



Blogs de Política: caminhos para reflexão*

Cláudio Luis de Camargo Penteado¹
Marcelo Burgos Pimentel dos Santos²
Rafael de Paula Aguiar Araújo³

Resumo:

Este trabalho tem por finalidade propor metodologias de análises dos blogs de política que se constituem em novas formas de Comunicação Política. Os blogs são ferramentas que surgiram na década de noventa, na forma de diários e, atualmente ganham espaços de discussões políticas, sobretudo em ano eleitoral. Ao estudarmos as relações existentes entre política e internet, percebemos que os blogs podem ser compreendidos enquanto espaço de comunicação e ator político. O presente estudo analisa o uso desta nova ferramenta de comunicação e suas implicações e contribuições para a compreensão da política. Por ser tratar de instrumento recente, procuramos sistematizar uma proposta metodológica para análise dos blogs em seis campos diferentes: (1) classificação dos blogs de política; (2) análise das estruturas dos blogs; (3) análise do conteúdo dos “posts”; (4) análise de sua interatividade; (5) análise de sua interface; (6) análise da hipertextualidade.

Palavras-chaves: blogs, política, metodologia.

Abstract:

This paper intends to propose methodologies for the analyse of politician blogs which are a new way of Political Communication. Blogs are an instrument that appears at the nineties, as a web diary and, currently, have increased on political issues, especially at electoral years. As we studied the relations between internet and politics, we find out that the blogs can be known as a communication tool and politicians actors. This study analyses the use of this new communication tool and its involvement and contribution for the political understanding. For being such a new instrument, we tried to systematize a methodological proposal for the blogs analyse into six different fields: (1) political blogs classification; (2) structural blogs analysis; (3) “posts” contents analysis; (4) analysis of its interactivity; (5) interface analyses; (6) hypertextuality analysis.

Key-words: blogs, policy, methodology.

Introdução

Esse artigo nasce da necessidade do debate e do desenvolvimento de ferramentas para o estudo dos blogs. Os blogs atualmente ocupam um importante espaço dentro do universo social, extrapolando o espaço virtual da internet. Os blogs tornaram-se importantes componentes do universo da internet, deixando de ser apenas diários on-line de adolescentes e espaço de mídia alternativa, para se consolidarem como um espaço comunicacional que a cada dia conquista um número maior de leitores de seus posts e criando um público cativo para seus conteúdos.

Segundo o site da Technorati, responsável por monitorar os blogs na internet, a blogosfera cresceu cem vezes em apenas três anos⁴, tornando-se um grande fenômeno comunicacional.

Em uma sociedade em que a informação passou a ser matéria-prima (Castells, 1999a), os blogs se constituem em um novo espaço para a realização da política, fora das instituições sociais

* Trabalho apresentado no GT Internet e Política do I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, ocorrido na Universidade Federal da Bahia – Salvador-BA, 2006.

¹ Doutor em Ciência Política, professor universitário (UFABC) e pesquisador NEAMP.

² Doutorando em Ciências Sociais (PUC/SP), professor universitário (UniMonte e UniFAI), pesquisador NEAMP.

³ Doutorando em Ciências Sociais (PUC/SP), professor universitário (ESP), pesquisador NEAMP.

⁴ Em média dois blogs são criados por segundo e 1,6 posts são publicados diariamente. Informações do caderno de Informática da FSP 30/08/06. cabe aqui destacar que os blogs de política têm uma maior média de publicação diária de posts.

estabelecidas, como também à margem dos meios de comunicação tradicionais. A arena virtual do blog cria novas possibilidades de interações e comunicação, como a formação de fóruns virtuais para debates entre seus usuários. Mas, é importante destacar que muitas vezes as discussões são realizadas com base em ataques pessoais, demonstração de preconceitos e uso de humor grosseiro, contrariando o ideal dos “ciberotimistas” dos blogs como espaços para o desenvolvimento da democracia.

Os blogs trazem para os visitantes novos olhares para os acontecimentos, novas interpretações, novas informações, muitas vezes publicizadas no calor dos acontecimentos, além de permitir que os usuários emitam comentários sobre os temas abordados. Os blogs se constituem em um novo modelo de jornalismo, mais ágil, mais pessoal, mais especializado e interativo, configurando-se como um novo formato de atuação jornalística, além de se tornar um novo ator político dentro das relações políticas.

Outra característica importante dos blogs é sua capacidade de alimentar sua audiência com notícias e análises de acontecimentos recém ocorridos, criando a impressão de instantaneidade. Um dos atrativos dos blogs é sua capacidade de explorar a velocidade de publicação da internet, possibilitando aos usuários estarem “por dentro” das últimas notícias⁵. As notícias dos principais blogs de política fazem parte do universo do jornalismo on-line, elas estão presentes nas chamadas dos grandes portais de notícias, com hiperlinks de direcionamento para os blogs. Os blogs de política se destacam em relação ao jornalismo on-line pela pessoalidade das opiniões e pela “independência” do blogueiro. O posicionamento pessoal do blogueiro muitas vezes atrai os visitantes interessados em saber a opinião de determinado autor, fora das linhas tradicionais dos editoriais corporativos, ou então, serve como referência intelectual para os usuários fazerem a leitura dos acontecimentos⁶.

Um outro atrativo do blog está relacionado ao fenômeno de fragmentação da mídia, no qual as pessoas estão buscando novas fontes com as quais mais se identificam. Os blogs de política são espaços de informação especializados em determinados assuntos, geralmente relacionados ao perfil do blogueiro. Nesse sentido, podemos afirmar que os blogs são um produto de uma nova configuração social caracterizada pelos fluxos das informações, criando novas possibilidades de interação e dominação social.

Os blogs também se constituem como importantes atores políticos. As opiniões e informações publicizadas nos diários on-line são referências informacionais e podem exercer influência sobre a opinião pública. Assim como aponta Castells (1999b), os temas políticos não

⁵ Segundo reportagem do caderno de Informática da FSP (30/08/06), o motor do blog é seu conteúdo e o crescimento da audiência está relacionado ao ineditismo, exclusividade e velocidade das informações.

⁶ Segundo especialistas ouvidos pela FSP (30/08/06), os blogs que fazem apenas uma simples compilação de notícias não funcionam por não terem um ponto de vista consolidado.

exercem grande atração dentro da agenda social. A grande maioria da população tem pouco interesse e pouco conhecimento sobre a temática. Desta forma, as análises expressas pelos blogueiros servem como referências pelas quais os usuários compreendem o universo da política, trazendo os assuntos da política para o campo de cognição das pessoas que acessam sua página.

Um exemplo da importância dos blogs (enquanto espaço de comunicação e ator político) pode ser verificado na cobertura das eleições de 2006. Os principais blogs de política participaram ativamente da cobertura, através de análises das campanhas e das notícias políticas, disponibilizando em seus canais comentários e informações para abastecer um público sedento por informações.

Dentro deste universo, que compreende o blog enquanto espaço de comunicação e ator político, as pesquisas sobre os blogs de política assumem diversas possibilidades para os pesquisadores de Comunicação Política: (1) avaliar as transformações introduzidas por essa nova tecnologia de comunicação, (2) verificar seu potencial de influência política, (3) examinar os fóruns de debates como uma forma de construção ou reconstrução da esfera pública, (4) apreciar os blogs como uma mídia alternativa (ou não), (5) apurar se as informações publicizadas nos blogs podem ser consideradas como uma forma de expressão da opinião pública, (6) estudar suas possibilidades de promoção da democracia e (7) a configuração de uma nova cidadania (cidadania virtual).

Na busca de caminhos para a pesquisa sobre blogs de política

A pesquisa foi construída a partir das experiências vivenciadas no NEAMP (Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política), ligado a PUC/SP, no monitoramento da cobertura da mídia do processo eleitoral via internet, estudando os sites dos partidos, da imprensa e os blogs de política. O grupo de pesquisa detectou a existência de diversas metodologias, cada qual voltada para uma forma de pesquisa. As metodologias de estudo sobre blogs de política analisadas eram problemáticas, pois os critérios de avaliação, as categorias de análise e as variáveis de estudo são questionáveis, criando a necessidade de se propor um novo leque de métodos que respeite a complexidade do fenômeno, assim como esteja adequado a nova realidade e as novas formatações da sociedade contemporânea.

Thiollent (1982), preocupado com a qualidade das pesquisas em Ciências Sociais, criticava a procura de caminhos mais simples na coleta de dados, apontando para a necessidade de questionar as técnicas de pesquisa com o objetivo de propor novos caminhos. Assim, a pesquisa foi construída em três etapas: (1) discussões sobre metodologias realizadas no NEAMP; (2) leitura da bibliografia e outras experiências de pesquisas sobre blogs e sites de internet; e (3) debate entre os pesquisadores das informações coletadas, dos métodos existentes e na proposição de novas técnicas

de pesquisa, voltadas especificamente para blogs.

Para atender as diversas possibilidades de pesquisas sobre os blogs, foi necessário construir um caixa de ferramentas analíticas, capaz de articular as hipóteses de pesquisas com a coleta de dados para o estudo científico. Assim, o artigo propõe a formatação de seis tipos de análises: (1) classificação dos blogs de política, (2) análise da estrutura do Blog, (3) análise do conteúdo dos “posts”, (4) análise da interatividade; (5) análise da interface e (6) análise da hipertextualidade.

A criação de uma tipologia ou classificação dos blogs de política permite que o pesquisador diferencie a atuação dos diferentes blogs que atuam dentro da blogosfera. Cada blog de política possui uma especificidade, a qual depende de sua constituição. Um blog dentro de um portal de informação da internet, por exemplo, tem uma identidade que está atrelada, mesmo que indiretamente, a política editorial do portal, atuando de forma menos independente. Por outro lado, um blog pessoal de um desconhecido tem maior liberdade de expressão e atuação, no entanto menos credibilidade. O perfil do blogueiro também é uma importante característica, uma vez que o blog nasce dentro do formato de diário on-line, a pessoa responsável por administrar o espaço é quem “dá a cara” para o blog, suas características pessoais vão formatar a atuação e o estilo do blog.

A análise da estrutura do blog permite examinar os serviços oferecidos e suas possibilidades enquanto ferramental da prática política contemporânea. Os blogs, em sua maioria, estão estruturados em uma página principal, na qual são postadas as informações e análises do blogueiro, mas também disponibilizam outros serviços para as pessoas que navegam no site: enquetes de opinião, imagens, banco de dados, charges, etc.

Também é importante no estudo dos blogs de política a análise dos conteúdos expressos nos posts. O exame dos conteúdos permite verificar o posicionamento do blogueiro diante de determinados assuntos, permitindo avaliar a forma de atuação dos diferentes blogs existentes. Para a análise do conteúdo é importante criar categorias para classificar o formato, permitindo um agrupamento dos dados e a indicação de tendências.

A interatividade é uma característica essencial para o blog. O debate gerado em torno de uma informação postada rompe com o modelo tradicional da comunicação, possibilita que as pessoas participem do processo comunicativo. Assim, a análise da interatividade é uma importante ferramenta de pesquisa para a verificação das hipóteses sugeridas, por meio de uma tipologia que classifique os comentários expressos.

A análise da interface dos blogs é importante, pois estuda o programa (software) que realiza a interação entre os usuários e o blogueiro. O software de interface deve possuir características para o bom uso, para a facilidade de navegação, permitir que o visitante possa usufruir de todos os recursos existentes, assim como garantir a interatividade entre o blog e o

usuário.

Por fim, a análise da hipertextualidade do blog é um importante elemento no estudo dos blogs, pois indica a formação de redes de referenciamento entre os próprios blogueiros. A presença de links de direcionamento para o blog aumenta o número de acesso, bem como confere maior credibilidade.

1. Classificação dos blogs de política

A classificação dos blogs de política proposta está dividida em duas partes: quanto à localização do blog e quanto ao perfil do blogueiro.

1.1 Quanto à localização do blog:

A localização do blog de política dentro do universo virtual da internet é um elemento importante para o estudo dos blogs. O endereçamento do blog tem ingerência sobre o seu formato, seu conteúdo, sua credibilidade, sua visibilidade e número de acessos ao seu conteúdo. Os blogs podem ser classificados em: institucionais (vinculados aos Portais de Internet, empresas de mídia, partidos políticos e demais instituições); independentes (sem vínculo com instituições); e blogs de entidades da sociedade civil (vínculo com organizações da sociedade civil). Segue abaixo uma proposta de categorias classificatória:

a) Blog localizado em Portal de Internet são os blogs relacionados aos grandes portais de internet⁷. Os portais oferecem em sua página principal links para os blogs de política. Os blogs de política localizados nos portais de internet seguem, em sua maioria, o formato de blog de jornalismo político, valorizando a exposição de notícias e informações, a partir dos princípios da imparcialidade jornalística. Os responsáveis pelo sites (blogueiros) são na maioria jornalistas com um reconhecimento construído fora da web. Os blogs relacionados a um portal têm menos liberdade para expressar suas idéias, uma vez que eles estão ligados a uma instituição com interesses sociais, políticos e econômicos, com uma linha editorial, muitas vezes não expressa formalmente, mas que conduzem (indiretamente) o funcionamento dos blogs e seus conteúdos. A presença do blog em um portal aumenta a sua credibilidade, o internauta confere um maior status ao blog por ele estar vinculado a um grande portal de internet. A presença nos portais também confere maior visibilidade ao blog, tornando o mais conhecido, e conseqüentemente ampliando o número de acessos.

b) Blog localizado em site da mídia tradicional são os blogs relacionados à grandes corporações da mídia tradicional que circulam por meio impresso (jornais e revistas)⁸. As c

⁷ Os principais portais de internet no Brasil são: UOL, Terra, Globo, IG, Telefônica e Yahoo.

⁸ São exemplos de sites de mídia tradicional: Agência Estado, Folha Online, Correio Brasiliense, O Globo, Revista

aracterísticas desses blogs são semelhantes aos blogs de portais, os sites das empresas de mídia oferecem aos seus visitantes links para os blogs, seguindo o formato de blog jornalístico, no entanto a influência da linha editorial da empresa de mídia é mais clara, assim como o apelo jornalístico do próprio blog em sua dinâmica de funcionamento. Os blogueiros responsáveis pelos sites são, em sua maioria, formados por jornalistas da própria redação da empresa com maior destaque dentro do cenário da imprensa. A sua localização confere maior credibilidade, uma vez que ele se aproveita da credibilidade da empresa e do próprio jornalista. Eles também têm maior visibilidade, pois estão expostos em sites de grande visitação, com isso têm um grande número de acessos.

c) Blog localizado em um site de partido são os blogs relacionados aos partidos políticos. Esses blogs são caracterizados por serem espaços de divulgação política e fóruns de debate. Eles servem para os partidos exporem suas idéias, defenderem seus interesses e entrarem em contato com a militância e simpatizantes. Os textos e comentários são parciais e voltados para a defesa das bandeiras políticas do partido, atrair novos militantes e divulgar suas propostas. A credibilidade dos blogs localizados em sites de partidos é praticamente restrita aos simpatizantes do partido. Por possuir um caráter publicitário (panfletário) as informações expressas são favoráveis à imagem do partido. A visibilidade e número de acessos do blog ficam limitados pela popularidade do partido e dos autores.

d) Blogs Independentes são os blogs criados e gerenciados por pessoas desconhecidas do grande público. Esses blogs assumem o formato de diários on-line, valorizando os aspectos informais. Seus autores têm maior liberdade para expressar suas opiniões e definirem os assuntos a serem abordados. Os conteúdos exibidos não possuem uma padronização, no entanto, percebe-se uma tendência de valorização da crítica à política e aos políticos, o uso do humor e a ironia. Por outro lado, a autonomia de criação confere aos blogs pouca credibilidade, baixa visibilidade e seus acessos são mais restritos. A audiência dos blogs independentes é construída a partir de redes de auto-referências criadas entre os próprios blogueiros e seus conhecidos.

e) Blogs de entidades da Sociedade Civil são os blogs criados e mantidos por organizações da sociedade civil. Esses blogs assumem o formato de fórum de debates em torno de temas específicos (ex: meio ambiente, combate a fome, etc). É um espaço de mobilização virtual, que reúne pessoas interessadas em defesa dos interesses sociais variados. Os conteúdos dos textos são voltados a uma temática, possuem caráter crítico, informativo e panfletário. Os comentários expostos são parciais, fragmentários e específicos. A credibilidade e visibilidade do blog estão relacionados a própria imagem da entidade e do responsável pelo blog. Seus acessos são mais restritos, atingindo um público segmentado.

1.2 Quanto ao perfil do escritor (blogueiro):

Os blogs de política também podem ser classificados de acordo com o perfil e formação profissional do blogueiro. O perfil do blogueiro confere um estilo e formato ao blog. Segue abaixo as classificações propostas:

a) Blogs escritos por jornalistas seguem, em sua maioria, o formato de blog jornalístico, trazendo informações, comentários e opiniões sobre os temas políticos. Os jornalistas em seus blogs seguem o estilo próprio do segmento jornalístico, valorizando a informação e análise imparcial dos dados, mesmo quando da exposição de comentários críticos. Os jornalistas mais conhecidos possuem maior credibilidade e visibilidade, fazendo com que seus blogs tenham um grande número de visitas e comentários. Os usuários acreditam que os jornalistas podem trazer informações dos bastidores do poder, trazer à tona dados exclusivos e notícias reservadas.

b) Blogs escritos por políticos são caracterizados pela expressão da opinião individual e seu posicionamento político. O formato pode variar de blog jornalístico, comentando as informações da política, ou então, adotar o formato de diário on-line, relatando suas experiências e suas idéias. Esses blogs se configuram por se tornar um meio de interface entre o político e a população, funcionando como um novo espaço de comunicação do político. O estilo do blog varia de acordo com o perfil do político, no entanto, os blogs com maior destaque são de políticos que valorizam os textos polêmicos (exemplo: César Maia e José Dirceu). Os comentários postados expressam a opinião publicizada do político, é um espaço para o posicionamento político, crítica aos adversários e divulgação de suas idéias. O blog escrito por político é mais um espaço para a divulgação da imagem pública do político. As informações e opiniões expostas têm pouca credibilidade. A visibilidade e os acessos estão relacionados com a própria imagem do político. Os políticos com maior visibilidade atraem maior número de visitas.

c) Blogs escritos por acadêmicos (professores, escritores, etc) adotam um formato híbrido: informativo e analítico. Os temas e os conteúdos são selecionados pela área de atuação (especialização) e de interesse do acadêmico. As análises são pontuais e feitas no calor do acontecimento, não possuem caráter científico. O estilo é pautado por um vocabulário culto e uso de referências e citações acadêmicas para justificar a sua opinião. Esses blogs possuem grande credibilidade junto aos internautas. A credibilidade é construída pela formação acadêmica, no entanto possuem menos visibilidade. O número de acesso geralmente fica restrito a um grupo seletivo de usuários, podendo haver casos em que um acadêmico ganha popularidade e conseqüentemente seu blog aumenta o número de visitantes.

d) Blogs escritos por pessoas desconhecidas seguem, na maioria dos casos, o formato de diário on-line. Por serem escritos por pessoas diferentes eles não possuem um estilo próprio. Os

desconhecidos têm total liberdade para se expressarem, podendo utilizar comentários preconceituosos, avaliações personalistas e parciais. O estilo da escrita desses autores é a falta de estilo, que valoriza a crítica direta e o humor. Blogs com pouca credibilidade e visibilidade, ficam restritos a um universo particular de conhecidos ou redes criadas a partir da própria internet, as quais regulam o número de acessos.

e) Blogs escritos por candidato aos cargos políticos seguem o modelo publicitário, se caracterizam por serem mais um espaço para a divulgação da campanha do candidato. São espaços de mídia de baixo custo no qual o candidato pode aumentar sua exposição, criar uma interface com os eleitores e divulgar suas idéias e propagandas eleitorais. O estilo é marcado pelo formato publicitário do discurso político, isto é, a utilização de argumentos para conquistar votos (fala persuasiva), atacar seus adversários e apresentar suas propostas. Seu conteúdo é caracterizado pela posição partidária em próprio proveito. Os blogs funcionam apenas no período eleitoral, com pouca credibilidade. A visibilidade e o número de acessos estão condicionados a exposição e popularidade do candidato. Os candidatos mais polêmicos e populares atraem um número maior de visitantes.

2. Análise da estrutura dos blogs

A análise da estrutura dos blogs pretende examinar os diferentes serviços oferecidos por eles. Há, como sempre, semelhanças e diferenças entre os blogs. A principal semelhança entre eles e exploradas por nós⁹ até agora diz respeito à página principal, no entanto as páginas internas também oferecem serviços e conteúdos que também devem ser analisados.

Para melhor aplicação da metodologia proposta, elaboramos um modelo de planilha (em anexo) para ser utilizado nas análises dos blogs. A planilha deve ser aplicada na página principal e nas páginas internas, conforme a intenção do pesquisador. Segue abaixo a explicação dos conteúdos a serem observados pela planilha.

2.1 Verificação dos posts:

Na página principal se concentram as principais características do blog. Ali são disponibilizados os posts, que é a ferramenta mais significativa do blogs que se constitui em notícias que abrem espaços para a interatividade. Quanto aos posts é importante notar: (a) periodicidade de sua publicação e atualização, (b) se estabelecem links de hipertexto dentro do posts ou não, (c) espaços para postagens externas (abertura para que outros, que não o blogueiro, utilize o espaço do blog para escrever suas mensagens)

2.2 Interatividade:

⁹ Utilizamos da palavra exploração pois a pesquisa (como sabemos) ainda não foi aplicada, embora tenhamos nos utilizados de um “caráter exploratório” para observar e constatar algumas informações que estamos discutindo aqui.

Os posts também são espaços de interatividade, uma vez que, uma das características mais significativas dos blogs é a interação entre leitores e autores. Esta interação deve ser observada: (a) a forma de interatividade (leitura, email, fórum ou outra) e (b) se existem regras de participação. Embora nem sempre estas regras são cumpridas, elas têm o intuito de normatizar o conteúdo das mensagens¹⁰.

2.3 Biografia

Outro fator muito importante na primeira página é a biografia ou perfil do blogueiro. Nele há uma breve descrição com a biografia ou o CV (*curriculum vitae*) de seus autores. Alguns fornecem detalhes mais pessoais sobre o autor, enquanto outros se resumem a sua particularidade profissional. Quase todos trazem na página principal uma foto de seu autor.

2.4 Links:

Outro fator extremamente significativo é o número de links que estão presentes remetendo: (a) a outros espaços virtuais dentro do próprio blog (em seu espaço interno), ou (b) fora do próprio blog (espaços externos) como, por exemplo, outros blogs e sites.

2.5 Outros serviços:

Também é importante observar se existem espaços destinados: (a) entrevistas, (b) artigos, (c) enquetes, (d) animações, (e) arquivos para consulta ou download, (f) informações úteis e (g) outros. Os dois primeiros se diferenciam dos posts uma vez tendem a ser mais elaborados e, portanto, mais longos que os posts. As enquetes são realizadas conforme o interesse/perfil do blogueiro, ou seja, alguns se propõem a fazer uma enquete mais séria onde as perguntas e alternativas de respostas são verossímeis. No entanto, há outros que misturam informação, ou tentativa de apurar informação – através do uso destas, com perguntas dirigidas, tendenciosas e com alternativas que, por vezes, caem no ridículo¹¹. Cabe ressaltar que, em geral, nenhuma das enquetes possui valor científico, pois não são adotados critérios de estratificação e estatística que permitiria validar a enquete como válida. As animações que podem ser charges, imagens de humor e ainda ligações para áudios e vídeos dentro do próprio posts ou fora deles. Os arquivos podem ser documentos (formato pdf), fotos, áudios e vídeos disponibilizados para consulta ou para serem salvo pelos visitantes. Os blogs podem disponibilizar para seus usuários informações úteis como

¹⁰ O pesquisador Ari Macedo (OI, 19/08/06) comenta a falta de interação entre blogueiros e “audiência”, pois os filtros que existiriam a partir das regras para publicação nem sempre fazem jus a sua função. Uma vez que os comentários postados contêm ofensas pessoais, destilação de preconceitos contra segundos e terceiros, por vezes, injúria e difamação. Macedo comenta que dos blogs por ele observados somente os que estão hospedados no site do próprio Observatório da Imprensa (Mauro Malin e Luis Weiss) exercem controle sobre os comentários (deixando de publicar os que não atendem as normas exigidas), além de haver uma interação de seus blogueiros com sua audiência, uma vez que eles respondem ao comentário.

¹¹ Alguns dos blogs controlam o IP da máquina (computador) que participou da enquete e não aceitam que mais de um voto sejam registradas pelo mesmo computador. Outros não têm este controle e, portanto, mais de um voto pode ser registrado por computador. O que permite que uma mesma pessoa insista em votar na opinião que mais lhe agrada, manipulando, desta forma, o resultado da enquete.

locais de votação, dados de pesquisas de intenção de voto, legislação eleitoral, etc. Na categoria outros são inseridos os demais serviços encontrados dentro do blog que pode ser: mapa do site, busca interna, etc.

3. Análise do conteúdo dos posts

No que diz respeito à análise do conteúdo dos posts foram criadas algumas categorias que deverão servir de apoio para a observação. Uma vez estabelecidas as categorias, um blog poderá ser analisado por meio do enfoque dado às questões discutidas, o que poderá suscitar seu conteúdo político ou revelar diferentes opiniões dos usuários sobre determinado fato.

Um post poderá ser classificado quanto ao seu conteúdo. Poderá ser *informativo direto*, *informativo indireto*, *opinativo*, *crítico*, *irônico*, *ideológico*, *propositivo* e *avaliativo*¹². Um mesmo post poderá acumular mais de uma categoria possibilitando ao pesquisador reunir um maior número de dimensões da informação. Essas categorias de análise do conteúdo do post poderão servir de guia para o olhar, orientando a atenção do pesquisador para aspectos importantes da informação que podem revelar a intencionalidade do blogueiro e as possibilidades políticas da informação.

a) Classificamos os posts cuja intencionalidade está restrita à informação de um fato, sem a emissão de juízos ou reflexões, como *informativo*, podendo ser *informativo direto*, quando o próprio autor traz a informação, ou *informativo indireto*, quando o autor do post traz uma informação cuja responsabilidade é de um terceiro. Um post informativo indireto traz consigo uma isenção do autor sobre a informação passada e, dependendo da autoria, garante uma maior credibilidade. Em geral uma informação indireta funciona como argumentação de autoridade e traz dados novos à discussão. A informação indireta poderá ser, portanto, impulsionadora de novos debates no blog, enquanto a informação direta deverá refletir a participação dos usuários e seus posicionamentos diante de determinada questão.

b) Além do caráter direto ou indireto da informação postada, um post será *opinativo* quando trazer na própria informação uma opinião a respeito de um fato, argumentada ou não. Essa categoria poderá ser acumulada à *informativa direta* revelando a opinião do autor do post sobre determinado tema ou fato discutido e poderá ser acumulada à categoria *informativa indireta* revelando a opinião de uma outra pessoa sobre algo. Em geral um post que seja classificado como informativo indireto e opinativo terá um conteúdo argumentativo, buscando defender uma posição política na autoridade de um ator público, como forma de reforçar suas idéias. Isso não implica

¹² As categorias criadas aqui tiveram por base as obras de Mauro Porto (2002, 1999) e a análise e desenvolvimento feita pelos pesquisadores do NEAMP durante o Projeto Temático: Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo, financiado pela FAPESP e coordenado pela Profa. Dra. Vera Chaia. O relatório apresenta uma análise do telejornalismo e radiojornalismo durante as eleições de 2000 e 2004.

dizer que um post informativo direto e opinativo tenha um conteúdo raso ou de senso comum. É possível encontrar posts que tragam a expressão de uma opinião defendida com argumentação própria, revelando um ponto de vista exclusivo do autor.

c) Um post que tenha um ponto de vista argumentado a partir de uma cadeia lógica reflexiva, levantando hipóteses, avaliando argumentos, recuperando informações, será um post classificado como *crítico*. Aqui notamos uma diferença entre as classificações críticas e opinativas pela qualidade e quantidade da argumentação sobre um acontecimento. Um autor que desfere sua opinião sem argumentá-la, baseando-se apenas em sua visão pessoal sobre o fato registrado, não terá seu post classificado como *crítico*. Um post crítico deverá trazer à discussão elementos da ordem das razões capazes de fomentar novas reflexões e recuperar aspectos que poderiam ser perdidos se forem tomadas apenas as opiniões pessoais trazidas pelos internautas. Um post crítico, portanto, revela um fim em si mesmo quando propõe idéias buscando justificar-se pela argumentação.

d) Algumas postagens poderão ser classificadas como *irônicas*, quando o autor revela seu ponto de vista, pela escritura, usando-se desse recurso. A ironia poderá ser usada como forma de convencimento, provocação ou encerramento de uma discussão e haverá a possibilidade de interpretação da informação por parte do leitor. Um post será classificado como irônico, portanto, se o pesquisador estiver atento aos fatos e conjuntura a que se refere a informação e dependerá de uma interpretação subjetiva para que seu significado seja precisado. A intenção de uma informação irônica nem sempre estará explícita e a comunicação entre o autor do post e seus leitores será necessariamente múltipla, assim como as conseqüências dessa informação.

e) A precisão das conseqüências da informação de um post também será questionada quando for classificado como *ideológico*. Um autor poderá argumentar sua opinião a partir de elementos ideológicos, mas poderá enfrentar leitores que discordem das idéias apresentadas. Aqui existe uma nuance que precisa ser explicitada. Um leitor poderá discordar de toda sorte de argumentos, incluindo uma argumentação crítica bem ordenada. No entanto, quando a argumentação apela para uma ideologia a recepção dessa argumentação estará diretamente ligada à concordância ou não dessas idéias. É possível prever que elementos morais interfiram na aceitação de uma argumentação, assim como elementos ideológicos e partidários. Uma vez não havendo coincidências ideológicas entre o autor e o leitor do post, a argumentação poderá ser considerada ineficaz. Com essa categoria estamos chamando a atenção também para uma imprecisão na recepção, mas também atentamos para o fato de um argumento ideológico elevar a discussão política e fugir do senso comum.

f) O blogueiro, diante de determinada discussão, poderá escrever um post *propositivo*. Aqui o autor estará preocupado em encontrar soluções para um problema, ainda que haja a tentativa de

evidenciar, como forma de argumentação, a ineficácia de uma ação que poderia ser diferente. Um post propositivo revela uma vontade por parte de seu autor, mas não revela a qualidade de sua proposta, sua viabilidade, ou sua intencionalidade. Classificar um post como propositivo, no entanto, é reconhecer determinado tipo de ação política.

g) Uma última categoria que elencamos como possibilidade para se examinar o conteúdo dos posts diz respeito ao modo do autor expressar-se. Um post *avaliativo* reflete além de uma opinião do autor, um julgamento. Essa categoria permite verificar em que medida os acontecimentos estão influenciando os humores dos internautas e revelam se os autores estão envolvidos emocionalmente com um acontecimento. Também é avaliativo um post que demonstre uma opinião dogmática e moralista e que tome essa forma de pensar como referência para uma conduta agressiva em uma discussão.

4. Análise da interatividade (comentários)

No que diz respeito à interatividade do blog é importante ressaltar que essa nova forma de comunicação carrega em si a possibilidade de participação de diferentes indivíduos, ainda que se mantenham espacialmente distantes. O ciberespaço pode unir os diferentes atores políticos em uma ágora virtual em que as opiniões são filtradas pelos leitores e multiplicam-se em significados e conseqüências¹³. Trata-se aqui não de examinar as possibilidades do meio de comunicação, mas criar ferramentas para buscar avaliar as possibilidades de participação que determinado blog oferece. Parte-se, portanto, do reconhecimento que a interação na internet é limitada, mas, dentro das possibilidades que o meio oferece, podemos verificar as barreiras que são criadas para a participação e o incentivo feito pelo blogueiro a interação com os internautas.

Nesse sentido, acreditamos ser importante verificar o número de comentários feitos após uma publicação, além de observar se os comentários são filtrados ou não pelo blogueiro. O grau de interatividade de um blog poderá ser medido pela possibilidade do usuário publicar mensagens sem um filtro e interagir não apenas com o blogueiro, mas também com outros usuários.

Em relação aos comentários que são feitos em um blog, sugerimos que seja feita uma análise por meio das categorias descritas anteriormente. Um comentário será *informativo direto* quando o internauta acrescentar uma informação referente ao post e será *informativo indireto* quando essa informação vier de outra fonte. O comentário será *opinativo* quando refletir uma opinião pessoal do comentador e *crítico*, quando for o resultado de uma reflexão argumentativa e lógica. Poderá também ser *irônico*, quando esse recurso estiver presente no comentário e *ideológico* se houver uma argumentação que faça referências ideológicas. Um comentário será *propositivo*, quando buscar

¹³ Sobre essa discussão teórica ver ARAÚJO (2006).

uma solução para a questão em debate e avaliativo quando o comentador expressar agressividade ou julgamentos sobre o conteúdo do post.

Soma-se a essas categorias, que sugerimos para analisar o conteúdo dos posts, uma outra que fará referência à possibilidade do internauta tecer um comentário sobre um assunto outro. Um comentário será *desviado* quando ignorar o tema em debate e escrever algo referindo-se a outra coisa, dando um novo rumo para a discussão ou dispersando-a. Será importante ao pesquisador observar se um comentário desviado não foi feito com uma intenção explícita de modificar a discussão ou se foi apenas um desvio aleatório que não interferiu no desenvolvimento do debate.

5. Análise da Interface¹⁴:

Este método pretende estudar a interação homem-máquina, analisando os softwares que fazem a interface entre os usuários e os blogs de política. O blog de política deve ter um programa de interface que valorize e potencialize o fluxo das informações, permitindo a livre circulação dos internautas pelos espaços virtuais ofertados pelo blog através dos diversos recursos de multimídia, imediatividade, interatividade, memória e divulgação de informações

O referencial de avaliação do modelo proposto é centrado na perspectiva do usuário, no qual são verificados os processos básicos de acessibilidade e os fundamentos da interação humano-computador. Também será avaliado o fluxo dos elementos interativos dos sites. O método proposto é feito a partir de uma lista de verificação (planilha), detalhada em anexo, que busca identificar a existência e algumas características de determinados elementos selecionados de acordo com as categorias e critérios expostos abaixo.

5.1 Categorias e critérios

A lista criada para a avaliação dos blogs de política possui 6 categorias de avaliação: acessibilidade, otimização, navegabilidade, tratamento de erros, interatividade e atualização.

5.1.1 Acessibilidade:

Avaliação do primeiro contato com usuário com o blog. Critérios de avaliação são:

a) Visibilidade do site depende da colocação nas pesquisas realizadas nos motores de busca da internet, facilitando o acesso para o usuário diante dos inúmeros links existentes¹⁵. São utilizados os seguintes motores de busca: Radar (UOL), Yahoo e Google.

b) Compatibilidade com diferentes sistemas operacionais está relacionada a verificação do funcionamento do programa de interface diante dos diferentes sistemas operacionais existentes.

c) Funcionamento das plataformas de acesso (navegadores). Cada navegador possui um renderização do código HTML, o que pode causar deformações no layout do site, não ativação dos

¹⁴ Metodologia criada a partir do modelo aplicado por Lemos et al, 2004 para análise de sites da administração pública.

¹⁵ A boa colocação nas pesquisas depende da qualidade dos metadados, que são palavras-chave embutidas no código HTML quando da indexação pelos mecanismos automáticos de catalogação da world wide web.

serviços disponíveis e impedir o acesso a outras partes do site.

d) Facilidade de acesso para pessoas portadoras de necessidades especiais. A verificação é feita a partir das diretrizes do Web Content Accessibility Guidelines da Web Accessibility Initiative (WAI)¹⁶.

e) Disponibilidade de uma versão em outra língua

f) Uso de outras tecnologias para o funcionamento do site

5.1.2 Otimização

Em relação a otimização dos blogs de política o critério está relacionado ao tempo de carregamento da página inicial e da existência de aberturas. A demora na abertura do programa de interface implica em uma percepção negativa dos conteúdos do site (Lemos et al, 2004). Serão verificados o tempo de carregamento da página principal (homepage), das páginas secundárias (o pesquisador deve selecionar as páginas secundárias de forma aleatória) e, caso existir, da página (animação) de abertura, a partir das conexões por linha discada (conexão de 56 Kbps), conexão banda larga (modem e cabo) e conexão wireless. Para a avaliação da otimização o pesquisador deve utilizar o mesmo computador e realizar os acessos no mesmo horário, com o objetivo de padronizar a coleta de dados e evitar que congestionamentos na rede e funcionamento da máquina interfiram no processo de otimização.

5.1.3 Navegabilidade

Avaliação das condições de mobilidade e usabilidade do usuário no interior do blog. A navegação é feita através do acesso às seções disponibilizadas por meio da ativação de hiperlinks. A navegabilidade está também associada ao design do site e a sinalização dos comandos e caminhos para serem percorridos pelo visitante. Os critérios utilizados são: recursos disponibilizados na página principal, a presença de menu de navegação principal em todas as páginas, a existência de menu de navegação local (para páginas internas) e recursos internos (busca, mapa do site, gerenciamento de impressão, história, etc).

5.1.4 Tratamento de erros

Essa categoria analisa os procedimentos utilizados pelo blog para solucionar os problemas possíveis de serem encontrados pelos visitantes. Os critérios de avaliação são: canal de comunicação com webmaster para comunicar um erro, links inativos, soluções para erros comuns e informações sobre links inativos.

5.1.5 Interatividade

A categoria interatividade analisa os recursos de interatividade disponibilizados pelos blogs de política. A interatividade permite que o usuário possa interagir com o blog, podendo comentar as notícias, emitir opiniões pessoais, criticar o próprio blogueiro e assim por diante. Uma ampla

¹⁶ WAI: disponível em www.w3.org/WAI

interatividade permite que se criem debates e discussões sobre os temas abordados, assim como também permite a construção de textos abertos, isto é, texto que são construídos com a participação dos diversos usuários. Os critérios adotados são: formatos de interatividade disponíveis, facilidade de acesso aos recursos de interatividade (total – quando o usuário encontra os serviços com facilidade, são fáceis de usar e não existe um controle na participação; restrita – quando a visualização dos recursos é mais restrita, existe alguma dificuldade na utilização e a participação está restrita a uma filtração pela equipe do blog; limitada – quando é muito difícil localizar os canais de interatividade, o uso é complicado pelo visitante e a participação é controlada), existência de regras de participação e formas de participação (direta – quando os comentários dos usuários são disponibilizados para todos os demais visitantes indireta – quando os comentários são recebidos por uma equipe do blog e são respondidos individualmente).

5.1.6 Atualização

A atualização dos posts é um elemento central para que o usuário esteja sempre acessando o blog, em busca de novas informações. Um blog de política com notícias, comentários ou reportagens desatualizadas (antigas) não atraem os visitantes, que buscam justamente nos blogs de política a notícia “em cima da hora”. A planilha analisa a atualização dos conteúdos, das notícias e dos arquivos.

6. Análise da hipertextualidade

Por fim, outro ponto de extrema importância dentro da blogosfera é a análise da hipertextualidade, pois conforme já foi dito, esta indica a formação de redes de referenciamento entre os próprios blogueiros. Além destes links de direcionamento para o blog aumenta o número de acessos além de conferir maior credibilidade ao seu autor.

Um dos sites mais importantes que acompanha e monitora a audiência da internet é o norte-americano technorati (www.technorati.com). De acordo com este site, os 100 blogs mais visitados da internet mundial são em sua maioria estadunidenses ou chineses. Por exemplo, o blog mais visto é o endadget com mais de 26.000 links. O segundo é o boing boing com mais de 20.000 links (embora alguns considerem este boing boing o mais visto no mundo). No monitoramento dos 100 blogs mais vistos não são encontrados nenhum blog brasileiro ou mesmo latino-americano.

Outro site que se mostra importante para o monitoramento de sites e blogs é alexa (www.alexa.com). Este fornece elementos como número de visitantes diários, além de possuir gráficos com o as principais datas de audiências do blog. Este site consegue mensurar também o número de links que são ligados aos blogs – importante índice de medida que atesta a relevância do blog. Cabe ressaltar que este site tem um problema, por vezes, ele fornece os dados referentes aos

números de acesso ao portal principal e, não ao blog particular. Para evitar este erro e saber o número de acesso médio de acessos diários a alguns blogs de políticas nacionais, tentamos estabelecer contato com alguns dos principais blogueiros do Brasil para obter esta informação. Até o presente momento de redação deste paper não foram obtidas respostas.

Na aplicação da metodologia de análise da hipertextualidade dos blogs (planilha em anexo), faz-se necessário seguir os padrões adotados internacionalmente. Para isto, é necessário saber: (a) quantos links existem nos posts da página principal, (b) o número de links de direcionamento para outros blogs, (c) quantas vezes este mesmo blog é citado por outros (utilizar o site Alexia) e (d) o número de acesso que estes mesmos blogs possuem.

Até o presente momento, os blogs observados para esta pesquisa seguem o mesmo padrão de links adotados no resto do mundo. Mas ao contrário do observado em outros blogs internacionais, os nossos são muito pouco referenciados, ou seja, em sua maioria, não são citados, tampouco citam outros. Alguns dos mais importantes blogueiros nacionais estabelecem link com, no máximo, algumas (poucas) dezenas de outros blogs.

Ao que parece até agora a hipertextualidade ocorre em momentos pontuais quando um dos blogueiros cita outro porque “deu um furo” (para usar uma expressão jornalística) e cita o colega (embora esta citação seja um link no próprio post). Normalmente, as citações aos colegas ficam restritas a links específicos que os autores recomendam. Por vezes em alguns blogs também é difícil observar exercícios de hipertextualidade no decorrer de um post.

Conclusão

A aplicação dos métodos expostos acima está relacionada ao escopo da pesquisa. O pesquisador pode optar pela utilização das seis metodologias quando objetivar uma análise mais elaborada sobre os blogs de política. No entanto, quando da realização de uma pesquisa com um objetivo específico, pode-se optar pela seleção dos métodos mais adequados, combinando os métodos apresentados.

O grupo optou por não utilizar os critérios de pontuação apresentados em diversas metodologias de estudos de sites de internet. Segundo nossa percepção a adoção de pontos está atrelada a valoração de certos elementos presentes nos sites, o que indica um grau de subjetividade de percepção do pesquisador. O uso de pontuação, por mais objetivo que possa parecer na verdade revela o estabelecimento de graus de hierarquia, que segundo a visão deste artigo, não existe, pois o que pode parecer relevante para um pesquisador pode não ser para outro, ou então, é irrelevante na visão dos usuários. O artigo sugere que existe a necessidade do desenvolvimento de pesquisas de recepção para avaliar se existe uma padronização em relação a percepção dos componentes dos

blogs.

Seguindo a cronologia prevista pelo grupo, a próxima etapa será a aplicação das metodologias apresentadas nos blogs de política. O emprego das metodologias permitirá que o grupo faça as correções necessárias e fixe os parâmetros de pesquisas em blogs.

Como o objetivo é consolidar e propor técnicas de pesquisas sobre os blogs, este trabalho se postou como uma primeira etapa de investigação, com a definição das ferramentas de pesquisa que precisam ser aprimoradas e verificadas para que possamos compreender este novo fenômeno da Sociedade da Informação.

Referências Bibliográficas

ALDÉ, A.; ESCOBAR, J. CHAGAS, V. A febre dos blogs de política. Trabalho apresentado ao GT: Comunicação e Política, do XV Encontro da Compós, Bauru, junho 2006. Disponível em <http://www.faac.unesp.br/compos2006/imprimirGT02.htm>. Acesso em 09/08/2006.

ALDÉ, A. & CHAGAS, V. Blog de política e identidade jornalística. Trabalho apresentado ao NP 02- Jornalismo, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2005. Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17361/1/R1479-1.pdf>. Acesso em 08/08/2006.

ARAÚJO, Rafael. Mídia eletrônica e a convulsão do tempo social. Trabalho apresentado no 3º Congresso Latino-Americano de Ciência Política – Democracia & Desigualdades, realizado na UNICAMP. Setembro de 2006.

BRAGA, S. Internet e política: um estudo sobre a informatização dos órgãos legislativos na América do Sul. Trabalho apresentado no 3º Congresso Latinoamericano de Ciência Política. Campinas, setembro de 2006.

CASTELLS, Manuel. Sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999a.

_____ O poder da Identidade. São Paulo: Paz e Terra, 1999b.

CHAIA, Vera M. (coord.) Projeto Temático: Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo nas eleições de 2000 e 2004. Disponível em <http://www.pucsp.br/neamp>.

CIC – Cuadernos de Información y Comunicación, número 6, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Periodismo III, Madrid. Ed. Serviços de Publicaciones, Universidad Complutense, 2000

LEMONS, A.; MAMEDE, J.; NÓBREGA, R.; PEREIRA, S.; MEIRELLES, L. Cidade, tecnologia e interfaces. Análise de interfaces de portais governamentais brasileiros. Uma proposta metodológica, in Revista Fronteiras, Estudos Midiáticos, volume VI, número 2. São Leopoldo, dezembro 2004. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemons/interface.pdf>. Acesso em 08/08/2006.

MACEDO, Ari. Falta interlocutores com os leitores, in Observatório da Imprensa (site). Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=396IMQ004> . Acesso em:

29/08/06.

MORAIS, L. A internet como espaço público – um olhar sobre o ‘Blog do Noblat’. Trabalho apresentado na Intercom Sudeste. Ribeirão Preto, maio de 2006. Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/19363/1/Larissa+Morais.pdf>. Acesso em 09/08/2006.

NICOLAS, Manuel Martinez; MADRIAGA, José Maria García; TUCHO, Fernando. Redes com lastre. El periodismo digital ante la transformación de la comunicación política electoral, in María Luisa Otero et al. (eds.) **Cara a novos espazos ciberxornalísticos**. Actas do II Congresso Iberoamericano de Xornalismo Dixital. Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, 2004.

_____ Democracia digital: nuevos medios y participación ciudadana. Experiencias en la red de la población inmigrante en España, Portularia, in **Revista de Trabajo Social**, volumen 6, pp. 7-20, 2006.

PORTO, Mauro. Enquadramento de Mídia e Política. Trabalho apresentado no Workshop “Mídia e Eleições 2002”, na PUC/SP em 16 de março de 2002.

_____ A Crise de Confiança na Política e suas Instituições: os Mídia e a Legitimidade da Democracia. Trabalho apresentado no XXII Encontro Nacional da ANPOCS no Grupo de Trabalho, 1999.

RECUERO, R. Weblogs, webrings e comunidades virtuais, in *404nOtF0und*, ano 3, volume 1, número 31, agosto 2003. Disponível em: <http://facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und>. Acesso em 10/08/2006.

RIGITANO, M. E. Os filtros e o jornalismo participativo: uma proposta de análise da seleção de notícias do centro de mídia independente, in *404nOtF0und*, ano 5, volume 1, número 48, novembro 2005. Disponível em: <http://facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und>. Acesso em 10/08/2006.

SILVA JUNIOR, J. A. A interface como estrutura de produção do jornalismo de Fonte Aberta. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Porto Alegre, 2004. Disponível em http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_silvajr_interface_jol_fonteaberta.pdf. Acesso em 09/08/2006.

STEFFEN, César. Espaços digitais e visibilidade política: algumas considerações sobre a internet na campanha presidencial Brasileira de 2002 . Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/steffen-cesar-espacos-digitais.pdf. Acesso em 29/08/06.

THIOLLENT, Michel J. M. Crítica metodológica, investigação social & enquete operária. São Paulo: Editora Polis, 1982.

Periódicos consultados:

Revista Carta Capital, ano XII, nº 401, 12 de julho de 2006.

Revista Carta Capital, ano XIII, nº 416, 25 de outubro de 2006.

Revista Época, nº 428, 31 de julho de 2006.

Revista Veja, edição 1973, ano 39 (nº36), 13 de setembro de 2006.

Folha de São Paulo, Caderno de Informática de 09/08/06e 30/08/06.

Anexo 01 – Planilha 01: Classificação dos Blogs de Política

Nr:		Blog:		Acesso:	
Endereço:					

1.1 Localização dos Blogs:

Portal de Internet		Site de mídia		Site de partido	
Independente		Sociedade civil			

1.2 - Perfil do blogueiro:

Jornalistas		Políticos		Acadêmicos	
Desconhecidos		Candidatos			

Anexo 02 – Planilha 02: Análise da estrutura dos Blogs de Política

Nr:		Blog:		Acesso:	
Endereço:					

2.1 Posts:

	Sim	Não
Periodicidade		
Existência de links		
Postagem externa		

2.2 Interatividade:

Formato:	somente leitura		email		chat		outra	
Regras de participação:	sim		não					
Respeito das regras:	sim		não					

2.3 Biografia:

Currículo:	completo		parcial		c/ foto		ausente	
------------	----------	--	---------	--	---------	--	---------	--

2.4 Links:

Internos		externos	
----------	--	----------	--

2.5 Outros serviços:

Entrevistas		artigos		enquetes				
Animações:	Charge		imagem		áudio		Vídeo	
Arquivos (consulta):	Documentos		fotos		áudio		Vídeo	
Arquivos download):	Documentos		fotos		áudio		Vídeo	
Informações úteis:	Quais:							
Outros:	Quais:							

Instrução de preenchimento: no começo de cada planilha o pesquisador deve colocar os dados de identificação do blog pesquisado, numerando cada planilha, identificando o nome do blog, a data de acesso e o endereço do blog.

Anexo 03 – Planilha 03: Análise do conteúdo dos posts

Nr:		Blog:		Acesso:	
Endereço:					

Dia: ___ / ___ / _____

Horário: ___ : ___

Nr do post: _____

Informativo direto		Informativo indireto		opinativo	
Crítico		Irônico		ideológico	
Propositivo		avaliativo			

Obs: Preencher uma planilha (03) para cada post.

Anexo 04 – Planilha 04: Análise da interatividade (comentários)

Nr:		Blog:		Acesso:	
Endereço:					

Dia: ___ / ___ / _____

Horário: ___ : ___

Nr do post: _____

Informativo direto		Informativo indireto		opinativo	
Crítico		irônico		ideológico	
Propositivo		avaliativo		desviado	

Obs: Preencher uma planilha (04) para cada comentário.

Anexo 05 – Planilha 05: Análise da Interface dos Blogs de Política

Nr:		Blog:		Acesso:	___ / ___ / ___
Endereço:					

I - Acessibilidade:

1) Ocorrência entre as 10 primeiras repostas

	sim	Não
Google		
Yahoo		
Radar		

2) Acesso pelos sistemas operacionais

	sim	não
Windows		
Linux		
Mac		

3) Acesso pelos navegadores:

	sim	Não
Explorer:		
Netscape:		
Mozilla:		

4) Versão em língua estrangeira

	sim	não
Inglês		
Espanhol		
Outra		

5) Acesso para pessoas portadoras de necessidades especiais

sim		não	
-----	--	-----	--

6) Necessita a instalação de outros programas

Flash		Adobe		Active X		Outros:	
-------	--	-------	--	----------	--	---------	--

II - Otimização:

1) Tempo de carregamento da página principal em:

	tempo (seg)
Conexão discada (56 kbs)	
Conexão banda larga (modem)	
Conexão banda larga (cabos)	
Conexão wireless	

2) Tempo de carregamento das páginas secundárias

(selecionar uma)	tempo (seg)
Conexão discada	
Conexão banda larga (modem)	
Conexão banda larga (cabos)	
Conexão wireless	

3) Tempo de carregamento da página (animação) de abertura:

(preencher somente quando existir)	tempo (seg)
Conexão discada (56 kbs)	
Conexão banda larga (modem)	
Conexão banda larga (cabos)	
Conexão wireless	

III - Navegabilidade:

1) Página Principal:

	sim	não
Acesso as seções internas		
Acesso às informações gerais		
Acesso às estatística de visitas		
Acesso ao perfil do blogueiro		
Normas de funcionamento		

2) Menu de navegação principal:

	sim	não
Presente em todas as páginas		
Manutenção da posição do menu		

3) Menu de navegação interno:

sim		não	
-----	--	-----	--

4) Recursos existentes:

	sim	não
Motor de busca interno		
Busca avançada		
Informações para pesquisa		
Gerenciamento de impressão		
Arquivos de som, vídeo, etc		

	sim	não
Mapa do site		
Baixar arquivos em pdf		
História do blog		
Aumento do tamanho da letra		
Outros		

IV - Tratamento de Erros:

1) Canal de comunicação com webmaster:

sim		não	
-----	--	-----	--

 Quais?

Email		chat		Outros:	
-------	--	------	--	---------	--

2) Existência de links inativos:

Sim		não	
-----	--	-----	--

 3) Informações sobre erros

sim		não	
-----	--	-----	--

4) Soluções para erros comuns:

sim		não	
-----	--	-----	--

V - Interatividade:

1) Formas de interatividade:

email		chat		forum		Outras:	
-------	--	------	--	-------	--	---------	--

2) Facilidade para a utilização dos recursos de interatividade:

total		restrita		limitada	
-------	--	----------	--	----------	--

3) Regras de participação:

Sim	
Não	

4) Formas de participação:

Direta	
Indireta	

VI - Atualização:

1) Tempo de atualização (média):

Conteúdo (geral)	
Notícias (posts)	
Arquivos	

Planilha 06: Análise da estrutura dos Blogs de Política

Nr:		Blog:		Acesso:	___ / ___ / ___
Endereço:					

6. Hipertextualidade:

Nr de links nos posts	
Nr de links p/ outros blogs	
Nr de citações por outros sites/blogs	
Nr de acessos	