

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO

Agamenon Picolli Leite

Blog: fonte ou serviço de informação?

SÃO PAULO

2010

Agamenon Picolli Leite

Blog: fonte ou serviço de informação?

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Biblioteconomia e Documentação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo dos Santos

SÃO PAULO

2010

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Versão atualizada, seguindo indicações/sugestões propostas pela banca examinadora.

Leite, Agamenon Picolli

Blog: fonte ou serviço de informação? / Agamenon Picolli Leite – São Paulo, 2011.

46 f. ; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Biblioteconomia e Documentação, Escola de Comunicações e Artes, USP.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo dos Santos

1.Blogs 2.Serviços de informação 3.Fontes de informação 4. Ciência da Informação 5.Ciberespaço I.Santos, Marcelo dos II. Título.

LEITE, Agamenon Picolli

Blog: fonte ou serviço de informação?

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Biblioteconomia e Documentação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia, sob orientação do Professor Doutor Marcelo dos Santos.

Aprovado em: ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marcelo dos Santos

Profa. Dra. Asa Fujino

Sra. Margarida Souza

Dedicatória

Aos meus “biblio-amigos”, Juliana e Jeaze, sem os quais, provavelmente, esse dia nunca chegaria.

Agradecimentos

Minha mãe, Maria de Lourdes, a mulher mais importante da minha vida, pela dedicação exaustiva nesses vinte e sete anos. Meu avô, Valdemar (*in memoriam*), pela vivência e ensinamentos transmitidos.

Ao meu orientador, Marcelo dos Santos, pela paciência e, principalmente, por enxergar sempre uma luz no fim do túnel, mesmo quando essa inexistia. Às professoras Asa Fujino, Ivete Pieruccini e Nair Kobashi, pela convivência e conselhos.

Meus colegas de turma pelo companheirismo. Em especial, aos amigos que fiz nesta: Michele, Celso, Fábio e Carlos.

Toda comissão organizadora (Andréa, Ana, Beatriz, Carol, Daniel, Eva, Fábio e Robson) da V Semana de Biblioteconomia da ECA/USP (2010), pela oportunidade que me foi dada para ajudar em algo tão transformador e edificante.

Aos demais amigos que fiz neste percalço acadêmico: Patrícia, Paloma, Robinson, Viviane, Marília, Irene, Luciana Meira, Vagner, Rodrigo, Clarissa e Amanda Andrade. Foi o convívio com vocês, juntamente com os demais colegas citados, que possibilitou minha permanência e conseqüente chegada a este instante.

Por último, porém, não menos importante, a Amanda Franco, a quem devo a inspiração durante a elaboração de tal monografia e a quem desejo, de todo coração, sucesso e felicidade.

Não-lugares*

O sonho é um não-lugar
que habito
virtualmente
- no tempo e no espaço
da não-existência
de cuja permanência
ou imanência
dependo.

Entendo: sonho, logo existo.

No bonde, antigamente...
No trem, no navio, em movimento
- um não-lugar concreto.

E na internet, atualmente.

O bonde trilhado
O avião voando
O navio...

Existe lugar em movimento?

(Um-lugar-de-momento).

Onde estou, se sou?
Mas não estou em mim,
necessariamente.

Habito uma galáxia
(planetária)
em expansão
(informacional)
e sou onde estou.

Se existem tantos centros,
eu sou um deles
- o único possível para mim.

Não por causa do egocentrismo
ao contrário:
por causa do exocentrismo
- o sair de mim,
o expandir-me
pelo compartilhar
pelas relações múltiplas, rizomáticas, fractais.

Se escolho navegar também sou escolhido
viro um escolhido no oceano e também escolho
minha centralidade
(eu quase disse individualidade).
Fracionando-me pela rede.
Distribuído, digerido
- vomito e, na volta, me devoro
e excreto: sou mutante.

Vou aonde a rede me levar.

E o meu endereço
(o meu lugar) é a rede
em que descanso
e me reencontro:
eu-ilha
virilha
trilha...
(e outras relações metatextuais
ou hipertextuais).
Demais!

(Antonio Miranda)

* Poema retirado da parte inicial do livro "Informação e tecnologia: conceitos e recortes", de 2005, organizado por Antonio Miranda e Elmira Simeão.

RESUMO

Este trabalho visa explorar os blogs e a informação em suporte digital, veiculada por meio destes. Amplamente difundidos no ciberespaço, porém, ainda vistos de forma reticente como canais informacionais, coube aqui, por meio de revisão de literatura, refletir sobre a pertinência dos blogs como fontes e serviços de informação: conceituação, histórico, importância na atualidade. Categorizados quanto ao formato, ao conteúdo e a autoria, foi a análise deste último, no âmbito da Ciência da Informação, que possibilitou a conclusão de que apenas blogs institucionalizados, de confiabilidade irrefutável e autoria centralizada e condizente é que podem ser admitidos como serviços de informação.

Palavras-chave: Blogs. Informação. Fontes de informação. Serviços de informação. Ciberespaço. Ciência da Informação. Web.

ABSTRACT

This work aims to explore the blogs and information on digital media, conveyed through them. Widely circulated in cyberspace, however, still seen so reticent as informational channels, it was up here, through literature review and reflect on the relevance of blogs as information sources and services: concepts, historical, current importance. Categorized as to format, content and authorship, was the analysis of the latter in the context of Information Science that led to the conclusion that only blogs institutionalized authorship and reliability irrefutable centralized and consistent is that they can be accepted as information services.

Keywords: Blogs. Information. Information sources. Information services. Cyberspace. Information Science. Web.

Sumário

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 O problema de pesquisa	12
1.2 Objetivos	12
1.3 Organização do trabalho	12
1.4 Metodologia	13
1.4.1 Procedimentos metodológicos e instrumentos de coleta	14
2 A INFORMAÇÃO	15
2.1 O conceito de informação nos dias atuais	17
2.2 Suportes, fontes e serviços de informação	18
2.3 A informação em ambientes digitais	21
2.4 Redes sociais	22
3 SOBRE BLOGS: HISTÓRICO	24
3.1 Conceito	25
3.2 Tipologia / categorização	26
3.3 Usuários de blogs e suas necessidades informacionais	28
3.4 As redes sociais criadas a partir de blogs	29
3.5 Usabilidade e acessibilidade	31
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
Referências bibliográficas	35
Anexo	38

1 INTRODUÇÃO

Não é de hoje que o ciberespaço¹ vem ganhando as manchetes como um meio influente e, conseqüentemente, bastante representativo junto as massas informacionais². *E-mail*, *chats*, fóruns, blogs, redes sociais, *e-books*. Seja qual for o enfoque, todos fazem uso do meio virtual para se espalharem, substituindo espaços analógicos, tidos como obsoletos.

Mas, como todo destaque, tal evidência traz de bagagem opiniões reticentes. Poderia ser normal, se não fossem tão agressivas. Um dos mais austeros, o escritor e jornalista norte-americano Andrew Keen, disse, em entrevista ao repórter brasileiro Jorge Pontual (ver Anexo), que a revolução digital promovida por empresas como *Google*³, *Twitter*⁴ e *Facebook*⁵ – a chamada *Web 2.0* – “desacredita o jornalismo profissional e as mídias profissionais, pois, agora, a tecnologia permite que todos nós sejamos comentaristas”. Agora, em parte graças as diversas ferramentas como aquelas disponibilizadas pelas empresas citadas acima, qualquer pessoa, não importa em qual parte do planeta esteja ou qual formação acadêmica tenha, pode distribuir conteúdo sobre algo que domine através da internet.

Isso, segundo o próprio Andrew Keen, leva não só ao descrédito de uma profissão (jornalista), mas, principalmente, a uma banalização da informação: “Há muito ruído, mas pouca verdade, pouca qualidade. [...] Se anularmos essa confiança, não haverá curadoria, e perderemos a mídia como fonte confiável de informação e diversão”.

¹ Termo criado em 1984 por William Gibson, escritor norte-americano, em seu livro de ficção científica, *Neuromancer*. O livro trata de uma “nova” realidade que surge por meio da produção de um conjunto de tecnologias, arraigadas na sociedade, e que acaba por modificar estruturas e princípios desta e dos indivíduos que nela estão inseridos. Ciberespaço pode ser definido como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. (LÉVY, 2007, pág. 92).

² Denomina-se massas informacionais toda a produção intelectual impressa ou em suporte digital acerca de determinado assunto, selecionada com a finalidade de suprir uma necessidade informacional de uma comunidade. (MACIEL, 2009/2010).

³ <http://www.google.com>

⁴ <http://www.twitter.com>

⁵ <http://www.facebook.com>

Em contrapartida, Pierre Lévy, um dos primeiros e mais importantes entusiastas sobre o meio citado, define o ciberespaço como uma área onde o coletivo predomina, não somente na produção, mas também na apropriação da informação. Um local em que a inteligência de muitos prevalece sobre a arrogância dos chamados especialistas. (LÉVY, 2007).

Desse modo, o ciberespaço surge como a democratização da opinião pública. Agora, todos podem disseminar aquilo que sabem por ligações infinitas na rede *Web*:

“São múltiplas as formas encontradas na internet que possibilitam a comunicação interpessoal, o trabalho colaborativo e o acesso às informações. Do e-mail aos sites, passando pelos chats e pelos blogs, a internet é um amplo arsenal de possibilidades”. (ALMEIDA, 2009, p.236).

Contra ou a favor, tal debate tem um único radical: a informação. Seu suporte digital, maleável e eternamente em mutação, transita entre o viés do conservadorismo tradicional e a empolgação futurista do progresso.

Fazendo uma pausa em todas estas mudanças e discussões, neste trabalho, considerando *blog* – tido como “páginas pessoais da web que, à semelhança de diários on-line, tornaram possível a todos publicar na rede” (ROJAS ORDUÑA et al. 2007, p. 2) e visto por muitos como uma ferramenta de disseminação da informação e, sobretudo, que tem potencial para democratizar o acesso à informação – como objeto empírico do estudo, a informação em suporte digital será analisada. O estudo proposto neste trabalho é realizado tendo como base os conceitos e teorias relacionados à Ciência da Informação⁶ (CI). Com base nisto e levando-se em consideração as múltiplas facetas adquiridas, pergunta-se: Qual a melhor visualização da ferramenta de blog para a CI: fonte ou serviço de informação?

⁶ Neste trabalho, usar-se-á, como base, a definição de Smith e Barreto (2002, p. 17/18) que relaciona a Ciência da Informação “como campo que se ocupa e se preocupa com os princípios e práticas da criação, organização e distribuição da informação, bem como com o estudo dos fluxos da informação desde sua criação até a sua utilização, e sua transmissão ao receptor em uma variedade de formas, por meio de uma variedade de canais”.

1.1 O problema de pesquisa

Qual papel os blogs podem assumir, nos dias atuais, sob a perspectiva da Ciência da Informação? Estes podem ser definidos como fonte ou serviço de informação?

1.2 Objetivos

- Objetivos Gerais

Refletir sobre o papel dos blogs e suas contribuições na sociedade da informação na perspectiva da Ciência da Informação.

Conceituar, discutir e analisar o blog enquanto ferramenta de difusão de informação do ponto de vista da Ciência da Informação.

- Objetivos Específicos

Apresentar a conceituação do blog e seu histórico.

Discutir e analisar o blog enquanto ferramenta de disseminação da informação, considerando o ponto de vista da Ciência da Informação.

Apresentar algumas contribuições desta ferramenta, posicionando-a entre fonte e serviço de informação.

1.3 Organização do trabalho

O trabalho inicia com a apresentação do conceito de Informação na perspectiva da Ciência da Informação, considerando os aspectos de geração e uso da informação, de modo especial a informação em suporte digital, relacionando suas

vantagens e desvantagens, bem como, no seu contexto das redes sociais. Adicionalmente, são abordados, em linhas gerais, os conceitos relativos à comunicação, com enfoque à disseminação da informação.

Na sequência, são apresentados os conceitos relacionados a blogs, começando pelos aspectos históricos da ferramenta, definição, tipologia e uma breve apresentação das redes sociais, como o microblog *Twitter*.

Neste mesmo capítulo, (capítulo 3), traz-se um breve estudo do perfil dos usuários de blogs, de modo especial com vistas à identificação de suas necessidades informacionais e o uso que fazem das informações obtidas por meio desta ferramenta.

No último capítulo são apresentadas a discussão e as considerações finais sobre o estudo realizado nesta monografia.

1.4 Metodologia

O desenvolvimento deste trabalho foi realizado na forma de estudo exploratório da literatura, a partir de um quadro teórico com recortes temáticos considerados significativos para a discussão das questões acerca dos blogs como fontes e serviços de informação, bem como os conceitos que tais meios abarcam.

Com base na classificação de tipos de pesquisa proposta por Vergara (2000) que identifica os tipos de pesquisa a partir de dois critérios, fins e meios, neste trabalho é considerado:

Quanto aos fins: pesquisa exploratória e descritiva. Pesquisa exploratória porque os temas de informação digital, blogs e fontes e serviços de informação são objetos de pesquisa em inúmeras áreas;

Quanto aos meios: pesquisa bibliográfica. Fato necessário para uma investigação sobre os seguintes assuntos: informação (seu formato digital, fontes e serviços de informação etc.), blogs e seus usuários, necessidades informacionais no universo 2.0.

Dessa forma, com relação à delimitação do objeto empírico, levando-se em consideração a alta gama de possibilidades frisadas na “Introdução”, optou-se pela ferramenta dos blogs, por auxiliar numa discussão mais ampla, heterogênea e conclusiva sobre o tema.

1.4.1 Procedimentos metodológicos e instrumentos de coleta

Como mencionado, neste trabalho foi realizada uma pesquisa bibliográfica, de caráter exploratório. O método utilizado foi o crítico, baseado na análise da literatura, com a inferência de respostas durante este processo.

Os procedimentos adotados foram: levantamento bibliográfico sobre o tema, revisão bibliográfica, seleção de textos, resenha dos textos selecionados, análise crítico-reflexiva, planejamento e redação dos capítulos, elaboração da discussão e conclusões.

O procedimento de coleta de dados se deu por meio de pesquisa bibliográfica em livros, revistas, e páginas na Internet, com dados pertinentes ao assunto com uma leve limitação quanto ao período de abrangência da literatura, por se tratar de tema relativamente recente, tanto em português, quanto em inglês.

As etapas de desenvolvimento da pesquisa contemplaram a definição do conceito de informação, incluindo os conceitos gerais de comunicação, fontes e serviços de informação; foi realizado um estudo sobre blogs, incluindo conceituação e exemplos dessa ferramenta e o breve estudo do perfil dos usuários. A partir destes estudos, elaborou-se uma reflexão sobre os aspectos estudados.

2 A INFORMAÇÃO

Determinar a importância que algo pode ter sobre as nossas decisões, anseios e limitações parece, de longe, uma maneira errônea e inverossímil de julgar nossas próprias incapacidades como seres, supostamente, superiores em inteligência.

Desde os primórdios de nossa vivência terrena, fomos adestrados ao acúmulo e aos benefícios que tal ato tem por capacidade em nos reverter. Partindo de materiais de primeira necessidade (sementes, alimentos etc.) a instrumentos nem tão imperativos (armas, peles), a finalidade sempre foi a mesma: a sobrevivência.

Já nessa época, saber onde e como conseguir tais utensílios era um diferencial inquestionável. Logo, descobrir como transmitir esse ‘saber’ tornou-se tão imprescindível quanto o próprio ato em si. Portanto, comunicar era preciso. E a necessidade fez a ocasião.

Fazendo uma análise rasa, porém, bastante elucidativa, a evolução da importância que a informação tem nos dias atuais fica evidente se percorrermos a própria evolução das técnicas administrativas e de produção. Lembremos que, até meados do século XVIII, um artesão precisava conhecer todo o processo de produção do artefato ao qual se dedicava. Isso significava possuir todas as informações referentes a cada processo.

Com a Revolução Industrial e, conseqüentemente, com a ideia da linha de montagem⁷ proposta por Henry Ford em princípios do século passado, o processo foi “desmembrado” em vários pedaços. O indivíduo ainda tinha noção do todo, mas suas informações “vitais” limitavam-se a um pequeno recorte.

Isso cria uma situação de paradoxo, onde o indivíduo torna-se genérico e específico ao mesmo tempo. Surgem várias teorias para tentar exemplificar essa

⁷ Ler mais em: MAIA, Adinoel Motta. **A era Ford**: filosofia, ciência, técnica. Salvador: Casa da Qualidade, 2002.

mudança nas relações informacionais de produção, como a teoria da contingência⁸, que deixa óbvio esse relacionamento de pertencer e trabalhar pelo todo, sendo e fazendo apenas uma parte.

Nos dias de hoje, com a chamada 'sociedade da informação', a importância não decorre mais, basicamente, apenas de informar, mas, também, de manter-se informado:

“Se, na antiga economia que enfatizava a produção, a luta era contra a escassez, na Sociedade da Informação e do Conhecimento a luta é contra o tempo; a questão é como se gerencia uma ampla gama de informações em pouco tempo, o que permite seu emprego antes que se tornem sem valor ou obsoletas. Ao se tornarem mais reprodutíveis (com a digitalização) e voláteis (com a velocidade), a informação e o conhecimento se expandem porque necessitam estar em constante (re)produção. Aliás, ambos têm que ter alta visibilidade e forte presença social; caso contrário, não se tornam interativos e não agregam valor”. (PEREIRA; HERSCHMANN, 2002, p. 33).

Assim, no âmbito da comunicação, a informação é tida como o elemento a ser trocado entre duas entidades, usualmente, denominadas transmissor e receptor. Desse modo, a comunicação consiste, basicamente, em tornar uma ideia comum as duas entidades envolvidas no processo: “E a informação pode ser definida como: estruturas simbolicamente significantes com a competência de gerar conhecimento para o indivíduo e para o seu meio.” (SMIT; BARRETO, 2002, p. 20).

Como explicam os próprios Smit e Barreto (2002), o universo da informação pode ser explicado através de duas funções básicas (estoque e comunicação) e por três fluxos (seleção, transmissão e assimilação).

Nesta conjuntura, a informação é tida como “um fenômeno de comunicação presente em todas as áreas do conhecimento e tem seu valor em função do contexto, do interesse e competência do receptor” (DIAS; PIRES, 2005, p. 13). E, assim, pode-se dizer que sua relevância apresenta-se no uso e depende do valor que o indivíduo ou organização lhe confere.

⁸ Ler mais em: CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

Dessa forma, cabe buscar a definição de Setzer (1999), que relaciona a informação como um pacote de dados (saindo do transmissor), esse podendo ser decodificado ou não, segundo o estoque informacional do indivíduo (receptor) ao qual está destinado.

Neste capítulo, buscar-se-á, primeiramente, definir a informação no âmbito da Ciência da Informação. Posteriormente, traçar uma análise de seus suportes, enfatizando aqui o objeto desse trabalho: a informação veiculada no meio digital, especialmente por meio de blogs. Encerrando com uma diferenciação presente na literatura entre fontes e serviços de informação e a importância que esses possuem na construção de redes informacionais.

2.1 O conceito de informação nos dias atuais

É difícil chegar a um consenso quando o assunto em pauta refere-se a algo que está ampla e diversificadamente sendo discutido, hoje e sempre.

Afinal, o que pode significar ‘estar informado sobre algo’? Diante das avalanches de significações, dizer-se *expert* nesse ou naquele assunto basta para ser considerado inteirado acerca de todos os dados referentes ao assunto em questão?

Porém, para dar início a tal conceituação, nada como resgatar a mais significativa, de Le Coadic (2004, p. 4): “A informação é um conhecimento inscrito (registrado) em forma escrita (impressa ou digital), oral ou audiovisual, em um suporte.”

Por ela, podemos chegar a inúmeras conclusões: 1) a informação, para ser considerada dessa forma, necessita de uma inscrição, ser ‘verbalizada’ de algum modo; 2) verbalizada não significa, obrigatoriamente, estar representada por meio de

palavras; 3) todo tipo de documento que transporte algum dado é classificado como suporte.

Complementando tais afirmações, Miranda e Simeão (2005, p. 28) definem informação como “uma abstração informal (isto é, não pode ser formalizada através de uma teoria lógica ou matemática), que está na mente de alguém, representando algo significativo para essa pessoa”.

Assim, podemos concluir que informação é:

“um conjunto finito de dados dotado de semântica e que tem a sua significação ligada ao contexto do agente que a interpreta ou recolhe e de fatores como tempo, forma de transmissão e suporte utilizado. O valor desse conjunto poderá diferir da soma dos valores dos dados que o compõem, dependendo do processo de contextualização no agente que o recebe”. (SANT’ANA; SANTOS, 2004, p. 55).

2.2 Suportes, fontes e serviços de informação

Retomando o que foi dito no início do capítulo anterior, para que a informação seja transmitida, faz-se necessário o auxílio de um suporte, formando dessa junção um documento:

“Documento é o termo genérico que designa os objetos portadores de informação. Um documento é todo artefato que representa ou expressa um objeto, uma idéia ou uma informação por meio de signos gráficos e icônicos (palavras, imagens, diagramas, mapas, figuras, símbolos), sonoros e visuais (gravados em suporte de papel ou eletrônico)”. (LE COADIC, 2004, p. 3).

Conforme já salienta Le Coadic (2004, p. 3), “A informação comporta um elemento de sentido. É um significado transmitido a um ser consciente por meio de uma mensagem inscrita em um suporte espacial-temporal: impresso, sinal elétrico, onda sonora etc.”.

Como afirmam Dias e Pires (2005, p. 15), “o serviço de referência e informação constitui-se um processo de comunicação interpessoal com a finalidade específica de satisfazer às necessidades de informação de uma determinada clientela”. Esse processo pode acontecer de maneira formal (impresa ou eletrônica) ou informal (geralmente, oral), cada qual com suportes específicos, dependendo da tipologia da informação veiculada e das necessidades de informação.

Dessa forma, para que um conjunto de dados seja transmitido e, conseqüentemente, seja decodificado como informação, faz-se, *a priori*, sua inscrição em um suporte compatível com sua carga semântica.

Segundo Dias e Pires (2005), uma das principais características dos serviços de referência e informação é a autenticidade da informação transmitida. Suas fontes de informação que, por sua vez, formam o alicerce de todo o processo comunicacional, precisam ser confiáveis, tanto em atualidade e conteúdo quanto, porém, não necessariamente em autoria.

O quadro a seguir, desenvolvido por Dias e Pires (2005), promove uma separação das fontes de informação segundo os formatos e necessidades de informação:

NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO	FONTES
Autores, títulos, assuntos de publicações	Catálogos de bibliotecas e de editores, bases de dados
Biografias de pessoas, homens notáveis e especialistas	Diretórios biográficos, dicionários biográficos, enciclopédias, <i>who's Who</i>
Centros de Assistência Técnica	Guias de fontes de informação, cadastro de entidades atuantes em Ciência e Tecnologia, centros especializados
Como se faz	Manuais
Consultores	Bases de dados de órgãos governamentais, cadastros

Dados econômicos	Jornais, revistas especializadas, bancos de dados, serviços de vídeo-texto, associações de classe, sindicatos, câmaras de comércio; institutos de pesquisa, fundações, federações, entidades estatais ou privadas, universidades, institutos de pesquisa e desenvolvimento
Dados numéricos, informações geográficas	Anuários, censos, almanaques
Datas notáveis	Efemérides
Definição, ortografia, abreviações, símbolos, termos estrangeiros, usos das palavras	Dicionários gerais e especializados
Endereços, estrutura de organizações	Diretórios, indicadores
Equipamentos	Catálogos, feiras, exposições, vendedores, boletins de notícias, revistas técnico-comerciais, patentes, manuais, folhetos, especificações de fabricantes e produtores
Eventos, progressos alcançados em anos anteriores, acontecimentos recentes	Anuários, periódicos, anais de congressos
Fatos, curiosidades, estatísticas, eventos, fórmulas	Guias, almanaques
Ilustrações (quadros, desenhos, diapositivos, filmes)	Materiais audiovisuais
Informações em geral, auto-educação	Enciclopédias gerais e especializadas
Legislação	Ementários
Licenças	Órgãos governamentais, boletins de notícias
Localização de material bibliográfico, resumos, produção livresca de um país etc.	Bibliografias, índices, catálogos
Lugares (localização, descrição, distâncias)	Atlas, dicionários geográficos, guias, mapas
Patentes	Boletins de patentes, bases de dados, órgãos especializados

Pesquisa fundamental e de desenvolvimento	Revistas científicas, teses, relatórios internos, anais de congressos, colégios invisíveis, correio eletrônico, relatórios, manuais, patentes, propriedade industrial, informação técnico-econômica, literatura comercial, correio eletrônico, consultores
Preços de tecnologia	Fornecedores de tecnologia, catálogo de equipamentos, relatórios e boletins técnicos, órgãos governamentais
Problemas técnicos	Especialistas internos e externos, gerentes de projetos, manuais, revistas, atas de conferências, relatórios técnicos, documentalistas, bases de dados
Processos produtivos	Patentes, revistas técnicas, relatórios e boletins técnicos, política econômico-financeira, fornecedores, clientes, banqueiros, consultores
Recensões, os melhores livros, literatura de um assunto, de um autor	Bibliografias, índices

Quadro 1: Necessidades de informação e suas fontes. Fonte: DIAS, M. M. K.; PIRES, D. Fontes de informação: um manual para cursos de graduação em biblioteconomia e ciência da informação. São Carlos-SP: EdUFSCar, 2005.

2.3 A informação em ambientes digitais

Mudam-se os meios, permanece a necessidade. Díspar ao formato sequencial que a informação toma quando de seu suporte impresso, a informação em ambientes digitais assume forma maleável e em constante mutação, muitas vezes, atrelada a outros canais informacionais, referenciais em conteúdo.

A partir disso, surge o hipertexto⁹ que, conceituado por Le Coadic (2004),

“é o veículo informático de uma informação não-linear, resultado do desmantelamento, pelo computador, da organização estritamente seqüencial do suporte de papel. [...] A informação está, de fato, armazenada em uma rede de nós ligados por vínculos. Os nós podem conter textos, elementos gráficos, gravações de áudio e vídeo (fala-se, então, de documentos hipermídia, multimídia), análogos aos verbetes do dicionário ou enciclopédia. [...] O que diferencia o conceito de hipertexto das outras formas de armazenamento eletrônico da informação é a estrutura associativa que reproduz, muito de perto, a estrutura da memória humana e pode tornar-se seu complemento íntimo e ampliado. Permite substituir as estruturas clássicas arborescentes da informação por estruturas mais ricas e mais complexas, organizadas em redes, mostrando um número infinito de caminhos, abertos a todas as navegações e interligando múltiplos objetos”. (LE COADIC, 2004, p. 58-59).

2.4 Redes sociais

A informação nos dias atuais, através de seu suporte digital, flui numa rapidez nunca antes imaginada. Se tomarmos como exemplo a publicação de um livro até meados do século XX: todo o processo, desde a concepção de um esboço da obra, passando pelas revisões, até a sua, enfim, publicação demorava algo entorno de dois anos; Logo, se outro autor que, após ler esse trabalho do primeiro, quisesse refutá-lo, levaria outros dois anos para concluir tal ação.

Hoje, fazendo uso do suporte digital, esse processo de publicação-leitura-contestação pode ser encurtado em poucos minutos.

⁹ Ver mais em: NELSON, Theodor Holm. **Libertando-se da prisão da internet**. São Paulo: IMESP/FILE, 2005. Disponível em: <<http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2674,1.shl>>. Acesso em: 21 dez. 2010.

Essa fluidez instantânea, capaz de modificar a forma como o usuário se apropria da informação (BARRETO, 1998), também transforma o fluxo informacional, criando, entorno da informação, uma trama de relações em que os atores se sobrepõem, dando origem, assim, a uma comunidade.

Uma das principais características dessa comunidade é a organização do trabalho coletivo: um indivíduo abre mão de sua função como unidade, tornando-se, a partir de sua inclusão, uma parte de um todo. (CASTELLS, 2008).

Essa interação é imperativa para “a formação de redes com pontos de convergência para a troca de informação”. (SUGAHARA; VERGUEIRO, 2010, p. 103).

Assim, o fluxo informacional em uma comunidade pode convergir tanto interna como externamente, dispondo, dessa forma, relações complementares com comunidades semelhantes, constituindo uma rede social com interesses similares. (SUGAHARA; VERGUEIRO, 2010).

3 SOBRE BLOGS: HISTÓRICO

Antes de conceituar a ferramenta foco desse capítulo, faz-se necessário uma contextualização: a *World Wide Web*, ou apenas *Web*, tal como a conhecemos hoje, surgiu em 1990, resultado do trabalho incessante do engenheiro britânico Sir. Timothy John Berners-Lee. Trabalhando na Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear (CERN), um ano antes, ele havia idealizado um projeto de hipertexto, viabilizado, num primeiro momento, para auxiliar na troca de informações entre os cientistas, possibilitando um trabalho em conjunto de maneira não-presencial. (COFFMAN; ODLYZKO, 1998).

Tal projeto baseava-se na interligação de vários pontos de acesso em rede, constituindo assim, uma trama navegável onde as informações podiam circular livremente. Seu projeto recebeu tantos elogios que, no ano seguinte a sua criação, seu compartilhamento foi aberto ao mundo, avançando vertiginosamente até os nossos dias.

Em 1992, maravilhado com o crescimento exponencial que a *World Wide Web* adquirira, embora ainda exigisse um conhecimento prévio em HTML, Timothy John Berners-Lee resolveu publicar a página *What's new in '92*, na tentativa de levantar e, conseqüentemente, ordenar as novidades assimiladas a *Web*. Esse, segundo os especialistas, foi o primeiro blog, surgido da necessidade já explicada no princípio do capítulo anterior: manter uma comunidade informada. (ROJAS ORDUÑA et al., 2007).

Sua concepção era simples e direta: uma única página contendo inúmeros *links* e pequenos comentários acerca desses, formando uma espécie de diário de navegação. Daí a alcunha pela qual essa ferramenta ficou conhecida, a partir de 1997, atribuída por Jorn Barger, considerado um dos primeiros e mais influentes blogueiros: *Weblog* (registro de navegação na *Web*).

O blog, diferentemente de qualquer outra ferramenta utilizada no ciberespaço, foi desenvolvido como um reflexo da própria *Web*. Sua inspiração, bem como modelo e forma, em nada supõe uma representação exteriorizada. Para ficar apenas em um exemplo, o *e-mail*, hoje tão difundido como a forma universal de

comunicação instantânea, foi criado tendo como base as antigas cartas escritas a mão, com cabeçalho, remetente, destinatário etc.

Com os primeiros blogs não houve essa identificação exterior. E o motivo é simples: porque não havia nada no “mundo analógico” em que se basear. Como foi dito anteriormente, a intenção de Timothy John Berners-Lee ao criar o primogênito era a de filtrar o que havia de relevante dentro do organismo expansivo em que a *Web* estava se transformando. (ROJAS ORDUÑA et al., 2007).

3.1 Conceito

Começando pelo seu lado mais técnico, o que se pode, primeiramente, afirmar sobre o blog é que sua principal característica

“são as anotações (*posts*), ordenadas segundo a cronologia inversa (com as mais recentes primeiro), em que cada uma possui um endereço URL permanente (*permalink* ou *link* permanente), o que facilita sua conexão a partir de sites externos. As histórias podem ser arquivadas cronológica (por meses e anos) e tematicamente (por categorias) e é possível ter um buscador interno para tornar sua localização mais fácil. A maior parte dos blogs traz uma seleção de conexões (*blogroll*) que reúne os sites lidos ou pelo menos recomendados pelo autor e alguma referência pessoal (*about*) que, com o título e a descrição do blog, ajudam o leitor a situá-la”. (ROJAS ORDUÑA et al., 2007, p. 4).

Não raro, o blog é confundido com fóruns de discussão, pela sua aparência e, muitas vezes, disposição estrutural. Porém, como salientam Rojas Orduña et al. (2007), seus comparativos, para se perceber uma mínima diferenciação, devem ser feitos, também, em um nível autoral:

“Para diferenciar os blogs dos fóruns, deve-se observar que um blog é um meio com autoria centralizada, enquanto o fórum tem autoria dispersa; o blog se estrutura cronologicamente, já o fórum se estrutura tematicamente; o blog gera uma comunidade para fora (blogosfera) mediante links de entrada (*referers* e *trackbacks*) e saída (*links* dos *posts* e *blogroll*), ao passo que o fórum gera uma comunidade para dentro. Os visitantes procuram no blog o ponto de vista, o estilo e a temática de seu autor; os participantes de um fórum vão em busca de uma informação concreta, a fim de contribuir em um debate aberto ou de começar um novo debate. Finalmente, o blog é um meio sem editores, enquanto os fóruns tendem a ser hierarquizados: há editores ou moderadores e diversos tipos de participantes em função da faixa etária, da quantidade e da qualidade de contribuições”. (ROJAS ORDUÑA et al., 2007, p. 5).

Além disso, Rojas Orduña et al. (2007) faz outro apontamento muito importante sobre os blogs, como meio de comunicação:

“Uma das características básicas do blog, como meio de comunicação, é que ele consegue fazer que o processo de publicação na rede seja quase completamente transparente e praticamente simultâneo à escrita. Essas características se traduzem na informalidade, na espontaneidade e no caráter pessoal, às vezes íntimo, do estilo dominante nos blogs”. (ROJAS ORDUÑA et al., 2007, p. 7).

3.2 Tipologia / categorização

Quanto a sua tipologia, segundo autores como Blood (2002), Hewitt (2007) Kline e Burstein (2005) e Rojas Orduña et al. (2007), os blogs podem ser categorizados conforme seu formato, conteúdo e autoria, da seguinte maneira:

- Quanto ao formato:

Blogs filtro: são os precursores, surgindo em meados de 1992, são estruturados na forma de listas, contendo links e pequenos comentários do blogueiro sobre a sua navegação por esses; como exigiam um conhecimento prévio em HTML e outras linguagens de programação, só no final da década de 1990, com a popularização dos primeiros *softwares* desenvolvedores de blogs – como *Blogger*¹⁰, *Wordpress*¹¹, *Blogia*¹², entre outros -, esses foram substituídos pelos chamados blogs temáticos, com a diferença básica, porém, substancial, de inserção de formatos de informação multimídia (áudio, vídeos, imagens etc.);

Blogs pessoais: surgindo juntamente com os blogs temáticos, sua característica essencial é a atualização constante, várias vezes ao dia em alguns casos, trazendo experiências ou opiniões do blogueiro sobre fatos e/ou acontecimentos de seu dia-a-dia;

- Quanto ao conteúdo:

Blogs (auto)biográficos: as informações veiculadas são pessoais, baseando-se em experimentações ou opiniões do blogueiro. Em alguns casos, faz-se uso de textos e/ou enxertos desses para se chegar ao tema do post.

Blogs informacionais: o blogueiro escreve sobre um assunto do qual domina, porém, mantém a imparcialidade, deixando para seus seguidores a tarefa de julgamento;

- Quanto a autoria:

Blogs individuais: são mantidos por um blogueiro ou, em alguns casos, por um grupo homogêneo (ideologicamente falando). São blogs temáticos, informacionais e/ou (auto)biográficos. Possuem um público de seguidores muitas vezes migrado de outros blogs semelhantes, criando assim uma rede de contatos;

¹⁰ <http://www.blogger.com>

¹¹ <http://www.wordpress.com>

¹² <http://www.blogia.com>

Blogs corporativos ou institucionais: são blogs mantidos por empresas, ONGs ou órgãos governamentais, visando manter seu público informado sobre novos produtos, políticas de ajuda, prestações de contas etc.

3.3 *Usuários de blogs e suas necessidades informacionais*

Mas, qual é a finalidade de acompanhar as informações contidas num blog? O que transforma um internauta em um usuário de blog? O que ele pode encontrar num blog que não em uma biblioteca, museu ou qualquer outra Unidade de Informação?

A resposta é simples se fizermos a seguinte comparação: um livro permite apenas uma leitura passiva; o leitor toma para si as informações ali contidas, porém, é-lhe inexistente a possibilidade de confronto com o autor, questioná-lo sobre certos conceitos, refutá-lo em determinados pontos etc. Já um blog, permite uma interação entre autor e leitores, bem como entre os próprios leitores, gerando um debate entorno do assunto proposto, permitindo que os dados transmitidos não ajam de forma estática.

Assim, discutido por Rojas Orduña et al. (2007):

“De fato, a relação entre leitor e autor de um blog pode ser entendida como um pacto de leitura: um acordo implícito entre ambos, por meio do qual se medem as expectativas do leitor quanto ao texto. Quando o autor torna as condições da escrita claras, contribui para a segurança de sua relação com os leitores, para o fortalecimento dos blogs como meio e para a consolidação de sua credibilidade”.
(ROJAS ORDUÑA et al., 2007, p. 4).

Isso culmina em novos hábitos do usuário da informação: uma leitura mais digital (tela do computador, *smartphone*, *e-reader*); o sentimento de pertencer a uma comunidade, uma nítida alusão as tribos urbanas, movimento iniciado na segunda

metade do século passado; a liberdade prevista pela interação, estreitando os laços de confiança entre blogueiro e seguidor através das informações compartilhadas.

Cabe, dessa forma, ao blogueiro saber como satisfazer as necessidades de seus seguidores, perfazendo um uso adequado da informação que quer transmitir, como enfatiza Le Coadic (2004):

“Usar informação é trabalhar com a matéria informação para obter um efeito que satisfaça a uma necessidade de informação. Utilizar um produto de informação é empregar tal objeto para obter, igualmente, um efeito que satisfaça a uma necessidade de informação, que esse objeto subsista (utilização), modifique-se (uso) ou desapareça (consumo)”. (LE COADIC, 2004, p. 38).

3.4 As redes sociais criadas a partir de blogs

A influência que os blogs atingiram na *Web* fica ainda mais perceptível quando analisamos o surgimento, basicamente durante a última década, das chamadas “redes sociais”, como relacionam Rojas Orduña et al. (2007):

“Os blogs revolucionaram a maneira de gerar conteúdos na rede, impulsionam um novo tipo de comunidades com base no conhecimento e contribuem para a enorme tarefa de dar sentido e relevância à informação que se encontra disponível na rede”. (ROJAS ORDUÑA et al., 2007, p. 16).

Essa relação interativa entre blogueiro e seus seguidores, cria uma gama de infinitas possibilidades de comunicação, invertendo, muitas vezes, a prerrogativa de ‘quem transmite’ e ‘quem recebe’, resultando em trocas de papéis e de uma proximidade dentro de uma rede impossível de prever, como bem salienta McGarry (1999):

“A formação de redes é uma das mais importantes questões que hoje se defronta a comunidade bibliotecária e de informação. A convergência da tecnologia da informática com as comunicações afeta a criação, gestão e uso da informação de modo inédito desde a introdução da imprensa de tipos móveis. A invenção de Gutemberg permitiu aos estudiosos comunicar-se entre si, trocar informações e formar aquilo a que iremos nos referir como ‘colégios invisíveis’. A tecnologia eletrônica permite que conversem com a mesma proximidade e naturalidade como se estivessem ao redor da fogueira tribal – lembra-se das nossas redes neurais? Se as bibliotecas fossem a exteriorização do cérebro humano, tais redes se aproximariam da idéia de um cérebro global com neurônios disparando em intervalos variáveis em diferentes circuitos”. (McGARRY, 1999, p. 122).

Essa “proximidade entre os nós” (Castells, 2008) possibilitou, em meados da década passada, o surgimento das primeiras “redes sociais”, ambientes que visam a socialização virtual entre indivíduos com afinidades semelhantes.

Como não é o objeto de estudo desse trabalho, não iremos nos aprofundar muito sobre tais redes. Basta apenas demonstrar que os principais elementos (já citados anteriormente) se encontram presentes nas principais “redes sociais” hoje existentes (*Orkut*¹³, *Myspace*¹⁴, *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*¹⁵): seguidores, criação de conteúdo individual que pode ser replicado, comentado e/ou favoritado, tramas de ligações (amizades, outros sites etc.) entre os indivíduos.

Meadows (1999, p. 114) reflete que “o acesso a redes estimula o trabalho em equipe”, pois “a possibilidade de todos terem acesso aos mesmos dados e interagirem facilmente em sua utilização favorece os esforços coletivos”.

¹³ <http://www.orkut.com>

¹⁴ <http://www.myspace.com>

¹⁵ <http://www.youtube.com>

Isso fica ainda mais claro na seguinte afirmação de Vidotti e Vieira (2004):

“Em suma, com o uso das tecnologias de informação e comunicação na construção de um ambiente hipermídia, o indivíduo pode (re)elaborar as informações de forma ativa e criativa, expressando um trabalho de reflexão e aprendizagem individual, além de intercambiar conhecimentos e experiências à distância com outros indivíduos, permitindo a assimilação de novos conhecimentos e habilidades”. (VIDOTTI; VIEIRA, 2004, p. 41).

3.5 Usabilidade e acessibilidade

Além dos aspectos já citados anteriormente, e ainda tão importante quanto seu conteúdo disseminado, outra característica imprescindível aos blogs, bem como a toda ferramenta hipermídia, tem a ver com seu grau de usabilidade e acessibilidade.

Usabilidade, segundo a definição de Le Coadic (2004),

“mede até que ponto um produto de informação, um sistema de informação, um serviço de informação ou uma informação se prestam ao uso. É um conceito fundamental ao lado dos conceitos de utilidade, eficácia e confiabilidade. [...] O objetivo é, então, fazer sistemas, serviços e produtos fáceis de aprender e lembrar, e de usar”. (LE COADIC, 2004, p. 49).

Essa definição vai de encontro ao que ressaltam Torres e Mazzoni (2004):

“A usabilidade de um produto pode ser mensurada, formalmente, e compreendida, intuitivamente, como sendo o grau de facilidade de uso desse produto para um usuário que ainda não esteja familiarizado com o mesmo”. (TORRES; MAZZONI, 2004, p. 152).

Para um usuário de blog isso pode ser percebido na distribuição estrutural desse: seu *blogroll*, lista de comentários, informações multimídia (vídeos, imagens,

áudios etc.). Quanto mais intuitiva for a navegação pelo blog, mais seguro e determinante um usuário irá se sentir.

Já a acessibilidade, citando Torres e Mazzoni (2004),

“consiste em considerar a diversidade de seus possíveis usuários e as peculiaridades da interação dessas pessoas com o produto, o que pode se manifestar tanto nas preferências do usuário [...], quanto nas restrições à qualidade do equipamento utilizado [...], ou, até mesmo na existência de necessidades educativas especiais que não podem ser ignoradas pelos desenvolvedores do produto”. (TORRES; MAZZONI, 2004, p. 152).

Como já analisado anteriormente, umas das peças fundamentais dos blogs é a sua capacidade de interação, chegando a vias da cooperação colaborativa, onde todos primam pela correta assimilação da informação veiculada. Tal tarefa deve ser possibilitada inerente a especificações técnicas (*software* e *hardware*) que blogueiro e seguidor(es) estejam utilizando para se comunicarem, como enfatizam Torres e Mazzoni (2004):

“A acessibilidade no espaço digital consiste em tornar disponível ao usuário, de forma a que possa aceder a ela com autonomia, toda a informação que lhe for franqueável (ou seja, informação para a qual tenha código de acesso, ou seja, de acesso livre para todos), independentemente de suas características orgânicas, sem prejuízos quanto ao conteúdo da informação”. (TORRES; MAZZONI, 2004, p. 154).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi ressaltado, os serviços de informação possuem como característica irrefutável sua confiabilidade. Os dados transmitidos a sua comunidade surgiram de debates e análises de especialistas. Logo, sua autoria é institucional, incontestável quanto a sua credibilidade.

Já no caso das fontes de informação, sendo estas formais ou informais, não é exigida tamanha credibilidade e rigidez informacional. Seus autores, muitas vezes, são reles amadores e/ou entusiastas do assunto retratado. Claro que os dados precisam ser comprovados, porém, *a priori*, tal exigência apenas será posta a prova quando achar-se necessário.

É irretorquível o grau de importância que os blogs assumiram nessa revolução digital apresentada nos últimos dez anos, conforme ressaltam Rojas Orduña et al. (2007):

“Os blogs ajudaram a recuperar a filosofia inicial da rede, além de cumprir algumas de suas promessas. O estilo dos blogueiros baseado na atualização contínua que os leva a publicar quase diariamente, a navegação intensiva que se reflete nas múltiplas conexões de suas histórias e um forte sentido de comunidade dão valor agregado à informação disponível na rede e contribuem para sua paulatina conversão em espaço semântico”. (ROJAS ORDUÑA et al., 2007, p. 15).

Dessa forma, se for feito um comparativo, pode-se chegar à conclusão que, para tais ferramentas serem consideradas como serviços de informação, urge analisar sua autoria: esta precisa ser institucionalizada, blogueiros que possuam uma preocupação quanto a revisão dos conteúdos veiculados por seus blogs, onde os dados contidos tenham uma base referencial, transmitindo confiança e autoridade perante seu público usuário, ganhando, assim, destaque e relevância dentro da comunidade.

Assim, pode-se inferir que apenas os blogs corporativos e/ou geridos por profissionais reconhecidos em suas áreas de atuação (jornalistas, críticos, cientistas, por exemplo) possuem os requisitos necessários para serem classificados e utilizados como serviços de informação, por sua autoria e gestão centralizada.

Porém, este estudo não pode ser tido como conclusivo, já que, e salientado anteriormente, o ciberespaço é um ambiente em eterna mutação, local onde os fluxos informacionais são tão dependentes dos atores da rede quanto das ligações entre esses. (SUGAHARA; VERGUEIRO, 2010).

O blog foi apenas o primogênito em tal mudança comportamental. Sua democratização abriu espaço para que novas ferramentas hipermédia invistam ainda mais neste viés informacional.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, M. A.; AITA, T. B. Usuários da informação, tecnologia e educação. **Transinformação**, Campinas, v.21, n.3, set./dez. 2009.

ANDREW KEEN. Entrevista com Andrew Keen – parte 1 e 2. Entrevista concedida a Jorge Pontual, exibida no programa Milênio da GloboNews em 24 ago. 2009.
Disponível em: Parte 1: <<http://www.youtube.com/watch?v=WE8vzof1Y8k>> e Parte 2: <<http://www.youtube.com/watch?v=93c0s1XDhLA&feature=related>>
Acesso em: 17 jun. 2010

BARRETO, A. de A. Mudança estrutural no fluxo do conhecimento: a comunicação eletrônica. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v.2, n.27, 1998.
Disponível em : <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v27n2/barreto.pdf>>
Acesso em: 21 ago. 2010

BLOOD, R. **The weblog handbook**: practical advice on creating and maintaining your blog. New York, USA: Basic Books, 2002.

_____. **We blog**: publishing online with weblogs. New York, USA: Wiley, 2002.

CARVALHO, L. M.; CARVALHO, M. M. O registro da memória através dos diários virtuais: o caso dos blogs. **Em Questão**: Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, Porto Alegre, v.11, n.1, p.53-66, jan. 2005.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

COFFMAN, K. G; ODLYZKO, A. M. **The size and growth rate of the Internet**. [S.l.]: AT&T Labs, 1998.
Disponível em: <<http://www.dtc.umn.edu/~odlyzko/doc/internet.size.pdf>>
Acesso em: 21 maio 2010

DEMO, P. Ambivalências da sociedade da informação. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v.29, n.2, p. 37-42, maio/ago. 2000.
Disponível em : <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v27n2/barreto.pdf>>
Acesso em: 21 dez. 2010

DIAS, M. M. K.; PIRES, D. **Fontes de informação**: um manual para cursos de graduação em biblioteconomia e ciência da informação. São Carlos-SP: EdUFSCar, 2005.

GUIMARÃES, J. A. C. As políticas de indexação como elemento para a gestão do conhecimento nas organizações. In: VIDOTTI, Silvana A. B. Gregorio (org.). **Tecnologia e conteúdos informacionais**. São Paulo: Polis, 2004. p. 43-52.

FLORIANI, A. W.; MORIGI, V. J. Circuitos comunicativos e construção da cidadania no ciberespaço: tramas do sentido em redes de weblogs. **Revista Famecos**: Mídia, Cultura e Tecnologia, Porto Alegre, n.30, p.107-114, ago. 2006.

HEWITT, H. **Blog**: entenda a revolução que vai mudar seu mundo. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2007.

KLINE, D.; BURSTEIN, D. **Blog!**: how the newest media revolution is changing politics, business, and culture. New York, USA: CDS Books, 2005.

LE COADIC, Y. **A ciência da informação**. 4. ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

MACIEL, A. P. O. Organização e tratamento técnico-documental do arquivo do departamento de engenharia civil da faculdade de engenharia da Universidade do Porto. Porto, Portugal: Instituto Politécnico do Porto, 2009/2010. In: **Scribd**. Disponível: <<http://www.scribd.com/doc/32833485/RFE-AnaMaciel>>
Acesso em: 11 jan. 2011

MATTELART, A. **História da sociedade da informação**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2006.

McGARRY, K. **O contexto dinâmico da informação**. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

MEADOWS, A. J. **A comunicação científica**. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

MIRANDA, A.; SIMEÃO, E. (Org.). **Informação e tecnologia**: conceitos e recortes. Brasília: UnB, 2005.

PEREIRA, C. A. M.; HERSCHMANN, M. Comunicação e novas estratégias organizacionais na era da informação e do conhecimento. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 24, n. 38, p. 27-42, 2002.

PONTES, F.; MALI, T. A internet está deixando você burro? **Galileu**, São Paulo, n.229, p.38-47, ago. 2010.

ROCHA, P. J. Blogs: sentimentos em rede compartilhados na pós-modernidade. **Revista Famecos: Mídia, Cultura e Tecnologia**, Porto Alegre, n.22, p.73-82, dez. 2003.

ROJAS ORDUÑA, O. I. et al. **Blogs**: revolucionando os meios de comunicação. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

SANT'ANA, R. C. G.; SANTOS, P. L. V. A. C. Transferência de informação: análise de fatores para identificação do valor de unidades de conhecimento registrado. In: VIDOTTI, S. A. B. G. (Org.). **Tecnologia e conteúdos informacionais**. São Paulo: Polis, 2004. p. 53-75.

SANTOMAURO, Ad. C. As empresas brasileiras, quem diria, começam a blogar. **Revista Meio Digital**, Rio de Janeiro, n.6, p. 48-51, jul./ago. 2008.

SETZER, V. W. Dado, informação, conhecimento e competência. **DataGramZero**: revista de ciência da informação, Rio de Janeiro, n. 0, dez. 1999.
Disponível em: <http://www.dgz.org.br/dez99/F_I_art.htm>
Acesso em: 10 ago. 2010

SMIT, J. W.; BARRETO, A. de A. Ciência da informação: base conceitual para a formação do profissional. In: VALENTIM, M. L. P. (Coord.) **Formação do profissional da informação**. São Paulo: Polis, 2002. p. 9-23.

SUGAHARA, C. R.; VERGUEIRO, W. Aspectos conceituais e metodológicos de redes sociais e sua influência no estudo de fluxos de informação. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v.7, n.2, p.102-117, jan/jun. 2010.
Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/viewarticle.php?id=237&layout=abstract>>
Acesso em: 27 ago. 2010

TORRES, E. F.; MAZZONI, A. A. Conteúdos digitais multimídia: o foco na usabilidade e acessibilidade. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v.33, n.2, p.152-160, maio/ago. 2004.
Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/282/249>>
Acesso em: 17 jan. 2011

TREDAN, O. Do Weblog aos blogs de adolescentes: itinerário de um percurso de pesquisa sobre a prática do blog pelo público jovem. **Communicare**: Revista de Pesquisa, São Paulo, v.9, n.1, p.41-59, jan. 2009.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VIDOTTI, S. A. B. G.; VIEIRA, T. A. M. O ambiente hipermídia no processo de construção do conhecimento. In: VIDOTTI, S. A. B. G. (Org.). **Tecnologia e conteúdos informacionais**. São Paulo: Polis, 2004. p. 27-42

ANEXO

JORGE PONTUAL – Quando me pediram para entrevistá-lo, disseram: “ele é contra tecnologia. Quer acabar com a internet.” É o que descobrem quando pesquisam sobre você na rede. O que isso revela sobre a internet e sobre você?

ANDREW KEEN – Isso revela muito sobre o juízo que fazem de pessoas como eu, que criticam a internet, mas amam tecnologia. Dá para ser ambos. Um dos problemas dos utopistas tecnológicos, especialmente no Vale do Silício, é que, para eles, qualquer um que critica a tecnologia é contra o progresso tecnológico. Sou tão conectado quanto eles. Tenho aparelhos e estou na rede tanto quanto eles. É possível criticar a tecnologia e amá-la e usá-la o tempo todo.

JORGE PONTUAL – Mas você está no Twitter?

ANDREW KEEN – Estou em tudo. No Facebook, Twitter, Friendfeed... tudo. Estou em todas.

JORGE PONTUAL – Na sua página do Twitter, você se descreve como “o anticristo do Vale do Silício” O que isso quer dizer?

ANDREW KEEN – É uma piada, mas... “Anticristo” no sentido de que, se você tem uma igreja, você tem um cristo, tem uma crença na redenção, em milagres, no Apocalipse, e em todo o discurso de um movimento religioso. Todo movimento religioso atrai críticos, e esses críticos costumam ser classificados de “anticristo”. Eu sou aquela pessoa que se pronunciou contra as características religiosas do movimento web 2.0 e dos utopistas do Vale do Silício, que acreditavam que a tecnologia poderia mudar a sociedade e mudar os indivíduos.

JORGE PONTUAL – Para quem não sabe do que estamos falando, o que é a web 2.0?

ANDREW KEEN – É muito simples. Web 1.0 foi um período nos anos 1990 até 1999. Foi o primeiro estágio da história da internet, quando as empresas tradicionais de comunicação disponibilizaram seu conteúdo na rede. Não representava uma revolução cultural, e sim uma transição da publicação física para a digital. O “New York Times” publicou seu conteúdo na rede. Web 2.0 é uma revolução cultural iniciada pelo Google e levada adiante por empresas como YouTube, MySpace, Twitter e Facebook. É uma representação da “autopublicação”. Em vez de entidades vindas de cima, jornalistas profissionais, publicando e distribuindo seu conteúdo na rede, todo mundo – você, eu e todos os outros – pode publicar algo sem ganhar dinheiro e distribuir em blogs, MySpace, YouTube, Twitter... A web 2.0, pelo menos implicitamente, desacredita o jornalismo profissional e as mídias profissionais, pois, agora, a tecnologia permite todos nós se tornarmos comentaristas, e muitos realmente se tornaram comentaristas. Estamos no Twitter, no Facebook, temos blogs, estamos nos expressando. Há muito ruído, mas pouca verdade, pouca qualidade.

JORGE PONTUAL – Os defensores dessa nova internet dizem que isso é democracia. Todos têm direito de expressar opiniões. O que você diz disso? Isso é verdade?

ANDREW KEEN – Não é bem verdade. Muita gente não entende o que é democracia. Esquecem que houve um amplo debate sobre democracia, no início da história dos EUA, entre os federalistas e os antifederalistas. Os democratas puros perderam. Nos EUA, nós temos uma democracia representativa, em que o povo elege líderes, políticos profissionais, para representá-lo. Com a mídia tradicional, é a mesma coisa. Existem especialistas que representam uma opinião de qualidade, conteúdo e fatos. É uma meritocracia. Pode haver meritocracia na democracia. Os democratas radicais da internet, os ideólogos da web 2.0, acreditam que toda democracia deve ser pura. Democracia pura, na prática, não funciona. Ela degenera e vira anarquia e, em vez de democracia, leva à oligarquia.

JORGE PONTUAL – Eu li o seu livro no Kindle, o leitor de livros eletrônicos. Quando eu queria pesquisar algo, ele me direcionava para o site da Wikipedia. O que você acha disso?

ANDREW KEEN – Fico feliz por você ter usado o Kindle. É um aparelho bacana. Você pagou pelo livro?

JORGE PONTUAL – Paguei.

ANDREW KEEN – Não fez uma cópia ilegal?

JORGE PONTUAL – Não.

ANDREW KEEN – Legal.

JORGE PONTUAL – Paguei US\$ 10.

ANDREW KEEN – Foi barato. Eu lucraria mais se você comprasse o livro físico, mas não me importo que compre pelo Kindle. Não ligo para as conexões com a Wikipedia, contanto que você, como jornalista profissional, entenda que o site não tem uma editoria central. Ninguém verifica os dados, o que o torna pouco confiável. A Wikipedia é um bom site para uma busca inicial, mas não para concluir algo. Não me importo que o Kindle tenha direcionado você para lá. O que me preocupa é que os jovens não entendem o processo editorial da Wikipedia. Eles não entendem que comparada a um livro tradicional ou a uma enciclopédia tradicional, não existem editores verificando os dados, garantindo a confiabilidade do seu conteúdo.

JORGE PONTUAL – A mídia tradicional, e eu sou parte dela...

ANDREW KEEN – Você parece ser.

JORGE PONTUAL – Obrigado. As grandes redes de jornalismo convencional vêm as novidades com muito espanto. Eles acham fantástico o Twitter e coisas do tipo. Eles estão certos?

ANDREW KEEN – Isso reflete a cultura norte-americana. Meu livro se chama “O culto ao amador”, mas poderia se chamar “O culto da criança”. Uma das coisas mais intrigantes e irritantes nos EUA são pessoas de meia idade que dizem que seus filhos sabem mais que elas. É a idéia de que uma criança, por ser pura e inocente, é

um melhor receptáculo de verdade, justiça e beleza. Eu amo o meu filho, mas não acho que ele saiba mais do que eu. Prefiro educar o meu filho a ser educado por ele. A natureza da sociedade norte-americana leva as pessoas a transformar de tal forma a inocência infantil em fetiche, que essa inocência é confundida com verdade. É um retorno a Rousseau, a um “anti-Iluminismo”. Muita gente da web 2.0 absorveu isso. É uma característica da tecnologia. Ela se encaixa nesse discurso, pois os jovens que têm acesso à internet a compreendem intuitivamente. Os adultos, no entanto, principalmente os que cresceram num mundo analógico, usam a internet, os computadores e a tecnologia com dificuldade e sem tanta naturalidade.

JORGE PONTUAL – Vi no seu Twitter que você procura colaboradores para algo chamado “Vídeo from America”, o que é isso?

ANDREW KEEN – Bem... Você se lembra de Alistair Cooke, o jornalista da BBC? Ele tinha um programa de TV famoso chamado “Letter from America”. Cartas estão fora de moda. Você se lembra da última vez que recebeu uma?

JORGE PONTUAL – Não me lembro.

ANDREW KEEN – Não recebo uma carta há anos. Até mesmo os e-mails estão ficando obsoletos. Estamos recebendo vídeos. Estou muito animado com o iPhone que comprei. Qualquer um pode gravar vídeos e postá-los na internet. Pensei em começar algo, mas é uma brincadeira. Brincadeiras, às vezes, viram coisa séria. Chama-se “Vídeo from America”. Nós poderíamos reunir vídeos interessantes através do iPhone, do YouTube, da blogosfera, e distribuí-los pelo mundo. É uma diversão interessante. Não sei se é um investimento real. Mas isso é o bacana do Twitter: você pode lançar uma idéia maluca e receber respostas de investidores, parceiros, consumidores... Alguns dizem : “Você é louco, que idéia idiota!” Outros dizem: “Claro! Quero investir nisso.” Twitter é muito imediato, muito pessoal. Você tem uma platéia. Tenho milhares de seguidores. Já que estamos na TV, vou me promover. Sou “ajkeen” no Twitter. Tenho muitos seguidores no Brasil. Não entendo português, mas gosto de receber mensagens. Não entendo nada. Elas podem até ser grosseiras.

JORGE PONTUAL – Quem será o curador?

ANDREW KEEN – Eu. Sou inteligente, não sou? Você me parece inteligente.

JORGE PONTUAL – Todo blogueiro se acha inteligente.

ANDREW KEEN – Todo mundo se acha inteligente. Alguns são imbecis. Outros, não. A vida é uma meritocracia. Todos querem estudar em Harvard, ser médico, trabalhar na ONU, comandar o país... Alguns podem. Outros, não. Se cairmos no relativismo infantil em que todos são igualmente críveis, relevantes, inteligentes e talentosos, a raça humana estará perdida. Temos que fazer escolhas. O problema da nossa cultura é que vivemos em um mundo em que, cada vez mais, o valor pessoal é determinado pela criatividade, pela idéia de poder escrever um livro, fazer um filme ou cantar uma canção. Perdemos a estrutura de comunidade tradicional e estamos caminhando para a fetichização da criatividade individual. Quando eu digo a você: “Jorge, seu texto é uma droga, não vou publicá-lo”, você leva para o lado pessoal. É uma agressão direta à sua identidade. A culpa não é minha. É uma crise cultural. Christopher Lasch escreveu sobre isso em “A cultura do narcisismo”, Daniel Bell também. É um traço do capitalismo pós-industrial.

JORGE PONTUAL – A mídia tradicional está condenada?

ANDREW KEEN – Está pra lá de condenada. Ao escrever o meu livro eu ainda tinha esperanças. Era “otimistamente” pessimista. A mídia tradicional já era. Três anos após o livro, eles ainda não entendem. Aqueles que entendem estão se lançando nas novas mídias. Estamos vivenciando uma mudança fundamental de uma economia de cópias pagas para uma economia de bits não pagos, em que pessoas criativas disponibilizam cada vez mais conteúdo gratuito na rede e ganham dinheiro com programas de TV, discursos ao vivo, ou mesmo com patrocínio comercial... Os músicos estão ligados nisso. Para entender o que acontece no ramo da mídia, veja o mundo da música. Eles são bons indicadores. Estão nos apontando o futuro. Não dá mais para vender CDs, você pode baixá-los legal ou ilegalmente. Os músicos hoje ganham dinheiro vendendo ingressos para shows ou criando produtos como roupas e outras peças promocionais.

JORGE PONTUAL – Qual será o futuro do jornalismo?

ANDREW KEEN – É uma ótima pergunta. Não sei a resposta para ela. Não sei mesmo. É uma pergunta difícil. Só sei que não será o futuro que imaginamos. Eu tenho a sensação que estamos vivendo um período de grande... é uma grande revolução cultural na maneira como as pessoas absorvem as informações dos noticiários. O antigo modelo industrial do “New York Times”, das grandes organizações, selecionando informação para distribuí-la, está obviamente se acabando. A pergunta é o que a substituirá. Eu não sei. É muito difícil imaginar um mundo sem jornais tradicionais, mas é ainda mais difícil imaginar um mundo com eles.

JORGE PONTUAL – No Brasil há um debate em pauta. Era necessário ter um diploma de Jornalismo para exercer a profissão de jornalista. Isso foi revogado pelo poder judiciário. Qual a diferença entre um blogueiro e um jornalista de verdade?

ANDREW KEEN – Não há diferença. A palavra “blog” perdeu o sentido. Deveríamos aboli-la do nosso vocabulário. Quando Arianna Huffington se intitula “blogueira”, Mike Arrington, da “TechCrunch” se intitula “blogueiro”, e um garoto de 15 anos também se intitula assim... Não são todos blogueiros. Uma é escritora profissional, que usa a nova mídia eletrônica para divulgar conteúdo e vender espaço para propaganda, e outro é um garoto que tem uma opinião, interessante ou não, e que não vai ganhar dinheiro com isso. A palavra “blog” perdeu o sentido. A palavra “cidadão” é perigosa. Qualquer um que se diz “cidadão de qualquer coisa” me faz pensar como George Orwell. Me deixa muito desconfiado. O conceito “jornalista cidadão” é muito problemático. Um bom jornalista quer falar sobre o mundo. Não é necessariamente um ato de cidadania. Um bom cidadão não precisa ser um jornalista. Não gosto da idéia de “jornalista cidadão”. É uma contradição em si, usada frequentemente de forma orwelliana por membros virtuosos de uma elite acadêmica. Gente como Diane Gilmore, que tem suas próprias intenções. Talvez sejam boas intenções, mas, ainda assim, são individuais.

JORGE PONTUAL – O que é preciso hoje para ser jornalista de verdade?

ANDREW KEEN – Para ser jornalista de verdade é preciso ter dois atributos: o mais antigo e principal deles é curiosidade, um desejo de entender o mundo. “O que está acontecendo? O que está acontecendo no Irã? Por que Michael Jackson teve tanto destaque? Por que Obama é tão popular? Como ele foi eleito?” São perguntas-chave. “Os EUA vão sair da crise? Qual o futuro do capitalismo, das comunicações, da tecnologia?” São perguntas fundamentais que existem desde Sócrates e não têm nada a ver com tecnologia, mídia, jornais, nem nada disso. O outro atributo para ser um jornalista de verdade é dominar a tecnologia. O texto está acabado como um produto isolado. Quem quer ser jornalista deve entender como se usa uma câmera, como se usa um microfone, como se tira fotos... O futuro do jornalismo é a plataforma multimídia. Acabei de comprar um iPhone. Não sou fã da Apple, mas estou animado com a ideia de ter um aparelho com o qual posso tirar fotos, gravar vídeos, escrever textos e distribuí-los na rede em tempo real. Se você quer ser um jornalista hoje, não pode ter medo de tecnologia. A pergunta é por que fazer faculdade de jornalismo. Jovens estudam jornalismo em faculdades famosas. O que estão aprendendo? Não seria melhor comprarem um iPhone e saírem por aí? Suspeito que seja esse o caso. A faculdade de jornalismo é um anacronismo que pode vir a desaparecer.

JORGE PONTUAL – Por que você é contra a cultura do amador?

ANDREW KEEN – Sou contra...

JORGE PONTUAL – Você a desafia.

ANDREW KEEN – Sou contra o culto ao amador.

JORGE PONTUAL – O culto.

ANDREW KEEN – Sim. Sou contra a fetichização da inocência, a ideia de que, quanto menos se sabe, mais se sabe. Jimmy Wales disse a famosa frase...

JORGE PONTUAL – Da Wikipedia.

ANDREW KEEN – O cara da Wikipedia. Ele disse: “Não confio mais em um professor de Harvard do que em um garoto de 15 anos para postar na Wikipedia.” É uma afirmação bastante ideológica. Ele está dizendo que, mesmo com 30 anos de experiência em uma área como Zoologia, Filosofia, Teologia, você não sabe mais que um garoto de 15 anos. É o culto da criança, o culto do inocente... É Jean-Jacques Rousseau em uma frase. Isso é muito perigoso. Temos que reconhecer que algumas pessoas sabem mais do que outras, são mais capazes do que outras. Você trabalha com jornalismo na TV há 30 anos. Confio mais em você para fazer uma boa entrevista do que em um garoto qualquer. Alguém ensina em Harvard há 30 anos sabe mais sobre Deus, teologia, filosofia, Nietzsche, do que um garoto que acabou de ler um texto sobre filosofia. Temos que fazer essas escolhas. Podemos não nos sentir à vontade, e isso reflete as ambigüidades e paradoxos da nossa cultura democratizada, mas devemos estar dispostos a escolher os profissionais. Não significa que eles sejam mais éticos, melhores, nem que sejam melhores cidadãos, mas significa que sabem mais e são mais confiáveis. Se anularmos essa confiança, não haverá curadoria, e perderemos a mídia como fonte confiável de informação e diversão.

JORGE PONTUAL – A cultura, como a conhecemos, está ameaçada?

ANDREW KEEN – “Ameaçada” é uma palavra forte. Ela está ameaçada, mas é bom que seja assim, pois é desafiador e força as pessoas a serem criativas. Dessa revolução, surgem pessoas inteligentes e criativas. Quando escrevi meu livro, eu estava pessimista, mas estou cada vez mais otimista. Esse movimento, seja a Web 2.0 ou a Web 3.0, com as novas fontes em tempo real, como o Twitter, está lançando pessoas muito criativas. O desafio é fazer com que essas pessoas sejam descobertas e pagas. A única constante na História é o talento. Seja nos anos 60, 70, 80... No século 21, 20, 19... Sempre haverá pessoas talentosas, criativas, inteligentes. O desafio em uma economia da mídia é encontrar essas pessoas, aperfeiçoar seus produtos e garantir que elas tirem seu sustento deles. O que não me agrada no culto ao amador é a idealização da genialidade, a ideia de que não há problema em não ser pago, porque arte, criatividade ou jornalismo é tão importante que você ter outro emprego e se sacrificar. Eu abomino o conceito de sacrifício

peçoal. Eu abomino a ideia de que não devemos ser pagos pelo nosso trabalho criativo. Uma das ironias é que grande parte desse discurso, dessa ideologia, vem de ricos proprietários de software, como Dave Winer, o sujeito que inventou o blog. Ele diz que as pessoas não deveriam lucrar com blogs. Mas ele ganhou rios de dinheiro vendendo um software e pode se dar ao luxo de escrever de graça. Mas um garoto de 20 anos, ou um cara de 30 anos que sustenta uma família, não pode trabalhar de graça. Isso é absurdo.

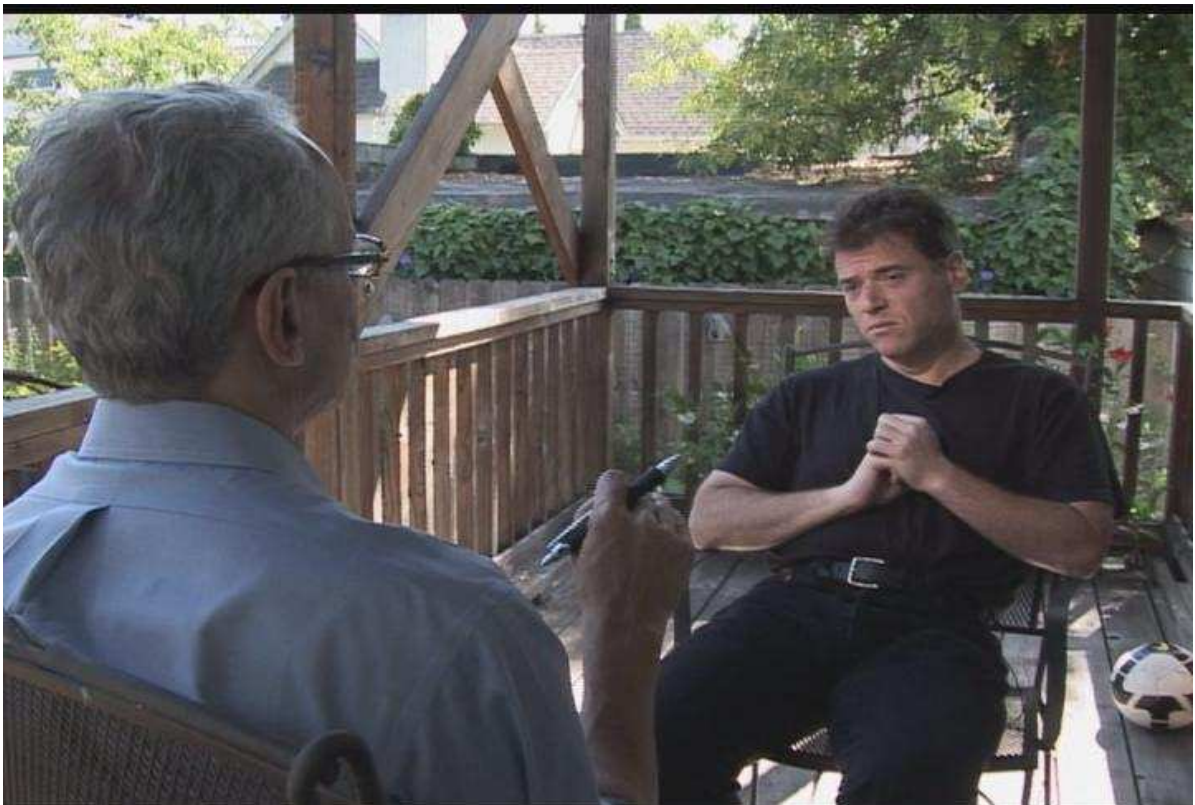


Figura 1: Jornalista brasileiro Jorge Pontual entrevista o jornalista e escritor norte-americano Andrew Keen, para o programa Milênio, do canal a cabo *GloboNews*. Fonte: <<http://globonews.globo.com/platb/milenio/tag/andrew-keen/>>