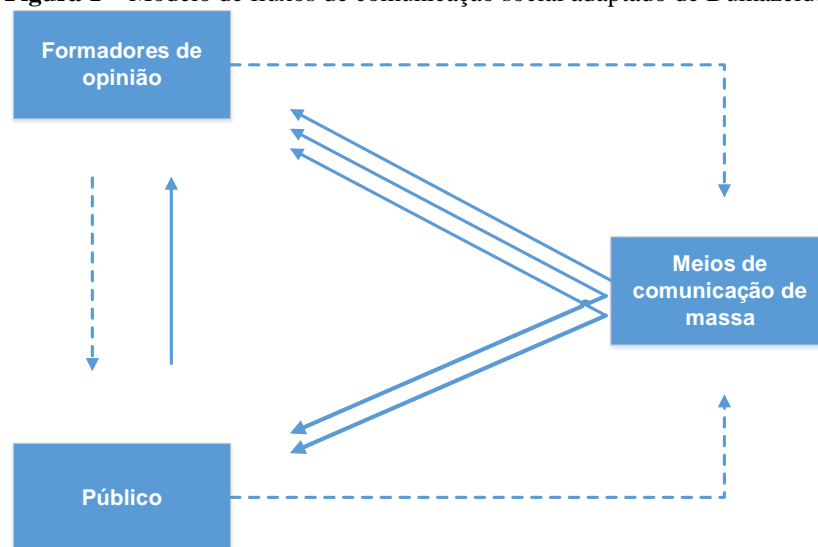
Existem também aquelas pessoas que não são destaque em nenhum meio de comunicação, mas possuem características que geram credibilidade e carisma, proporcionando

⁴ Entende-se por celebridades os indivíduos que se encontram em posição privilegiada por meio das mídias. Tal posição é conferida, atualmente, mais pela exposição do indivíduo em si do que pelo seu conteúdo acerca de alguma competência (PIMENTEL, 2005).

a essas pessoas a posição de formadoras de opinião. Normalmente esse tipo de indivíduo exerce papel importante em âmbito local e podem se situar entre os meios de comunicação e as demais pessoas, transmitindo e emitindo opiniões. Tais líderes de opinião foram denominados líderes horizontais (CERVI, 2007). Em exemplos simples, pode-se notar tais formadores de opinião no cotidiano, como representantes de bairro, representantes de turma em salas de aula, professores, pais, chefes, pessoas mais velhas em uma família que preza pelo conhecimento das gerações mais antigas.

Dumazeider (1966) apresenta um esquema que ilustra o processo de comunicação social no qual se pode observar a posição do líder de opinião horizontal em relação aos meios de comunicação de massa e o público. As setas contínuas representam o fluxo de comunicação principal e as setas segmentadas o fluxo de retorno de comunicação, conforme Figura 1.

Figura 1 – Modelo de fluxos de comunicação social adaptado de Dumazeider



Fonte: Texto “Líder de opinião” de Cervi (2007, p. 42)

Como é possível observar, os meios de comunicação transmitem as informações e, como mostrado pelo número de setas, os formadores de opinião recebem maior quantidade de conteúdo, pois, normalmente, demonstram maior interesse na busca por informações. Ao receber e interpretar as informações, o formador de opinião pode exercer o papel de decodificar dessa informação para os públicos, tornando-o importante no processo de formação de opinião.

Apesar do gráfico se ater aos meios de comunicação de massa, pode ser adaptado também ao processo de comunicação vivido por outras mídias, como computadores e telefones móveis conectados à internet. Nesse aspecto, é possível observar uma grande quantidade de páginas que disseminam informações às pessoas e, seguindo o sentido do gráfico, podem ser

mais procuradas por formadores de opiniões, que buscam a informação – e aqui com mais autonomia para irem ao encontro do que é de interesse e não apenas receber informações de meios como a televisão, por exemplo – e interpretam-na conforme suas próprias concepções, disseminando o produto dessa análise aos demais públicos.

Moura (2009) faz uma colocação pertinente quanto à nova configuração de interação através da internet.

Devido ao fato de a internet favorecer uma participação de pares equipotenciais a partir das bordas (Bauwens, 2007), ela possibilita a emergência de uma diversidade de expressões maior do que é capaz a *mass media*. Exatamente por esse alargamento dos sentidos produzidos, viu-se no ciberespaço o nascimento de uma ‘esfera pública virtual’, debatendo intensamente os acontecimentos. Devido às inúmeras interferências colocadas pela participação dos amadores no debate político, os sentidos produzidos pela mídia foram fortemente afetados, abrindo espaço para novos ‘formadores de opinião’ (MOURA, 2009, p. 97).

O autor apresenta a maior potencialidade da internet no que diz respeito à participação dos usuários no processo de comunicação. Não apenas se recebe conteúdo através de páginas virtuais, mas é possível opinar de forma direta em espaços dedicados a esse fim, tornando o processo de comunicação mais rápido e interativo, caracterizando a retroalimentação da informação. Além disso, tomando como exemplo os debates políticos, é mostrada a participação de pessoas comuns em debates, o que acarreta o surgimento de novos formadores de opinião. Todavia, a afirmação de Moura (2009) deve ser ponderada. Não basta que a internet favoreça a participação dos usuários. É preciso estes se aprofundem nas discussões e tais debates sejam levados à sério e analisados de forma crítica para evitar que caiam na superficialidade.

Com as mudanças ocorridas tanto nos meios de comunicação quanto nos processos de formação de opinião e líderes de opinião, Feuerwerker (*apud* Moura, 2009, p. 98) faz uma consideração relevante:

Quem quiser continuar sendo um formador de opinião influente nesse novo mundo precisará acostumar-se à ideia de que é apenas um entre muitos. Precisarão aposentar a certeza arrogante e trocá-la pelo argumento eficaz. Precisarão engavetar a desqualificação do diferente e tirar do arquivo a argumentação respeitosa, que procura enxergar a dose de verdade que há nas teses do oponente. Precisarão, enfim, estar mais dispostos a jogar o jogo complexo da democracia. No qual o argumento da autoridade vale cada vez menos. E a autoridade do argumento vale cada vez mais.

A afirmação feita pelo autor é coerente e faz uma crítica àqueles que se acham em uma posição de superioridade em relação aos demais indivíduos enquanto formadores de opinião. Ainda, é possível perceber na afirmação de Feuerwerker que a argumentação é o fator principal que o líder de opinião deve levar em consideração e não somente o status conferido a ele. Isso

remonta mais uma vez à importância da informação e sua devida decodificação no processo de argumentação e formação de opinião. Isso pode configurar uma nova realidade na formação da opinião e no surgimento de novos líderes, os quais não são somente aqueles que já possuem algum destaque nas mídias, mas também aquelas pessoas comuns que levam importantes discussões e pontos de vista ao público por meio da internet, por exemplo.

Valendo-se da imensidão do espaço virtual e das possibilidades que ele traz ao usuário, os formadores de opinião costumam estar atentos às informações disseminadas e à forma como atingem o público. No caso de *blogs*, por exemplo, o administrador procura abordar conteúdos que contemplem o propósito da página para levar ao internauta informações suficientes para que ele encontre aquilo que procura e possa aproveitar as informações recebidas para formar sua própria opinião, aumentando assim o debate sobre determinado fato que pode contribuir para o desenvolvimento da sociedade.

Os formadores de opinião, sejam eles vistos como celebridades ou não, têm um papel relevante na construção de discussões importantes que podem contribuir com os rumos de alguma decisão que interfira na sociedade. Isso se torna mais evidente quando presenciamos fatos atuais que ganham grandes dimensões na internet, como as questões de dinheiro público aplicados na infraestrutura da Copa do Mundo de 2014 no Brasil. Entretanto, não são só os formadores de opinião que detêm papel de destaque nas discussões presenciadas no universo virtual. O próprio espaço virtual e a sociabilidade online exercem forte influência na construção de opiniões e discussões que interferem na vida cotidiana. Se as relações entre público, mídia e formadores de opinião está cada vez mais interativa, isso se deve justamente a essa maior sociabilidade no ciberespaço.

3.3 ADENTRANDO À CIBERCULTURA

A vivência do virtual é crescente e percebe-se exemplos variados de situações em que tecnologias são usadas para suprir as necessidades humanas cotidianas. Hoje, as tecnologias de informação e comunicação permitem, por meio de dispositivos móveis, realizar tarefas de forma prática e rápida, como pagamentos *online*, envio e recebimento de *e-mails* com informações relevantes, compartilhamento de arquivos através de discos virtuais. Todas essas ações são

possíveis graças ao ingresso dos indivíduos no espaço virtual e proporcionam contato com outras pessoas ou instituições por meio da tecnologia *online*.

Para se compreender melhor a relação do ser humano com as tecnologias e a interação no espaço virtual, bem como a relação com a cibercultura, é preciso levar em consideração a relação entre o real e o virtual. Comumente, há o pensamento que relaciona o real como oposto ao virtual. Lévy (1996) aponta como equivocada essa colocação e que ambos os conceitos não se opõem.

A palavra virtual vem do latim medieval *virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, força, potência. Na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência e não em ato. O virtual tende a atualizar-se, sem ter passado no entanto à concretização efetiva ou formal. A árvore está virtualmente presente na semente. Em termos rigorosamente filosóficos, o virtual não se opõe ao real mas ao atual: virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes (LÉVY, 1996, p. 4)

Como é possível observar, o fato de algo se encontrar no espaço virtual não exime seu status de real. Como exemplo, basta observar uma transferência bancária online. Quando o usuário resolve mover uma determinada quantia para outra conta, o procedimento é realizado através da internet e não envolve somente objetos materializados (no caso o computador). Apesar de grande parte do procedimento ser virtual, a transação é real, existente e interfere em matéria palpável, como o dinheiro em espécie.

Através dos esclarecimentos dados por Lévy (1996), fica mais fácil entender o processo de formação e estruturação da cibercultura. Mas primeiro é preciso entender o que tal termo significa. Cibercultura pode ser entendida como o resultado das novas formas de relações sociais que se estabeleceram na sociedade, após o surgimento da microeletrônica nos anos 1970, com a cultura e as próprias tecnologias que vem sendo aprimoradas ano após ano (LE MOS, 2002). Hoje, mais do que no fim do século passado, é possível perceber como os meios eletrônico-digitais e fazem presentes no cotidiano. Essa naturalidade com que as tecnologias fazem parte da sociedade, enraizando inclusive na própria cultura, configuram uma nova forma de enxergar o mundo e se relacionar com ele.

Para Pierre Lévy (1999) a cibercultura representa uma universalidade sem totalidade. A universalidade está ligada à presença virtual da humanidade para si mesma, enquanto a totalidade é vista como “unidade estabilizada”, mecânica. As diversas conexões possíveis no espaço virtual e a forma como as relações sociais se estabelecem nesse meio são características da cibercultura. Além disso, seu caráter de universalidade não anula sua dinamicidade. “Longe

de ser uma subcultura dos fanáticos pela rede, a cibercultura expressa uma mutação fundamental da própria essência da cultura” (LÉVY, 1999, p. 247).

Levando em consideração a universalidade apresentada por Lévy (1999), é importante que a própria humanidade reconheça sua inserção no virtual e perceba que isso não exclui sua existência material, mas a complementa. Mesmo aqueles indivíduos que possuem certa aversão ao que é eletrônico, acabam tendo que se adaptar à nova realidade vivenciada pela sociedade, seja aprendendo a lidar com as novas tecnologias, seja dependendo do auxílio de terceiros para a realização de tarefas. O Imposto de Renda, por exemplo, só é feito de maneira virtual. É preciso interagir com *softwares* e páginas *online* para efetuar a declaração anual. Quem não se adapta a essa realidade, depende de outros para que possa concluir essa tarefa.

Uma das características mais importantes presente na cibercultura é a forma como os indivíduos podem se expressar ou transmitir informações utilizando as tecnologias e a conexão em rede para facilitar esse processo. Como discutido em capítulos anteriores, os meios de comunicação atuais possibilitam que usuários criem e divulguem suas próprias páginas e veiculem informações diversas, compartilhadas a um grande número de pessoas.

Lemos (2009) também expõe a facilidade com que os usuários se adaptam e produzem conteúdo na rede. Qualquer indivíduo com acesso à internet pode produzir e publicar o que julga interessante e em tempo real, de notícias de grande impacto a curiosidades. Além disso, os formatos disponíveis e as formas de vincular o próprio material são variadas. Há também a colaboração *online*, em que usuários que compartilham um mesmo interesse trocam informações e dados que levam à produção de um material interessante para ser divulgado. “Trata-se de crescente troca e processo de compartilhamento de diversos elementos da cultura a partir das possibilidades abertas pelas tecnologias eletrônico-digitais e pelas redes telemáticas contemporâneas” (LEMOS, 2009, p.39).

Caracterizando ainda mais a cibercultura, Lemos (2009) propõe três leis referentes a esse conceito. A primeira delas é a lei da reconfiguração, que aponta que se deve evitar enquadrar o que acontece no ciberespaço como substituição ou sobreposição. Retomando o início do tópico, o virtual não é substituto ou oposto do real. As relações sociais presenciais não serão substituídas pelas relações *online*. Trata-se de uma reconfiguração e até mesmo complementação do que é vivido. A segunda lei é a do polo de emissão. Lemos (2009) apresenta que as diversas informações que encontramos no ciberespaço são parte de um processo em que pessoas comuns podem produzir e publicar algum tipo de informação sem passar pela edição das mídias convencionais de massa, como costumava acontecer. A última lei proposta pelo

autor se refere à conectividade e, talvez, seja a mais lembrada quando se fala em cibercultura. É possível que se tenha múltiplas conexões ao redor do globo havendo conectividade entre homens e homens, homens e máquinas, além de máquinas e máquinas no ciberespaço (LEMOS, 2009).

Lévy (1999, p. 92) apresenta como ciberespaço “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Nesse sentido, o autor dá ênfase na questão da comunicação *online*, que percorre o globo, e no próprio espaço de memória dos computadores, que é importante para esse processo de comunicação, pois é nele que se armazenam informações que serão enviadas ou consultadas. O ciberespaço pode ser considerado uma extensão virtual do espaço físico em que vivemos, onde acontecem as interações entre indivíduos que se encontram a quilômetros de distância ou a poucos metros um do outro e onde a cibercultura acontece.

Nesse contexto, surge um grande número de páginas pessoais na internet, proporcionando disseminação de vários tipos de informação, sejam elas de cunho jornalístico ou não. Segundo algumas estatísticas publicadas em 2007 e 2008, 500 mil pessoas entram pela primeira vez na internet a cada dia e a cada segundo um novo *blog* é criado⁵. Ainda, em 1982 havia 315 sites na internet e até a data da pesquisa, o número saltou para 174 milhões. Apesar de dados antigos, os números são impressionantes e mostram como a inserção das pessoas no mundo virtual é real e crescente.

Como afirmam os autores, não é somente o crescente número de usuários na rede que marca a cibercultura, mas também a interação proporcionada pela internet. Assim como diversas ações cotidianas passaram do espaço material para o virtual – como pagamento de contas, compras e envio de mensagens – a sociabilidade dos indivíduos em uma sociedade também se estendeu ao chamado ciberespaço, acontecendo principalmente nas páginas pessoais como os blogs e em redes sociais como o Facebook.

⁵ Fonte: http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php

3.3.1 Sociabilidade *online*

A internet é uma ferramenta fundamental que possibilitou a conexão de várias pessoas e em várias partes do mundo. É através dela que uma diversidade de páginas, perfis, fotos, vídeos, recados, *e-mails* são compartilhados todos os dias (*Era Web 2.0*), mas ela por si só não faz todo o trabalho. As páginas criadas e que necessitam da internet para possibilitar a interação entre as pessoas são importantes nesse processo de comunicação.

Bastante populares atualmente, as redes sociais são ícones de sociabilidade *online* e interatividade. Fazendo uma analogia com o espaço presencial, uma rede social seria como uma “praça”, em que as pessoas se encontram para trocarem ideias e compartilhem suas experiências. Há *softwares* criados com foco em conversas de vídeo, como o *Skype* por exemplo, proporcionando uma forma diferenciada de interação.

Sociabilidade é um termo utilizado, normalmente, para descrever a capacidade do ser humano de viver em sociedade, em contato com outras pessoas. Esse termo não pode ser generalizado e não apresenta um significado tão simplificado. O sociólogo Alcântara Júnior (2005) aborda o conceito de sociabilidade em Simmel (1983), que defende que “A sociabilidade é resultado das qualidades integrantes das interações sociais e é a gestora das formas de estruturação, em razão de viabilizar a fluidez da existência desses elos sociais” (SIMMEL, 1983 *apud* ALCÂNTARA JÚNIOR, 2005, p. 37). Portanto, segundo o autor, é através da sociabilidade que os indivíduos conseguem manter os diversos laços sociais, de forma espontânea, sustentando a estrutura da sociedade que vivenciamos atualmente.

Percebe-se a sociabilidade em todo tipo de interação entre duas ou mais pessoas, sendo feita presencialmente ou não. Nesse sentido, Simmel destacou a simples ação de dialogar como uma referência de sociabilidade. A conversação pode se dar entre dois indivíduos em um mesmo espaço ou quando cada um se encontra em lugares diferentes, mediada por telefone ou, complementando a ideia do autor, por computador.

A interação feita por meio dos computadores proporcionou o surgimento da “sociabilidade *online*”. Para entender tal expressão, basta retomar o conceito e a exemplificação de Simmel sobre sociabilidade e aplicá-los ao virtual. A interação mediada por computadores é cada vez mais comum atualmente e é possibilitada através de ferramentas criadas para conectar as pessoas de várias partes, como redes sociais e páginas pessoais que possibilitam interações diversas, como os blogs.

Como as novas tecnologias trazem modificações à sociedade e alteram a forma como os indivíduos interagem uns com os outros, a sociabilidade *online* suscita alguns questionamentos quanto a essa nova realidade. Bauman (2004), em seus estudos, expõe uma visão pessimista quanto às reconfigurações da sociedade em meio às tecnologias. Para o autor, a interação mediada por computadores ou outro aparato eletrônico torna as conexões humanas mais superficiais e breves (denominadas pelo autor de “líquidas”), restringindo-se ao que é digitado e exposto na tela.

As conexões tendem a ser demasiadamente breves e banais para poderem condensar-se em laços. Centradas no negócio à mão, estão protegidas da possibilidade de extrapolar e engajar os parceiros além do tempo e do tópico da mensagem digitada e lida — ao contrário daquilo que os relacionamentos humanos, notoriamente difusos e vorazes, são conhecidos por perpetrar. (BAUMAN, 2004, p. 37-38).

É importante refletir a respeito da crítica feita por ele, pois não se trata de afirmações inverídicas. É comum perceber relações superficiais que surgem e terminam através da internet. Como afirma Bauman (2004), a dinamicidade e rapidez das ações no espaço virtual tornam igualmente rápidas, em alguns casos, as relações entre as pessoas. Não se pode esquecer, todavia, que existem casos diversos e algumas relações podem ser muito sólidas mesmo que construídas de forma *online*.

A análise da abordagem de Bauman, ao dizer que as relações podem ser rompidas com o apertar de um botão, pode ser feita por meio do isolamento de uma das partes na comunicação virtual, focando-se em um ou outro sujeito. No entanto, não se pode colocar o foco sobre um sujeito – o que “desconecta” ou não um relacionamento em rede. É preciso levar em consideração todos os aspectos que compõem a sociabilidade *online* para analisar o comportamento e as ações sofridas e causadas pelos indivíduos na rede.

Primo (2007) menciona a importância do estudo dos chamados “interagentes”, da relação existente entre eles, além da importância das próprias mensagens trocadas. O autor aponta que o relacionamento virtual vai depender do grau de importância dado por ambas as partes, levando em conta o compromisso e a confiança depositados nessa relação. Isso pode variar de sujeito para sujeito, possibilitando a existência de inúmeros tipos de relacionamento e de durações variadas, podendo se fortalecer com o tempo ou se enfraquecer.

Primo acaba fazendo uma ponderação do argumento utilizado por Bauman (2004), que destaca o âmbito superficial das interações *online*. Para este a sociabilidade *online* tende a levar a sociedade para um patamar de relacionamentos cada vez mais frágeis e banais. Já para Primo, a análise dessa sociabilidade deve ser feita levando em consideração o meio pelo qual os

sujeitos se comunicam e a forma como se relacionam, além do compromisso de cada um nesse processo de sociabilidade. É uma visão mais ponderada e não é colocada no sentido de contradizer ou se opor ao pensamento de Bauman (2004), mas mostrar que a cibercultura tem suas vantagens e a reconfiguração sofrida pela sociedade atual não culminará necessariamente em um rompimento da afetividade do ser humano.

Cada novo intercâmbio atualiza esse relacionamento, que exercerá novos condicionamentos nos atos futuros. Trata-se pois de um processo recursivo. Contudo, não se pode apagar atos anteriores, como se deleta um arquivo que deixa de interessar. Outrossim, atos subseqüentes podem motivar resignificações de interações anteriores (PRIMO, 2007, p. 31).

Pode-se avaliar que os encontros realizados entre duas pessoas na internet, mesmo que em espaços de tempo esparsos, geram consequências ao relacionamento estabelecido online e, mesmo que haja distanciamento em dado momento, as ações ou mesmo os próprios indivíduos não são simplesmente “deletados” de forma definitiva, pois pode haver mudanças partindo de um dos sujeitos ou de ambos.

A partir disso, é possível inferir que a sociabilidade *online* possui algumas características semelhantes ao relacionamento presencial. Em um relacionamento em que dois indivíduos se conhecem e se interagem pessoalmente, é possível que por algum motivo acabem se afastando por determinado tempo. Algum acontecimento pode romper o relacionamento ou torna-lo mais próximo. Isso também acontece no espaço virtual. É possível, também, trazer a ideia de Bauman (2004) para as interações face a face. Existem indivíduos que se relacionam de forma superficial com quem está próximo, mas mantém uma consideração maior por quem está do outro lado da tela. São situações prováveis e que levam a refletir um pouco antes de se apoiar ou condenar totalmente as interações realizadas à distância por algum dispositivo tecnológico.

Um aspecto que não pode ser ignorado, conforme aponta Primo (2007), é o meio no qual a sociabilidade *online* acontece. Nesse meio é possível conectar-se com outras pessoas de maneiras variadas, dependendo do tipo de ferramenta utilizada. Uma delas é o *weblog*. Através dele é possível não só interagir com outras pessoas na rede, mas montar uma identidade em relação à página que gera interesse e abriga conteúdos seguidos por muitas pessoas.

3.3.2 Blogosfera

Com a popularização dos computadores pessoais e a conexão e interação dos usuários na rede (convergência midiática), muitas ações que já existiam no cotidiano das pessoas passaram a acontecer no meio virtual e com suas devidas adaptações. Por exemplo, o envio de cartas, ainda presente hoje em dia, tem como correspondente online o e-mail. Seguindo essa mesma linha, livros passaram a ser digitalizados e alguns possuem versões apenas para computador, os *e-books*.

Com os diários pessoais não foi diferente. Estes, ao migrarem para o espaço virtual, ganharam a denominação de *blogs*, uma forma contraída da expressão proveniente do inglês *weblog*. A palavra *web* provém de *world wide web* (rede mundial de alcance) e *log* a um certo tipo de diário de marcação utilizado em navios. Os dois termos juntos formam o que é chamado de “diário de rede” (ZAGO, 2008).

Os blogs são veículos de publicação digital, comumente associados à ideia de diários virtuais, nos quais um ou mais autores publicam textos, geralmente sobre uma temática específica, em ordem cronológica inversa e de forma frequente (ZAGO, 2008, p. 2).

Conforme aponta a autora, apesar de ser chamado também de “diário virtual”, o blog apresenta uma estrutura e características mais complexas que um simples diário online, a começar pela ordem de publicações feitas e exibidas, os chamados *posts*. Quando o proprietário do blog publica um conteúdo, este é o que fica em evidência na página inicial. Sendo assim, se a leitura de um blog tradicional for feita da primeira para a última página, o usuário estará lendo o conteúdo do fim para o começo. Para auxiliar nessa questão, as páginas normalmente disponibilizam ferramentas para que o usuário/leitor se oriente, como uma espécie de índice com os títulos das postagens feitas e organizadas por data de publicação.

Os blogs mais comuns são criados a partir de ferramentas disponibilizadas para o internauta começar com sua página de forma fácil e simplificada. Sites como *Blogger*⁶ e *Wordpress*⁷ oferecem um “esqueleto” aos usuários para auxiliar nesse trabalho. A princípio, os layouts e estruturas são limitados, mas é possível que o indivíduo personalize sua página através

⁶ <http://www.blogger.com/>

⁷ <http://pt-br.wordpress.com/>

das configurações HTML. Esse meio facilitador na criação dos weblogs foi um dos fatores que o tornou tão popular no final dos anos 90 (ZAGO, 2008).

Os mecanismos que possibilitam a sociabilidade através dos *blogs* são importantes meios para que o administrador da página divulgue o endereço online e se comunique com os leitores. Um desses mecanismos é o espaço reservado a comentários presente em cada postagem, em que o usuário pode expressar sua opinião sobre o que foi publicado ou mesmo deixar algum recado ao autor. Apesar de existirem restrições que podem ser configuradas pelo dono da página, é uma forma que os leitores possuem para entrarem em contato e interagirem com o criador do *blog*. Nesse caso, é importante que este saiba lidar com seu possível público de leitores para que o endereço eletrônico se torne, de certa forma, uma referência e o proprietário saiba sanar dúvidas e manter um bom relacionamento com seus leitores.

Outro mecanismo que contribui com a sociabilidade nos *blogs* é a possibilidade de se manter um quadro de indicações de outros *blogs* ou *links* externos à página em questão, como uma coluna de sugestão aos leitores. Isso faz com que os administradores de *blogs* mantenham, de algum modo, uma relação no espaço virtual, retribuindo indicações ou mesmo contribuindo com o conteúdo dos *blogs*, que podem se complementar. Através desse recurso, tem-se uma rede de páginas que se conectam e podem levar o leitor de um endereço eletrônico a outro, acessando vários tipos de conteúdo afins.

Ainda, há o *feed* de notícias que o leitor dos *blogs* pode assinar. O *feed* consiste em receber atualizações da página por e-mail para que o usuário não perca informações da página em questão, pois as postagens nem sempre seguem um padrão cronológico. Normalmente, esse recurso é assinado por pessoas que aprovaram o conteúdo do *blog* e gostariam de se tornar fiéis à leitura. Portanto, para que isso aconteça, é importante que o administrador saiba organizar e conquistar leitores, que por sua vez podem divulgar a página, fazendo com que o número de acessos aumente.

Os *blogs* podem abrigar conteúdos variados, sendo de caráter pessoal ou não. Algumas páginas criadas acabam se especializando em determinado tipo de assunto. Primo (2008), em estudo realizado sobre características e conteúdo de *blogs*, montou uma classificação para as páginas analisadas. Segundo o autor, os *blogs* podem ser classificados em profissionais, pessoais, grupais e organizacionais. Esta é uma divisão quanto ao tipo de *blog*, podendo ser subdividido em gêneros que variam sendo estes: auto-reflexivo, informativo interno, informativo e reflexivo. A visualização de tais classificações pode ser melhor percebida em tabela elaborada pelo próprio autor:

Figura 2 – Matriz para tipificação de blogs

		INDIVIDUAL		COLETIVO	
		Profissional	Pessoal	Grupal	Organizacional
DENTRO	Auto Reflexivo	1	5	9	13
	Informativo Interno	2	6	10	14
	Informativo	3	7	11	15
	Reflexivo	4	8	12	16
FORA		INTERAÇÕES FORMALIZADAS		INTERAÇÕES COTIDIANAS	INTERAÇÕES FORMALIZADAS

REFLEXÃO
RELATO
REFLEXÃO

Fonte: Alex Primo, 2008

As numerações no esquema ajudam a localizar as informações. As interações cotidianas acabam sendo aquelas de conteúdo mais pessoal, mesmo que o *blog* tenha mais de um autor. Já os *blogs* de caráter profissional ou organizacional prezam por formalidade e a discussão se dá mais pela reflexão do que por pareceres próprios ou relatos. O número 5, por exemplo, trata-se de um *blog* pessoal auto-reflexivo. Seu conteúdo é diz respeito ao próprio autor, que acaba tratando de assuntos do cotidiano.

Como é possível observar, o que se refere a *blogs* é abrangente e acaba disseminando uma quantidade grande e variada de conteúdo pela rede, chegando a milhões de pessoas todos os dias. De acordo com pesquisa realizada pela *boo-box*⁸, empresa brasileira de tecnologia de publicidade e mídias sociais, cerca de 80 milhões de pessoas acompanham algum *blog* no país, sendo que o segmento mais acessado é o de humor. Os dados foram mensurados no primeiro trimestre de 2012.

Através de vários fatores relacionados, o blog pode se tornar um meio de informação bastante consultado e com alta credibilidade perante seu público. Em *blogs* pessoais reflexivos, de acordo com classificação de Primo (2008), proprietários das páginas costumam fazer resenhas sobre temas diversos, incluindo opiniões a respeito de produtos. Aliando as características desses *blogs*, por exemplo, à disseminação da informação e interatividade

⁸ Fonte: <http://blog.boo-box.com/br/2012/conheca-a-audiencia-dos-blogs-brasileiros/>.

através da sociabilidade online, é possível constatar a formação da opinião de determinado público que acessa o *blog* e se manifesta quanto ao conteúdo publicado. Esse processo é semelhante ao que acontece em outras mídias, conforme apresentado anteriormente, mas acontecendo no espaço virtual.

4 METODOLOGIA

Antes de discorrer sobre os métodos utilizados para este trabalho, é importante fazer uma contextualização sobre o objeto escolhido para a realização da pesquisa. Como o estudo sobre *weblogs*, em geral, é muito abrangente, optou-se pela análise de um *blog* específico, com uma grande quantidade de leitores e atualizado de forma satisfatória: o *Blog do Sakamoto*.

O *blog* é administrado pelo jornalista Leonardo Sakamoto, que discorre sobre assuntos variados que envolvem o país e causam repercussão na internet, sendo o conteúdo classificado como notícias do cotidiano. A página de Sakamoto é hospedada através do *site* Universo Online⁹ (UOL), provedor de conteúdo criado pela empresa que edita o jornal Folha de S. Paulo. O conteúdo presente no *blog* em questão foi fator relevante para sua escolha como objeto de estudo, pois apresenta temas relevantes, atuais e, através dessas características, conforme abordado ao longo do trabalho, propicia a discussão e exposição das opiniões alheias, o que leva a um bom campo para o estudo da formação da opinião.

A página de Sakamoto possui *links* em cada postagem publicada para que os leitores deixem comentários, manifestando opiniões livremente. Cada publicação possui uma quantidade variada de comentários, podendo ultrapassar 300 comentários, como mostrado na Análise de Conteúdo do *blog*. Essa grande participação dos leitores é um fator favorável e foi critério para seleção do objeto. Através dessas manifestações *online*, foi possível analisar a receptividade do público e o que pensam a respeito do que é exposto por Sakamoto.

Além das opiniões manifestadas no *blog*, é importante que se analise o perfil do próprio administrador, pois é ele quem produz e publica o conteúdo do *blog*. Leonardo Sakamoto, além de jornalista, é professor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), doutor em Ciência Política e coordenador da ONG Repórter Brasil.

⁹ <http://www.uol.com.br/>

O *blog* é hospedado na parte de notícias do cotidiano e o conteúdo apresenta uma abordagem mais livre e com linguagem rica, o que mostra que se trata da opinião do autor em um espaço dedicado a expor o que pensa sobre aquilo que julga relevante compartilhar.

A escolha do estudo sobre *blogs* foi pautada na grande disseminação de conteúdo pessoal através da internet ao longo dos últimos anos e na forma como as pessoas têm reagido a isso. Mais especificamente, o objeto de estudo em questão, por tratar de temas amplamente discutíveis, possibilitou uma análise mais consistente a respeito da formação da opinião através dos *blogs* e até que ponto isso se dá.

Este trabalho foi realizado, em primeiro momento, através de pesquisa bibliográfica, capaz de reunir conceitos e referências a respeito de termos importantes para a compreensão do estudo sobre *blogs* e ciberespaço. Graças à pesquisa bibliográfica, o trabalho pode ser orientado de forma clara para que se entenda os resultados que acompanham este trabalho. A consulta à bibliografia não fica restrita apenas à parte teórica, sendo utilizada em toda a pesquisa.

Outro método utilizado para a realização deste trabalho é a Análise de Conteúdo, por se tratar de um objeto de estudo composto por muitos textos, cheios de significados explícitos e implícitos, referindo-se a temas controversos e que geram muitas discussões. Assim como há vários pontos a serem analisados em um texto, os comentários de cada leitor do *Blog do Sakamoto* também são compostos de elementos importantes para se chegar ao objetivo do presente trabalho. A Análise de Conteúdo dos comentários é importante para avaliar o que motiva cada um a se manifestar e porquê.

Através do método em questão é possível avaliar qual o teor do texto publicado no blog, se crítico ou irônico, por exemplo, e inferir a respeito das intenções do autor. Além disso, foi através dessa análise que temáticas principais do *blog* foram colocadas em destaque, o que ajudou a entender os assuntos que geram mais polêmica entre os internautas e os termos que mais chamam a atenção nos textos.

Para uma avaliação mais aprofundada da repercussão dos artigos publicados no *blog*, foi realizada uma pesquisa quantitativa com os leitores. Esta foi voltada para aplicação de questionários previamente formulados para avaliar o público leitor do *blog* analisado. O questionário conta com 15 perguntas, sendo 14 fechadas (obrigatórias) e uma aberta (opcional). As perguntas foram elaboradas de forma a avaliar o perfil, de uma forma geral, de alguns leitores, os temas que são mais considerados por eles, a opinião a respeito do blog e se este já proporcionou alguma reflexão de modo que as pessoas repensassem alguns temas.

No próprio *blog* há uma relação de usuários conectados ao Facebook que acompanham os textos do autor. Dessa forma, foi possível abordar os leitores através de suas identificações enviando mensagens privadas pelo Facebook a respeito da pesquisa, com o link do questionário a ser respondido. Como o estudo é sobre um objeto virtual, o questionário foi feito e aplicado via internet, conforme mencionado anteriormente, aos diversos seguidores do *Blog do Sakamoto*. Além disso, é uma forma adequada para solucionar parte do que foi questionado no problema de pesquisa. Outra forma de abordagem para envio do link foi através da página de Leonardo Sakamoto no *Facebook*. Nela aparecem as mesmas postagens publicadas no *blog* do jornalista e há uma quantidade considerável de leitores que se manifestam enviando mensagens.

Como alguns leitores acabaram divulgando o questionário para conhecidos que também acompanham o blog, não se tem um número exato de pessoas que receberam o link da pesquisa. Foram contatados, em média, 300 usuários do *Facebook* que acompanham os textos do *Blog do Sakamoto*. As mensagens enviadas a esses usuários foram encaminhadas para uma sessão denominada “Outros”, por não se terem adicionadas tais pessoas ao perfil de quem enviou o *link* da pesquisa. Isso foi um fator limitante, pois não são todos os usuários dessa rede social que conhecem essa sessão e poucos conferem esse tipo de mensagem.

Os resultados da pesquisa quantitativa foram medidos através de mensuração feita pelo próprio recurso de pesquisa do *Google Docs*, que já define os gráficos e porcentagens das respostas enviadas dos leitores do *blog* – 45 questionários respondidos – e as impressões causadas. Através das estatísticas recebidas, foi possível interpretar e constatar informações relevantes que contribuíram para responder ao problema feito antes mesmo de se começar a pesquisa.

Foi estipulada uma meta para se fazer uma pesquisa qualitativa, realizando uma entrevista com o próprio Leonardo Sakamoto, administrador do *blog*. Após procurar formas de contato com Sakamoto, o único meio e mais viável encontrado foi através de sua página no Facebook, porém não se obteve nenhuma resposta. Não foram encontrados e-mails, telefones ou outra forma de entrar em contato com ele. O posicionamento do administrador seria importante, pois é através dele que o *blog* é estruturado, levando um pouco de sua ideologia aos leitores.

Outro critério importante a ser utilizado neste trabalho é a observação não participante. Este critério é enquadrado, segundo Lakatos e Marconi (1996), como uma técnica de coleta de dados e através dele será possível observar e analisar as discussões que se estabelecem nos comentários de cada postagem do *blog* tido como objeto de estudo.

Tanto a forma como foram abordados os internautas quanto o método de observação trazem vantagens e desvantagens e, por isso, não são exclusivos na pesquisa. Uma ação acaba complementando a outra e mesmo que a distância entre os usuários e o administrador seja grande em muitos casos, a pesquisa não fica comprometida.

Outro campo a ser analisado neste trabalho é o conteúdo do *blog*. Como o objetivo do trabalho é analisar até que ponto as informações veiculadas no *blog* servem de referência e influenciam a opinião do usuário, é imprescindível avaliar essas informações. Através da Análise de Conteúdo, juntamente com os resultados das pesquisas aplicadas, será possível fazer uma avaliação de forma satisfatória. A Análise de Conteúdo é detalhada no capítulo referente a ela.

5 ANÁLISE DE DADOS

5.1 ANÁLISE DE CONTEÚDO

A Análise de Conteúdo é imprescindível para estudos da formação do campo comunicacional. Tal método surgiu antes mesmo da televisão, quando os objetos de estudo eram apenas documentos textuais (FONSECA JÚNIOR, 2005). Com o passar dos anos e com a modificação dos meios de comunicação, a Análise de Conteúdo também foi se adaptando às novas maneiras que o ser humano encontrou de se comunicar e pode ser aplicada também na área da cibercultura.

Segundo Bardin (1977), a Análise de Conteúdo se caracteriza como um agrupamento de instrumentos metodológicos que sofre modificações, vai se aperfeiçoando e pode ser aplicado a vários tipos de discurso, principalmente aos estudos de Comunicação Social. Tal análise tem como objetivo a descrição do conteúdo das variadas mensagens transmitidas para deixar explícito o que está subentendido no texto, por meio de decodificação das mensagens.

Os conteúdos publicados na internet são diversos, bem como as opiniões dos internautas que se manifestam na rede. É possível encontrar de textos a imagens que podem conter significados variados, dependendo do que o autor quer manifestar. O *Blog do Sakamoto* é rico em mensagens transmitidas tanto em artigos publicados quanto em comentários de leitores e

aplicou-se essa metodologia para avaliar a formação da opinião entre os usuários que acessam a página.

5.1.1 Aplicação da metodologia

A Análise de Conteúdo, inicialmente, foi aplicada nos textos do *Blog do Sakamoto* dentro do período estabelecido para este estudo. Posteriormente, aplicou-se esse método nos comentários dos leitores sobre o conteúdo publicado e também na opinião dos leitores sobre o *blog*.

Quantificação de comentários para avaliação da repercussão dos assuntos, quantidade de comentários favoráveis e desfavoráveis, termos que caracterizam as opiniões dos leitores e termos que caracterizam o posicionamento do autor são alguns elementos importantes para se fazer o estudo da formação da opinião na internet. Todos esses elementos são conseguidos com a aplicação da Análise de Conteúdo e são informações importantes para avaliar a formação da opinião na internet.

Para análise das postagens, as publicações selecionadas foram lidas, interpretadas e categorizadas em assuntos focados pelo autor. Termos recorrentes foram marcados de forma a demonstrar porque a publicação foi enquadrada em determinada categoria, que ficaram divididas em: direitos humanos, economia, educação, mídia, política, religião e sociedade. Tais termos são colocados por Bardin (1977) como unidades de registro.

Por exemplo, para classificar uma publicação como sendo sobre direitos humanos, percebeu-se a temática do assunto como um todo, além de expressões como “condições análogas às de escravo”, “feminismo”, “Comissão de Direitos Humanos”, “dignidade”, que são expressões que fazem referência ao assunto.

Figura 3 – Termos que caracterizam a temática da postagem em evidência

Organizadora do “Eu não mereço ser estuprada”
recebe **ameaças de estupro** 370

Leonardo Sakamoto 29/03/2014 | 10:23

Email g+1 Tweetar 455 Imprimir Comunicar erro

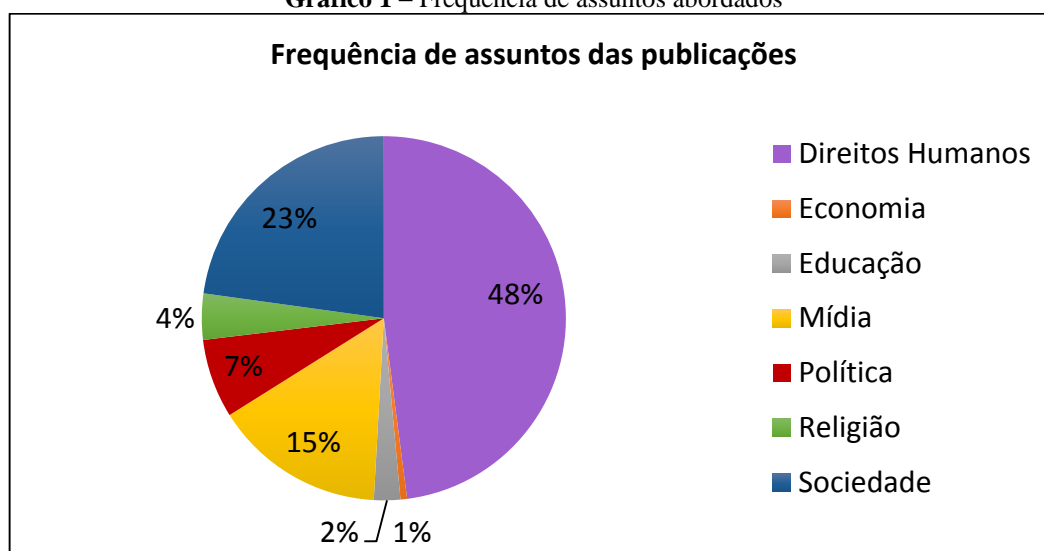
A jornalista e escritora Nana Queiroz (28) é a responsável pela campanha “Eu não mereço ser estuprada”, que inundou as redes sociais nesta sexta, como uma resposta aos resultados de um estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Ele revelou que 26% da população concorda total ou parcialmente que “mulheres que usam roupas que mostram o corpo **merecem ser atacadas**” e 58,5% concordam total ou parcialmente que “se as **mulheres** soubessem **como se comportar**” haveria menos estupros”.

A campanha pediu que mulheres fotografassem a si mesmas, da cintura para cima, nuas ou não, reafirmando – com cartazes ou escrito em seu próprio corpo – que não merecem ser estupradas e circulassem as imagens pelas redes sociais com hashtags como **#EuNãoMereçoSerEstuprada**.

Pedi para Nana um texto sobre os resultados até agora. Se por um lado, há um engajamento crescente e uma vontade de muita gente de não mais aguentar em silêncio, de outro a constatação de que quando se tenta mudar essa realidade, o **contra-ataque machista** – vindo de homens e mulheres – é aterrador.

Fonte: <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2014/03/29/organizadora-do-eu-nao-mereco-ser-estuprada-recebe-ameacas-de-estupro/>

Há publicações que permeiam mais de uma temática, como direitos humanos e Política, por exemplo. Nesses casos, optou-se por classificar o texto de acordo com os termos que mais se destacavam, conforme a vertente abordada pelo autor e também pela quantidade de termos recorrentes que prevaleceu e que caracterizam o assunto principal. As categorias e frequências de assuntos das postagens do *blog* podem ser observadas segundo o gráfico 1.

Gráfico 1 – Frequência de assuntos abordados

Fonte: Elaborado pelo autor

Foi delimitada uma quantidade de dez publicações mais comentadas para uma análise mais aprofundada, levando em consideração o texto do autor em si e alguns comentários dos leitores, bem como o conteúdo não-textual, quando presente. Foi estabelecido um critério de proporção para definir a quantidade de assuntos de acordo com a frequência demonstrada no Gráfico 1. Como o resultado da proporção foi caracterizado por número fracionados, o critério de arredondamento foi definido da seguinte forma: de 0,5 para mais, arredondou-se o valor para o número inteiro imediatamente acima. Abaixo de 0,5 o arredondamento se deu para o número inteiro imediatamente inferior na contagem. Tal relação pode ser vista na Tabela 1.

Tabela 1 – Proporções referente às dez publicações mais comentadas

	Direitos Humanos	Economia	Educação	Mídia	Política	Religião	Sociedade	TOTAL
Quantidade de publicações	82	1	4	26	12	7	39	171
Proporção da amostra	4,8	0,1	0,2	1,5	0,7	0,4	2,3	10
Aproximação	5	0	0	2	1	0	2	10

Fonte: Elaborado pelo autor

Foi elaborado um formulário de codificação adaptado do exemplo trazido por Fonseca Júnior (2009, p. 296) para ajudar na Análise de Conteúdo do *blog* em questão. Tal formulário foi aplicado às dez publicações mais comentadas e pode ser conferido no apêndice deste trabalho.

Quanto à metodologia de análise dos comentários, foi preciso definir alguns critérios de escolha e seleção dos comentários para análise justamente pela grande quantidade de opiniões expostas e pelo tempo destinado à pesquisa.

A quantidade de comentários no período estudado chegou a 9822, sendo necessária a restrição de dez publicações mais comentadas para análise. Ainda assim, a quantidade de manifestações dos leitores chegou a 2381. Como a quantidade de opiniões ainda ficou elevada para análise, levou-se em consideração os vinte comentários mais recentes feitos. Portanto, a amostra foi de 200 comentários analisados.

Os assuntos abordados na amostra, conforme estatísticas da Tabela 1, ficaram divididos em “Direitos Humanos”, “Mídia”, “Sociedade” e “Política”, sendo a quantidade definida conforme a aproximação prevista.

Figura 4 – Comentários desfavoráveis enviados à postagem “Marco Civil: se disserem que a lei é para censurar e espionar, não acredite”

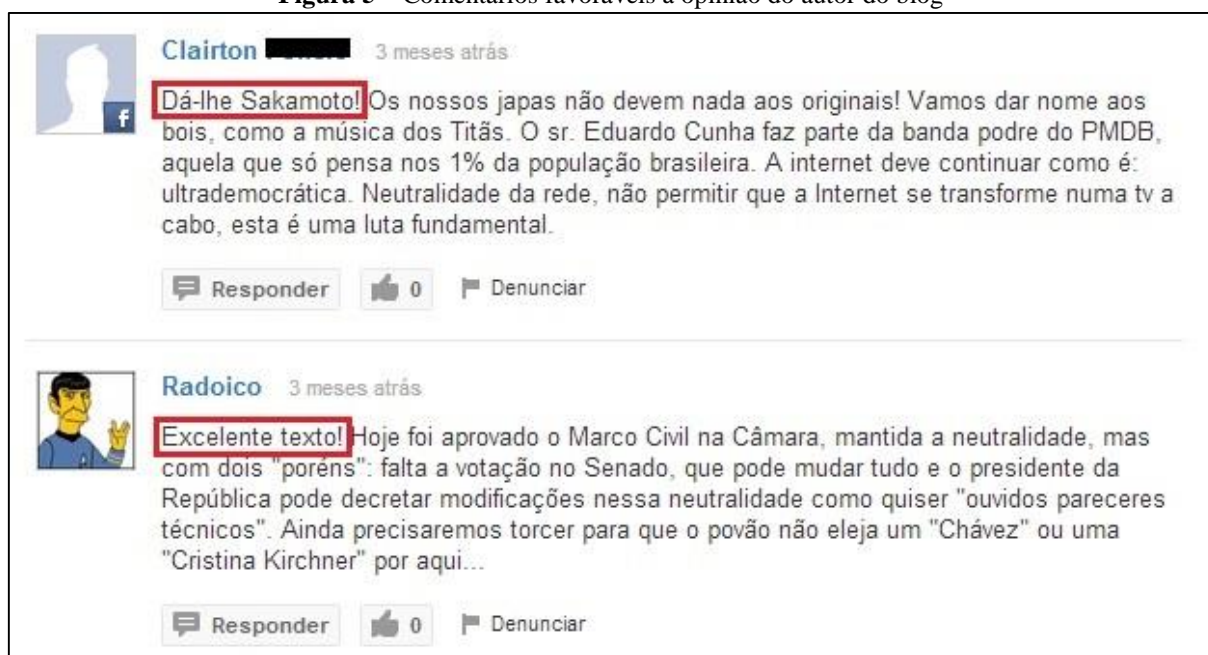


Fonte: <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2014/03/16/marco-civil-se-disserem-que-a-lei-e-para-censurar-e-espionar-nao-acredite/#comentarios>

Para classificar o teor de cada comentário, se favoráveis ou desfavoráveis ao posicionamento do autor exposto na publicação, foram analisados termos que caracterizam a opinião de cada leitor. Em comentários negativos, expressões de ressalvas, como “mas” e

“porém” foram marcadas. Além destas, expressões como “idiotice”, “mentira” e “censura” foram caracterizadas como negativas em seus devidos contextos e em relação ao que o autor do blog expôs. A classificação de comentários favoráveis ao que o autor publicou se deu pelo mesmo método de análise de termos que caracterizam os comentários e pode ser observada nas figuras 4 e 5. Para preservar a identidade dos leitores nas figuras apresentadas, as fotos pessoais e os sobrenomes foram ocultados por uma tarja preta.

Figura 5 – Comentários favoráveis à opinião do autor do blog



Fonte: <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2013/11/12/marco-civil-estao-querendo-criar-gente-diferenciada-na-internet/#comentarios>

Os comentários muito irônicos, com expressões ambíguas, não puderam ser classificados com base nos termos que caracterizam pelo teor da figura de linguagem expressada. Portanto, a classificação foi feita pelo contexto da opinião exposta.

5.1.2 Olhar geral sobre o *blog*

O *Blog do Sakamoto*, caracterizado como *webjornalismo*, teve sua primeira publicação no dia 24 de novembro de 2006, quando ainda era hospedado fora do portal que hoje o divulga. Desde a primeira postagem já recebe comentários de leitores. Trata-se de um *blog* com uma

quantidade considerável de conteúdo divulgado e que tem grande repercussão até o presente momento.

Seu administrador, Leonardo Sakamoto, é jornalista e doutor em Ciência Política, cobriu conflitos armados no Timor Leste, retratando vários casos de desrespeito aos direitos humanos, bem como na Angola e Paquistão. Atualmente é professor de Jornalismo na PUC-SP, coordenador da ONG Repórter Brasil e representante na Comissão Nacional para a Erradicação do Trabalho Escravo.

Sakamoto direciona seu blog a assuntos atuais e que, muitas vezes, ganham destaque tanto nas mídias convencionais como na internet. Os temas tratados são voltados para uma análise crítica e que levam os leitores a refletirem sobre o assunto abordado. As publicações trazem abordagens que dizem respeito aos direitos humanos, política, cotidiano, violência, sociedade, entre outros. Acredita-se que os assuntos geram discussão devido à grande quantidade de leitores com diferentes pontos de vista, manifestando-se através de comentários no próprio *blog* do jornalista.

Para comentar no *blog* é preciso ter um *login* no portal UOL, cadastrar-se de forma gratuita ou conectar através de contas do *Facebook* ou *Twitter*. Apesar do acesso às postagens exigir apenas a entrada no *blog*, o procedimento para postar comentários não é uma forma de acesso tão simplificada, o que demonstra real interesse dos leitores quando se manifestam.

Quanto às características de layout, o *blog* possui um formato simples e funcional, permitindo ao leitor encontrar de maneira rápida e fácil o acesso a outras postagens, aos comentários de cada publicação e espaços para deixar opinião. Isso mostra que a preocupação do blog está, principalmente, em seu conteúdo, que é formado por textos bem trabalhados e com uma linguagem rica. Além disso, é hospedado por um grande portal da internet brasileira, o Universo Online (UOL), o que faz com que a página de Sakamoto siga um padrão do *website*.

Figura 6 – Visão geral do Blog do Sakamoto

The screenshot shows the top of the 'BLOG DO SAKAMOTO' website. The header features the blog's name in large blue letters and the 'UOL BLOGOSFERA' logo. Below the header is a navigation bar with links for '<Anterior', 'Voltar à página inicial', and 'Próximo >'. The main article title is 'Organizadora do "Eu não mereço ser estuprada" recebe ameaças de estupro' with a comment count of 370. The author is Leonardo Sakamoto, dated 29/03/2014 at 10:23. Social sharing buttons for Email, G+1, Tweakar (455), and Recomendar (38 mil) are visible. The article text discusses a campaign by Nana Queiroz (28) against sexual harassment, citing a study from the Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. A Facebook profile snippet for Leonardo Sakamoto is shown on the right, indicating 163,637 likes. At the bottom right, there is a Twitter follow button for '@BLOGDOSAKAMOTO'.

Fonte: <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2014/03/29/organizadora-do-eu-nao-mereco-ser-estuprada-recebe-ameacas-de-estupro/>

A mensagem transmitida em forma de texto é predominante no *blog*. Ilustrações e demais imagens não são muito comuns. Além da foto de Leonardo Sakamoto em sua descrição pessoal, é comum que as postagens tenham apenas uma foto ou mesmo nenhuma. As publicações que dão mais ênfase à imagem ao texto são raras, mais uma vez contribuindo para que o foco seja o conteúdo escrito e os temas abordados.

Usando a matriz para tipificação de blogs desenvolvida por Alex Primo (2008), pode-se classificar o *Blog do Sakamoto* como sendo do tipo profissional reflexivo. Trata-se de um *blog* individual e marcado pelas críticas e pontos de vista de um autor especializado nos assuntos que geralmente aborda, expondo uma visão de jornalista e de profissional que atua na defesa dos direitos humanos.

5.1.3 Perfil dos leitores

A quantidade de leitores que se manifestam no *Blog do Sakamoto* é grande. No período de seis meses determinado para a realização do trabalho, o total de comentários chegou a 9822, conforme mencionado anteriormente. Muitos acabam se mostrando com pontos de vista radicais, pois se expressam por meio de termos agressivos e irônicos. Os assuntos abordados pelo jornalista são polêmicos e o teor de muitos comentários enviados pelos leitores sugerem uma característica conservadora da sociedade, tendo em vista que, ao se depararem com publicações que criticam o machismo, por exemplo, muitos leitores se manifestam contra o que foi escrito, sendo estes do sexo masculino.

Muitos leitores que expõem um ponto de vista de forma mais ponderada, seja criticando de forma negativa ou positiva o autor do blog, apresentam-se com nomes possivelmente reais ou através de contas pessoas do *Facebook* ou *Twitter*. Já os comentários com críticas mais pesadas, argumentos que fogem ao conteúdo da publicação e atacam o posicionamento político do autor geralmente apresentam identificação por meio de apelidos ou simplesmente de forma anônima.

Figura 7 – Identificação dos leitores e o que comentaram no blog.



Fonte: <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2014/03/22/dicas-para-se-dar-bem-em-marchas-da-familia-com-deus/#comentarios>

Por estarem por trás de um anonimato, é possível que alguns leitores se sintam “protegidos” e acabem expondo um ponto de vista ofensivo, o que realmente pensam sobre a temática ou sobre o autor e que não manifestariam se fosse necessária uma identificação real. Essa constatação é um fator que pode ser percebido não só em comentários de blogs, mas nas redes sociais como um todo. Normalmente, perfis falsos são criados para que as pessoas manifestem pontos de vista tidos como ofensivos e julgados de forma negativa por outros.

Em relação ao gênero dos leitores, percebeu-se a participação de homens e mulheres em publicações diversas. Quando o assunto abordado pelo autor é referente ao machismo, por exemplo, é comum que mulheres defendam o posicionamento de Sakamoto e homens tentem justificar tal comportamento machista ou classificar a abordagem do autor como “exagerada”.

Outra característica que marca o perfil dos leitores é a busca pela informação. Alguns usuários acabam encontrando no blog uma forma de ampliar conhecimentos sobre os temas abordados, como foi constatado por meio de opiniões emitidas sobre a página de Sakamoto e avaliadas no tópico sobre a pesquisa quantitativa. Mesmo que alguns leitores busquem outras fontes de informação para avaliarem determinado assunto encontrado no *blog*, acabam tendo a página de Sakamoto como fonte primária de informação.

Essa característica dos leitores pode ser associada aos estudos de Miller (1966) sobre informação. Segundo o autor, quanto mais complexa uma escolha, mais informação é preciso ter para se tomar uma decisão. No caso dos usuários do *blog*, quanto mais complexos os debates que surgem na sociedade, mais há a necessidade de se buscar por informações para se formar uma ideia sobre o que é retratado. Algumas dessas informações são encontradas nos artigos de Sakamoto.

5.1.4 Análise das postagens

Outro elemento muito importante para o estudo da formação da opinião no blog está no material textual publicado na página de Leonardo Sakamoto, pois é através dele que a mensagem do autor ganha repercussão na web. O blog é antigo e conta com uma quantidade muito grande de textos. Para facilitar o estudo de tal material textual foi determinado um período como forma de delimitar a quantidade de postagens analisadas.

A análise compreende o período de outubro de 2013 a março de 2014, correspondendo a seis meses recentes à elaboração deste trabalho. Ao todo, foram 182 dias, sendo que apenas 29 destes não contaram com nenhuma publicação. O total de textos produzidos neste intervalo de tempo foi de 171, levando em consideração que em alguns dias o autor publicava mais de um artigo.

Os textos publicados pelo autor não são apenas opiniões emitidas por ele, mas matérias informativas a respeito de determinado assunto. Quando o autor comenta sobre trabalho escravo, por exemplo, também expõe dados e notícias sobre o tema, contextualizando o leitor e fazendo suas críticas. Dessa forma, o blog pode ser considerado uma fonte de informações sobre os temas mencionados anteriormente. O conteúdo dos artigos publicados por Sakamoto, conforme apontou a pesquisa realizada com os leitores da página, auxiliou alguns leitores a ampliar a visão sobre os assuntos abordados.

O assunto com frequência majoritária, conforme exposto no Gráfico 1, é referente a Direitos Humanos. Tal dado é coerente, tendo em vista que a formação, linha de pesquisa e atuação do autor do blog estão relacionadas ao que ele escreve.

As publicações mais comentadas têm um traço em comum, além da grande quantidade de opiniões manifestadas. A maioria delas conta com pouquíssimo ou nenhum recurso visual, como fotos, vídeos ou ilustrações. Isso demonstra que as publicações chamam a atenção e despertam o interesse dos leitores em se manifestarem, pelo conteúdo e opinião do autor em cada artigo publicado e não pelas imagens e vídeos que, por ventura, Sakamoto utiliza em alguns textos.

Dentre as dez postagens mais comentadas, apenas três contam com recursos visuais, sendo estes um *print screen*, uma foto tirada pelo autor do *blog* e um vídeo. No texto em que consta o vídeo, o autor discute a respeito do Marco Civil na internet, mostrando-se a favor de tal regulação por parte do Estado. O conteúdo do vídeo é uma crítica à forma com que as empresas que oferecem serviços de internet agiriam caso o Marco Civil não fosse aprovado. Houve muitos comentários elogiando a explicação de Sakamoto sobre o tema e, segundo os vinte comentários mais recentes da postagem, a repercussão foi favorável ao que o autor escreveu.

Em um outro texto que trata do mesmo tema, Marco Civil, o autor publicou mais uma vez sobre o que é e como seriam os serviços de internet caso a lei em questão não fosse aprovada. A postagem não contou com nenhuma mensagem não-textual. A reação dos leitores, desta vez, foi, segundo os vinte últimos comentários, desfavorável ao que o autor expôs.

Nesse caso, é possível inferir que o conteúdo visual contribuiu, de certa forma, para que a opinião das pessoas se formasse e estas se manifestassem de determinada forma no *blog*. Quando se tem um vídeo, antecedido por um texto explicativo, pode ser mais fácil a assimilação da mensagem. Quando se tem apenas o conteúdo textual referente a algum assunto, o nível de atenção e interpretação do leitor se faz mais exigente.

O tema que mais chamou atenção dos internautas no período delimitado foi de direitos humanos. Isso pode ser constatado com o grande número de comentários enviados ao artigo intitulado “Organizadora do ‘Eu não mereço ser estuprada’ recebe ameaças de estupro”, que conta com 370 comentários. Outra categoria de análise que recebeu muitos comentários foi a de mídia. O texto “Marco Civil: se disserem que a lei é para censurar e espionar, não acredite”, por exemplo, apresenta 164 opiniões de leitores publicadas.

Quando os temas perpassam os direitos humanos, o autor se posiciona de forma a criticar comportamentos que caracterizam injustiças sociais e preconceitos. Na publicação mencionada no parágrafo anterior e referente a esse tema, por exemplo, o machismo e todos aqueles que reafirmam essa forma de comportamento são muito criticados.

Em relação ao assunto do Marco Civil, retratado algumas vezes durante o período de estudo desta pesquisa, o autor se mostrou favorável à medida e expôs o porquê, mostrando que acredita ser necessária uma regulamentação nos serviços de internet e leis que protejam os usuários.

Todas essas informações divulgadas, aliadas ao posicionamento do autor, remetem ao que André Lemos (2009) chama de “segunda lei da cibercultura”, a qual se caracteriza pela publicação de informações no ciberespaço sem passar pela edição de mídias convencionais, como televisão e rádio por exemplo. O autor do *blog* expõe o que acredita de forma aparentemente independente, já que são textos que caracterizam sua opinião.

5.1.5 Análise dos comentários

Para se fazer o estudo de formação da opinião do Blog do Sakamoto é preciso levar em consideração os comentários deixados pelos leitores. As opiniões dos leitores podem ser direcionadas à postagem em questão ou a outros comentários feitos. Para análise deste trabalho,

foram levadas em consideração apenas as opiniões dos leitores referentes ao texto publicado pelo autor do *blog*.

Por se tratar de uma quantidade muito grande de opiniões enviadas pelos leitores, apenas dez comentários são exibidos por vez em cada postagem. Para visualizar os comentários mais antigos, o usuário deve selecionar as demais páginas de comentários disponível no blog.

A amostra de dez publicações mais comentadas apresentou uma média de cinco postagens com opiniões desfavoráveis (maior quantidade de comentários contra o posicionamento do autor), três com opiniões favoráveis (maior quantidade de comentários a favor do posicionamento do autor) e duas com repercussão equilibrada (dez comentários favoráveis e dez comentários desfavoráveis). Isso mostra que há um debate bem diversificado de opiniões acerca de cada artigo postado no blog, dividindo a opinião dos leitores.

É de se esperar que pessoas que seguem um *blog* o fazem por terem um posicionamento semelhante ao do autor da página. No entanto, em relação ao *Blog do Sakamoto*, isso não é regra. Existem leitores que discordam totalmente ou parcialmente do jornalista e, mesmo assim, seguem a página, já que comentam de forma regular em cada publicação. Isso faz com que o ambiente virtual de debate não fique limitado.

Percebeu-se que em algumas publicações havia comentários que não estavam direcionados ao conteúdo do texto publicado, mas ao autor do blog e sua visão política. Normalmente, são comentários negativos, que utilizam termos depreciativos para atingir o autor de alguma forma e são assinados por usuários tidos como “reacionários”. Isso acontece, possivelmente, por não decodificarem às informações presentes no texto publicado, sem extrair os significados de cada expressão e contexto do assunto, ou por considerarem as próprias convicções como verdadeiras frente a uma visão contrária, havendo a necessidade de enfatizar o próprio posicionamento depreciando quem não possui as mesmas convicções.

Figura 8 – Leitor expõe suposta crítica ao Partido dos Trabalhadores (PT) em uma publicação que aborda o Marco Civil, assunto voltado à internet



Fonte: <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2013/11/12/marco-civil-estao-querendo-criar-gente-diferenciada-na-internet/>

As opiniões enviadas e colocadas de forma a discutir realmente o que trata a postagem, sendo contrárias ou não a ela, são as que verdadeiramente possibilitam debater o assunto de forma racional. A controvérsia é fator primordial para o debate e é muito presente no *Blog do Sakamoto*. Devido a isso, pode-se inferir que o *blog* em questão é um espaço favorável para a formação da opinião, pois “a opinião pública forma-se no calor das discussões dos componentes do público e corresponde a uma situação em que se apresentam diferentes e contrárias atitudes sociais acerca de uma questão que interessa [...] à comunidade” (ANDRADE, 2003, p. 2).

Um ponto interessante a ser observado quanto à discussão provocada em uma das postagens é referente ao machismo. Quando Sakamoto expôs seu posicionamento no texto intitulado “Organizadora do ‘Eu não mereço ser estuprada’ recebe ameaças de estupro”, divulgado em março deste ano, vários usuários trouxeram os próprios pontos de vista quanto à temática.

Formou-se uma discussão em que, basicamente, dois posicionamentos se confrontaram, as opiniões femininas e as masculinas. Muitos usuários identificados como sendo do sexo masculino trataram o tema com uma visão mais conservadora, de teor machista. Já as usuárias identificadas como sendo do sexo feminino contestaram tais posicionamentos e expuseram dados e informações para defenderem o que acreditam.

Os comentários enviados à publicação em questão mostram, mais uma vez, o ambiente de controvérsia e debate trazido por Andrade (2003) para a formação da opinião pública. No entanto, não é possível perceber a questão do consenso, trazida pelo autor, no processo de formação da opinião, pois os internautas não parecem responder o que é contra argumentado. O próprio ambiente virtual pode contribuir para isso, tendo em vista que, quando um usuário se

vê sem argumentos diante de algum outro que o questiona, simplesmente deixa de acompanhar aquele debate e não se manifesta mais.

Figura 9 – Comentários de leitores debatendo sobre machismo



Fonte: <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2014/03/29/organizadora-do-eu-nao-mereco-ser-estuprada-recebe-ameacas-de-estupro/#comentarios>

O que se percebe na situação apresentada são os fatores psicológico e sociológico influenciando a formação da opinião em cada comentário. Como defendido por Augras (1970), tal fator traz consigo o conjunto de crenças e valores de uma sociedade, contribuindo para que cada indivíduo se manifeste conforme as crenças e comportamentos vigentes na sociedade em que está inserido. No caso da sociedade brasileira, ainda se percebe fortes manifestações de machismo, o que é comprovado pelas opiniões enviadas por alguns usuários ao *blog*.

5.2 ANÁLISE DA PESQUISA QUANTITATIVA

Para avaliar a repercussão dos textos publicados no Blog do Sakamoto, a realização de uma pesquisa quantitativa com os leitores da página se fez necessária. A pesquisa ajudou a compreender não só a influência do blog na opinião dos usuários, mas também a traçar um perfil dos leitores que leem e/ou comentam os textos de Leonardo Sakamoto.

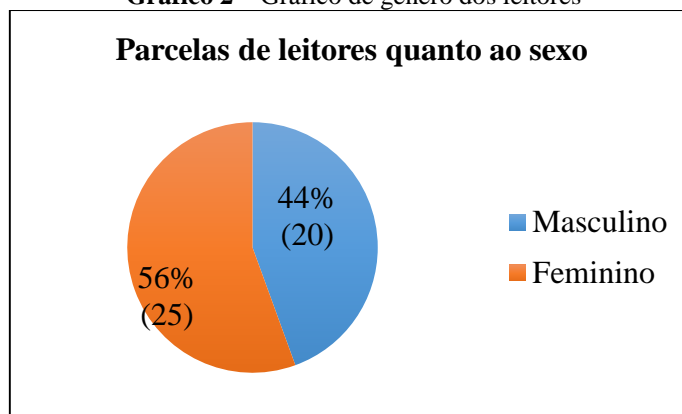
Foram enviados em torno de 300 questionários através do perfil do Facebook dos usuários que acompanham o blog ou já tiveram algum contato com ele. Tais usuários foram selecionados de forma aleatória, conforme deixavam comentários nas publicações de Sakamoto. O retorno de respostas foi de 45 formulários respondidos. Nos gráficos que se seguem, tem-se a porcentagem dos dados baseada nesse total de respostas e a quantidade de respostas de cada opção do formulário.

5.2.1 Perfil geral dos leitores

A maior parte das respostas obtidas veio de leitores do sexo feminino, representando 56% do total de respostas enviadas. Usuários do sexo masculino correspondem a 44% do total de respostas, o que representa a porcentagem das 20 respostas enviadas pelos homens.

Esses dados mostram considerável participação de ambos os sexos no *blog*, apesar de a maior parte ser de mulheres. São temas que geram discussão na sociedade como um todo, não havendo um direcionamento específico para homens ou mulheres.

Gráfico 2 – Gráfico de gênero dos leitores

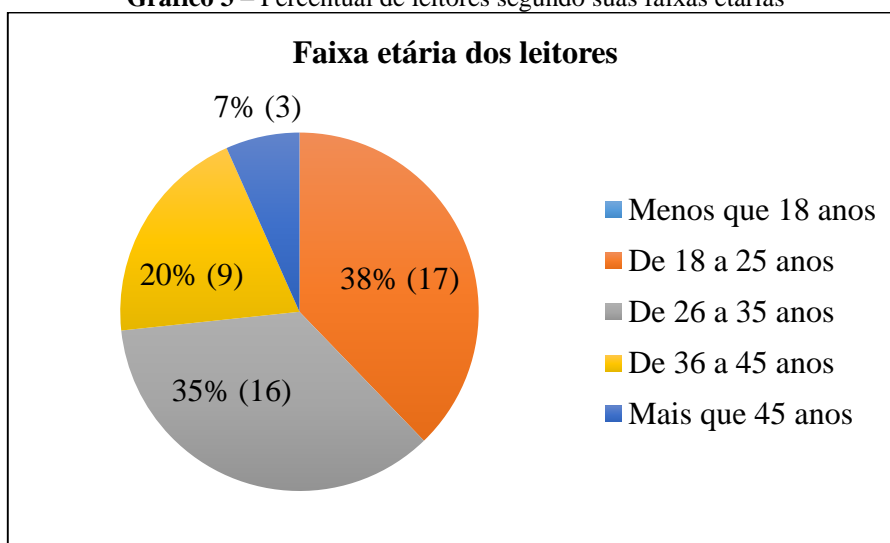


Em relação à faixa etária dos leitores, tem-se uma concentração maior de pessoas cujas idades variam de 18 a 25 anos (38%) e uma parcela considerável de indivíduos de 26 a 35 anos (35%). Por ser um blog com temas complexos e apresentar uma linguagem mais elaborada, é coerente que não se tenha respostas de indivíduos com faixa etária inferior a 18 anos.

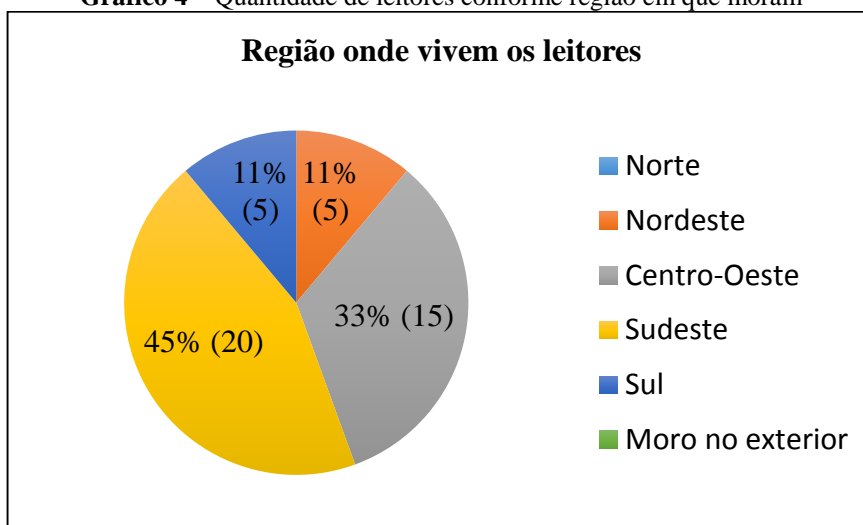
Outro fator que contribui para o resultado de maior porcentagem ser entre jovens/adultos pode ser o fato de que tais pessoas foram abordadas por meio do *Facebook* para responder o formulário enviado. Por ser uma rede social muito difundida entre esse público, pode ser considerado um fator para tal faixa etária ser majoritária. Além disso, é um público que pode ter maior disponibilidade para responder à pesquisa.

Usuários de 26 a 35 anos somaram 16 respostas enviadas, equivalendo a 35% do total. O percentual de pessoas com idades de 36 a 45 anos foi de 20%, correspondendo às 9 respostas enviadas. Por fim, tem-se um público com idade superior a 45 anos (três respostas) e que remete a 7% do total de respostas enviadas.

Gráfico 3 – Percentual de leitores segundo suas faixas etárias



A maioria das respostas enviadas são de pessoas que vivem na região sudeste do Brasil. É um dado já esperado, tendo em vista que o autor do *blog* atua, na maior parte do tempo, em São Paulo, sendo mais conhecido na região em que tal estado se localiza. O número de pessoas de tal região chegou a 20, o que corresponde a 45% do total de respostas. Em seguida, tem-se a região Centro-Oeste com 15 leitores, o que corresponde a 33% do total. As regiões Nordeste e Sul apresentaram a mesma quantidade de leitores, correspondendo a 11% cada, porcentagem referente a 5 respostas obtidas de cada uma das duas regiões. Nenhum leitor que mora na região Norte ou no exterior respondeu à pesquisa, não constando registros de percentual no gráfico.

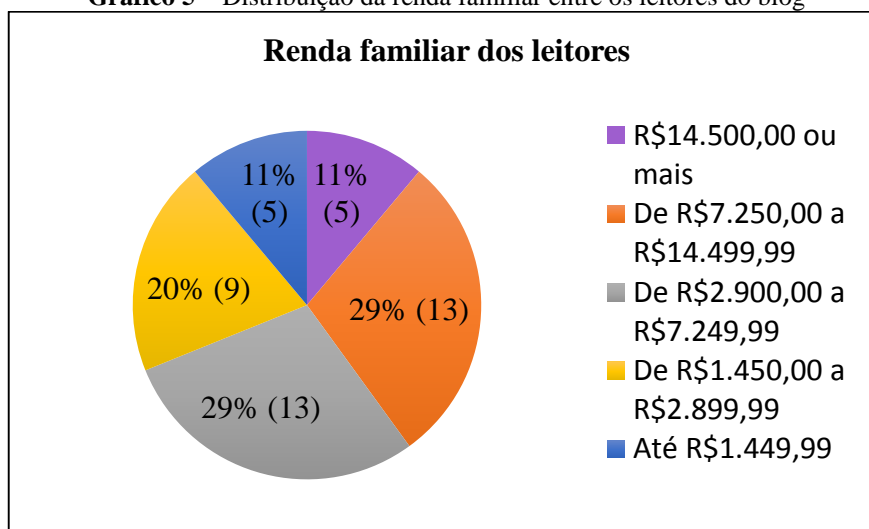
Gráfico 4 – Quantidade de leitores conforme região em que moram

Outro fator importante constatado na pesquisa foi a renda familiar dos entrevistados. Primeiramente, para dividir os intervalos da renda, foram consultados valores do IBGE em relação às classes econômicas de 2014¹⁰, valendo-se do salário mínimo no valor de RS725,00. As opções que os entrevistados tinham para marcar correspondiam às classes A, B, C, D e E, sendo o intervalo de maior valor para a classe A e o de menor valor para a classe E.

Como resultado, tem-se maior índice de pessoas de famílias das classes B e C que acompanham o blog, com 26 respostas, correspondendo a 58% do total. Isso caracteriza pessoas de famílias de classe média e classe média-alta, o que é um dado interessante, pois são uma parcela da população que o autor critica em algumas publicações. A parcela de leitores pertencentes a famílias de classe alta corresponde a 11% do total, mesma proporção de pessoas de famílias pertencentes à classe E. A classe D conta com uma parcela de 20% dos leitores que responderam à pesquisa.

De uma maneira geral, considerado que as classes econômicas A, B e C possuem condições de terem acesso à boa educação e informação com mais facilidade, o dado da pesquisa condiz com o conteúdo do *blog*. Por ser uma página virtual, a parcela da população menos favorecida economicamente pode encontrar dificuldades para acessá-la de forma regular.

¹⁰ Fonte: <http://blog.thiagorodrigo.com.br/index.php/faixas-salarias-classe-social-abep-ibge?blog=5>

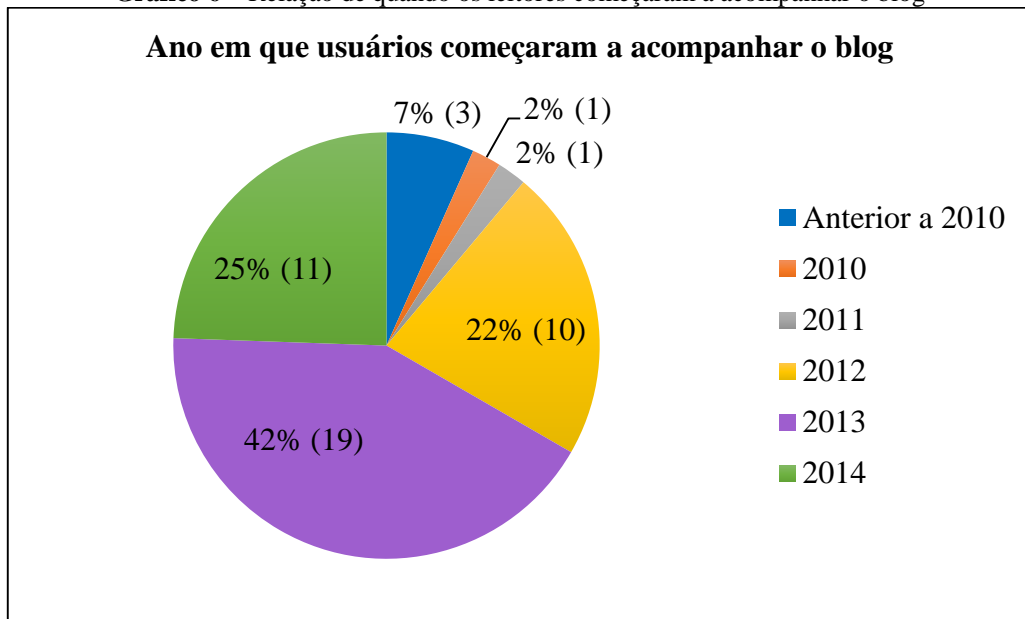
Gráfico 5 – Distribuição da renda familiar entre os leitores do blog

5.2.2 Relação dos leitores com o conteúdo do *blog*

Para avaliar o contato dos leitores com o Blog do Sakamoto, algumas perguntas foram feitas em relação ao tempo que o leitor conhece e/ou interage com o blog. A grande maioria das pessoas entrevistadas alegou ter começado a acompanhar a página de Sakamoto a partir do ano de 2013, correspondendo a um total de 19 respostas, o que gera uma porcentagem de 42%.

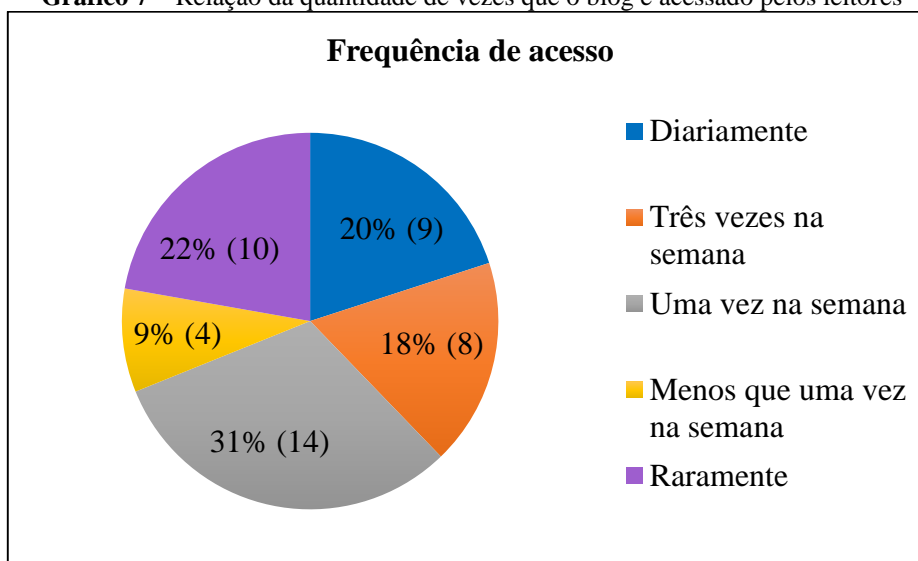
Analisando algumas publicações e repercussões do blog ao longo dos anos, percebeu-se que o ano de 2013 foi o período em que o autor começou a abordar questões de forma mais irônica e crítica, o que pode ter chamado a atenção de leitores pelo conteúdo postado. Isso mostra a grande quantidade de leitores que começou a acompanhar o trabalho de Sakamoto nesse ano.

Do total de respostas, 11 foram referentes a pessoas que começaram a acompanhar o blog em 2014, o que configura 25% dos entrevistados. Seguindo os dados, 22% dos leitores acompanham o *Blog de Sakamoto* a partir de 2012 e 7% em anos anteriores a 2010. Apenas um(a) leitor(a) afirmou ter começado a acompanhar o blog em 2011 e tem-se o mesmo dado para o ano de 2010, o que corresponde a 2% para cada ano.

Gráfico 6 – Relação de quando os leitores começaram a acompanhar o blog

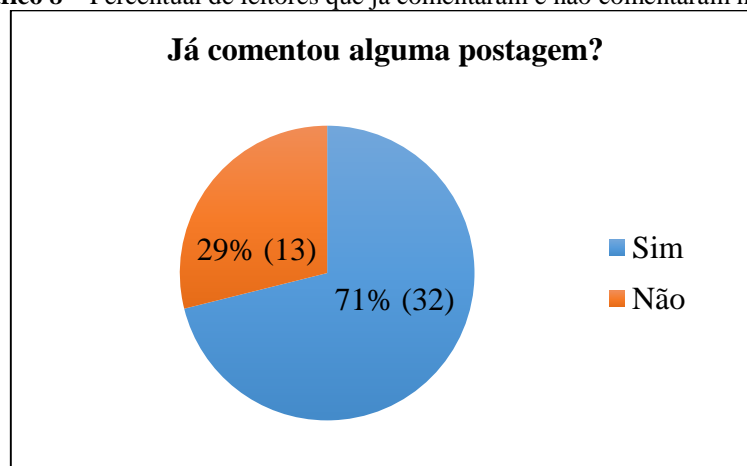
A frequência de acesso ao blog se caracterizou como semanal para a maior parte dos leitores. 14 deles responderam acessar o blog uma vez na semana, o que representa 31% do total de respostas. Uma parcela significativa de 10 respostas marca o acesso ao conteúdo postado como sendo raro, configurando 22% do total. 20% dos entrevistados acessam o blog diariamente, 18% três vezes na semana e 9% menos que uma vez na semana. Como é possível constatar, 69% dos leitores entrevistados acessam o blog pelo menos uma vez durante a semana, o que configura uma frequência de leitura regular, acompanhando de forma recorrente o conteúdo difundido por Sakamoto.

O que se pode constatar com esses dados é o interesse de tais leitores pelo que é apresentado pelo jornalista. Se o conteúdo publicado por ele e a argumentação não fossem interessantes ou relevantes, provavelmente as pessoas não acessariam a página com essa frequência.

Gráfico 7 – Relação da quantidade de vezes que o blog é acessado pelos leitores

A maior parte dos leitores já enviou algum comentário à alguma publicação de Leonardo Sakamoto. Os dados mostram que 32 pessoas que responderam às questões enviadas já opinaram no blog, o que corresponde a 71% do total de respostas. Já a parcela de leitores que nunca enviaram algum comentário é de 29%.

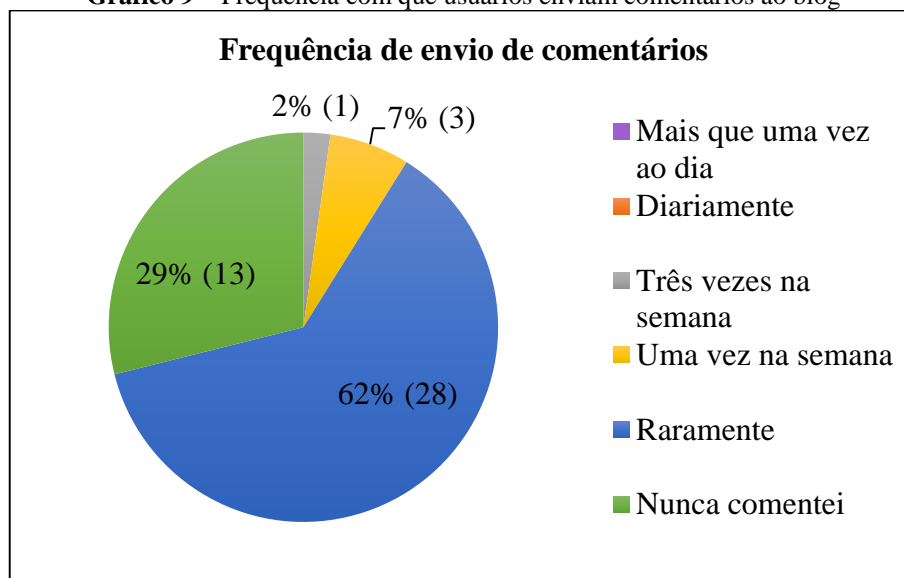
O conteúdo do blog é propício ao debate, por se tratar de temas muito discutidos e, às vezes, polêmicos. Provavelmente a união de alguns fatores, como o conteúdo, a forma como autor o aborda e seu posicionamento quanto a esse conteúdo, contribuam para que os usuários se manifestem. É possível que se deparar com temas contrários ao que se acredita contribui para que os indivíduos tentem defender os próprios pontos de vista, gerando o debate. Quando a opinião está de acordo ao que é visto, a tendência é comentar elogiando e demonstrando apoio ao autor.

Gráfico 8 – Percentual de leitores que já comentaram e não comentaram no blog

No gráfico 9, tem-se a frequência com que os usuários comentam no Blog do Sakamoto. Muitos afirmaram comentar raramente nas postagens do blog, correspondendo a uma parcela de 62% de leitores que responderam à pesquisa. 29% nunca comentou, o que é um dado coerente com as respostas anteriores, em que 29% nunca enviou um comentário ao blog. 7% dos leitores afirmaram comentar uma vez na semana e 2% três vezes na semana. Nenhum leitor respondeu que envia sua opinião diariamente ou mais que uma vez ao dia para qualquer publicação de Sakamoto.

Os dados revelam que os usuários têm interesse em acompanhar os textos do autor, mas não se dispõem a enviar um feedback com frequência, sustentando uma opinião que, por ventura, possa ser contestada por outro leitor. O que se percebe também é que muitos leitores se sentiram motivados a enviar as próprias opiniões pelo menos uma única vez ou de forma rara.

Gráfico 9 – Frequência com que usuários enviam comentários ao blog

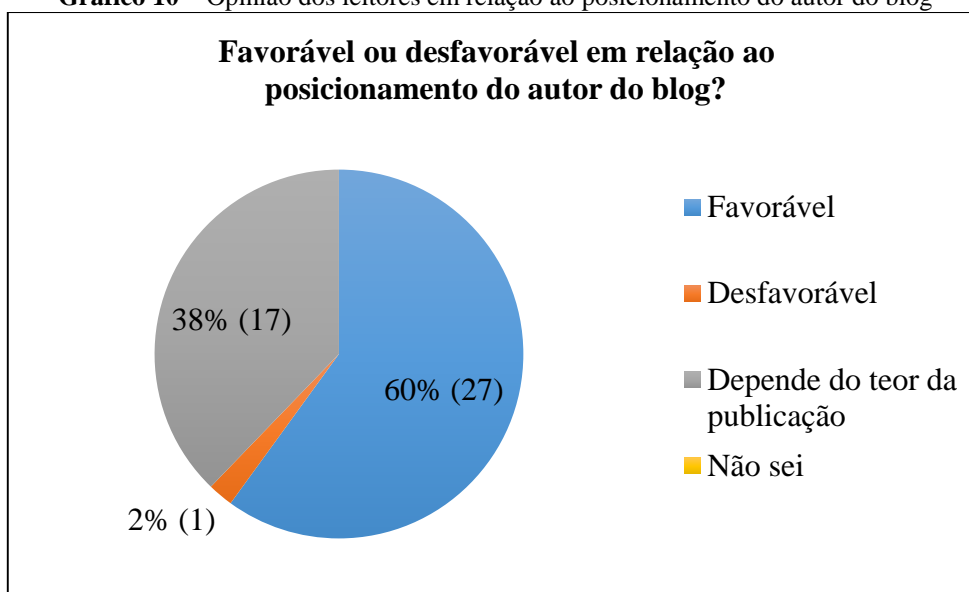


Em relação ao posicionamento do autor do *blog*, a maioria dos leitores se considera favorável ao posicionamento dele, correspondendo a uma parcela de 60% das respostas. Outra parte dos leitores demonstrou um posicionamento mais ponderado, sendo favorável ou não ao que Sakamoto publica, dependendo do conteúdo abordado. Tal parte corresponde a 38% dos leitores. Apenas um dos entrevistados se posicionou de forma desfavorável ao que o autor publica em seu blog, marcando 2% do total de respostas.

Como muitos leitores acompanham o que é postado no blog através do *Facebook*, “curtindo” a página do jornalista, é natural que a maior parcela de leitores seja favorável ao que

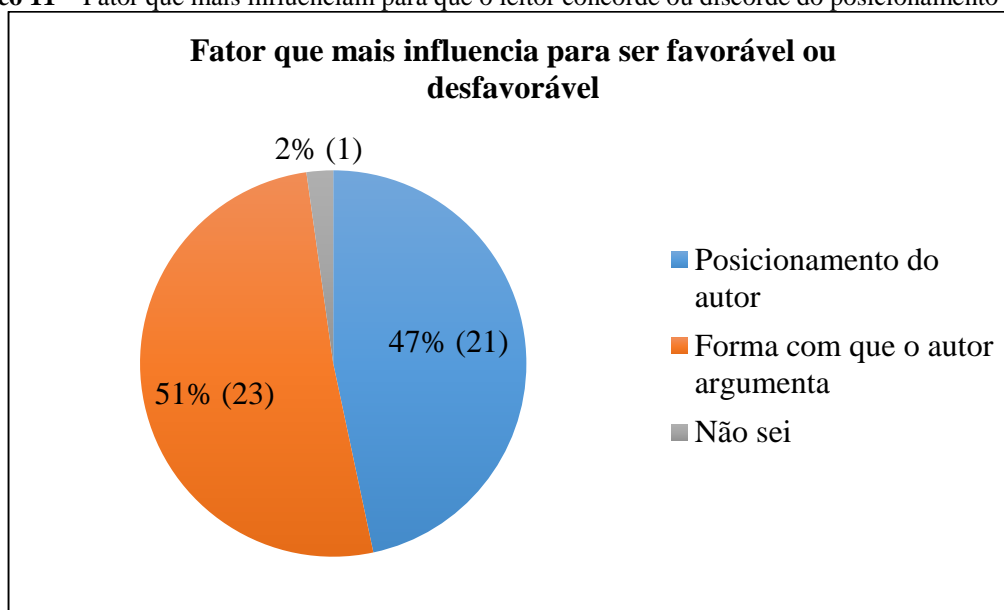
ele publica. No entanto, a pesquisa mostrou um dado interessante, pois há leitores que também acompanham as postagens pelo *Facebook*, mas discordam de Sakamoto, dependendo do assunto tratado, ou não concordam de forma alguma com o posicionamento do autor. Isso indica que, mesmo questionando ou não sendo a favor do que é publicado, existem leitores que seguem o *blog*, provavelmente, para terem conhecimento do assunto e contestarem o que é colocado na página.

Gráfico 10 – Opinião dos leitores em relação ao posicionamento do autor do blog



Dados que se relacionam com o gráfico anterior são os que dizem respeito ao fator que mais influencia os leitores pra que sejam favoráveis ou não ao que o autor expõe. De acordo com a pesquisa realizada, 51% dos leitores entrevistados levam em consideração a forma com que o autor argumenta como fator mais importante para definir o posicionamento frente ao conteúdo do blog. Sakamoto apresenta uma linguagem irônica e divertida em muitas postagens, argumentando de forma crítica e, às vezes, debochada. Essa característica pode chamar a atenção dos leitores que se divertem com as ironias do autor ou não gostam da forma com que ele trata as situações abordadas no blog.

O posicionamento do autor é fator para que 47% dos entrevistados concordem ou não com o que é publicado. Muitos leitores, segundo análise de alguns comentários e dados da pesquisa, concordam com Sakamoto quanto este publica algo a respeito de direitos humanos, mas discordam quando se fala em religião. O posicionamento do autor aqui, que critica o fundamentalismo religioso, é o fator mais preponderante para essas pessoas, por exemplo.

Gráfico 11 – Fator que mais influencia para que o leitor concorde ou discorde do posicionamento do autor

Alguns elementos contribuem para que cada leitor se posicione de determinada forma quanto ao que é postado por Sakamoto. Tais elementos foram colocados na pesquisa de forma que o entrevistado pudesse escolher aqueles que mais influenciam sua opinião ao ler algum artigo do *Blog do Sakamoto*. Por exemplo, é possível que a crença religiosa do leitor exerça alguma influência em sua opinião sobre o que é postado no *blog*.

O fator que mais contribui para que o leitor defina o próprio posicionamento é a visão política, sendo marcado 38 vezes pelos 45 entrevistados. A personalidade foi o segundo maior fator que influencia na opinião dos usuários, sendo marcada 23 vezes. A formação escolar ou acadêmica tem contribuição para 22 leitores, que a marcaram como fator de influência. O gênero de cada leitor foi fator de influência para 14 leitores e a religião para 13 deles. Já a classe econômica influencia 8 leitores que responderam à pesquisa. Por fim, a região em que vivem e a etnia são fatores de influência para 6 leitores do *blog* em cada fator.

Muitos embates que acontecem nos comentários do *blog* são entre pessoas com um posicionamento político tido como de “direita” e os que são considerados de “esquerda”. Esse fator tem sido preponderante para definir a opinião de muitos leitores, pois mesmo concordando com temas como direitos humanos e sociedade, alguns usuários criticam a visão política “esquerdista” de Sakamoto.

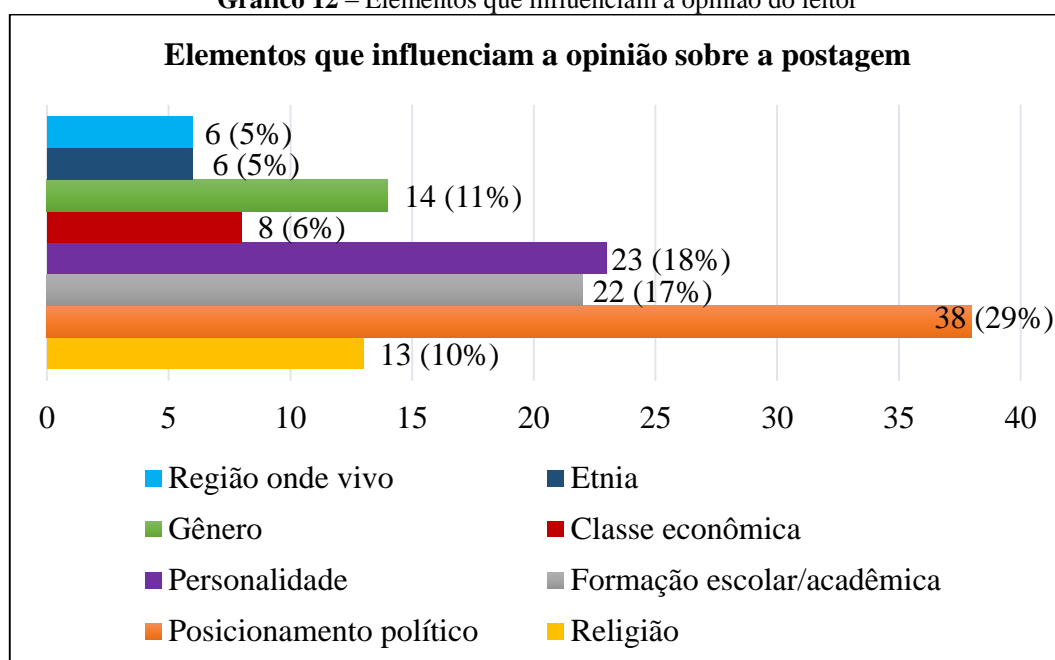
O gênero é um fator muito percebido no teor dos comentários enviados e demonstra que ser homem ou mulher é uma influência para que leitores se posicionem no *blog*. Publicações que tratam de machismo, por exemplo, tendem a ganhar repercussão positiva com pessoas que

se identificam como sendo do sexo feminino, pois o autor defende a causa feminista e combate o preconceito de gênero. No entanto, percebeu-se muitos usuários identificando-se como sendo do sexo masculino contestando essas mesmas publicações e expondo uma opinião que favorece o próprio gênero.

A formação escolar ou acadêmica dos leitores exerce relevante influência em relação ao que é postado (22% dos leitores). Isso demonstra que determinado grau de instrução é elemento importante para que se acompanhe uma página virtual com um conteúdo como o presente no *Blog do Sakamoto*.

A educação é um fator que se relaciona com sistemas simbólicos. No processo de aprendizagem, o indivíduo decodifica mensagens, interpreta símbolos e aumenta sua bagagem de conhecimento. Augras (1970) apresenta o sistema simbólico que está ligado ao desenvolvimento científico e, portanto à educação, como parte das representações coletivas, fator que interfere na formação da opinião.

Gráfico 12 – Elementos que influenciam a opinião do leitor



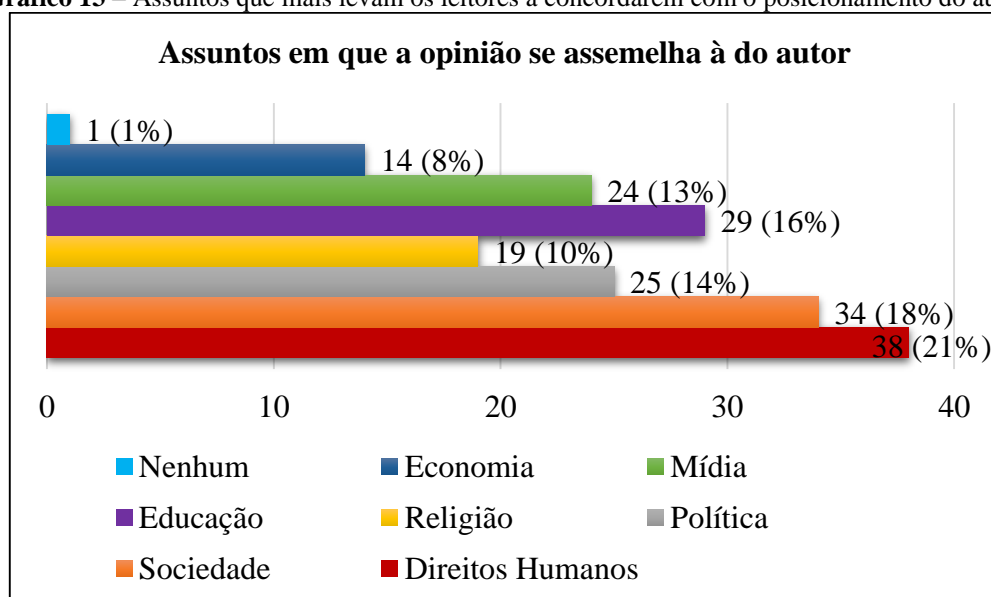
Quanto ao conteúdo das publicações, o que mais induz os leitores a concordarem com Sakamoto são as postagens referentes a direitos humanos. 38 leitores afirmaram concordar com o conteúdo dos textos que trazem esse tema à tona. O segundo assunto com repercussão mais positiva é referente à sociedade, com 34 respostas como sendo um tema em que as pessoas geralmente concordam com o posicionamento de Sakamoto. 29 leitores possuem uma opinião que se assemelha à do autor quando este escreve sobre educação e 25 concordam, geralmente,

com os textos referentes à política. Os assuntos sobre mídia, religião e economia tiveram a marcação de 24, 19 e 14 leitores respectivamente. Apenas um dos entrevistados tem opinião que não se assemelha à do autor em nenhum dos assuntos abordados.

Os temas religiosos comumente são marcados por críticas em muitas publicações de Leonardo Sakamoto e é considerado pela sociedade em geral como um assunto muito particular. Menos da metade dos entrevistados, que provavelmente possuem alguma crença religiosa, concordam quando o autor aborda essa temática.

Como o autor é defensor dos direitos humanos e este é um assunto com repercussão geralmente positiva entre as pessoas, o índice de pessoas que tem opinião que se assemelha à visão do autor é o mais elevado. É mais comum observar pessoas a favor dos direitos humanos à situação inversa.

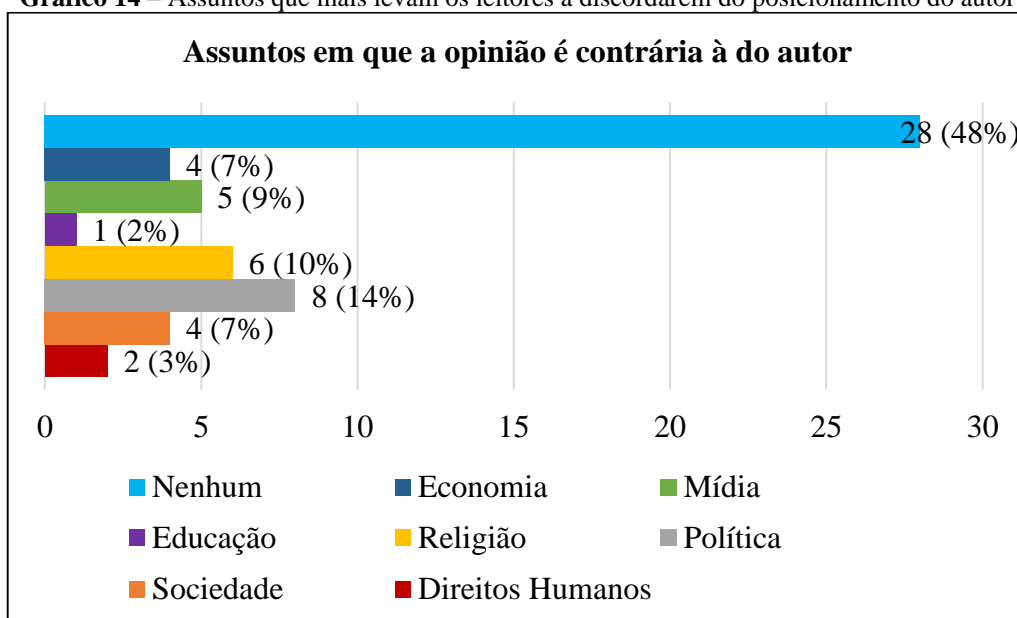
Gráfico 13 – Assuntos que mais levam os leitores a concordarem com o posicionamento do autor



Quando perguntados sobre os assuntos em que geralmente a opinião do leitor é contrária à do autor, a maioria respondeu não possuir uma visão contrária a Sakamoto, correspondendo a 48% das respostas. O assunto que gera mais controvérsia entre o que o jornalista publica e a visão dos leitores é referente à política, assunto que foi marcado por 8 leitores do *blog*. Isso comprova o embate político percebido nos comentários e já mencionado anteriormente. Em relação à religião, mídia, sociedade, economia, direitos humanos e educação, o número de respostas para cada categoria foi, respectivamente, de seis, cinco, quatro, quatro, duas e uma.

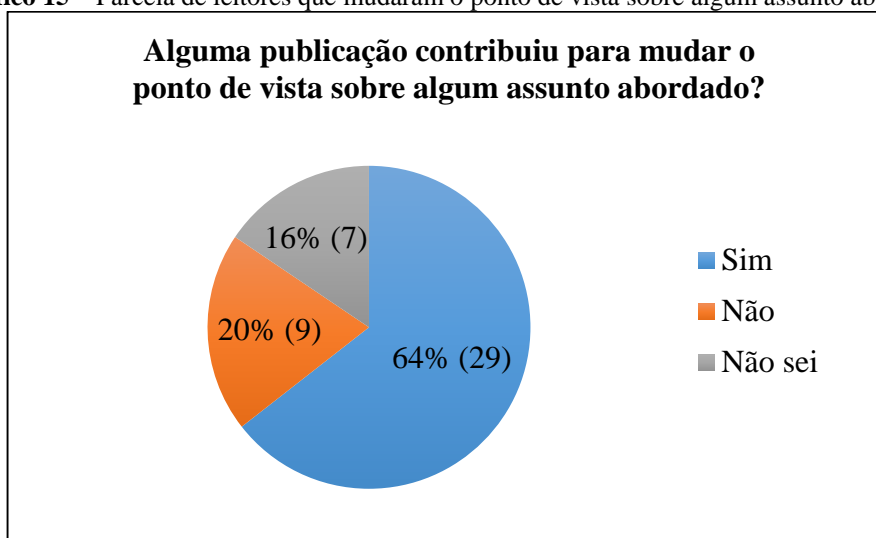
Percebe-se uma aceitação grande em relação ao que o autor publica em seu *blog* segundo as pessoas entrevistadas. Esse dado corrobora com os dados trazidos pelo gráfico 9, que mostra que de modo geral 60% dos entrevistados é favorável à opinião de Sakamoto.

Gráfico 14 – Assuntos que mais levam os leitores a discordarem do posicionamento do autor



Uma pergunta bastante relevante realizada na pesquisa é referente à influência das publicações sobre o ponto de vista dos leitores, que é tema central deste trabalho. Ao serem questionados, 64% dos leitores afirmaram que alguma publicação já contribuiu para que o próprio ponto de vista tenha mudado em algum momento. 20% dos entrevistados apontam que não mudaram o ponto de vista por meio das publicações do blog e 16% não souberam responder.

Esse dado é importante, pois mostra que o que é publicado na internet, bem como a forma com que alguns assuntos são tratados, podem influenciar a opinião dos leitores em muitos casos, como no caso do *Blog do Sakamoto*, que contribuiu para que a maior parte dos leitores repensassem sobre algum assunto abordado.

Gráfico 15 – Parcela de leitores que mudaram o ponto de vista sobre algum assunto abordado

5.2.3 Opinião dos leitores sobre o *blog*

A última pergunta feita na pesquisa aplicada aos leitores do Blog do Sakamoto foi a opinião deles a respeito do blog. Como a pergunta não era obrigatória, não se chegou ao total de 45 respostas, mas as 25 recebidas apontam colocações interessantes sobre a forma como o leitor vê o conteúdo do *blog* e a visão do autor.

Grande parte das opiniões são favoráveis ao blog e elogiando a postura do autor, como um sujeito, crítico, esclarecido e que tem coragem para debater assuntos polêmicos. *“Adoro o Sakamoto, o modo como ele se posiciona e enfrenta assuntos tidos como tabus e também a forma como ele bate de frente com a própria mídia. Ele não tem medo de falar a verdade e isso é muito raro hoje quando se trata de quem trabalha com a mídia”* – opinião expressada por um dos leitores entrevistados.

Apesar de alguns leitores elogiarem a grande variedade de temas tratados pelo autor do blog, colocam seu posicionamento como radical e algo negativo, prejudicando os textos publicados. *“Aborda a atualidade de forma bem ampla, passando por diversos assuntos, englobando diferentes categorias, entretanto com certo radicalismo e certa parcialidade”*. Esse tipo de comentário trazido por um dos leitores pode configurar um caso em que o posicionamento do leitor – se favorável ou não – depende do teor de cada publicação.

Um dos leitores, mesmo discordando com o posicionamento do autor, bem com a forma como ele argumenta, acompanha o blog e opinou: *“Panfletário e tolo”*. Mesmo tendo essa

visão, tal leitor entra em contato com as publicações de Sakamoto, seja pelo debate ou para criticar o posicionamento do autor.

Algumas respostas constatarem o que mostra o gráfico 14, a respeito da influência das postagens de Sakamoto. Alguns leitores afirmam que acessam o blog para coletarem informações e já se depararam com questões que foram esclarecidas pelo autor e fizeram com que ampliassem mais a visão sobre determinado tema. Isso pode ser percebido nas seguintes respostas enviadas: *“Foi através de suas matérias que pude entender com mais precisão a questão do trabalho escravo e as dificuldades em erradicá-lo”* e *“Acho o blog muito elucidativo em pontos que muitas vezes não combinam com minha opinião. Procuo outros artigos sobre o mesmo assunto, às vezes, para formar uma opinião”*.

Pode-se concluir que o *Blog do Sakamoto* é fonte de informação e debate de temas tidos como importantes pela sociedade e reúne não só leitores que compartilham do mesmo posicionamento, mas também aqueles que discordam do teor das publicações e querem defender o que acreditam, bem como aqueles que vão para se informar e formar a opinião. A forma como o autor argumenta e as informações trazidas ao longo de seus textos serviram para que alguns leitores ampliassem a visão sobre o que é retratado por e isso demonstra que os blogs, apesar de terem surgido com o propósito de serem diários pessoais, podem ser um importante veículo de comunicação e informação, formando opiniões entre vários leitores.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através das bibliografias pesquisadas para a realização deste trabalho, foi possível chegar a conceitos e reflexões importantes para a construção dos primeiros passos desta pesquisa. O tema envolve estudos recentes e que geram discussões variadas a respeito da relação do ser humano com as novas tecnologias, o que conferiu às leituras e análises dos autores um papel importante para dar embasamento concreto aos objetivos do trabalho. Por se tratar de um campo recente de análises e discussões, alguns conceitos e informações ainda se encontram restritos a um número limitado de autores, o que acabou dificultando discorrer com mais profundidade sobre alguns temas.

Apesar disso, parece crescer cada dia mais os interesses voltados à cibercultura, mostrando que é um enfoque importante e que está cada vez mais inserido em nossas vidas.

Essa relação do cotidiano de cada um com a cibercultura é facilmente apontada quando se analisa em quantas ocasiões diárias cada um de nós faz uso de algum tipo de tecnologia ou ferramenta para nos comunicarmos com outras pessoas. Para um grande número de indivíduos, essas ocasiões são constantes durante todos os dias.

Por se tratar de um meio complexo e que requer certo grau de conhecimento para manusear certas ferramentas, é possível questionar a exclusão presente no espaço virtual para aqueles que não possuem recursos para arcar com um computador, por exemplo. No entanto, as tecnologias desenvolvidas para garantir a sociabilidade dos usuários se mostram acessíveis a muitas pessoas e o crescimento de usuários que acessam a internet está crescendo rapidamente.

Fazendo um paralelo com alguns autores, chegou-se à conclusão de que é preciso ponderar as considerações referentes à interação mediada pelo computador. Não se pode colocar a inserção do virtual na vida social como uma desestruturação das relações humanas. É preciso considerar que o virtual não necessariamente enfraquece laços entre dois indivíduos, mas pode fortalecer relações e fazer com que usuários se encontrem com mais facilidade. Além disso, uma importante menção feita por Lévy (1996) é a de que o virtual não se opõe ao real. O virtual é uma extensão do real que, ao contrário deste, não possui dimensões físicas.

A escolha do objeto de estudo – *Blog do Sakamoto* – foi difícil, pois não são todos os *blogs* que reúnem os aspectos procurados para se fazer uma boa análise. Um dos critérios de escolha dá página foi a relevância do conteúdo e a participação dos usuários. Tal dificuldade foi esclarecida com a pesquisa da empresa *boom-box*, que constatou que o maior número de acessos no Brasil está em *blogs* de humor e não em *blogs* informações mais relevantes.

Definido o objeto, fez-se uma pesquisa por meio de Análise de Conteúdo e sobre a interação proporcionada pelo *Blog do Sakamoto* na segunda fase deste trabalho. As interações e discussões realizadas no *blog* foram satisfatórias para a formulação de um resultado para o problema aqui destacado, pois deram embasamento para se constatar que a influência exercida pelo *blog* é grande e contribuiu para que leitores mudassem percepções sobre temas abordados e/ou tivessem o conhecimento ampliado pelas informações trazidas no *blog*.

A pesquisa quantitativa feita com alguns usuários do *Facebook* que acompanham o *blog* compôs uma das últimas partes do trabalho e foi importante para constatar que a teoria estudada por meio da bibliografia pode ser aplicada à prática. Critérios estabelecidos por alguns autores, como Monique Augras (1970), para a formação da opinião foram observados de acordo com os dados tabulados e é interessante notar que, mesmo sendo um campo relativamente recente, a

interação em *blogs* como é vista hoje em dia reflete aspectos teóricos estudados antes mesmo do *boom* das redes sociais.

O trabalho proporcionou outros questionamentos a respeito dos estudos sobre ciberespaço e novas pesquisas podem ser feitas com um viés diferenciado para se chegar a novas conclusões, completando ainda mais o que se entende pelas interações *online*. Um exemplo é aplicar o estudo em questão a *blogs* que se enquadram em outras classificações elaboradas por Alex Primo (2008), como os *blogs* corporativos, para avaliar a receptividade dos usuários e se de fato a existência de um *blog* contribui para que tenham uma visão mais positiva ou não de determinada organização. Outro questionamento proporcionado por esta pesquisa e que pode ser melhor estudado é a relação entre os *blogs* e os meios de comunicação de massa e como estes estão se configurando após a inserção de muitas pessoas no espaço virtual, tornando-se formadoras de opinião.

As interações sociais no espaço virtual podem ser constatadas no cotidiano de muitas pessoas. A partir do momento em que se pega o telefone móvel para acessar uma mensagem eletrônica, por exemplo, já se tem contato com o virtual. É comum ouvir falar de relacionamentos à distância que acabam encontrando na sociabilidade *online* uma forma de manter a conexão entre os indivíduos, apesar de esta também trazer superficialidade em outras relações. Esse aparente paradoxo existente no ciberespaço merece atenção e estudo, pois trata-se de uma interação cada vez mais comum no cotidiano e que pode transformar telespectadores em personalidades conhecidas e formadoras de opinião.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBAGLI, S. Novos espaços de regulação na era da informação e do conhecimento. In: LASTRES, H. M. M.; ALBAGLI, S. (Org.). **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

ALCANTARA JUNIOR, José O. **O conceito de sociabilidade em Georg Simmel**. Ciências Humanas em Revista (UFMA), São Luís, v.03, 2005.

ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. **Curso de relações públicas**: relações com os diferentes públicos. São Paulo: Atlas, 2003.

_____. **Mito e Realidade da Opinião Pública**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, n. 11, 1964.

ANDRADE, D. C. e ROMEIRO, A. R. **Capital Natural, serviços ecossistêmicos e sistema econômico**: rumo a uma 'Economia dos Ecossistemas?'. Texto para Discussão 159, Instituto de Economia da UNICAMP. 2009b.

AUGRAS, Monique. **Opinião Pública**: Teoria e Pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1970.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BOO-BOX. **Conheça a audiência dos blogs brasileiros**. *boo-box*. 2012. Disponível em: <<http://blog.boo-box.com/br/2012/conheca-a-audiencia-dos-blogs-brasileiros/>>. Acesso em: 11 dez. 2013.

BORBA, Mário Pereira; BALDISSERA, Rudimar. **Das mídias à midiaticização**: reflexões sobre opinião pública. Trabalho Apresentado ao III ABRAPCORP 2009. UFRGS, 2009.

BUCKLAND, M. K. **Information as thing**. *Journal of American Society for Information Science*. n. 42, v.5, p. 351-360, 1991.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A sociedade em rede: a era da informática: economia, sociedade e cultural**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1999.

CERVI, Emerson Urizzi. Líder de Opinião. In: GADINI, Sérgio Luiz e WOITOWICZ, Karina Janz (Orgs.). **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Editora UEPG, 2007. p.39-43.

CHILDS, Harwood L. **Relações Públicas, propaganda & opinião pública**. Rio de Janeiro: USAID, 1967. Empresas, São Paulo, v. 4, n. 11, p. 107-122, out./dez. 1964.

CRAWFORD, Susan. **The Origin and Development of a Concept: The Information Society**. *Bull Med Libr Assoc*. v. 71, n. 4, p. 380-385, 1983.

CUNHA, Murilo Bastos da. **Das bibliotecas convencionais às digitais**: diferenças e convergências. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v.13, n.1, 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pci/v13n1/v13n1a02.pdf>>. Acesso em: 17 dez. 2013.

DADOS, estatísticas e projeções sobre a internet no Brasil. **To be Guarany**. Disponível em: <http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php>. Acesso em: 18 dez. 2013.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na Era da Informação. São Paulo: Fortuna, 1998.

DENARDIN, Valdir; SULZBACH, Mayra. **Capital natural na perspectiva da economia**. 2002. Disponível em: <http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro1/gt/recursos_hidricos/Valdir%20Frigo%20Denardin.pdf>. Acesso em: 30 out. 13.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

GOUVEIA, Luis B. **Sociedade da Informação**: notas de contribuição para uma definição operacional. Novembro 2004. Disponível em: <http://www2.ufp.pt/~lmbg/reserva/lbg_socinformacao04.pdf>. Acesso em: 31 out. 2013.

IBGE. **Acesso à internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal**. PNAD 2011. 2013. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/impressa/ppts/00000012962305122013234016242127.pdf>>. Acesso em: 16 dez. 2013.

LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. Técnicas de pesquisa. In: LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. **Técnicas de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1996. Cap. 3, p. 67-82.

LEMONS, André. Cibercultura como território recombinate. In: CAZELOTO, Edilson; TRIVINHO, Eugênio. **A cibercultura e seu espelho. Campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa**. São Paulo: ABCiber-Itaú Cultural-CAPES, 2009.

_____. **Cibercultura e mobilidade**: a era da conexão. Revista eletrônica Razón y palabra, 2006.

_____. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 6ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2013.

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

LIMA, G. A. B. **Interfaces entre a ciência da informação e a ciência cognitiva**. Ciência da Informação, Brasília, v. 32, n. 1, jan./abr. 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652003000100008>. Acesso em: 12 dez. 2013.

MATTOS, Sérgio. **Um perfil da TV brasileira**: 40 anos de história: 1950-1990. Salvador: Associação Brasileira de Agências de propaganda/Capítulo Bahia e A Tarde, 1990.

MAUAD, Sêmia. **A história do rádio no Brasil e em Minas Gerais**. Artigo. Belo Horizonte, MG. 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/r%C3%A1dio_brasil_minas.pdf> Acesso em: 17/12/13.

MCGARRY, Kevin. **O Contexto Dinâmico da Informação**: uma análise introdutória. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 1999.

MOURA, Gabriel Herkenhoff Coelho. **Internet e Opinião: conflitos dentro e contra a Opinião Pública**. Monografia. UFES, 2009.

OLIVEIRA, Márcio de. **O conceito de representações coletivas: uma trajetória da divisão do trabalho às formas elementares**. Debates do NER, Porto Alegre, ano 13, n. 22, p. 67-94, jul./dez. 2012

PIMENTEL, Márcia Cristina. **A construção da celebridade midiática**. Contemporânea. 2005. Disponível em:
http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_04/contemporanea_n04_17_MarciaCris.pdf
Acesso em 18/12/13.

PRIMO, Alex. **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, 2008.

_____. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais, 2006. Acesso em 06/12/2013. Disponível em:
<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>

SAUVY, Alfred. **A opinião pública**. 2. ed. São Paulo: Difel, 1966.

SERRA, J. Paulo. **Manual de Teoria da Comunicação**. Covilhã: Livros Labcom, 2007.

SILVA, Alzira Karla Araújo da. **A sociedade da informação e o acesso à educação: uma interface necessária a caminho da cidadania**. **Revista Informação & Sociedade: Estudos**, Paraíba, v. 11, n. 2. 2001.

VESTENA, Carla Luciane Blum. **O papel da mídia na formação da opinião pública: a contribuição de Bourdieu**. 2008. 14 f. Artigo (Superior) - Curso de Pedagogia, Departamento de Pedagogia, Unicentro, PR, 2008.
Disponível em: <<http://revistas.unicentro.br/index.php/guaiaraca/article/view/1144/1089>>.
Acesso em: 06/11/13.

WERTHEIN, Jorge. **A Sociedade da informação e seus desafios**. *Ciência da Informação*, Brasília, v.29, n.2, p. 71-77, maio/ago. 2000.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Dos Blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características**. Niterói. 2008.
Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>>. Acesso em: 25 nov 2013.

APÊNDICES

APÊNDICE A – FORMULÁRIOS DE CODIFICAÇÃO

ANÁLISE DE CONTEÚDO – BLOG DO SAKAMOTO (10 PUBLICAÇÕES MAIS COMENTADAS)				
FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO				
Análise de conteúdo textual	Título da publicação	Organizadora do “Eu não mereço ser estuprada” recebe ameaças de estupro		
	Conteúdo da mensagem:	<input checked="" type="checkbox"/> Direitos Humanos	<input type="checkbox"/> Economia	<input type="checkbox"/> Educação
		<input type="checkbox"/> Mídia	<input type="checkbox"/> Política	<input type="checkbox"/> Religião
		<input type="checkbox"/> Sociedade		
Termos recorrentes:	Mulheres, estupradas, Delegacia da Mulher, ameaças, frases machistas, estupro.			
Análise de conteúdo não-textual	Quantidade:	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5
		<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2
	Tipo de imagem:	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Ilustração	<input type="checkbox"/> Vídeo
		Características:		<input type="checkbox"/> Fotojornalismo
		<input type="checkbox"/> Charges/Tirinhas		
Análise de comentários	Quantidade total de comentários:	370		
	Quantidade de comentários a favor (dos 20 mais recentes):	10		
	Incidência de termos favoráveis (dos 20 mais recentes):	A violência parte de uma decisão individual, sempre; Para esses homens pouco importa além do umbigo deles; Parem de comparar mulher com dinheiro; A culpa nunca foi da roupa; Sociedade muito machista; violência é violência.		
	Quantidade de comentários contra (dos 20 mais recentes):	10		
Incidência de termos desfavoráveis (dos 20 mais recentes):	Elas cometeriam estupros; Pobre coitada; A tendência é de correr mais risco; postou foto pelada; Porém; Montoeira de mulheres peladas; Se dar mais ao respeito.			

ANÁLISE DE CONTEÚDO – <i>BLOG DO SAKAMOTO</i> (10 PUBLICAÇÕES MAIS COMENTADAS)				
FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO				
Análise de conteúdo textual	Título da publicação	Senado pode mudar punição a jovens com menos de 18 anos		
	Conteúdo da mensagem:	<input checked="" type="checkbox"/> Direitos Humanos	<input type="checkbox"/> Economia	<input type="checkbox"/> Educação
		<input type="checkbox"/> Mídia	<input type="checkbox"/> Política	<input type="checkbox"/> Religião
Termos recorrentes:	Maioridade penal, idade mínima para que jovens fossem punidos, ressocialização, formação da juventude.			
Análise de conteúdo não-textual	Quantidade:	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5
		<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input checked="" type="checkbox"/> Nenhuma
	Tipo de imagem:	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Ilustração	<input type="checkbox"/> Vídeo
Características:	<input type="checkbox"/> Fotojornalismo	<input type="checkbox"/> Memes	<input type="checkbox"/> Prints	
	<input type="checkbox"/> Charges/Tirinhas			
Análise de comentários	Quantidade total de comentários:	324		
	Quantidade de comentários a favor (dos 20 primeiros):	3		
	Incidência de termos favoráveis (dos 20 primeiros):	Pessoas não entendem; Devem ser as mesmas adeptas do "bandido bom é bandido morto"; Os "maiores" que usam os menores.		
	Quantidade de comentários contra (dos 20 primeiros):	17		
Incidência de termos desfavoráveis (dos 20 primeiros):	Dramatizar; Ridículo; Menores estão cada vez mais; Podem, pois responder por CRIMES; Pura fantasia; Pena de morte já; Acho difícil; Pior argumento; É de lascar; Precisamos de uma sociedade punitiva;			

ANÁLISE DE CONTEÚDO – BLOG DO SAKAMOTO (10 PUBLICAÇÕES MAIS COMENTADAS)					
FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO					
Análise de conteúdo textual	Título da publicação	O policial cumpriu seu dever. As redes sociais é que estão fora de si			
	Conteúdo da mensagem:	<input checked="" type="checkbox"/> Direitos Humanos	<input type="checkbox"/> Economia	<input type="checkbox"/> Educação	
		<input type="checkbox"/> Mídia	<input type="checkbox"/> Política	<input type="checkbox"/> Religião	
Termos recorrentes:	Vítimas, força policial, julgamentos sumários, criminalidade, "alimentar bandido", execute-os, "defender bandido", execuções públicas.				
Análise de conteúdo não-textual	Quantidade:	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4
		<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input checked="" type="checkbox"/> Nenhuma	
	Tipo de imagem:	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Ilustração	<input type="checkbox"/> Vídeo	
Características:	<input type="checkbox"/> Fotojornalismo	<input type="checkbox"/> Memes	<input type="checkbox"/> Prints		
	<input type="checkbox"/> Charges/Tirinhas				
Análise de comentários	Quantidade total de comentários:	309			
	Quantidade de comentários a favor (dos 20 mais recentes):	10			
	Incidência de termos favoráveis (dos 20 mais recentes):	Ótimo; Parabéns; Pessoas de bem (bens)!; É o mais coerente; Esse seu texto é irrepreensível.			
	Quantidade de comentários contra (dos 20 mais recentes):	10			
Incidência de termos desfavoráveis (dos 20 mais recentes):	Exceto pelo trecho; vibrarem com a execução sumária; Não tem lógica; Mas; Ser sem noção; censura do blog.				

ANÁLISE DE CONTEÚDO – BLOG DO SAKAMOTO (10 PUBLICAÇÕES MAIS COMENTADAS)				
FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO				
Análise de conteúdo textual	Título da publicação	Hoje é daqueles dias em que sinto uma vergonha enorme por ser homem		
	Conteúdo da mensagem:	<input checked="" type="checkbox"/> Direitos Humanos	<input type="checkbox"/> Economia	<input type="checkbox"/> Educação
		<input type="checkbox"/> Mídia	<input type="checkbox"/> Política	<input type="checkbox"/> Religião
Termos recorrentes:	Mulheres soubessem como se comportar, merecem ser atacadas, "mulher de bem", "corretivos sociais", Marcha das Vadias.			
Análise de conteúdo não-textual	Quantidade:	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5
		<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input checked="" type="checkbox"/> Nenhuma
	Tipo de imagem:	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Ilustração	<input type="checkbox"/> Vídeo
Características:	<input type="checkbox"/> Fotojornalismo	<input type="checkbox"/> Memes	<input type="checkbox"/> Prints	
	<input type="checkbox"/> Charges/Tirinhas			
Análise de comentários	Quantidade total de comentários:	288		
	Quantidade de comentários a favor (dos 20 mais recentes):	6		
	Incidência de termos favoráveis (dos 20 mais recentes):	Povo ignorante; O meu apoio; sociedade hipócrita; machista; Foi gratificante; tenho a esperança.		
	Quantidade de comentários contra (dos 20 mais recentes):	14		
Incidência de termos desfavoráveis (dos 20 mais recentes):	Equivocado; mas; Sakamoto vai se retratar?; Não consigo levar seu blog a sério; Mude de sexo; vire a Sakamota.			

ANÁLISE DE CONTEÚDO – BLOG DO SAKAMOTO (10 PUBLICAÇÕES MAIS COMENTADAS)				
FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO				
Análise de conteúdo textual	Título da publicação	Filhote de beagle ou criança escrava: quem foi mais longe na sua timeline?		
	Conteúdo da mensagem:	<input checked="" type="checkbox"/> Direitos Humanos	<input type="checkbox"/> Economia	<input type="checkbox"/> Educação
		<input type="checkbox"/> Mídia	<input type="checkbox"/> Política	<input type="checkbox"/> Religião
		<input type="checkbox"/> Sociedade		
Termos recorrentes:	Escravo, seres humanos, crianças escravas, injustiça, indignação.			
Análise de conteúdo não-textual	Quantidade:	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5
		<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2
	Tipo de imagem:	<input type="checkbox"/> 1	<input checked="" type="checkbox"/> Nenhuma	<input type="checkbox"/> 0
		<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Ilustração	<input type="checkbox"/> Vídeo
Características:	<input type="checkbox"/> Fotojornalismo	<input type="checkbox"/> Memes	<input type="checkbox"/> Prints	
	<input type="checkbox"/> Charges/Tirinhas			
Análise de comentários	Quantidade total de comentários:	222		
	Quantidade de comentários a favor (dos 20 mais recentes):	16		
	Incidência de termos favoráveis (dos 20 mais recentes):	Concordo com a ideia; Seus textos são demais; concordo com cada palavra; Muito bom; Parabéns; seu texto é essencial; Concordo plenamente; Concordo com o seu ponto; Perfeito.		
	Quantidade de comentários contra (dos 20 mais recentes):	4		
Incidência de termos desfavoráveis (dos 20 mais recentes):	Apesar; Por mais que sejam importantes; Esse seu argumento é falho; hipocrisia; Ao invés de criticar quem está ajudando; Porém; Vocês generalizam demais.			

ANÁLISE DE CONTEÚDO – BLOG DO SAKAMOTO (10 PUBLICAÇÕES MAIS COMENTADAS)				
FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO				
Análise de conteúdo textual	Título da publicação	Marco Civil: se disserem que a lei é para censurar e espionar, não acredite		
	Conteúdo da mensagem:	<input type="checkbox"/> Direitos Humanos	<input type="checkbox"/> Economia	<input type="checkbox"/> Educação
		<input checked="" type="checkbox"/> Mídia	<input type="checkbox"/> Política	<input type="checkbox"/> Religião
		<input type="checkbox"/> Sociedade		
Termos recorrentes:	Marco Civil, censurar, internet, telecomunicações, censura, usuários.			
Análise de conteúdo não-textual	Quantidade:	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5
		<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input checked="" type="checkbox"/> Nenhuma
	Tipo de imagem:	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Ilustração	<input type="checkbox"/> Vídeo
	Características:	<input type="checkbox"/> Fotojornalismo	<input type="checkbox"/> Memes	<input type="checkbox"/> Prints
<input type="checkbox"/> Charges/Tirinhas				
Análise de comentários	Quantidade total de comentários:	164		
	Quantidade de comentários a favor (dos 20 mais recentes):	3		
	Incidência de termos favoráveis (dos 20 mais recentes):	Parabéns; Clara e objetiva; Tá difícil né não Sakamoto?; Parte engraçada; Enganosamente.		
	Quantidade de comentários contra (dos 20 mais recentes):	17		
	Incidência de termos desfavoráveis (dos 20 mais recentes):	Parei de ler; Esquerdista; esquerdices; Descontentamento; Engessa; Convenhamos; Acostumado com a censura; #NãoVotoEmDeputadoQueApoiarOMarcoCivil; Sem a necessidade de um Marco Civil;		

ANÁLISE DE CONTEÚDO – BLOG DO SAKAMOTO (10 PUBLICAÇÕES MAIS COMENTADAS)				
FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO				
Análise de conteúdo textual	Título da publicação	Marco Civil: Estão querendo criar “gente diferenciada” na internet		
	Conteúdo da mensagem:	<input type="checkbox"/> Direitos Humanos	<input type="checkbox"/> Economia	<input type="checkbox"/> Educação
		<input checked="" type="checkbox"/> Mídia	<input type="checkbox"/> Política	<input type="checkbox"/> Religião
	Termos recorrentes:	Internet, Marco Civil, operadoras de telecomunicações, teles, TVs por assinatura.		
Análise de conteúdo não-textual	Quantidade:	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5
		<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2
	Tipo de imagem:	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Ilustração	<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo
	Características:	<input type="checkbox"/> Fotojornalismo	<input type="checkbox"/> Memes	<input type="checkbox"/> Prints
<input type="checkbox"/> Charges/Tirinhas				
Análise de comentários	Quantidade total de comentários:	133		
	Quantidade de comentários a favor (dos 20 mais recentes):	11		
	Incidência de termos favoráveis (dos 20 mais recentes):	Elucidativo; Obrigado; Dá-lhe Sakamoto!; Excelente texto!; Concordo com tudo que você disse; Parabéns; Elucidativa; Sensacional; Valeu pela info; Boa Sakamoto!		
	Quantidade de comentários contra (dos 20 mais recentes):	09		
	Incidência de termos desfavoráveis (dos 20 mais recentes):	Partido das Trevas; PT; congresso sujo; Corja; Idiotice de Marco Civil; Não tem base tecnológica; Chora, Sakamoto.		

ANÁLISE DE CONTEÚDO – <i>BLOG DO SAKAMOTO</i> (10 PUBLICAÇÕES MAIS COMENTADAS)				
FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO				
Análise de conteúdo textual	Título da publicação	Roseana Sarney é alvo de pedido de impeachment pelo caso Pedrinhas		
	Conteúdo da mensagem:	<input type="checkbox"/> Direitos Humanos	<input type="checkbox"/> Economia	<input type="checkbox"/> Educação
		<input type="checkbox"/> Mídia	<input checked="" type="checkbox"/> Política	<input type="checkbox"/> Religião
Termos recorrentes:	Impeachment, governadora, Assembleia Legislativa do Estado, vontade política, corrupção, recursos públicos.			
Análise de conteúdo não-textual	Quantidade:	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5
		<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2
	Tipo de imagem:	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Ilustração	<input type="checkbox"/> Vídeo
Características:	<input type="checkbox"/> Fotojornalismo	<input type="checkbox"/> Memes	<input type="checkbox"/> Prints	
	<input type="checkbox"/> Charges/Tirinhas			
Análise de comentários	Quantidade total de comentários:	104		
	Quantidade de comentários a favor (dos 20 mais recentes):	8		
	Incidência de termos favoráveis (dos 20 mais recentes):	Toda política neste país é muito suja; No Maranhão impera o desgoverno; Nada mais justo senão aplicar o impedimento; Espero que essa medida seja acolhida; Feudo PMDB; Impeachment nessa altura do campeonato seria ótimo;		
	Quantidade de comentários contra (dos 20 mais recentes):	12		
Incidência de termos desfavoráveis (dos 20 mais recentes):	O blog aplaude silenciosamente; Aqui vigora a liberdade de expressão relativa; Esquerda-caviar; Mercê de criminosos; Não muda nada; Preconceito contra o Sarney;			

ANÁLISE DE CONTEÚDO – BLOG DO SAKAMOTO (10 PUBLICAÇÕES MAIS COMENTADAS)					
FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO					
Análise de conteúdo textual	Título da publicação	Marcha da Família: O dia em que encontrei os comentaristas deste blog			
	Conteúdo da mensagem:	<input type="checkbox"/> Direitos Humanos	<input type="checkbox"/> Economia	<input type="checkbox"/> Educação	
		<input type="checkbox"/> Mídia	<input type="checkbox"/> Política	<input type="checkbox"/> Religião	
	Termos recorrentes:	<input checked="" type="checkbox"/> Sociedade			
	Termos recorrentes:	Marcha da família, brasileiros, manifestantes, número de pessoas.			
Análise de conteúdo não-textual	Quantidade:	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5	
		<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	
	Tipo de imagem:	<input checked="" type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> Nenhuma		
	Características:	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Ilustração	<input type="checkbox"/> Vídeo	
<input checked="" type="checkbox"/> Fotojornalismo		<input type="checkbox"/> Memes	<input type="checkbox"/> Prints		
		<input type="checkbox"/> Charges/Tirinhas			
Análise de comentários	Quantidade total de comentários:	295			
	Quantidade de comentários a favor (dos 20 mais recentes):	11			
	Incidência de termos favoráveis (dos 20 mais recentes):	Parabéns; Melhor impossível; Reacionários; Tal marcha se mostrou um verdadeiro fracasso; Muito legal; Fascistas; Ignorantes políticos; Direita alienada; Coxinhas; Me divirto.			
	Quantidade de comentários contra (dos 20 mais recentes):	09			
	Incidência de termos desfavoráveis (dos 20 mais recentes):	Marcha da Família Passiva; Não são seus comentaristas; Radicais de esquerda; Não haviam skinheads lá; Contraponto; Esquerdismo; Propostas fajutas; Pena.			

ANÁLISE DE CONTEÚDO – BLOG DO SAKAMOTO (10 PUBLICAÇÕES MAIS COMENTADAS)				
FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO				
Análise de conteúdo textual	Título da publicação	Maconha faz mal. Bem mesmo faz cerveja e calabresa frita		
	Conteúdo da mensagem:	<input type="checkbox"/> Direitos Humanos	<input type="checkbox"/> Economia	<input type="checkbox"/> Educação
		<input type="checkbox"/> Mídia	<input type="checkbox"/> Política	<input type="checkbox"/> Religião
		<input checked="" type="checkbox"/> Sociedade		
Termos recorrentes:	Maconha, batata frita, biscoito recheado, sonho, uísque sem gelo, chope, licor de jenipapo.			
Análise de conteúdo não-textual	Quantidade:	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 5
		<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2
	Tipo de imagem:	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Ilustração	<input type="checkbox"/> Vídeo
	Características:	<input type="checkbox"/> Fotojornalismo	<input type="checkbox"/> Memes	<input type="checkbox"/> Prints
<input type="checkbox"/> Charges/Tirinhas				
Análise de comentários	Quantidade total de comentários:	173		
	Quantidade de comentários a favor (dos 20 mais recentes):	8		
	Incidência de termos favoráveis (dos 20 mais recentes):	Maconha não é droga; Maconha é remédio; Sem mais; É por aí; Ser a favor da legalização da maconha; Maconha é que faz mal?; Mal é a larica; Não se baseie em preconceitos.		
	Quantidade de comentários contra (dos 20 mais recentes):	12		
	Incidência de termos desfavoráveis (dos 20 mais recentes):	Sou contra o ilícito; Outros já vão para a tumba; Sem noção; Péssimos argumentos; Cada um com sua crença; Estapafúrdia; O que esperar; Antes gordo do que vermelho.		

Questão 9) Em que tipo(s) de assunto(s) tratado(s) no *blog* a sua opinião geralmente se assemelha à do autor? (Marque quantas opções achar pertinente)

- | | |
|---|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Direitos humanos | <input type="checkbox"/> Educação |
| <input type="checkbox"/> Sociedade | <input type="checkbox"/> Mídia |
| <input type="checkbox"/> Política | <input type="checkbox"/> Economia |
| <input type="checkbox"/> Religião | <input type="checkbox"/> Nenhum |

Questão 10) Em que tipo(s) de assunto(s) tratado(s) no *blog* a sua opinião geralmente é contrária à do autor? (Marque quantas opções achar pertinente)

- | | |
|---|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Direitos humanos | <input type="checkbox"/> Educação |
| <input type="checkbox"/> Sociedade | <input type="checkbox"/> Mídia |
| <input type="checkbox"/> Política | <input type="checkbox"/> Economia |
| <input type="checkbox"/> Religião | <input type="checkbox"/> Nenhum |

Questão 11) Qual a sua faixa etária?

- | | |
|---------------------|--------------------|
| a) Menos de 18 anos | d) De 36 a 45 anos |
| b) De 18 a 25 anos | e) Mais de 45 anos |
| c) De 26 a 35 anos | |

Questão 12) Em que região do Brasil você vive?

- | | |
|-----------------|---------------------|
| a) Norte | d) Sudeste |
| b) Nordeste | e) Sul |
| c) Centro-Oeste | f) Moro no exterior |

Questão 13) Qual a sua renda familiar?

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| a) R\$14.500,00 ou mais | d) De R\$ 1.450,00 a R\$2.899,99 |
| b) De R\$7.250,00 a R\$14.499,99 | e) Até 1.449,99 |
| c) De R\$2.900,00 a R\$7.249,99 | |

Questão 14) Alguma publicação no *blog* contribuiu para que você mudasse seu ponto de vista sobre algum assunto abordado?

- | | | |
|--------|--------|------------|
| a) Sim | b) Não | c) Não sei |
|--------|--------|------------|

Questão 15) Qual a sua opinião sobre o *Blog do Sakamoto*?

ANEXOS

ANEXO A – RESPOSTAS ENVIADAS PELOS LEITORES SOBRE O *BLOG*

Muito bom
O autor do blog expõe opinião sobre questões polêmicas e isso geralmente incomoda aqueles que preferem a zona de conforto. Aceitar críticas não é fácil. Muitos vivem em instituições falidas mas morrem de medo de admitir isso. O Sakamoto não tem medo de criticar nenhum destas instituições e opiniões que não se renovaram e por isso às vezes é duramente criticado. Nem sempre concordo com o que ele escreve, mas em geral ela faz críticas muito construtivas.
Aborda a atualidade de forma bem ampla, passando por diversos assuntos, englobando diferentes categorias, entretanto, com certo radicalismo e certa parcialidade.
Acho um blog informativo, crítico e com comentários condizentes com a sociedade atual e com as situações que todos compartilhamos.
O blog é muito bem escrito, com argumentos claros e objetivos, sem os dramalhões que se veem na TV, como da jornalista Sheherazade, que abomino. Ele defende o que pensa de maneira clara, com excelentes argumentos, capazes de fazerem as pessoas refletirem. Talvez por isso mesmo receba tantos comentários "violentos", porque não é possível contra-argumentar. Acho imprescindível termos mais jornalistas desse nível, realmente atuantes na sociedade.
Considero muito útil, pois tem uma visão independente, livre da polarização política característica do nosso país. Foi através de suas matérias que pude entender com mais precisão a questão do trabalho escravo e as dificuldades em erradicá-lo.
É essencial ter uma opinião crítica baseado na nossa realidade diária e isso Sakamoto vem fazendo bem. Na situação em que o Brasil se encontra e que vem antes da ditadura onde uma mídia oligopolista molda a opinião pública conforme seus interesses, pessoas e meios de comunicação alternativos são de uma importância tremenda e que o povo precisa urgentemente ter cada vez mais acesso a eles para sair dessa alienação cotidiana, despertar para a realidade e lutar por mudanças.
Adoro o Sakamoto, o modo como ele se posiciona e enfrenta assuntos tido como tabu, e também a forma como ele bate de frente com a própria mídia. Ele não tem medo de falar a verdade e isso é muito raro hoje quando se trata de quem trabalha com a mídia.

<p>Acho o blog muito elucidativo em pontos que muitas vezes não combinam com minha opinião . Procuro outros artigos sobre o mesmo assunto às vezes, para formar uma opinião. Acredito na livre opinião e no trabalho desse jornalista.</p>
<p>Essencial para uma política diversa, com o posicionamento firme que influencia esse tipo de atitude.</p>
<p>Provoca reflexão e olhar crítico para fatos atuais e polêmicos.</p>
<p>Gosto muito da forma como o autor argumenta sobre assuntos ditos polêmicos como, direitos humanos, direitos do trabalhador e política. Me parece ainda um profissional de comunicação isento.</p>
<p>De uma forma geral eu gosto do Blog, acho que o autor aborda temas bem relevantes de forma sucinta, clara e irônica. A parcialidade fica bem explícita nos textos, o que já era de se esperar por se tratar de um blog.</p>
<p>Eu recebo as atualizações pelo facebook e acabo indo atrás das notícias que ele posta para me inteirar mais do assunto, quando acho interessante. De um modo geral gosto do que ele escreve e principalmente da forma que ele coloca os assuntos. Acho que, por ser um blog, é um material de opinião (no caso, da opinião do Sakamoto), e dá um viés que eu acho interessante à vários temas. Ele não costuma ser leviano com os assuntos (não parece que seja ofensivo). Ele passa a informação do ponto de vista dele e normalmente constrói uma boa base para argumentação. Gosto do estilo.</p>
<p>Esse blog trata de assuntos muito delicados e complexos, com bom senso e humor!</p>
<p>Acredito ser um dos únicos espaços de informação e debate livre de preconceitos no Brasil.</p>
<p>Problematizador, mostra as mazelas da existência humana num país onde a grande maioria não enxerga palmo além de seus umbigos.</p>
<p>Excelente. O blog trabalha para mostrar as afrontas que existem contra os direitos humanos e, principalmente, contra o trabalho escravo. O Sakamoto é valente, inteligente e extremamente preparado. Faz gosto ler o que ele escreve.</p>
<p>Corajoso, humanitário, fora do pensamento automático.</p>
<p>Acho que ele escreve bem. Embora não concordemos quanto ao nosso ponto de vista político, acredito piamente que ele é extremamente importante no combate e na denúncia do trabalho escravo.</p>
<p>As opiniões do autor são muito bem embasadas e trazem uma visão diferente do que vemos na mídia em geral.</p>

O Sakamoto muitas vezes dá opiniões extremistas, eu acredito que a ideologia que ele prega, vai somente por uma linha de raciocínio, não admitindo exceções e discordâncias. Ele dá definições exemplares as vezes, mas muitas vezes, no meu modo de ver, age até com certa hipocrisia e demagogia para promover o próprio nome, não me surpreenderia ao vê-lo no meio político no futuro...

Panfletário e tolo.

Excelente.

É um bom blog, e o Sakamoto tem, de fato, opiniões interessantes. Só é preciso tomar cuidado para não colocar o autor em um pedestal, inquestionável e soberano (como vejo acontecer de vez em quando).