

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

Departamento de Sociologia

**Assimetrias de Comportamentos na Blogosfera
Política Portuguesa**

Luis Miguel de Castro de Almeida Rainha Moura

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Sociologia
Especialidade em Comunicação e Cultura

Orientador:
Doutor José Manuel Rebelo Guinote,
Professor Associado Agregado
ISCTE-IUL

Outubro, 2009

Assimetrias de Comportamentos na Blogosfera Política Portuguesa

Luis Rainha

Resumo

Os *blogs* políticos têm vindo a assumir um protagonismo crescente na paisagem mediática portuguesa. Sendo lidos por poucos, conseguem mesmo assim influenciar a Imprensa convencional e marcar agendas políticas.

Nas eleições parlamentares portuguesas de 2009, dois *blogs* foram formados para apoiar os dois maiores partidos, PSD e PS. Congregando um total de 72 autores, que produziram 2245 *posts* e atraíram mais de 320.000 visitas durante a campanha eleitoral.

Será que neste duelo Esquerda-Direita os dois lados evidenciaram estratégias e posturas simétricas ou não? Dedicaram-se reciprocamente a mesma atenção? Adoptaram comportamentos igualmente agressivos dentro da blogosfera e para fora dela? Conseguiram manter a *dêixis* pessoal como uma marca distintiva dos textos bloguísticos?

Esta pesquisa parte de uma recapitulação da história desta plataforma de comunicação para chegar a uma análise de conteúdo de todos os textos produzidos por estes dois *blogs*; descobrindo robustas homologias mas também provas de assimetrias nas estratégias, nas hiperligações e no grau de agressividade empregue pelos dois lados da contenda.

Palavras-chave

Blogs (blogues) • Comunicação política • Direita-Esquerda • Ideologia • Internet • Polarização

Asymmetrical Behaviours in the Portuguese Political Blogosphere

Luis Rainha

Abstract

Political blogs have been growing in importance in the Portuguese media landscape. Being read by few, they nevertheless manage to influence the conventional media and set political agendas.

During the Portuguese parliamentary elections of 2009, two blogs were created to support the two major parties, PSD and PS. Joining a total of 72 authors, they produced 2245 posts and attracted more than 320,000 visits during the election campaign.

*In the course of this Left-Right duel, did both sides show symmetrical strategies and attitudes? Did they dedicate each other the same attention? Did they adopt identically aggressive behaviours within the blogging world and beyond? Were they able to maintain personal *deixis* as one of the blogosphere's hallmarks?*

This research begins with an overview of the history of this communication platform and performs a content analysis of all the texts produced by the two blogs, discovering homologies but also strong evidence of asymmetries in the strategies, the links and the degree of aggressiveness used by both sides of this confrontation.

Keywords

Blogs • Ideology • Internet • Left-Right • Polarization • Political communication

Agradecimentos

Antes de mais, devo à Idália Custódio o desafio para a entrada nesta pequena aventura e também o reacender do meu interesse pela Sociologia.

Aos Professores Rui Brites, Idalina Conde e Sílvia Silva, agradeço o encorajamento, a paciência e a disponibilidade que nunca regatearam.

Ao meu orientador, o Professor Doutor José Rebelo, agradeço a confiança, o generoso apoio e, claro está, a inspiração que me levou a escolher o presente tema.

ÍNDICE

1. Introdução: da escrita na argila à Internet	1
2. A Esfera Pública em risco?	3
2.1. A alvorada do mundo da <i>Web 2.0</i>	6
2.1. A caminho de um eclipse?	8
3. Os <i>blogs</i>	10
3.1. Um pouco de história	12
4. A blogosfera política portuguesa	14
5. O que separa os <i>blogs</i> da Imprensa	16
6. As estratégias discursivas dos <i>blogs</i> políticos	18
6.1. Os títulos	18
6.2. Os textos	19
6.3. A questão da transparência	20
6.4. Tipos dominantes de discurso	22
7. Como se inter-relacionam estes <i>blogs</i>?	22
7.1. Há simetria de hiperligações na blogosfera?	23
7.2. Como classificar estes <i>posts</i> ?	25
8. As questões centrais	26
9. Uma primeira abordagem: as eleições presidenciais americanas de 2008	27
9.1. A “amostra”	27
9.2. O <i>corpus</i>	28
9.3. Metodologia	29
9.4. Resultados?	29
9.5. As conclusões possíveis	32

10. Uma abordagem mais aberta	33
10.1. Estratégia de análise de dados	35
11. Em busca de uma estrutura classificativa	37
11.1. Os códigos adoptados	38
11.2. O processo de codificação	39
12. Resultados	40
12.1. A que universos se referem os dois <i>blogs</i> ?	42
12.2. Que temas abordam os <i>posts</i> Blogosféricos?	42
12.3. Que estratégias adoptam os <i>posts</i> Blogosféricos	43
12.4. Que temas abordam os <i>posts</i> Exógenos?	43
12.5. A que estratégias obedecem os <i>posts</i> Exógenos centrados nos Oponentes?	44
12.6. Dois perfis globais de interacção	44
12.7. Que pesos relativos têm as Ideias Próprias e as Interacções?	45
12.8. Evolução ao longo do tempo	45
12.9. <i>Posts</i> concebidos para o <i>Diário Económico</i>	47
12.10. <i>Posts</i> de autores neófitos	47
12.11. Dêixis e transparência	49
12.12. Na origem das simetrias: <i>habitus</i> ou sincronização de fase?	50
14. Conclusões	52
14.1. As simetrias	53
14.2. As grandes assimetrias	53
14.3. Contextos e marcas de autoria	54
14.4. Horizontes futuros	55
Bibliografia	57

«O que realmente importa não é tanto a existência de todos esses blogs,
mas a ligação que há entre eles e o que eles condensam
e difundem com a totalidade das interfaces comunicacionais»

Manuel Castells, 2006

1. Introdução: da escrita na argila à Internet

Não é necessário recorrermos a Eco (1977) para admitir como um facto evidente da nossa evolução social que os *media* acompanham a espécie humana desde que esta começou «organizar de forma sistematizada os códigos de comunicação». Mesmo tendo em vista que os primeiros documentos escritos solidificavam preceitos legais (como o Código de Hammurabi), instâncias reguladoras das interações sociais, verdade é que a sua eficácia só seria possível através da distribuição, não pelos cidadãos provavelmente iletrados, mas entre as instâncias judiciais encarregues de os aplicar ao dirimir conflitos.

No entanto, a produção sistemática e periódica de relatos noticiosos, aquilo que hoje continua a ser o cerne dos *mass media*, não é produto um processo linear e gradual desde os dias da antiga Babilónia. Luhmann (1996) realça a «improbabilidade evolucionária» da satisfação quotidiana da nossa vontade de consumir factos novos. O modelo noticioso original, nascido no século XVI, assentava numa propagação de relatos, por meios tão díspares como folhetos, relatos de crimes célebres e baladas que hiperbolizavam feitos reais. Este mecanismo operava através de documentos informais que só se geravam *a posteriori*, no rescaldo de um facto de particular relevância, não por um procedimento regular e sistemático. Ou seja: cada um destes eventos memoráveis suscitava o nascimento de *media* efêmeros que não alimentavam qualquer projecto de continuidade.

Para o mesmo autor, a fundação dos primeiros meios de comunicação semanais implicou – para além de doses apreciáveis de organização, espírito empreendedor e resistência ao risco – a mistura de notícias reais com invenções; sobretudo tendo em vista que os primeiros jornais nem se preocupavam com a separação entre factos e entretenimento, sendo que ambos deveriam sempre ser apresentados de forma atractiva e romanesca. Isto acabou por acarretar também a criação de um novo estilo de prosa, capaz de dar a impressão de que o «que acabou de se juntar ao passado ainda é presente, interessante e informativo». Assim surge a suspensão temporal que caracteriza o nosso relacionamento presente com as notícias: os acontecimentos são observados, relatados e

transmitidos numa simultaneidade encenada com a sua ocorrência, num alargamento do tempo presente, que passa a ser, muito por influência dos *media* e das suas modalidades diegéticas, fluido e mais rápido: já não temos de esperar por notícias longínquas, o *agora* do *longe* é o nosso *agora*, contrariamente ao aceite por séculos e séculos.

Entretanto, à evolução das possibilidades técnicas e dos suportes comunicacionais foi correspondendo uma sucessão de plataformas de mediação, até chegarmos aos nossos dias de coalescência com o ciberespaço. Se no Império Romano as massas eram informadas exclusivamente através de rumores e de éditos proclamados oralmente, com estrito controlo das autoridades, na Idade Média europeia apenas a elite dos membros do clero era capaz de decodificar e reproduzir a linguagem escrita, assumindo portanto (e pela circunstância de serem os únicos detentores do poder de reproduzir imagens, outra forte instância de domínio cultural, já então) autoridade total na regulação dos fluxos de informação, com o consequente acumular de capital simbólico e social. O advento e massificação dos primeiros jornais, em grande parte graças à chegada do caminho de ferro, no século XIX, deu-se no seio de uma sociedade onde a literacia estava já relativamente disseminada, constituindo – mais uma vez – um dispositivo de domínio das elites: os jornais eram lidos em voz alta pelos líderes de cada comunidade, que podiam assim modular a informação que monopolizavam, em função das suas conveniências políticas. Para tornar o contexto ainda mais manipulativo, grande parte destes jornais estava afiliada a partidos e associações políticas.

A Rádio acabou por ser o primeiro *medium* democrático por excelência, ao não exigir qualquer literacia para a recepção dos seus conteúdos. Depois, a Televisão criou o que, segundo Bourdieu (1996), foi a autêntica instância da cidadania no século XX: a condição de telespectador. Afectando irreversivelmente modalidades de existência social como o comunalismo, diminuídas em favor da domesticidade, e ajudando o advento da figura, hoje tão omnipresente quanto ominosa, do consumidor. Reforçando esta dinâmica, eclodiu o choque petrolífero de 1973; a subsequente consciência da escassez das matérias-primas e da finita capacidade do Ambiente para suportar o paradigma industrialista acabou por levar à emergência da Informação como instância central de uma nova ordem; esta não se degrada espontaneamente, não contribui para esgotar recursos ou condições de sobrevivência. Passou assim a ser, mais do que um meio, um fim – rentável, partilhável e multiplicável: em bens culturais e simbólicos, serviços noticiosos, entretenimento, toda uma série de indústrias à escala planetária.

A sociedade em rede, articulada em grande parte sobre a infra-estrutura proporcionada pela Internet, veio maximizar a influência da comunicação na criação e reprodução das nossas identidades e estilos de vida. Algo que é hoje evidente mesmo que não adiramos à leitura que levou Jean Baudrillard (1991), em dois célebres artigos de jornal, a proclamar que a primeira Guerra do Golfo não foi real, pois ter-se-ia tratado de um evento que, mais do que mediado, se viu apropriado pela Televisão, explodindo em milhões de lares sob a forma hiper-real de um simulacro feérico, estilizado e asséptico, não de uma guerra como as outras, sangrenta, suja, assombrada pelos corpos das suas vítimas.

Agora, mais do que nunca, retomando a feliz formulação de Castells (2007), «a batalha da mente humana é largamente travada nos processos de comunicação». Pois estes não se configuram hoje como um mero suporte dos *media*; antes afectam e contaminam «todos os domínios da vida social numa rede que é ao mesmo tempo global e local, genérica e personalizada num padrão sempre cambiável».

2. A Esfera Pública em risco?

Por mais radicais que se nos afigurem as possibilidades apresentadas pelas novas tecnologias, não podemos esquecer o fundamental: «tão importante como a História é a história que a comunidade consegue explicar aos seus membros, a história de mitos e crenças criadas como um elemento de coesão» (Tubella, 2006). O que acarreta uma responsabilidade crucial para os dispositivos de comunicação, não só ao espalhar informação útil e necessária à nossa representação mental do mundo e da sociedade, mas também como elemento aglutinador desta, ao gerar «um discurso comum e uma representação colectiva».

Claro está que, como reforça a mesma autora, trata-se de um processo contínuo e em perene evolução, usando a cada momento a troca de informação entre os agentes sociais como “cimento” da sua eficácia estrutural. Fá-lo criando toda uma teia de ligações, responsabilidades e laços de poder entre cidadãos, governos e instituições várias, muitas das quais ligadas ao Estado. Uma teia que está hoje no centro da vida nas sociedades democráticas – por via de uma esfera pública informada e ainda relativamente independente – e, de forma homóloga, nas ditaduras, através de dispositivos de propaganda, censura e manipulação dos órgãos de comunicação social.

Quando o conceito de Habermas se viu difundido, a ideia de “Esfera Pública” tornou-se numa ferramenta quase universalmente usada para interpelar a relação que os públicos

mantêm com o poder, os *media* e as instâncias de decisão. Aquela será «o reino da nossa vida social onde algo parecido com a opinião pública se pode formar. Todos os cidadãos têm acesso garantido. Uma parte da esfera pública nasce de cada vez que indivíduos privados se juntam para formar um corpo público. [...] os cidadãos formam um corpo público quando conferenciam entre eles sem restrições [...] sobre assuntos de interesse geral. [...] Hoje, jornais e revistas, rádio e televisão são os *media* da esfera pública.» As palavras de Habermas (1964) não podiam ser mais claras: os *media* surgem como um plano de comunicação biunívoca entre cidadãos e entre estes e os decisores. Eles não serão por certo o palco onde as grandes decisões das sociedades democráticas são formadas mas sim uma plataforma indispensável sobre as quais as populações (e os votantes) podem tomar decisões informadas. Para garantir que a participação cívica se fortalece, que o poder não se divorcia irremediavelmente dos governados, torna-se indispensável que os *media* desempenhem um certo número de funções de forma equilibrada, constante e clara: disseminação de informação indispensável à criação de opiniões fiáveis, controlo e denúncia de abusos, ocasião para a advocacia de causas, etc. Isto se queremos fugir de modelos como os elaborados por Pareto ou Schumpeter: onde as massas se limitam a votar ocasionalmente nos melhores manipuladores após o que se desligam dos assuntos da governação até às próximas eleições.

Ao tempo da formulação original de Habermas, um dos principais perigos para a esfera pública vinha de uma possível “refeudalização” da mesma, através da consolidação e da interpenetração de grandes organizações, o Estado e alguns “poderes sociais”. Desde então, já muitos autores se encarregaram de adoptar o conceito aos novos tempos, assim como de denunciar alguns dos factores que ameaçam empobrecer a nossa vida cívica e democrática.

Calhoun (2005) propõe-nos «repensar a Esfera Pública», alertando-nos para o facto de «público» ser «distinto da comunidade ou mesmo da sociedade civil em geral». Os públicos serão assim entidades que integram indivíduos diversos entre si, pessoas que não pertencem às «mesmas famílias, comunidades e clubes». Caberá aos «*media* modernos» potenciar as nossas vias de ligação a estes estranhos com que compartilhamos valores de cidadania.

Esta ênfase na diferença, na permanente abertura para a existência activa do Outro é também realçada por Sunstein (2001), quando postula que «as pessoas devem ser expostas a materiais que não teriam escolhido *a priori*. Encontros não planeados e inesperados são centrais à própria democracia.» Isto porque só assim nos vacinaremos contra a fragmentação “balcanizada” que nos deixará refugiados em guetos povoados por opiniões e

perspectivas completamente similares à nossa, reduzindo-se a troca de opiniões a ecos das mesmas ideias e a “verdades” que se reforçam mutuamente num labirinto fechado e carente de validação externa. De forma só aparentemente paradoxal, o mesmo autor tem por imperativo que exista um firme substrato de experiências comuns entre concidadãos, ligados assim por uma espécie de “cola social”.

Estes dois imperativos serão em grande parte satisfeitos nas ocasiões de consumo dos *media*: estes deverão expor os seus utilizadores a pontos de vista, a histórias e a novidades que desafiem as suas concepções, impedindo-as de se fecharem ao Outro, de se solidificarem num mosaico estilizado de convicções imutáveis e necessariamente limitativas da acção e da reflexão. Por outro lado, a criação de narrativas cívicas que coloquem em evidência o papel decisivo do cidadão, que reafirmem a sua centralidade na vida democrática, é outra missão insubstituível dos *media*. Eis um dos vectores fundamentais que separam a condição de *cidadão* e a circunstância do *consumidor*: este exige ausência de risco, satisfação programada, e exalta a coisificação do Outro, tipificada, por exemplo, nas paisagens utilitariamente feéricas da publicidade.

Resta agora saber se esses *media* se têm portado à altura de tamanhas exigências. Blumler (2001) dispara sobre o que chama «a terceira idade da comunicação política»: se a idade de ouro, entre as décadas de 40 e 50 do século XX, teria gerado firme empenho cívico e grande estabilidade de instituições como partidos, logo a Televisão começou a ganhar massa crítica e importância, reforçando a importância dos órgãos noticiosos. Por fim, chegamos aos dias presentes, marcados pela «abundância, ubiquidade, alcance e celeridade da comunicação». Os nossos *media*, cada vez mais segmentados e concorrenciais, surgem sempre mais populistas, orientados por valores de mercado e perigosamente mancomunados com o entretenimento. Uma tal *overdose* de comunicação ensimesmada só poderia resultar, claro está, num reforço do fantasma da fragmentação política; num multiplicar de eleitores desencantados e desinteressados, cada vez menos participantes em actos eleitorais e noutras forma correntes de compromisso cívico.

A este panorama algo catastrofista reagiu um autor como Bennett (1998), deixando claro que a Televisão, e o seu abuso por parte de entidades políticas, é menos uma causa dos males apontados do que um efeito dos mesmos. A quebra de laços sociais, o isolamento do indivíduo e a desilusão com a política são fenómenos que não têm a sua causa única na implantação planetária da TV. Mais lógico será procurar causas nas mudanças recentes da economia. Já Brants (1998) procurou encontrar pontos positivos na miscigenação entre informação e entretenimento, declarando que esta pode até, em alguns contextos, ajudar a

«restabelecer o popular na política», trazendo-a de novo para o seio do dia-a-dia.

O mesmo Brants (2005) tipificou as duas atitudes polares em relação à interacção entre a esfera pública e a Internet: de um lado temos os e-optimistas, prontos a anunciar as maravilhas do ciberespaço, com as suas promessas de cidadania ampliada, de decisões mais informadas por parte dos cidadãos, de interacção imediata e frutuosa com os governos; do outro, os e-pessimistas apontam a essência habitualmente unívoca da interacção electrónica entre as autoridades e os governados e alertam para a possibilidade da abertura de um novo fosso entre iniciados e ciber-excluídos.

2.1. A alvorada do mundo da *Web 2.0*

A partir de 2004, um novo paradigma começou a nortear as análises sobre o comportamento dos cibernautas: a *Web 2.0*. Esta não representa qualquer evolução técnica ou de desenho da *Net*, significando tão somente uma mudança de postura dos cibernautas: de passivos consumidores de informação, passarão a acumular as funções de criadores e distribuidores de conteúdos. A Internet começou assim a ser encarada como uma plataforma dotada de uma arquitectura de participação que gera efeitos de rede.

Castells (2006) celebrou a entrada em cena deste paradigma como sendo a «ascensão de uma nova forma de comunicação socializada: a auto-comunicação em massa». Aproveitando novos recursos como a blogosfera ou as redes P2P, «movimentos e indivíduos rebeldes» encontrariam assim capacidades para confrontar instituições e propor projectos alternativos. Mas como, e em que contexto, chegou a oportunidade para que semelhante revolução pudesse manifestar-se?

Como vimos antes, a proliferação e crescimento imparável das indústrias culturais foi uma reacção ao inopinado despertar para um mundo de recursos finitos, ocorrido com os choques petrolíferos do século XX. Com algumas vantagens para o sistema: a centralização da propriedade de inúmeros meios de comunicação social em grupos económicos transnacionais que também comandavam gigantes do entretenimento e canais para escoamento de produtos, entre outros dispositivos de mercado – tudo garantia condições óptimas para evitar o sucesso de modelos que privilegiassem a informação relevante sobre o entretenimento ou a cidadania sobre o consumismo.

No final do século, um novo passo foi dado, dirigido sobretudo pelos processos de reestruturação do capital global. Este *upgrade* do capitalismo deve ser o foco de qualquer análise da globalização; mas nunca podemos esquecer que foi a tecnociência, a partir do dia

em que pode produzir redes de comunicação de amplo porte e total robustez, a fornecer a esse renovado capitalismo a indispensável infra-estrutura.

O fortalecimento da Internet, em âmbito e em largura de banda, está a possibilitar uma outra transição, fulcral para as indústrias culturais e não só: a desmaterialização dos seus conteúdos, com o progressivo abandono de suportes físicos. A pornografia foi a primeira actividade económica a perceber e a usar intensivamente as novas virtualidades: imagens primeiro, seguidas depois por vídeos e ciberpresenças – esta actividade encontrou na Internet o canal de distribuição perfeito, evitando os complexos e onerosos processo da edição clássica. Depois, a venda de *software*, a Música, o Cinema, a TV, em breve os livros; muitas indústrias estão hoje mesmo em plena migração para o ciberespaço. Os jornais resistem, embora a custo, procurando ainda modelos lucrativos de circulação na *Net*.

Hoje, a Televisão já entra em muitas casas “às cavalitas” da Internet, usando a sua rede física e, muito importante, prescindindo de dispendiosos dispositivos hertzianos de difusão de sinal. Esta evolução oferece ainda aos proprietários e distribuidores de conteúdos um maior controlo sobre o acesso aos produtos audiovisuais, enquanto reduz o poder da supervisão estatal sobre as suas operações, ao dispensar o uso de um bem público licenciado e alugado como é o espectro radioelétrico.

A desmaterialização radical é acompanhada por um sintoma cultural concomitante: os *media* já não promovem produtos mas sim estilos de vida. O consumo já nem implica a satisfação de necessidades reais mas sim a deglutição e exibição de signos. É de notar que, para a indústria publicitária, há décadas que a importância do produto se viu sobrepujada por essa entidade todo-poderosa que habita e domina as mentes dos consumidores: a Marca. São as marcas que importa anunciar, por vezes em detrimento absoluto das virtudes dos produtos a elas associados, como é o caso paradigmático da publicidade à *Coca Cola*, ou a marcas mais recentes como a *Diesel* ou a *PlayStation*: mal se distingue o produto por entre a floresta de alusões a estilos de vida e a códigos culturais de subgrupos a que supostamente todos queremos pertencer.

Em 1996, o ensaio *Sobre a Televisão*, de Pierre Bourdieu, veio proclamar que a evolução, o crescimento e o fortalecimento da Televisão tinham criado uma «ameaça à vida política e à própria Democracia». Tudo isto proviria de uma só fonte de corrupção: a subserviência aos *ratings* – as medidas de audiência. A procura da atracção e satisfação de mais e mais espectadores levaria inevitavelmente à veiculação de conteúdos cada vez mais simples, cada vez mais “suaves” e incapazes de incomodar quem a eles assiste. O resultado natural do processo seria o domínio do território audiovisual por formatos anódinos, que

divertem, não chocam e evitam áreas cruciais ou sensíveis; a sociedade do espectáculo em todo o seu inofensivo esplendor. Por perto, sentimos a sombra do pensamento de Michel Foucault, que sempre expôs o discurso como campo de batalha entre prescrições, interditos e vontades de poder a que as audiências aquiescem de forma tácita e nunca explícita.

Lipovestky e Serroy (2008) procederam a um *aggiornamento* desta análise. Segundo eles, uma primeira época da cultura pretendeu atribuir uma ordem totalizante ao mundo, tudo explicando pelos preceitos oriundos da Tradição. Depois, os dias das vanguardas afirmaram a cultura como contestação dos modos de existência e produção comumente aceites. Mas hoje estamos já numa terceira fase: «a cultura que caracteriza a época hipermoderna já não é o conjunto das normas sociais herdadas do passado e da tradição»; a globalização deu à luz a «cultura-mundo», instância que nasce da hipertrofia dos ecrãs, disseminadores do Cinema, da TV e da *Net*. A infínitável abundância de escolhas, de possibilidades de consumo cultural, permite a cada indivíduo a criação de um universo de opções e grelhas de gostos próprias. Afinal, a homogeneidade do tecnocapitalismo cultural não acarretou, ao contrário do que o pessimista Bourdieu anunciava, o fim das diferenças e a anulação das idiosincrasias do cidadão, abafado pela sua nova encarnação, o *telespectador*. A ascensão desta cultura-mundo não implicou o domínio avassalador dos modelos americanos (como o prova o êxito planetário de formas artísticas como os *mangás* ou a música étnica) nem a anulação das dissidências.

O optimismo que se entrevê na «auto-comunicação em massa» de Castells é assim a epígrafe deste admirável mundo novo, em que as grandes narrativas não alastram de fora para dentro da consciência colectiva mas são, ao invés, uma tapeçaria tecida por milhões de pequenos fios de sentido, guiados pela edificação de significados por parte de miríades de cidadãos conscientes, informados e capazes de interagir quotidianamente uns com os outros e com as instituições que os cercam – através da produção e propagação das suas próprias narrativas, fruto de uma nova liberdade de escolha e de afirmação. Desmaterializada, livre do peso de estruturas onerosas; ao alcance de (quase) qualquer um. Dando um uso inesperado à superação do tempo e do espaço que a Internet possibilitou ao capitalismo.

2.2. A caminho de um eclipse?

Hindman, Tsioutsoulis e Johnson (2003), juntamente com alguns outros observadores, vieram arrefecer um pouco este entusiasmo, demonstrando que os novos *media* funcionam de forma bastante mais tradicional do que se pensava: o factor que denominaram «Googlearquia» (o aumento exponencial da visibilidade de *sites* que são

alvos de muitos *links* exteriores) parece levar a que apenas uns poucos *sites* obtenham de facto alguma relevância, concentrando-se as audiências numa quantidade muito reduzida de pontos de interesse. Desta forma, a «auto-comunicação em massa» de Castells equivaleria a uma multidão de profetas a clamar em desertos electrónicos, vendo apenas ao longe as luzes das cidades hospitaleiras, ocupadas e geridas pelos *happy few* do costume. Para um *MoveOn*, milhões de vozes inapelavelmente solitárias e ignoradas.

Bimber (2005) examinou com detalhe as oportunidades para a disseminação globalizada da fragmentação política. A multiplicação de canais informativos facilitaria a filtragem por parte dos utilizadores, levando-os a consumir apenas informação que reforçasse as suas crenças e polarizando a opinião pública de forma irrevogável. Uma nova validação ao ponto de vista de Sunstein já antes referido. Por outro lado, as formas típicas de associação no ciberespaço favorecem a homogeneidade, enquanto que a multiplicação de canais reduzirá a importância das experiências partilhadas. Como reza o exemplo citado por Bimber, «se vinte vizinhos recebem as suas notícias de vinte fontes em vez de três, provavelmente não vislumbrarão um conjunto comum de problemas nem um conjunto informado de soluções para esses problemas».

Mullainathan e Shleifer (2005), numa análise mais geral sobre os resultados da concorrência entre os *media*, confirmam outro receio corrente: os consumidores de notícias gostam de ver os seus pontos de vista confirmados, levando a que as suas fontes de informação os procurem satisfazer. Outros pontos de vista ainda mais pessimistas descrevem a Internet como o domínio do relativismo pós-moderno por excelência: facto e ficção equivalem-se, o trivial e o fulcral são indistinguíveis e a participação significativa é uma gota num oceano de ruído incoerente e incapaz de se harmonizar em relações sociais com alguma relevância.

Domínio dos fortes, polarização, homogeneidade, ruído irrelevante e alienação – eis um possível retrato, nada lisonjeiro, do mundo novo que já é o nosso. Ao fim e ao cabo, trata-se de um regresso ao aviso que Foucault já nos tinha deixado em 1971: «os nossos olhos só vêem uma verdade que é riqueza, fecundidade, força doce e insidiosamente universal. E, ao invés, não vemos a vontade de verdade enquanto prodigiosa maquinaria destinada a excluir.» O discurso dos *media* – incluindo o discurso auto-publicado – é campo de afirmação de poderes, dominações e interditos, sistema de dominação tornado absolutamente eficaz pela sua dissimulação, pelos seus mecanismos sub-reptícios de conquista de terreno. Aceitamos uma tal conquista porque ela não surge como imposta de fora mas sim como processo natural, emanando da nosso próprio entendimento do mundo.

E não se vê como é que a *Web 2.0* estará a mudar de facto tal mecanismo, aparentemente inscrito desde há muito no próprio código genético daquilo a que chamamos sociedade.

3. Os *blogs*

Um *blog*, ou *weblog* (“diário de rede”, numa tradução literal) é, formalmente, algo de muito simples: num dado endereço na Internet, está albergada uma colecção de páginas em HTML (*HyperText Markup Language* – a linguagem primordial de toda a *Web*) onde um ou mais autores afixam textos (ou outros conteúdos, como fotografias, vídeos e animações) que ficam depositados segundo ordem cronológica inversa: os *posts* (assim se chama uma entrada nestes diários electrónicos) mais recentes primeiro.

Cada uma das entradas pode (ou não, se esta for a decisão do seu autor) estar aberta a comentários de terceiros. O ritmo de actualização, que se pretende vivo, almeja oferecer, através de um exercício de quase improvisação em tempo real, motivos para frequentes repetições de visitas, em busca de novidades. Depois, cada plataforma de alojamento oferece várias possibilidades: pesquisas em todos os conteúdos já ali afixados, busca de *posts* pela sua data de afixação, etc. Comum a todas as outras modalidades de hipertexto é o *link*: as hiperligações que permitem aos autores associar um endereço WWW a uma palavra, imagem ou frase, convidando à leitura peripatética, “surfando” de *site* em *site*.

No seu figurino mais habitual nos dias de hoje, um *blog* inclui quase sempre elementos como o *blogroll*, a lista de outros *blogs* que os autores recomendam por questões de afinidades várias, e um qualquer dispositivo de medida de visitas, sendo o *Sitemeter* o mais usado.

Apesar de, segundo muitos analistas que já se debruçaram sobre o fenómeno, ser incontestável que os *blogs* são o género textual mais influente de todos os que já surgiram no ambiente da Internet, não deixa, paradoxalmente, de fazer sentido o aforismo contido num editorial recente do *New York Times*: «Nunca tantas pessoas escreveram tanto para serem lidas por tão poucas». Tendo em vista que poucos se conformam com uma total invisibilidade, raro é o *blogger* (autor ou co-autor de um *blog*) que não tenta de alguma forma avaliar e conhecer melhor a sua “audiência”. Pese embora a polémica inteligibilidade e fiabilidade dos dados de um contador de visitas como o *Sitemeter*, este não deixa de fornecer um amplo manancial de informações: de que países são oriundos os visitantes, que sistemas operativos usam, de que página “saltaram” para aceder ao *blog*, quais as palavras-

chave que usaram para ali chegar seguindo as indicações de motores de busca como *Google*, quais os posts que atraem mais visitas, etc.

Mas esta “Audiência” está longe de ser a quantificação mais relevante da importância de um *blog*. O inefável valor a que quase todos aspiram, sobretudo aqueles mais centrados em temas políticos, é a “influência”, a “Autoridade”; e esta resume-se, na “blogosfera” (sistema ecológico em que os *bloggers* se imaginam inseridos) a ser, como dizia Eco, «frequente no discurso dos outros». Ser muito citado e muito *linkado* é um dos valores centrais a que aspira a maioria destes autores (sendo rara a citação mais apetecida, na Imprensa do mundo “real”); e também existem ferramentas informáticas para se quantificar esta tão fugaz qualidade – o *Technorati* (<http://technorati.com/>) é o mais conhecido dos serviços que indicam a quantidade de *blogs* e de *posts* que ostentam hiperligações para um dado *blog*.

A facilidade imanente a este sistema de comunicação para estabelecer ligações entre textos torna a citação uma estratégia enunciativa frequente e faz dela uma ferramenta ao serviço da multiplicação de polémicas. Sobretudo tendo em vista o mecanismo do *trackback*, hoje disponível em todas as plataformas de alojamento de *blogs*: sempre que um *post* é hiperligado por um outro *blog*, o autor do texto original recebe uma mensagem anunciando o estabelecimento desta hiperligação. Sabe assim de imediato que foi citado, podendo aceder de imediato ao *post* que contém a citação, verificando qual a intenção subjacente à mesma: concordância ou polémica.

Note-se, no entanto, que a citação predominante na blogosfera tende a ser bastante abreviada: se bem que por vezes excertos mais ou menos extensos de textos alheios são transportados para um novo contexto, sempre realçados pelo sublinhado e pela cor específica com que os *browsers* assinalam as hiperligações, na maioria dos casos a citação resume-se a uma menção minimalista, do género «como o autor x referiu», remetendo automaticamente o leitor para a consulta do *post* mencionado.

Pense-se a blogosfera como uma infinidade de diários abertos ao escrutínio e a comentários alheios, mesmo que os seus autores decidam permanecer anónimos, a coberto do chamado “*nick*” (abreviatura de *nickname*, alcunha). Depois, visualize-se o estabelecimento de redes de citações e de cumplicidades várias entre *blogs*, formalizando laços que marcam afinidades políticas mas também respeitadas conflitualidades. Os nós desta rede que atraem mais tráfego são os *blogs*-estrela, aqueles cujo *blogroll* todos gostavam de integrar. Em alternativa, uma citação daqueles basta, nem que seja por via de polémicas, outro dos mecanismos de conquista de território na blogosfera.

A etologia que governa os residentes neste mundo tem algumas peculiaridades: há um código de ética quase inescapável, com mandamentos que impedem, por exemplo, a citação sem *link*, a censura de comentários, a alteração posterior dos próprios *posts*, a utilização de uma história sem mencionar a quem primeiro a afixou na blogosfera, etc.

Estes jornais de parede em versão digital servem para a disseminação não centralizada e de acesso universal de uma ampla paleta de conteúdos: análise política, trivialidades do dia-a-dia, poesia, fotografia, etc. Tudo pode servir para se começar um *blog*. Os seus editores, sejam indivíduos ou entidades colectivas, encontram assim uma plataforma perfeita para a divulgação da sua escrita e das suas opiniões, sem os constrangimentos dos *media* tradicionais.

A variedade parece infinda: existem *blogs* simplesmente diarísticos, de pendor intimista e pessoal; *blogs* políticos; culturais e artísticos; centrados em temas específicos como futebol, o cinema, a sexualidade, a poesia, a ciência, ou até mesmo a idolatria por artistas *pop*. Já surgiram *blogs* dedicados a casos célebres, como a pedofilia na Casa Pia ou mesmo conflitos laborais em empresas específicas.

3.1. Um pouco de história

Quando o investigador do CERN Timothy Berners-Lee criou, ao inventar a HTML, as bases para o que hoje conhecemos como *World Wide Web*, declarou: «a visão que tenho para a Rede é de tudo poder estar potencialmente ligado a tudo. É uma visão que nos fornece nova liberdade e que nos permite crescer mais depressa do que podíamos quando estávamos ajuizados pelos sistemas de classificação hierárquica a que nos amarrámos» (Berners-Lee e Fischetti, 2000).

Esta visão talvez só tenha começado a materializar-se numa escala planetária perto do final de 1997, com o advento dos primeiros *weblogs*. Ao nomear o formato (criado em simultâneo por pioneiros como Dave Winer, Justin Hall ou o escritor de ficção-científica Jerry Pournelle), Jorn Barger estava simplesmente a proclamar a individualidade de uma tipologia oriunda de um antepassado popular desde os primórdios da Internet: as BBS – *Bulletin Board Systems*. Nestas, eram colocados à discussão dos participantes questões ou temas; estes respondiam, numa sucessão de mensagens cronologicamente organizadas, as *threads*. Pouco diferente, afinal, do formato ainda adoptado nos fóruns electrónicos hoje existentes no ciberespaço.

A grande diferença de tal dispositivo para os *blogs* (diminutivo de “*weblog*”, cunhado em 1999 por Peter Merholz) é a estrutura não-hierárquica e descentralizada destes. As BBS

dependiam de um administrador, que também podia agir como moderador das discussões, e de um “local” onde a discussão tinha lugar. Os utilizadores partiam assim de uma posição subalterna e sujeita a arbitrariedades (é frequente em muitos fóruns a existência de sanções aos mal comportados que podem ir até ao banimento definitivo). Os *blogs* são por definição atomizados: cada *blogger* é livre de criar e manter o seu próprio canal de comunicação, que pode interagir com canais homólogos ou com agentes livres que apenas assumem o estatuto de comentadores.

Talvez estejamos aqui bem perto do que Jürgen Habermas, na sua obra *The Theory of Communicative Action* (1984), definiu como sendo a «Situação ideal de discurso», em que todos têm igual acesso à comunicação, sem diferenças hierárquicas entre participantes e com total lisura de processos entre estes. Mesmo as perspectivas apontadas por Habermas encontram um curioso eco nos tipos mais comuns de *blogs*; a auto-expressão (subjectiva) a partilha de conhecimentos (objectiva) e a crítica social (inter-subjectiva). Será destas categorias de intervenção que emergem os laços entre *bloggers* com interesses e posturas comuns, solidificando e reforçando o possível papel dos *blogs* como uma plataforma perfeita para a criação de canais de comunicação democráticos, igualitários e independentes.

Após a sua invenção, os *weblogs* esperaram até 1999 até terem uma “base” virada para o alojamento gratuito e em larga escala dos seus conteúdos: o *blogger.com*. Em 2000, a empresa americana Pyra apresentava o seu servidor de *blogs*, o hoje imensamente popular (e nas mãos do Google) *blogspot.com*. Poucos meses depois, em Novembro desse ano, já mais de 10.000 *blogs* ali se alojavam; dois anos volvidos, milhares de novos títulos surgiam a cada dia. Em Junho de 2008, o *site* da *Technorati* informava-nos de que o seu serviço auditava regularmente mais de 112.000.000 *blogs* em todo o mundo; sendo certo que este número não incluía, por exemplo, os 73 milhões de *blogs* chineses recenseados pelo *China Internet Network Information Center*. Em Portugal, as duas grandes ofertas americanas continuam a ser muito populares, apesar de, em anos recentes, os portais SAPO e AEIOU terem integrado na sua plataforma serviços concorrentes e igualmente gratuitos. É, dado o carácter transnacional deste tipo de alojamento informático, extremamente difícil avaliar com alguma certeza a quantidade de *blogs* lusos existentes.

Em 2006, o lançamento, seguido de uma popularização relâmpago, do *Twitter*, serviço de propagação de pequenas mensagens originadas por *blogs* ou *SMS*, veio criar o hábito portátil do *microblogging*; complementando as possibilidades da blogosfera com uma ferramenta que deu aos *bloggers* mais militantes a capacidade de disseminar

instantaneamente conteúdos próprios ou chamadas de atenção para textos blogosféricos. A rede social *Facebook* também originou muitas páginas de apoio a *blogs* desejosos de fidelizar e cativar leitores.

São cada vez mais comuns os episódios de verdadeiros levantamentos populares contra actos políticos, manobras de *marketing* ou artigos na imprensa convencional, que têm um início em linha com a mecânica do *grassroots*, com um *tweet* (denominação dos *microposts* do *Twitter*, com um máximo de 140 caracteres) inicial que cedo serve como catalisador da entrada em cena de vários *blogs*, culminando com a criação de páginas do *Facebook* a divulgar e apoiar a novel causa. O activismo instantâneo do século XXI passa pelos *blogs*, como aliás já a campanha do pré-candidato presidencial americano Howard Dean provara a um mundo incrédulo. Abrindo caminho, como seria inevitável, às hordas interesseiras dos apóstolos do *astroturfing*...

4. A blogosfera política portuguesa

Os pioneiros dos *blogs* em Portugal deram os seus primeiros passos em 1999, provavelmente no *Gildot* (<http://www.gildot.org>), um ponto de encontro para cultores do sistema operativo Linux. Mas foi apenas em 2003 que este formato saltou para as páginas dos jornais portugueses, para se implantar definitivamente na ciber-paisagem lusa. Data deste ano a criação, por José Pacheco Pereira do seu *blog*, o *Abrupto*. Até aqui, mesmo que já existissem algumas experiências bastante activas, coerentes e articuladas no campo do comentário político, tudo não passava de um exercício diletante e inconsequente, funcionando estritamente em circuito fechado. O facto de um importante actor da cena política e conhecido polemista usar este *medium* veio dar-lhe visibilidade e respeitabilidade, colocando-o na ordem do dia. Os vários apontadores de então, como o *Apdeites*, referiam números totais de *blogs* portugueses entre os mil e os dois mil.

O resultado foi múltiplo: além de assistirmos à proliferação de *blogs*, vemos também mais e mais figuras “respeitáveis” (escritores, editores, académicos) a usar esta ferramenta e até alguns *bloggers* a passar para a Imprensa convencional, como colunistas. Livros que são simplesmente *blogs* impressos já abundam. Como é natural, o grosso da coluna destes escribas é composto por indivíduos que já conviviam diariamente com o ofício da escrita: jornalistas, doutorandos, professores universitários, historiadores, investigadores em várias áreas, incluindo as ciências exactas.

Hoje, são milhares e milhares os *blogs* portugueses, sem que seja possível obter uma demografia minimamente fiável do fenómeno. Jornais como o *Público* usam o formato para agilizar o fornecimento de informação não paga; este diário estreou em 2008 um dispositivo que permite a afixação dos nomes dos *blogs* que *linkam* uma determinada notícia do seu *site*.

Nas últimas eleições autárquicas, inúmeras candidaturas se serviram de *blogs* próprios como “local” onde distribuir informação sobre as respectivas campanhas. E são já muitos os casos de políticos influentes que os usam – ou usaram no passado recente – como tribuna preferencial no dia-a-dia: Medeiros Ferreira, Vital Moreira, Ana Gomes, Joana Amaral Dias e outros. Em torno das últimas eleições presidenciais portuguesas, surgiram *blogs* colectivos não-oficiais de apoio aos principais candidatos, agrupando políticos “convencionais”, *bloggers* relevantes e comentadores de outros *media*, à imagem do que aconteceu aquando do referendo à IVG. E as eleições para o Parlamento Europeu de 2009 deram origem a um *blog* de apoio ao candidato do PSD, agregando contributos de autores já implantados na blogosfera, candidatos e colunistas da imprensa escrita convencional. Já houve *blogs* creditados para assistir a eventos partidários e mesmo o primeiro-ministro José Sócrates incluí na sua campanha de 2009 um encontro, ao vivo, com vários *bloggers*, amistosos e hostis ao seu partido.

Entretanto, multiplicam-se os “opinadores” que emigraram da blogosfera para a Imprensa escrita, radiofónica e televisiva: de Daniel Oliveira a Rui Tavares (tendo este depois rumado ao Parlamento Europeu), de Carlos Abreu Amorim a Pedro Mexia. E a blogosfera – apesar de apenas uma quota ínfima dos utilizadores da Internet manter *blogs* e de estes serem lidos por quantidades maiores mas, mesmo assim, não muito significativas de cibernautas (Hargittai *et alii*, 2008) – vê-se cada vez mais reflectida e comentada pelo jornalismo convencional. Desta forma, angaria uma visibilidade e uma influência muito para lá do seu âmbito natural e orgânico. Por exemplo, a polémica relativa à licenciatura de José Sócrates foi iniciada e alimentada durante meses apenas na blogosfera, tendo o responsável sido por fim processado pelo primeiro-ministro.

Como Drezner e Farrell (2004) reflectem, «porque é que os *blogs* por vezes têm consequências políticas reais, tendo em vista o relativamente baixo número de leitores de *blogs* na população em geral? A resposta que propomos a essa questão é que os *blogs* podem enquadrar debates políticos e criar pontos focais para os *media* como um todo. Porque certos líderes de opinião nos *media* levam os *blogs* a sério, eles conseguem ter um impacto muito mais amplo na política.»

Estes autores, na introdução que elaboraram para o número da revista *Public Choice* dedicado ao fenómeno dos *blogs* (2008), enumeram casos em que a blogosfera americana potenciou casos que de outra forma não teriam atraído a atenção dos *media*, como a *gaffe* que acabou com a carreira política do senador americano Trent Lott em 2002; eventos políticos relevantes que assentaram nos *blogs* como plataforma fulcral, como a campanha de Howard Dean; contextos específicos em que decisores confessamente são influenciados por opiniões emitidas pela blogosfera especializada, como no caso de decisões judiciais.

Ainda nesse artigo, uma curiosa comparação é explicitada: enquanto que nos EUA uma sondagem de 2004 sugere que os leitores americanos «consideram os *blogs* mais credíveis do que os fornecedores tradicionais de media», um estudo da *BBC* da *Reuters* e do *Media Center*, já de 2006, concluiu que os leitores europeus operam na noção de que os «*blogs* são a menos fiável das fontes noticiosas»; o que talvez tenha menos a ver com a plataforma em si e mais com a sofisticação editorial de muitos *blogs* dos EUA, que já integram estruturas jornalísticas profissionais com dimensão apreciável. O que, de qualquer forma, introduz uma dicotomia curiosa na credibilidade atribuída pelo público de aquém e além-Atlântico.

Nunca a aprovação popular, naturalmente, equivaleria a garantir a qualidade da informação que podemos encontrar em *blogs*; se em Portugal uma elite de *bloggers* se distingue pelo cuidado posto na verificação de dados, sujeitando-os ainda ao escrutínio de comentadores e de outros *blogs*, muitos outros milhares se limitam a ecoar boatos, rumores maliciosos e notícias no mínimo duvidosas.

5. O que separa os *blogs* da Imprensa

Nem será preciso citar Bourdieu para tornar evidente que as condições que enformam a produção de um discurso o determinam e condicionam em grande parte. Mas, ao contrário do que se passa no mundo dos *media* informativos, que se regem por claros imperativos de mercado, deontológicos e jornalísticos, os *blogs* não partilham, pelo menos em Portugal, origens comuns, propósitos similares, estruturas homogéneas ou sequer graus de empenho comparáveis.

Certo é que desde o seu início em 2002, com o *Blogue de Esquerda* a surgir como resposta à notoriedade alcançada pelo conservador *Coluna Infame*, toda a blogosfera portuguesa de índole política se viu fundada por um dualismo ideológico marcado. É difícil encontrar um *blog* relevante (pelos critérios de popularidade ou de autoridade) que não

tenha um posicionamento político claro ou que integre autores com flagrantes disparidades neste campo. Dificilmente o panorama poderia ser mais diverso do da imprensa tradicional portuguesa, com a sua hierática alergia aos alinhamentos políticos declarados. Enquanto que os jornais, as estações de TV ou de Rádio se vêem obrigadas por essa tradição – e por um pré-conceito do que os seus públicos aguardam – a encenar ou manifestar uma pluralidade sem mácula, os *blogs* nasceram no mais puro sectarismo, medrando hoje entrincheirados numa rotina de combates ideológicos sem fim à vista.

Como resume Woody (2008), «ao contrário da ética jornalística que acabou por operar paradoxalmente, o padrão exigido aos *bloggers* é o de um julgamento credível e inteligível, um razoável padrão de "aqui está o que eu penso". Parece mais importante para os leitores da blogosfera que os autores sejam mais perspicazes do que equilibrados». Segundo esta autora, os *blogs* também se evadem, graças à sua própria essência, a algumas das armadilhas mais letais para os *mass media*, nomeadamente a onnipresença do *infotainment*, a concentração da propriedade de cada vez mais empresas de comunicação social em menos mãos e a subordinação de linhas editoriais à procura de lucro.

No campo estilístico e das marcas de autoria textual, a divergência em relação aos *media* tradicionais é igualmente assinalável. Enquanto que um jornal se esforça por se homogeneizar, através de instâncias de reprodução de uma voz única, imune às personalidades dos seus jornalistas e editores, como os livros de estilo, os *blogs* colectivos estruturam-se de forma a adornarem-se com a maior multiplicidade autoral possível.

Um ponto de contacto com os sistemas de operação dos *media* é, no entanto, notório: a preocupação com a veracidade, com uma busca de miscigenação com o *real*. Se num jornal é o mercado, as entidades reguladoras (externas ou internas) e a simples deontologia que guiam o labor jornalístico no sentido de minimizar o erro na produção de notícias, nos *blogs* é o desejo de acumular capital social, prestígio *inter pares*, que leva, na maioria dos casos, à cuidadosa verificação de dados e até a um elevado grau de exigência formal em campos como a gramática e a ortografia.

Só que no caso de um jornal a busca de objectividade surge aliada a um posicionamento que supostamente procura maximizar o distanciamento – num *blog* a objectividade não é um activo precioso para se alcançar um empenhamento político performativo e eficaz. O que não faz mais do que reencenar a oposição dialéctica, que marcou os dias fundadores da Imprensa, entre “Jornalismo de opinião” e “Jornalismo de informação”, curiosamente plasmada, como refere Rebelo (2000), logo num editorial do número zero do *Diário de Notícias*, em 1864, que anunciou a eliminação total da discussão

política e da polémica, em favor de uma reconstituição imaculada da Notícia, da transmissão do fragmento de realidade – numa curiosa reformulação do contemporâneo programa do historiador Leopold von Ranke: descrever «o passado como realmente foi».

Mas se estes dias fundadores foram marcados por uma ingenuidade que hoje se nos afigura insustentável, parece-nos agora claro que quando se expulsava a ideologia pela porta principal dos jornais ela entrava pelas janelas e por qualquer fresta que conseguisse encontrar: a própria elevação de um facto à categoria de evento noticioso, em detrimento de outros, já é em si um acto carregado de premissas e consequências ideológicas. Os *blogs* políticos mais não fazem do que assumir este mecanismo tantas vezes inconsciente ou camuflado, elegendo-o agora como ossatura fundamental do seu trabalho: o mundo só é reproduzível em fragmentos que confirmam a rede de pontos de vista que um autor sobre ele mantém; na escolha das parcelas discretas da realidade a escrutinar jaz a melhor forma de a reconstruir, de forma a iluminar e revelar todas as virtualidades com o seu programa ideológico específico. O *blogger* recusa assim a ambição jornalística de apenas mediar o real, em absoluta neutralidade. E reifica de novo o primado da opinião informada sobre a (utópica) informação *desopinada*.

6. As estratégias discursivas dos *blogs* políticos

Se já examinámos, de forma obrigatoriamente sucinta, “aquilo de que se fala” e o “porque se fala” nos *blogs* políticos, recorrendo sobretudo a investigação própria, pois a produção teórica sobre a blogosfera lusa ainda é escassa, superficial e muito centrada nas relações desta com o jornalismo tradicional – *vide* Grilo (2004), Santos (2004) ou Canavilhas (2006) –, resta o verdadeiro centro deste estudo, investigar o “como se fala”, finalizando a trilogia descrita por Rebelo.

6.1. Os títulos

Começando pela elaboração de um importante elemento dos *posts*: os títulos. Se hoje quase todos os sistemas de *trackback* oferecem aos autores citados um excerto do *post* citador, em tempos não muito distantes apenas o seu título era reproduzido. Além disto, muitas plataformas de alojamento de *blogs* mantêm listas de actualizações recentes, assim como escolhas editoriais do género de “*posts* do dia”; e também aqui os títulos são o único elemento transcrito. Tal levou a que muitos autores escrevessem os seus títulos não do ponto de vista comum nas redacções dos jornais, em que apenas as chamadas de capa

devem possuir qualidades “publicitárias” capazes de seduzir em segundos um possível leitor, sendo que os restantes títulos devem remeter para o corpo da notícia, resumindo-o ou qualificando-o. A modalidade de títulos dominante na blogosfera desde sempre foi similar aos “*headlines*” (os títulos) de um anúncio escrito: frases em grande parte auto-explicativas mas também provocadoras da curiosidade do leitor; este, note-se, não acabou de comprar um jornal que irá de seguida consumir com maior ou menor atenção – está a saltar de *link* em *link*, prestando escassos segundos de atenção a cada título que entrevê. Se um deles lhe despertar a atenção, prometendo revelações interessantes, cumpriu a sua missão.

Temos assim uma versão extrema e estilizada do que Jean-François Tétu, ainda segundo Rebelo, chamou títulos catafóricos: é o texto que desvela por inteiro o significado do título que o antecede, embora neste caso os aspectos formais sejam igualmente importantes: por hipérboles, por ocultação ou por simples sensacionalismo, eles devem causar um impacte significativo no leitor, convencendo-o da relevância decisiva do texto que anuncia.

6.2. Os textos

Quanto à formação dos textos em si, factores há que antecedem qualquer estratégia discursiva: o *lugar das condições de produção do discurso*, que não se limita às circunstâncias do autor, mas também engloba as prospectivas condições da sua recepção, o *lugar das condições de interpretação* (Rebelo). Cabe aqui a noção de “audiência” com que cada *blogger*, investido que está da função de enunciador, cria destinatários virtuais, que determinam em grande parte a escolha de temas e de formas a que cada *post* obedece. O facto de se tratar de uma comunicação lançada “para o vazio”, sem certezas de alguma vez vir a ser captada ou decodificada, é crucial. Mesmo os *blogs* mais lidos não oferecem qualquer certeza prévia de angariação de leitores para todos os *posts*.

É uma suposição segura postular que o destinatário virtual idealizado pela maioria dos *bloggers* é uma entidade bastante heterogénea: parte correligionário, parte adversário, parte curioso a aguardar conversão, parte leitor fiel e expectante, parte transeunte indiferente.

Escrever de forma continuada e eficaz num *blog* é por isto um exercício de versatilidade: cada texto deve satisfazer os leitores já convertidos ao ponto de vista do autor, deve provocar os seus adversários e deve ser suficientemente sólido do ponto de vista factual e argumentativo para resistir às investidas dialécticas destes, enquanto trata de aduzir suficientes argumentos para convencer o indeciso e acumular mais algum capital social junto dos seguidores habituais (aqui, um espírito cínico poderia acrescentar a vontade

de cair nas graças dos jornais impressos, primeiro através da sempre bem-vinda citação e depois, quiçá, uma contratação como colunista). Esta complexa e fluida relação com um público leitor heterogéneo e ignoto vem dar um novo sentido ao argumento de Bakhtine, citado por Rebelo: «não existe nenhuma mensagem completa X. A mensagem forma-se no processo de comunicação entre A e B. Em seguida, ela não é transmitida por um ao outro, mas construída entre eles, como uma ponte ideológica, no processo da respectiva interacção.» Um *blogger*, ao construir laboriosamente o seu *corpus*, muitas vezes com um ritmo de *postagem* diário, vai adaptando o seu discurso ao *feedback* que ele suscita, através dos comentários que a maioria dos *blogs* hoje torna possível (desfeito que foi um mito segundo o qual apenas *blogs* de esquerda abriam os seus conteúdos às opiniões dos leitores), de *e-mails* recebidos, da variação quantitativa dessa audiência e, acima de tudo, pelo número e conteúdo das reacções que os seus *posts* provocam em *blogs* alheios.

Se algum análogo próximo os *blogs* encontram com conteúdos da imprensa escrita tradicional será por certo o género *crónica*. O que explica as dezenas de autores que já transitaram da blogosfera para o “mundo real” dos *media*, como colunistas e comentadores. Mas trata-se de “crónicas” carregadas de especificidades únicas: por exemplo, o «triângulo invertido» que Rebelo aponta como sendo estruturante para este género – a acumulação e filtragem de dados sobre um evento até se chegar a uma conclusão – só está presente em alguns tipos de *posts*, que no ponto seguinte elencaremos. Note-se, a propósito, que um hipertexto pode acumular factos externos apenas através de *links*, remetendo para outros textos a restituição da complexidade de eventos ou opiniões; uma crónica convencional tem de executar o esforço de resumir esses dados de ancoragem, o que obriga a um trabalho suplementar de gestão do espaço disponível.

Como já bastantes investigadores reconheceram, o hipertexto possibilita a escrita e concepção de novas modalidades textuais e também invoca a concepção de um novo tipo de leitor; já não dependente da tradicional “pirâmide” que evolui dos dados mais relevantes para os mais acessórios, mas que antes prefere saltar de *link* em *link*, criando a sua própria grelha de leitura e de sentidos, à medida que mapeia a sua própria viagem exploratória pelas múltiplas vielas que estas novas escritas possibilitam. Mas aspectos essenciais do texto continuam a manifestar-se, por mais metamorfoses estruturais que a era digital nos proponha.

6.3. A questão da transparência

A dêixis compreende todos os vocábulos e expressões que assumem a função de realçar e localizar contextos situacionais, variando com a situação e em que são empregues num discurso.

A tipologia das modalidades é, como admite Parret (1987), muito mais complexa do que a organização das diferentes dêixis. E ultrapassa em muito a definição que a gramática clássica nos fornece, remetendo a modalização para «o sentido e o comportamento sintáctico dos verbos modais, como poder, dever, saber e querer.» O mesmo autor estabelece uma grelha de identificação de modalidades, dividindo-as entre Distributivas, Propositionais, Ilocutórias e Axiológicas. (Rebelo classifica as mais frequentes modalidades como sendo «de natureza assertiva»; «referente à necessidade ou à possibilidade»; «afectiva ou depreciativa» e «co-enunciativa ou injuntiva»)

Este são os pontos de partida a partir dos quais que Parret declara que uma «boa metodologia *deíctizante* pressupõe necessariamente uma organização *egocêntrica* da dêixis, enquanto que uma boa metodologia modalizante pressupõe ao contrário uma organização *interactizante* e portanto “ego-fuga”. A organização da dêixis faz-se a partir do eu (da subjectividade egocêntrica) enquanto que a organização das modalidades é orientada a partir de uma comunidade enunciativa».

A dêixis pessoal, elementos que indicam as pessoas presentes ou implícitas no discurso, é um ponto-chave para analisarmos o grau com que a função deíctica está presente nos textos da blogosfera (forçosamente elevado, dado as suas origens e *praxis* autobiográficas), assim como a sua correlação com a modalização presente.

A sua conjugação resulta numa medida da transparência (ou do seu oposto, a opacidade) de um discurso. Voltando a Rebelo, temos que «se nos situarmos [...] no eixo da dictização, o grau máximo de transparência, ou o grau mínimo de opacidade, corresponde [...] à presença máxima do sujeito da enunciação ou das suas marcas. À medida que o sujeito se retira, que desinveste, diminui a transparência do enunciado. E aumenta a sua opacidade. [...]

Nas antípodas do discurso científico encontramos o discurso ideológico marcado pela forte presença do sujeito e, conseqüentemente, menos nominalizado, menos objectivado, menos autonomizado.» De forma simétrica, a uma mais intensa modalização de um discurso corresponderá uma maior opacidade.

6.4. Tipos dominantes de discurso

Como já foi aqui referido, a maioria dos *posts* produzidos pela blogosfera política pertence ao género ensaístico, repartindo-se entre alguns subgéneros, dos quais os mais frequentes poderão ser o panfleto e a polémica.

No primeiro o enunciador opera na ausência de um enunciatário/destinatário específico, quer propagandeando um qualquer aspecto da sua doutrina ou denunciando com vigor um escândalo assacável aos seus adversários, seja este real ou imaginário. A sua postura é sempre de indesmentível detentor da verdade, quase atónito por não ver tal evidência reconhecida pelo mundo, como assinala Rebelo.

Por outro lado, as polémicas assumem contornos e modalidades únicas na blogosfera: podem eclodir no espaço reservado aos comentários, entre o autor do *post* e os seus leitores, extravasando depois para outros *blogs*; podem decorrer entre múltiplos interlocutores, dialogando estes entre si de acordo com geometrias que por vezes vão mudando ao longo de um só dia; pode incluir vários registos, por parte dos intervenientes, desde o panfleto à sátira; inclui por norma uma volumosa acreção de factos e opiniões exteriores, com cada lado tentando sedimentar o maior volume de “provas” e factos em favor da sua tese; pode, inclusive, saltar de ou para as páginas dos jornais, com alguns capítulos da discussão a decorrer num *medium* e os restantes no outro. É, ao fim e ao cabo, a plena realização das potencialidades discursivas da blogosfera; a sua origem e o seu destino mais natural.

Já a sátira, requerendo prosa mais difícil de manusear com sucesso, do ponto de vista estilístico, já é vista como um recurso mais perigoso, não constituindo prática frequente entre a maioria dos *bloggers* com algum relevo. Sendo comumente vista como uma forma de negar a legitimidade de um interlocutor, é por vezes usada em *posts* de forma mais carregada de *nonsense*, adquirindo alguma afectuosidade que nunca chega a desqualificar o alvo da *charge*.

Tentaremos de seguida elaborar possíveis taxinomias para sistematizar as categorias de *posts* que emergem da articulação destes tipos de discurso.

7. Como se inter-relacionam estes *blogs*?

Antes de mais, convém definir o que aqui se entende por *blog* político: qualquer *blog* que dedique uma parte substancial – mais de 50% – dos seus *posts* a temas políticos, sejam estes de âmbito nacional ou internacional.

Posto isto, partamos para as indagações no centro deste trabalho: haverá simetria de comportamentos e de estratégias entre *blogs* de Esquerda e de Direita? Existirá um perfil de interacção com outros *blogs* e com eventos exógenos à blogosfera que seja comum às duas principais trincheiras políticas? O que é mais relevante na actividade de um *blog* político: a própria blogosfera ou o debate que lhe é exterior? E que estratégias tendem a ser dominantes: a refutação das posições dos adversários ou a veiculação de doutrinas, reflexões e posições próprias?

7.1. Há simetria de hiperligações na blogosfera política portuguesa?

Esta questão pode ser decomposta, num primeiro nível, em dois componentes fundamentais: a interligação, via *links*, entre *blogs* ideologicamente antitéticos e a comparação de estratégias discursivas.

A forma como os *blogs* se citam através de hiperligações decorre em duas modalidades substancialmente diversas:

1. O já mencionado ***blogroll***, apenas uma lista de leituras recomendadas que em grande parte dos casos decorre de mera cortesia a reciprocitar recomendações alheias, pouco representando em termos de atitudes e estratégias;
2. A **citação de textos alheios** ou a nomeação directa de *bloggers*.

Este segundo formato de hiperligação é o mais interessante e carregado de sentidos. A sua disseminação e prática esta intimamente ligada à questão da “insularidade” como a definiu Sunstein: «há sérios perigos num sistema em que os indivíduos contornam os temas de interesse geral e se restringem a opiniões e tópicos de sua própria escolha.» Com os já referidos perigos de “guetização” e fuga à diversidade. O mesmo Sunstein, num artigo mais recente (2008), inquires se a blogosfera corresponderá mesmo à optimização dialogal descrita por Habermas ou antes a um mercado livre de informação, *à la* Hayek – optando por um terceiro modelo, ao constatar que na blogosfera americana «há uma significativa divisão entre comunidades políticas identificáveis. Liberais e conservadores não se costumam *linkar*. Na maior parte do tempo, eles nem sequer discutem os mesmos tópicos». A emergência da polarização compromete, segundo este autor, um ponto de vista habermasiano sobre a esta plataforma digital: «o surgimento da blogosfera facilita às pessoas a vida em câmaras de eco por elas desenhadas. Com efeito, alguns *bloggers*, e muitos leitores de *blogs*, vivem em casulos de informação. Identidades partilhadas são

muitas vezes salientes na blogosfera, e uma forma que torna a polarização mais provável e mais provavelmente maior.»

Mantenhamos sempre presente a diferença de escala entre a nossa realidade blogosférica e a americana, objecto do artigo de Hargittai *et alii*: em Portugal, o escasso número de *blogs* políticos que conjugam autoridade e grandes audiências leva a uma endogamia crónica: como se verificou de imediato no início deste estudo, há sempre uma vintena de *blogs* que se citam entre si num círculo de referências sem alternativa. Nos EUA – mesmo não considerando os *blogs* da chamada *A-list*, que incluem títulos, como o *Huffington Post* (<http://www.huffingtonpost.com/>), que já são mais jornais *online*, com amplos espaços publicitários, do que singelos e banais *weblogs* de amadores – a quantidade de autores e colectivos citáveis é quase infinda.

Mesmo assim, correrá também a blogosfera portuguesa o risco de se dividir em dois continentes isolados que mantêm entre si escassa troca de informação e nula partilha de pontos de vista? Ou a norma será a conflitualidade dialogal entre adversários ideológicos numa contínua sucessão de confrontos políticos e dialécticos?

No âmbito do presente trabalho, a hipótese de polarização fragmentada será de fácil investigação através do estudo da *praxis* de interligações dominante na nossa blogosfera: os *blogs* de um quadrante ideológico tenderão a citar muito mais os correligionários (concordando com eles), os adversários (em discordância), ou ambos, de forma mais ou menos equitativa?

Convém notar que nem todas as hiperligações se equivalem, mesmo que fazendo parte de *posts*. Hargittai *et alii* elaboraram uma simples mas completa chave para sistematizar as cinco modalidades de hiperligações a outros *blogs* mais frequentemente usadas:

1. **A “falácia do espantalho”**, em que apenas se cita um adversário para mostrar as suas falhas e erros, de forma nem sempre aprofundada mas quase inevitavelmente caricatural.
2. **De desacordo** quanto à substância de algo escrito por outrem.
3. **Hiperligações neutras** e não políticas, onde apenas se obedece à etiqueta da blogosfera, assinalando o *blog* onde se encontrou primeiro uma notícia ou um facto relevante.
4. **De redireccionamento**, em que o autor da ligação assinala apenas que está a acompanhar o desenvolvimento de um dado tema num *blog* alheio.
5. **De concordância**.

7.2. Como classificar estes *posts*?

Enquanto que as hiperligações estabelecem por si só uma relação com outros *blogs*, sendo em si evidência de insularidade ou cosmopolitismo políticos, evidência quantificável de forma objectiva, as estratégias a que obedece o discurso político na blogosfera já constituem matéria menos independente de interpretação, carecendo de balizas específicas.

Dada a ausência actual de trabalhos neste campo, um caminho para alcançar uma primeira taxinomia dos textos presentes nos *blogs* políticos portugueses poderá passar pela expansão das categorias acima sistematizadas a propósito dos *links*, face à análise de textos recentes dos *blogs* mais lidos em Portugal. Tornando essa grelha o mais abrangente possível, ela poderá constituir uma enumeração das categorias em que a maior parte dos *posts* dos *blogs* políticos se aglutina:

1. **Refutatório.** Textos que tentam retorquir ou desmentir posições e interpretações desenvolvidas noutros *blogs*. Em casos raros, dirigem-se a membros do próprio *blog* onde são afixados.
2. **Concordante.** Categoria simétrica à anterior.
3. **Falácia do “espantinho”.** Críticas a um *post*, oriundo do quadrante ideológico adversário, usando uma hiper-simplificação das ideias nele veiculadas.
4. **Satírico.** A variante mais ácida do género anterior, em que se tenta minorizar um interlocutor blogosférico, não lhe reconhecendo competência, caricaturando as suas ideias, exagerando contradições, etc.
5. **De comentário neutro.** Centrando-se em *posts* alheios, sem deles retirar explicitamente conclusões ou inferências políticas.
6. **Social.** Manutenção de laços de amizade, proximidade ou de simpatia com outros *blogs*. Por norma não encerra significativa intenção política.
7. **Doutrinário.** Afirma apenas uma verdade, tal como o autor a percebe. Vive por si mesmo, sem referenciais centrados em *posts* alheios, nem destinatários específicos.
8. **Paródia.** Ridiculariza um evento, personagem ou oponente. O intuito pode ser mais humorístico, *tout court*, do que político: a invenção de diálogos fictícios entre personagens reais representa uma ocorrência comum da categoria.
9. **Exteriores.** *Posts* que destacam, resumem ou *linkam* uma qualquer notícia, comentário ou crónica. Os textos e acontecimentos referidos são exteriores à blogosfera.

10. **Multimedia.** Contando sobretudo com recursos do *YouTube*. Inclui sempre vídeo ou som externo.

11. **Lúdico.** Mesmo nos *blogs* de pendor acentuadamente político surge por vezes espaço para outro tipo de preocupações: eventos culturais, recensões, temas desportivos, *faits divers*, curiosidades, reminiscências intimistas etc.

Esta lista está ordenada de acordo com um só vector: da maior interligação com a blogosfera exterior à menor. Assim, é claro que textos dos tipos de 1 a 6 dependem outros *posts* para a sua própria existência e encontram neles as chaves para grande parte da sua decodificação por parte dos destinatários. O tipo 7 inclui textos que podem apresentar referências a outros autores mas que pouco do seu sentido perderiam se delas fossem privados. As restantes tipologias, no contexto da blogosfera política, implicam pouca ou nula interacção com outros *blogs*. Em termos genéricos, teremos um grupo de *posts* Blogosféricos (pois têm como referencial primário a comunidade dos *blogs*), incluindo os tipos de 1 a 6, e uma outra categoria, integrando *posts* que poderemos denominar Exógenos, com os tipos de 7 a 11.

Trata-se, no entanto, de uma lista que apenas expande a já citada proposta de Hargittai *et alii* para os *links*, ficando por provar a sua adequação ampla e plena ao universo textual da blogosfera política lusa. Este estudo irá colocá-la à prova.

8. As questões centrais

O tema da reciprocidade, da simetria de relacionamento entre os *blogs* de Esquerda e de Direita é o principal problema que procuraremos abordar. Em primeiro lugar, a prática de hiperligações existe com igual frequência e intensidade nos *blogs* dos dois lados do espectro político? E a verificar-se o problema da insularidade previsto por Sunstein, terá mais forte incidência de um dos lados da “barricada” discursiva?

Depois, as estratégias discursivas dominantes: serão estas iguais ou assimétricas entre os *blogs* afiliados com a Esquerda e aqueles tendencialmente de Direita? Dos tipos anteriormente recenseados de hiperligações e de *posts*, quais os dominantes, e com que intensidade, nos dois campos? Qual deles participa mais regularmente em polémicas? A agressividade é mais notória nos *posts* de um dos quadrantes políticos? Quem se apoia mais na reprodução de notícias angariadas externamente? Estes são apenas exemplos das perguntas que os dados poderão suscitar e a que a pesquisa deverá poder responder.

Estabelecida a *thick description*, qual será a metodologia mais eficaz para abordar de forma viável e esclarecedora os problemas em análise?

9. Uma primeira abordagem: as eleições presidenciais americanas de 2008

Para que se possam comparar atitudes e estratégias entre campos ideológicos, seria impraticável escrutinar toda a blogosfera durante um dado período; além da dimensão da tarefa, é bem provável que essa amostra sincrónica capturasse alguns *blogs* em plenas polémicas sectoriais, distorcendo a imagem global através da inclusão de grandes quantidades de *posts* apenas respeitantes a essas polémicas e irrelevantes para os *blogs* não envolvidos. Para evitar este óbice, e ainda uma inflação desmesurada da amostra, o estudo recorreu a um sub-universo muito bem demarcado do território comunicacional da blogosfera: as reacções, opiniões, e polémicas desencadeadas por um só evento – as eleições presidenciais americanas.

Esta opção vem também simplificar um outro aspecto crucial em qualquer estudo similar: a escolha de *blogs* a escrutinar. Embora não seja um obstáculo intransponível, certo é que a classificação destes de acordo com critérios políticos pode ser problemática e vulnerável em demasia a subjectividades. Mas esta temática veio anular tais dificuldades: os campos em oposição foram demarcados pelos seus próprios agentes, através do seu apoio declarado ao candidato republicano ou ao seu rival democrata.

9.1. A “amostra”

A amostra (sem que este termo assuma aqui, naturalmente, qualquer conotação probabilística) incluiu 6 *blogs* – 3 de cada quadrante político, definido pelo seu apoio a um dos candidatos – incluindo aqueles cujo número de visitas, de acordo com o *Sitemeter*, era maior e desde que possuísse “autoridade”, como calculada pelo *Technorati*.

No dia 10 de Janeiro de 2008, os 8 *blogs* políticos mais lidos de Portugal eram, de acordo com o portal Blogómetro (<http://weblog.com.pt/portal/blogometro>), que sistematiza as medições feitas através do *Sitemeter* dos *blogs* inscritos, os seguintes, ordenados por ordem decrescente de número de visitas:

Blasfémias – blasfemias.net/ , *Abrupto* – abrupto.blogspot.com/ ,
Arrastão – arrastao.org/ , *5 Dias* – 5dias.net/, *Quintus* – movv.org/,
O Insurgente – oinsurgente.org/, *31 da Armada* – 31daarmada.blogs.sapo.pt/
Jugular – jugular.blogs.sapo.pt/

Para seleccionar os seis *blogs* a analisar, foram retirados dois a este grupo inicial: o *Abrupto* (por não ser um *blog* comparável aos demais, pois é unipessoal e integra sobretudo contributos externos e artigos veiculados em jornais) e o *Quintus* (não existia ao tempo das eleições americanas de 2008). Ficámos assim com três *blogs* que se colocaram do lado de Barack Obama – *Arrastão*, *5 Dias* e *Jugular* – e três alinhados com o candidato republicano: *Blasfémias*, *O Insurgente* e *31 da Armada*. De forma não surpreendente, esta divisão corresponde às posições políticas correntes nesses *blogs* colectivos: os três primeiros integrando autores maioritariamente situados no campo da Esquerda e os restantes três defensores habituais de pontos de vista mais conservadores.

Simplificando, estamos em presença de um exemplo do que Krippendorff apelidou «Amostragem por Relevância».

9.2. O corpus

O *corpus* a analisar inclui todos os *posts* centrados nesta eleição, excluindo qualquer outra temática central, produzidos durante 10 dias, além do dia da consulta: os 5 que antecedem a eleição em causa e os 5 dias após o dia 4 de Novembro de 2008, data em que o acto eleitoral decorreu. Integra portanto textos publicados entre 30 de Outubro e 9 de Novembro de 2008, inclusive. Este intervalo de tempo acabou por bastar para incluir uma significativa maioria das intervenções sobre o tema detectadas nos *blogs* em análise.

Não era previsível que o número de *blogs* escolhidos, pela sua exiguidade, levasse a uma precoce situação de saturação empírica que diagnosticasse a inutilidade da recolha de informação adicional. Esta amostra foi assim obtida por contraste e a diversificação pretendida é de ordem externa, por considerarmos a interacção de actores integrados e activos em dois grupos bem distintos e até opostos.

O número de *posts* coligidos (327) não deixa de ser surpreendentemente diminuto, algo que pode ser atribuído à reduzida incerteza suscitada por esta eleição; como muito cedo na campanha se tornou claro que o candidato Obama tinha uma vitória quase certa pela frente, as polémicas e as discussões viram-se bastante mitigadas.

Note-se que o *blog* com mais *posts* dedicados a este tema, o *Insurgente*, inflacionou esta quantidade ao afixar, na noite eleitoral, algo aproximado a um serviço noticioso, ecoando cada desenvolvimento em termos de apuramento de resultados.

Nome do <i>blog</i>	<i>Posts</i> seleccionados
5 Dias	51
31 da Armada	57
Arrastão	26
Blasfémias	37
Insurgente	97
Jugular	59
Total	327

Fig. 1 – quantidades de posts recolhidos

9.3. Metodologia

Cada *blog* deu origem a uma “ficha de leitura”, elaborada com o auxílio de um programa informático de análise de conteúdo: o *MaxQDA*. Cada *post* centrado nas eleições americanas foi avaliado de acordo com a grelha de análise apresentada em 7.2., podendo pertencer a apenas a um tipo. Assim sendo, podemos afirmar que a unidade mínima de texto a codificar é o *post*.

Nos casos em que um mesmo *post* poderia ser classificado de duas formas, foi escolhido o tipo que melhor define a intenção explícita do texto em codificação. Por exemplo, um *post* como «Leiam esta notícia, que prova que o *indivíduo x* não tem razão» só formalmente é um texto Exterior, devendo sim ser codificado como Refutatório, pois o seu objectivo real é contrariar posições veiculadas num outro *blog*, sendo a notícia reproduzida apenas um pretexto.

Com este processo, não só se procedeu a uma análise aprofundada do conteúdo dos *posts* concernentes às presidenciais americanas como se avaliou a precisão e utilidade da grelha classificatória desenvolvida a partir da proposta de Hargittai. Será que esta taxinomia é capaz de nos restituir a complexidade dos debates políticos na blogosfera portuguesa, ou serão muitas das suas categorias inúteis aqui? Serão as categorias propostas suficientes para enriquecer o nosso entendimento dos mecanismo do fenómeno bloguístico, ou ficaremos com dados difusos e incompletos entre mãos?

9.4. Resultados?

As matrizes exportadas pelo *MaxQDA* foram de seguida analisadas com recurso a uma base de dados construída com o programa *Excel*. Eis a tabela de frequências resultante da codificação dos 327 *posts*, divididos pelos 6 *blogs* que os originaram:

Tipos / Blogs	31 da Armada	%	Blasfêmias	%	Insurgente	%	5Dias	%	Arrastão	%	Jugular	%
Doutrinário	32	56,1%	22	59,5%	41	42,3%	16	31,4%	9	34,6%	27	45,8%
Exterior	12	21,1%	12	32,4%	43	44,3%	13	25,5%	14	53,8%	11	18,6%
Lúdico	0	0,0%	0	0,0%	3	3,1%	3	5,9%	0	0,0%	1	1,7%
Multimedia	4	7,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	5,9%	1	3,8%	6	10,2%
Paródia	6	10,5%	1	2,7%	4	4,1%	7	13,7%	1	3,8%	7	11,9%
Com. Neutro	1	1,8%	1	2,7%	3	3,1%	1	2,0%	1	3,8%	2	3,4%
Concordante	2	3,5%	0	0,0%	1	1,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,7%
Espantalho	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	2,0%	0	0,0%	0	0,0%
Refutatório	0	0,0%	0	0,0%	1	1,0%	3	5,9%	0	0,0%	3	5,1%
Satírico	0	0,0%	1	2,7%	1	1,0%	4	7,8%	0	0,0%	1	1,7%
Social	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total	57	100,0%	37	100,0%	97	100,0%	51	100,0%	26	100,0%	59	100,0%

Fig. 2 – tabela de frequências dos diversos tipos de posts nos 6 blogs

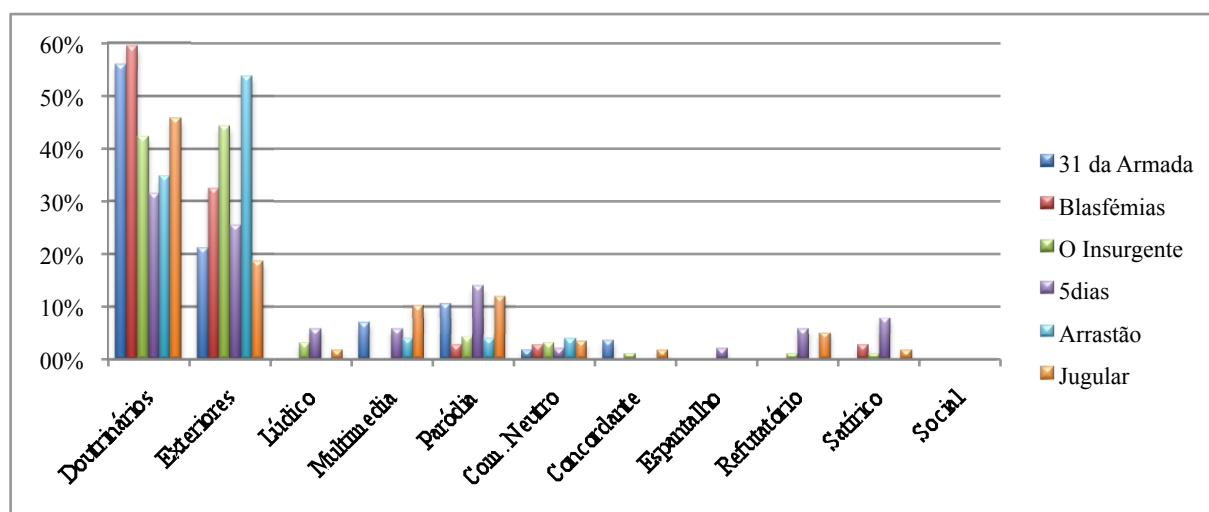


Fig. 3 – histograma das frequências relativas dos vários tipos de post nos 6 blogs

Ficam em evidência, pelo histograma, alguns factos: todos os *blogs* centraram a sua actividade nos tipos Doutrinário e Exterior, relegando para segundo plano as categorias que implicam interacção com outras entidades da blogosfera. Por outro lado, tipologias houve com nula utilidade para a análise, ao congregarem zero ocorrências e pouco mais.

Nota-se uma clara predominância de textos Exteriores; i.e., que não citam nem referem *posts* de outros *blogs*. Isto está ligado, antes do mais, à cobertura noticiosa do que se passou em torno das eleições; não só através da citação de opiniões mas – sobretudo na própria noite eleitoral – da divulgação, minuto a minuto, de resultados e projecções. A escassez de polémica, pela já citada previsibilidade dos resultados e também pelo

distanciamento com que eleições estrangeiras (mesmo com a importância planetária das dos EUA) são encarados pelos autores de *blogs*. A forte presença relativa de textos de cariz doutrinário foi outro reflexo desta baixa produção de textos apontados à polémica.

Em todo o *corpus*, a categoria Concordância obteve um total de apenas 4 ocorrências, tendo os tipos que implicam a facilitação de polémicas – Espantalho, Refutatório e Satírico – manifestado 15 ocorrências, das quais, note-se, 12 foram oriundas dos *blogs* apoiantes de Obama. O tipo Neutro, em termos globais, ficou pelos 9 *posts*.

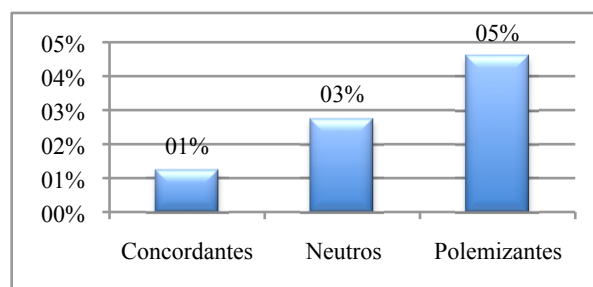


Fig. 4 – frequências relativas de posts de acordo com o seu tipo de interação blogosférica

Se não fosse pela quantidade ínfima de casos em apreço, poderíamos concluir que a insularidade é um fenómeno marginal, pois é largamente suplantada pela interacção com *blogs* discordantes. Mas os 5% de *posts* polémicos, valor quase residual, parecem reflectir mais as especificidades de uma discussão mortíça do que uma qualquer tendência geral. E como se dividiram estes textos, em termos dos campos políticos que os produziram?

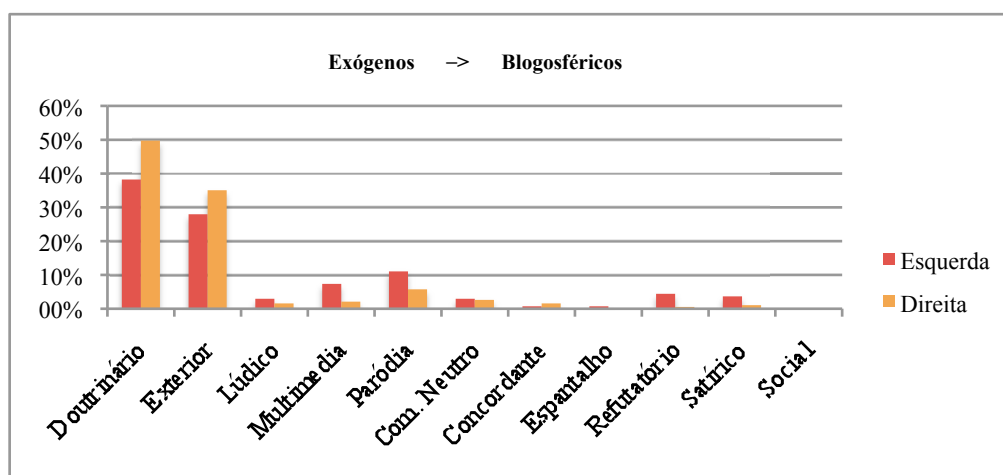


Fig. 5 – frequências relativas de tipos de posts nos campos Obama (Esquerda) e McCain (Direita)

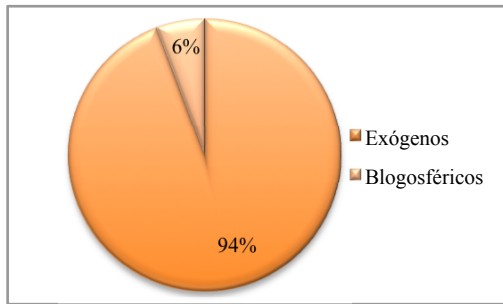


Fig. 6: frequências relativas no campo McCain

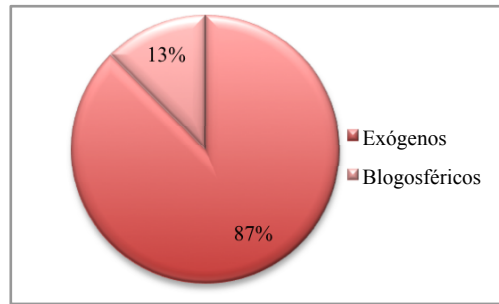


Fig. 7: frequências relativas no campo Obama

Os perfis dos dois “campos” são dissimilares; mesmo se descontássemos o efeito (já citado) dos 30 *posts* noticiosos do *Insurgente* na noite das eleições, este efeito permaneceria notório: nos *blogs* de Direita, a frequência relativa dos *posts* dedicados à blogosfera é menos de metade da quantidade homóloga no campo oposto. No entanto, as frequências absolutas correspondem a números demasiado pequenos para serem tomados como pistas importantes.

A busca do eco de notícias externas, enquanto imperativo central, faz parte do comportamento “normal” na blogosfera; complementando polémicas e invectivas com modalidades discursivas mais centradas na informação recolhida noutros *blogs* e nos *media*, reportando, bastantes vezes, supostas incorrecções destes – aliás à semelhança do que McKenna e Pole (2008) atestam em relação ao panorama nos EUA.

As assimetrias mantêm-se ao longo de todas as categorias: os *blogs* pró-McCain dedicaram quase metade (49,7 %) da sua produção ao proselitismo, em *posts* que veiculam essencialmente posições políticas próprias. Acontecimentos e notícias exteriores à blogosfera deram origem à segunda tipologia mais praticada, com 35,1%. O campo favorável a Obama preferiu as mesmas categorias, mas de forma mais mitigada (38,2% e 27,9%, respectivamente) – tendo a grande divergência ocorrido nos tipos de *post* ligados ao confronto blogosférico e à paródia de eventos a ela exteriores: aqui, a Esquerda foi bastante mais activa. Como excepção a este dado, surgem as concordâncias com outros *blogs*, categoria em que a Direita lidera por 1,6% para 0,7%.

Repare-se, no entanto, que as ocorrências que dão origem a esta derradeira comparação são apenas 3 e 1, o que retira solidez a qualquer putativa ilação.

9.5. As conclusões possíveis

A primeira lição retirada desta investigação exploratória prende-se com a pouca adequação da grelha classificativa adoptada *a priori*. Algumas categorias não encontraram

correspondência nas observações, outras – mais centradas em formatos dialécticos, como o tipo Espantalho – revelaram-se de codificação problemática e excessivamente dependente de interpretações subjectivas. A batalha política na blogosfera, mesmo num caso pouco inflamado e algo periférico como este, parece dispensar algumas opções estilísticas e prescinde dos hábitos dialogais mais comuns noutras ocasiões, isentas de polémicas ideológicas agudas. Em paralelo, a introdução de uma categoria meramente técnica como Multimedia carece de coerência com as restantes categorias, orientadas para os conteúdos dos *posts*, não para os seus aspectos meramente formais.

Por outro lado, a importância dos *posts* Doutrinários revelou-se determinante, justificando talvez a sua elevação a *pivot* de futuras indagações; sobretudo se essa categoria for articulada num eixo com uma outra que aqui mostrou especial relevância: a Exterior. Dizendo ambas respeito a fenómenos exógenos à blogosfera, dão corpo à real dicotomia que primeiro aqui foi revelada: entre *posts* blogosféricos e textos de inspiração externa. Essas duas tipologias foram aliás as únicas que resistiram à atomização que pulverizou os *hits* das demais categorias, congregando um total de 77% do total de *posts*.

Impõe-se após estudo a implementação de investigações subseqüentes – partindo de um *corpus* bastante mais extenso, sob pena de voltarmos a dispersar a codificação em categorias com uma ou duas ocorrências. Concomitantemente, o somatório das indicações coligadas leva-nos a privilegiar separações e dicotomias mais centradas na divisão estrutural de *posts* e menos em aspectos estilísticos e puramente discursivos dos mesmos.

10. Uma abordagem mais aberta

As eleições legislativas portuguesas de 27 de Setembro de 2009 suscitaram a reunião de condições para um estudo mais aprofundado. Pela primeira vez na blogosfera lusa, os dois principais partidos, PSD e PS, candidatos crónicos à liderança de soluções governativas, colaboraram na criação de *blogs* de apoio partidário; ambas alojadas na plataforma SAPO. Eles agruparam autores de *blogs* já estabelecidos, escribas neófitos neste meio, candidatos a deputados, artistas, colunistas, independentes, etc.

As eleições em causa apresentaram características algo peculiares e fadadas à facilitação das polémicas na blogosfera: um primeiro-ministro, José Sócrates, sob fogo contínuo pelo seu passado (currículo escolar nebuloso, suspeições ligadas ao licenciamento do centro comercial *Freeport*, relacionamento com os *media*) e pela sua personalidade supostamente colérica e autoritária; uma candidata social-democrata com claro défice de

imagem e de qualidades oratórias, também ajoujada pelo peso de um passado governativo não isento de mácula.

A antipatia de grande parte da blogosfera, de direita e de esquerda, para com o líder socialista era antiga: o imbróglcio da sua licenciatura fora publicitado em *blogs*, muito antes de tal tema ter migrado para as páginas do *Público*, tendo desembocado num processo legal contra o autor do Portugal Profundo (<http://doportugalprofundo.blogspot.com/>). O PS era, por seu lado, suspeito de encarregar assessores de animarem de forma artificial vários *blogs* entusiasticamente apoiantes do governo, incluindo autores que operavam alegadamente sob pseudónimos, para ocultar as suas ligações governativas. Foi destes *blogs*, aglutinados com o *Jugular* (<http://jugular.blogs.sapo.pt/>), título que incluía elementos próximos de José Sócrates e plataforma já usada por dois candidatos parlamentares rosas, que vieram os *bloggers* mais significativos do *Simplex* – o colectivo de apoio ao PS.

O *Jamais*, apoiante do PSD, surgiu no seguimento da experiência do *Papa Myzena* (<http://papamyzena.blogs.sapo.pt/>), *blog* que tinha apoiado o PSD e o seu cabeça-de-lista Paulo Rangel durante as eleições Europeias do mesmo ano. 7 dos seus autores (e o próprio Rangel, entretanto vitorioso) reuniram-se a alguns novatos, a colaboradores de outros *blogs* de tendência social-democrata e liberal, a colunistas de peso como Vasco Graça Moura e José Pacheco Pereira, num total de 32 autores – contra 40 do *Simplex*.

O *Jamais* e o *Simplex* publicaram, a partir da sua criação quase simultânea (nos dias 21 e 22 de Julho) e até à véspera das eleições, um total de 2245 *posts*. Estes empregaram quase toda a panóplia de soluções técnicas actuais: veiculando textos, ilustrações, fotomontagens, *clips* de vídeo, excertos de entrevistas em áudio. Note-se que o *Simplex*, ao invés do seu adversário, recorreu também ao *microblogging* do *Twitter* e à estrela das redes sociais, o *Facebook*.

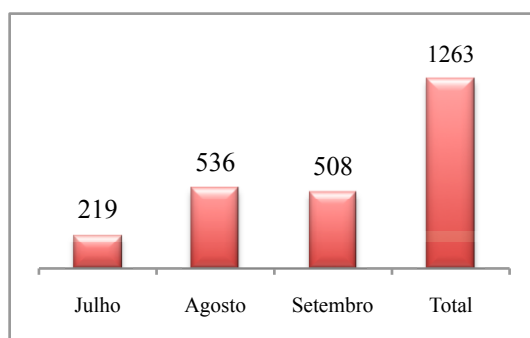


Fig. 8 – Simplex: número de posts

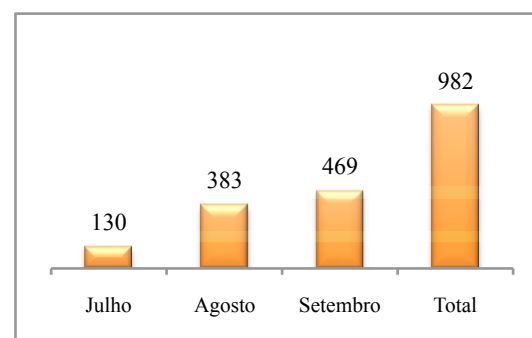


Fig. 9 – Jamais: número de posts

Mais uma vez, elide-se aqui a obrigatoriedade de definir as posições políticas dos *blogs* a estudar: eles próprios as assumem como base da sua existência. E o *corpus* que nos proporcionam é, em número de unidades, quase sete vezes mais amplo do que o analisado no contexto das reacções às presidenciais americanas de 2008.

O impacto destes dois *blogs* colectivos foi importante: embora nunca nenhum deles tenha ocupado o topo das audiências da blogosfera política, alcançaram números de visitas bastante significativos. Além disso, cada um contribuiu com dezenas de artigos para o *Diário Económico* durante a campanha eleitoral.

Nos três meses que este confronto de opiniões durou, o *Simplex* (<http://simplex.blogs.sapo.pt/>) venceu sempre a batalha pela atenção dos cibernautas, alcançando números de visitas 42% acima dos do *Jamais* (<http://jamais.blogs.sapo.pt/>) .

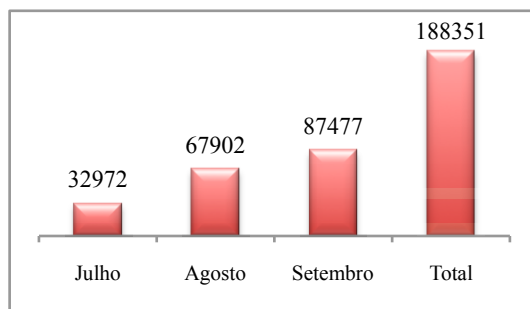


Fig. 10 – Simplex: número de visitas

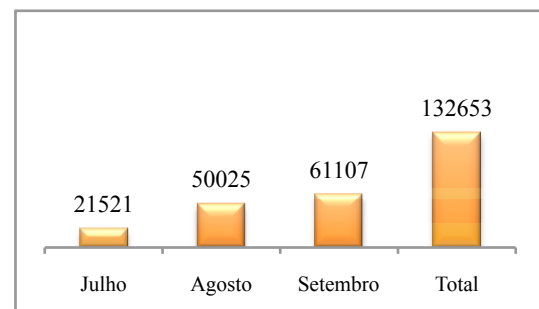


Fig. 11 – Jamais: número de visitas

10.1. Estratégia de análise de dados

Como vimos pela análise dos ecos blogosféricas da luta Obama-McCain, a elaboração prévia de hipóteses é de todo desajustada nesta pesquisa, pois os seus desenlaces possíveis – simetria ou assimetria – serão auto-explicativos e simplesmente factuais, em nada sendo simplificáveis pela contraposição a modelos pré-existentes. Seguindo o conselho de Bryman (2004), tal afasta um dos dois modelos de estratégias na análise de dados qualitativos: a indução analítica.

O outro modelo geral, a *grounded theory*, surge assim como a opção mais eficaz para dar origem a uma superior modalidade de análise, sobretudo em oposição à grelha de classificação dos textos blogosféricos exposta em 7.2. – que era, recorde-se uma mera expansão da taxinomia de hiperligações de Hargittai *et alii*.

A nova grelha deveria derivar exclusivamente da observação, classificação e reclassificação do *corpus*, até à obtenção de um elenco de tipos que apresentasse sinais de ter alcançado a saturação teórica: após a análise de centenas e centenas de *posts*, a

ampliação da amostra já não cria a necessidade de ampliar ou alterar conceitos ou categorias. Idealmente, esse modelo conceptual deveria partir de divisões estruturais e só numa segunda fase gerar categorias mais subtis, relacionadas com as próprias estratégias discursivas empregues.

O *open coding* foi assim usado através de um programa informático de Análise Qualitativa; desta vez a versão 2.8.3 do *HyperRESEARCH* para *Macintosh*, *software* mais robusto e capaz de lidar com os grandes volumes de informação coligidos nesta abordagem. A codificação assumiu uma forma sustentada e recursiva, voltando o processo atrás por inúmeras vezes, em busca da necessidade de mais conceitos ou temas. Juntando os dois requisitos expostos por Bryman para caracterizar a *grounded theory*: «concerne o desenvolvimento da teoria a partir dos dados e a abordagem é iterativa.»

Temos assim um procedimento que, mais do que uma aplicação integral do paradigma da *grounded theory*, implica análise de conteúdos com procedimento aberto; uma codificação livre, como a geralmente implementada na primeira fase desse modelo.

Adaptando o diagrama do modelo e componentes da análise de conteúdos proposto por Krippendorff (2004), teremos a seguinte estrutura:

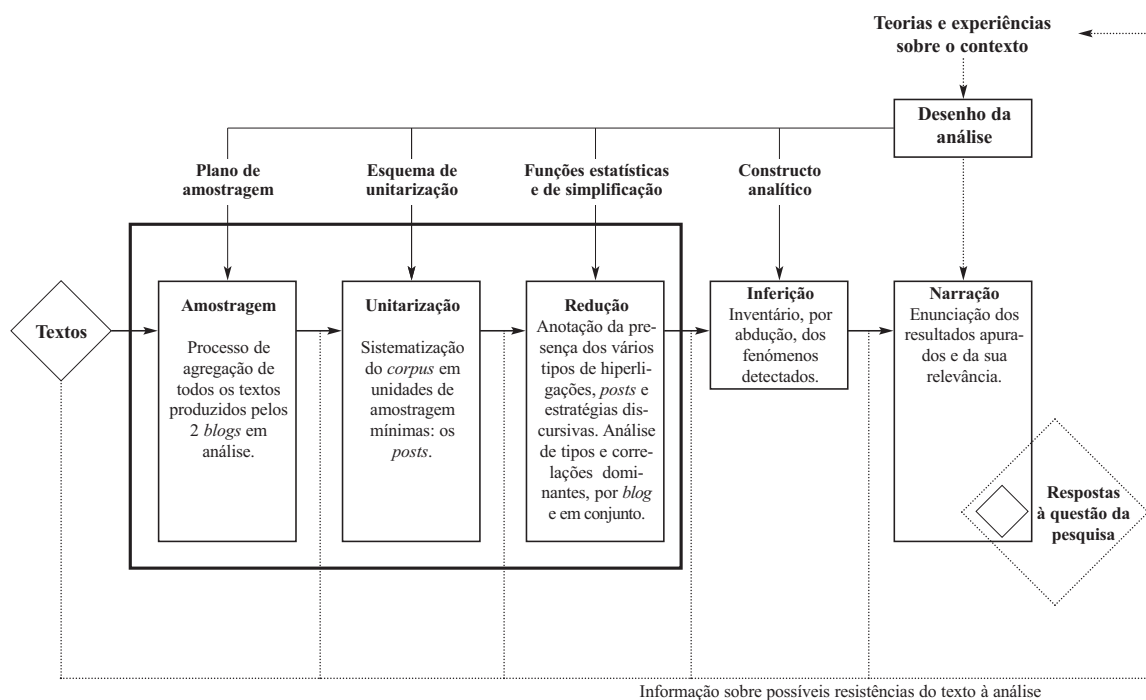


Fig. 12 – diagrama do processo de análise empregue

De acordo com a tipologia de Boyatzis (1998), existem 3 aproximações ao desenvolvimento de temas e códigos: baseada na teoria; em dados pré-existentes ou em

pesquisa anterior; e indutiva – baseada nos dados. No *continuum* que este autor propõe como topologia teórica destes modelos, por certo que o presente estudo se localiza neste último extremo.

Citando Guerra (2006), as metodologias qualitativas serão assim empregues numa «postura analítica e de reconstrução de sentido», tentando «multiplicar os terrenos de observação» para restituir ao social uma razoável representação da sua diversidade. Partindo da observação do fenómeno mas construindo o seu objecto sem a preponderância de dilemas sociológicos pré-elencados; convocando o que a autora chama «uma certa tensão entre o particular e o geral». A eleger uma das funções da análise compreensiva, esta seria sem dúvida a “função analítica”, dado o objectivo final de extrapolar, a partir do contexto específico da observação, alguma espécie de «teoria interpretativa geral».

11. Em busca de uma estrutura classificativa

O *Open Coding*, possibilitado pelo *software* empregue, consiste simplesmente na criação de códigos durante o processo de codificação. Desta forma, os próprios dados encarregam-se de moldar a teoria, colocando em saliência cristalizações estruturais e temas que poderiam passar de todo despercebidos a uma classificação apriorística. Evita-se assim também o estudo de categorias sem real expressão no *corpus* em análise.

Aplicando esta técnica, mantendo em mente que as divisões basilares deveriam ser de ordem estrutural e deixando as caracterizações expressivas para a extremidade final do modelo de análise, os seguintes níveis de antinomias foram emergindo claramente:

1. Em termos do **Universo** que dá origem ao *post*: a blogosfera ou o mundo que lhe é exterior, incluindo notícias, posições de adversários políticos e a divulgação de propostas e posturas ideológicas do próprio emissor?
2. Quanto ao **Tema** que é central a cada *post*, teremos 5 hipóteses recenseadas: o Adversário (o *blog* antitético na dualidade *Jamais – Simplex*); os Outros *blogs* (do mesmo campo ou não); as Ideias próprias dos autores (digam elas respeito a pura propaganda política, ecos de posições partidárias, reflexões ou opiniões pessoais); as reacções a Oponentes fora da blogosfera; *posts* Diversos, que versam assuntos laterais à campanha e às eleições: notas de necrologia, exercícios de humor, digressões sobre temas apolíticos, etc.

3. A **Estratégia** empregue em cada *post* é o foco do derradeiro nível de análise. Aqui, são francamente distinguíveis 3 tipos de discursos: a Concordância, a Refutação e o Ataque.

No que concerne o ponto 3., importa clarificar a terminologia. A Concordância classifica, naturalmente, *posts* que apontam textos de outros *blogs* que reforçam o ponto de vista do autor.

Já a diferença entre a Refutação e o Ataque é algo mais subtil: a primeira tem como referencial principal textos ou posições oriundos do outro lado da barricada política, tentando acima de tudo provar a sua não-razão – quer no decurso de um diálogo em curso ou apenas como posição isolada. Podemos caracterizar a Refutação como a matéria-prima preferencial das polémicas na blogosfera.

O Ataque implica uma maior agressividade no discurso, chegando bastas vezes ao insulto puro e duro. Esta derradeira categoria acaba por aglutinar algumas daquelas que já estavam presentes na taxinomia aplicada ao caso das Presidenciais americanas, englobando modalidades diversas, como a Falácia do “espantalho”, a Sátira e a Paródia. No entanto, a presença de qualificativos acrimoniosos, que extravasam do âmbito corrente do discurso sobre a política, acaba por ser o seu principal traço distintivo; podendo bem dispensar de todo o humor.

Ilustrando o tipo Ataque com exemplos reais de textos analisados, atentemos em passagens como «Ele é apenas aquilo: frases ocas em gritaria esbracejada - sem pinga de consistência», ou «uma demonstração da mais supina ignorância», ou «Expele exactamente o mesmo estilo de flatulência política do papá». Trata-se de tiradas claramente agressivas (para não dizer ofensivas), caracterizadas por ataques pessoais ao líder do adversário ou mesmo a autores do *blog* adversário. Mas nesta categoria também têm lugar natural *posts* que demonizam o partido “inimigo” para lá do razoável, apresentado, por exemplo, a sua derrota como «um imperativo patriótico».

11.1. Os códigos adoptados

Após vários ciclos iterativos de confirmação da grelha a usar, foi alcançado um patamar de saturação empírica satisfatória: os códigos adoptados acabaram por responder a todas as exigências colocadas pelo processo de codificação, não se revelando necessário nem recomendável ampliar o seu número. A codificação operará portanto com as seguintes categorias de *posts*:

1. **BLAA**: ataques ao *blog* simétrico.
2. **BLAR**: refutações de ideias veiculadas pelo *blog* simétrico.
3. **BLOR**: refutações de ideias veiculadas por outros *blogs*.
4. **BLOC**: concordância com ideias veiculadas por outros *blogs*.
5. **EXID**: afirmação de ideias próprias, incluindo a pura propaganda, mas também posições dos autores que até podem ir contra a doutrina oficial do partido apoiado. Inclui todas as citações elogiosas de textos de aliados, fora da blogosfera.
6. **EXOA**: ataques a oponentes não-blogosféricos.
7. **EXOR**: refutações de ideias veiculadas por oponentes não-blogosféricos em entrevistas, artigos ou programas partidários.
8. **Div.**: divagações por temas fora da política eleitoral.

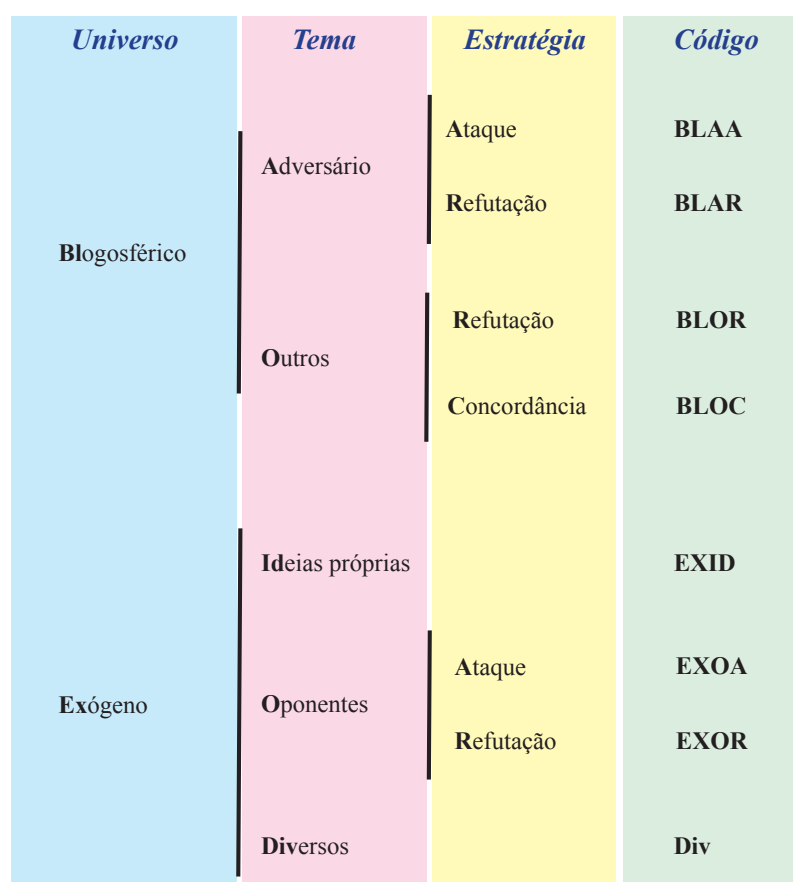


Fig. 13 – estrutura arborescente da família de códigos adotados

11.2. O processo de codificação

Como ficou dito, a menor unidade neste estudo é o *post*. Cada um foi classificado com um, e só um, código. Nos casos em que vários dispositivos discursivos eram detectáveis, a

escolha recaiu sobre aquele que melhor descrevia a *intenção* do texto. A consulta do *corpus* textual foi, sempre que necessário, complementada pela análise dos *posts* originais, incluindo vídeos e sons.

Simultaneamente à codificação, foram também alvo de codificações particulares os *posts* publicados no *Diário Económico* e os textos assinados por autores neófitos, sem contributos prévios para a blogosfera política. Estes foram alvo de uma análise complementar.

A codificação foi feita dividindo os *corpus* de cada *blog* por meses de actividade, o que permite um ponto de vista diacrónico sobre a sua actividade, assim como perscrutar episódios sincrónicos da mesma.

Por fim, foram assinalados todos os textos que incluíam componentes deícticos de pessoais, revelada pela presença do prenome “eu” aplicado à pessoa do próprio autor.

12. Resultados

Códigos	Freq. Absoluta	Freq. Relativa
BLAA: Blogosfera, Adversário, Ataque	16	1.3%
BLAR: Blogosfera, Adversário, Refutação	79	6.3%
BLOC: Blogosfera, Outros, Concordância	20	1.6%
BLOR: Blogosfera, Outros, Refutação	45	3.6%
EXID: Exógeno, Ideias próprias	313	24.8%
EXOA: Exógeno, Oponentes, Ataque	73	5.8%
EXOR: Exógeno, Oponentes, Refutação	664	52.6%
Div.: Temas diversos, não políticos	53	4.2%
Total	1263	100.0%

Fig. 14 – tabela de frequências do Simplex

Códigos	Freq. Absoluta	Freq. Relativa
BLAA: Blogosfera, Adversário, Ataque	30	3.1%
BLAR: Blogosfera, Adversário, Refutação	74	7.5%
BLOC: Blogosfera, Outros, Concordância	49	5.0%
BLOR: Blogosfera, Outros, Refutação	9	0.9%
EXID: Exógeno, Ideias próprias	255	26.0%
EXOA: Exógeno, Oponentes, Ataque	108	11.0%
EXOR: Exógeno, Oponentes, Refutação	418	42.6%
Div.: Temas diversos, não políticos	39	4.0%
Total	982	100.0%

Fig. 15 – tabela de frequências do Jamais

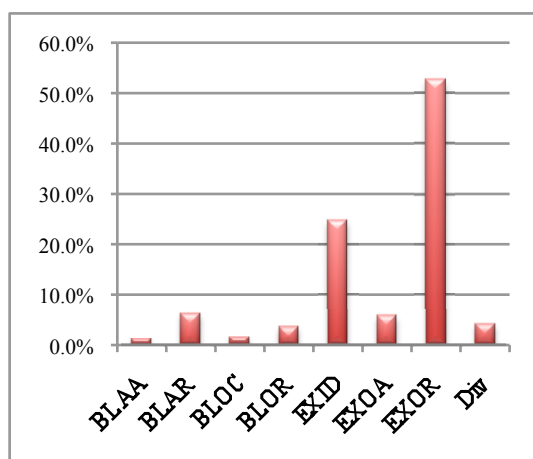


Fig. 16 – Simplex: histograma de frequências relativas

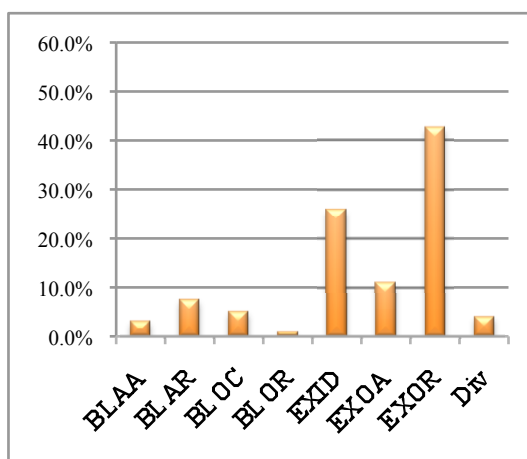


Fig. 17 – Jamais: histograma de frequências relativas

A homologia entre os dois histogramas é notória: as categorias EXOR e EXID em grande destaque, tendo esta última *scores* quase idênticos nos dois casos. Num gráfico de áreas, o paralelismo torna-se ainda mais evidente.

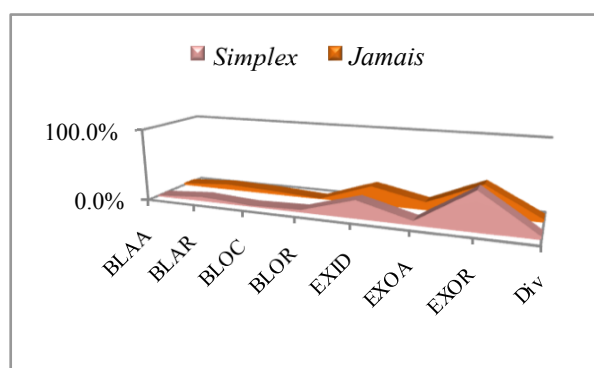


Fig. 18 – Jamais e Simplex: histogramas em gráficos de áreas

As divergências numericamente mais significativas observam-se nas categorias EXOR (52,6% no *Simplex* e 42,6% no *Jamais*), EXOA (5,8% e 11,0%), BLOC (1,6% e 5,0%) e BLOR (3,6% e 0,9%).

Isto parece indicar uma maior tendência para a insularidade do *Jamais*, uma vez que a percentagem de *posts* que dedica a concordar com outros *blogs* (presumivelmente correligionários) é maior, acontecendo o inverso com as Refutações (blogosféricas e exteriores), denotando menor empenho nas respostas articuladas às posições do campo ideológico oposto. Usando textos agressivos, o *Jamais* compensa esta falta de atenção dispensada ao outro lado da barricada, embora da forma mais acrimoniosa: os *scores* nas categorias BLAA e EXOA denunciam esta tendência.

12.1. A que universos se referem os dois *blogs*?

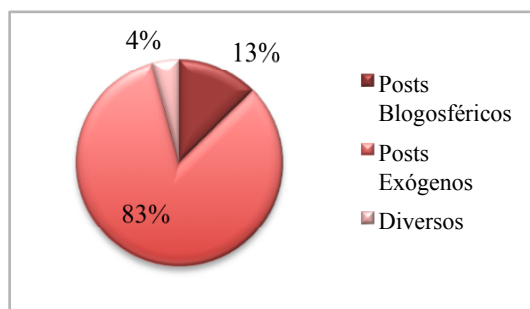


Fig. 19 – Simplex: frequências de ocorrências de Universos

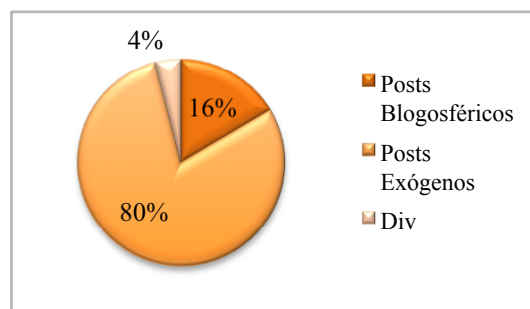


Fig. 20 – Jamais: frequências de ocorrências de Universos

Vistos pelo prisma do primeiro nível da estrutura classificativa usada (o universo a que os *posts* se referem), os dois *blogs* poderiam ser gémeos: as distribuições percentuais dos textos centrados na blogosfera, no resto do mundo e em temas diversos apresentam valores bastante aproximados.

12.2. Que temas abordam os *posts* Blogosféricos?

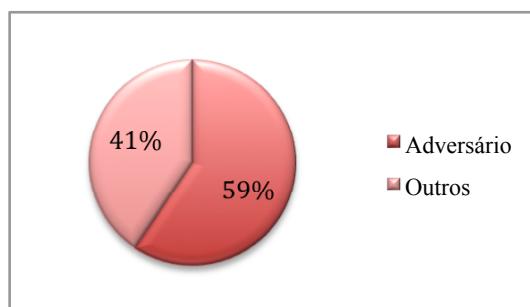


Fig. 21 – Simplex: frequências nos posts Blogosféricos

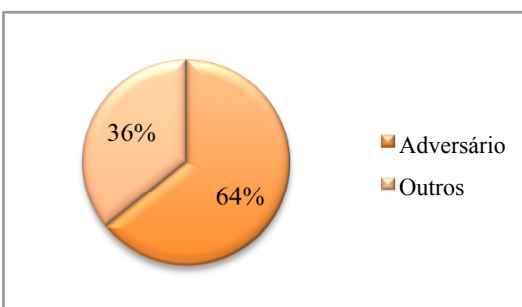


Fig. 22 – Jamais: frequências nos posts Blogosféricos

Mais uma ocasião de paralelismo parcial: 5% é a margem de variação inter-*blogs* quanto a temas abordados: o *blog* simétrico ou os demais *blogs*. E as expectativas criadas aquando do seu lançamento, que apontavam para a proliferação de polémicas entre os dois como a principal instância da sua actividade, só parcialmente se viram frustradas: dentro da blogosfera, as fatias principais das suas atenções viraram-se efectivamente para o adversário “oficial”. No entanto, o total de 199 *posts* dedicados a esta forma de antagonismo não basta para representar uma frente crucial do confronto.

Por outro lado, verifica-se que as polémicas mantidas entre *bloggers* dos dois colectivos acabaram por se desenvolver assimetricamente: 10,6% dos *posts* do *Jamais* tiveram como tema o adversário, contra apenas 7,6% de *posts* homólogos do *Simplex*.

12.3. Que estratégias adoptam os *posts* Blogosféricos?

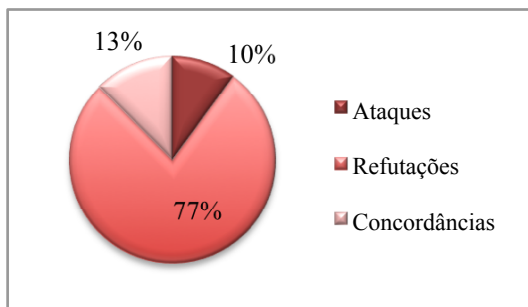


Fig. 23 – Simplex: estratégias nos posts Blogosféricos

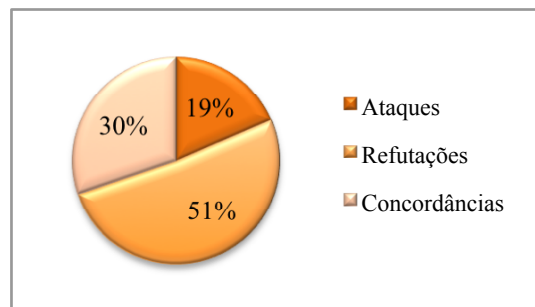


Fig. 24 – Jamais: estratégias nos posts Blogosféricos

Eis a primeira grande divergência: em simultâneo, as concordâncias e os ataques são largamente inflacionados no *Jamais*, face às percentagens do seu adversário. Um extremar de posições tanto em contacto com oponentes (maior agressividade) como com correligionários (concordâncias mais frequentes).

12.4. Que temas abordam os *posts* Exógenos?

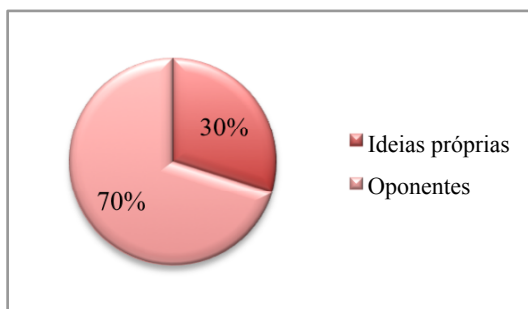


Fig. 25 – Simplex: frequências nos posts Exógenos

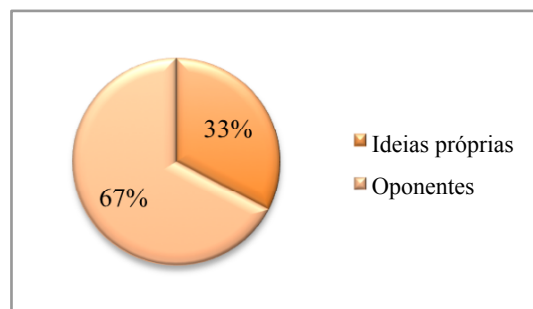


Fig. 26 – Jamais: frequências nos posts Exógenos

Apenas uma flutuação de 3% a distinguir estas duas estruturas divisórias. No que diz respeito ao mundo para lá da blogosfera, ambos veicularam sensivelmente a mesma proporção de textos doutrinários vs. *posts* centrados nas ideias dos oponentes.

Note-se que a fama de campo de batalha que a blogosfera merecidamente tem angariado faria supor que a disseminação de ideias e propostas próprias não teria tanta

predominância quando comparada com os reflexos da conflitualidade face aos adversários eleitorais; mas não devemos esquecer que o proselitismo era o objectivo primordial dos dois *blogs* – não a criação de plataformas de genuína reflexão política.

12.5. A que estratégias obedecem os *posts* Exógenos centrados nos Oponentes?

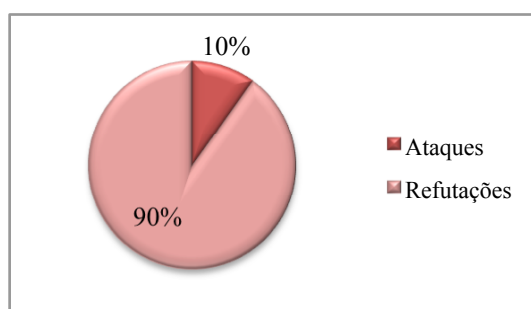


Fig. 27 – Simplex: estratégias nos posts sobre Oponentes exógenos

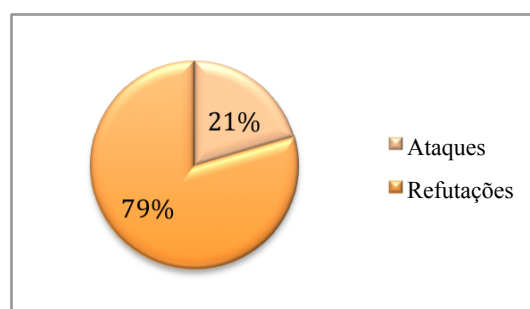


Fig. 28 – Jamais: estratégias nos posts sobre Oponentes exógenos

Nova assimetria de grande porte. Os *posts* com ataques aos oponentes extra-blogosféricos são duas vezes mais frequentes no *Jamais*. Relembremos que a distinção entre as categorias que envolvem refutações e os ataques não são apenas de grau: estes últimos implicam o uso de afirmações, analogias ou invectivas em termos agressivos ou mesmo insultuosos. Uma refutação limita-se a indicar onde é que o outro lado errou; o ataque insinua que o erro é endémico e inevitável por aqueles lados. Um caso extremo e muito comentado ocorreu quando um candidato a deputado do PS chamou, literalmente, a um *blogger* do *Jamais* "filho da p...". O que dá uma noção clara do nível de acrimónia atingido por este debate.

12.6. Dois perfis globais de interacção

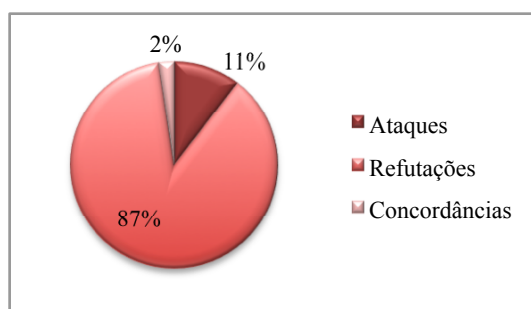


Fig. 29 – Simplex: perfil global de interacção com terceiros

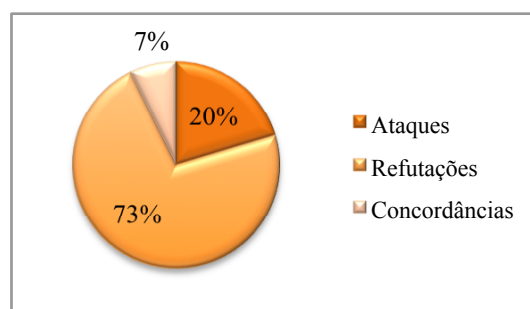


Fig. 30 – Jamais: perfil global de interacção com terceiros

Agrupando *posts* blogosféricos e exógenos, temos um retrato global das intensidades comparativas das modalidades de interação usadas pelos dois *blogs*. E, como seria de esperar – face ao observado em 12., 12.3. e 12.5. – as assimetrias são flagrantes: os ataques surgem no *Jamais* a uma cadência que quase dobra a do seu adversário bloguístico e as concordâncias mais do que triplicam. Temos assim o perfil de um *blog* bastante mais agressivo e, em simultâneo, mais centrado na reprodução de opiniões idênticas às suas.

12.7. Que pesos relativos têm as Ideias Próprias e as Interações?

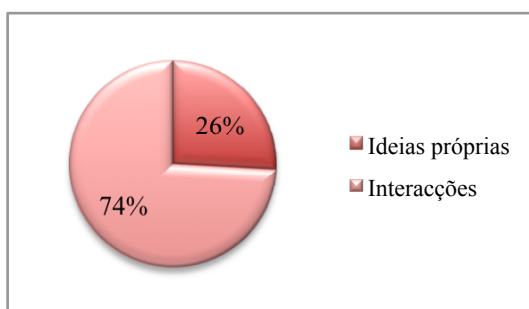


Fig. 31 – Simplex: freq. de EXIP vs. posts centrados em terceiros

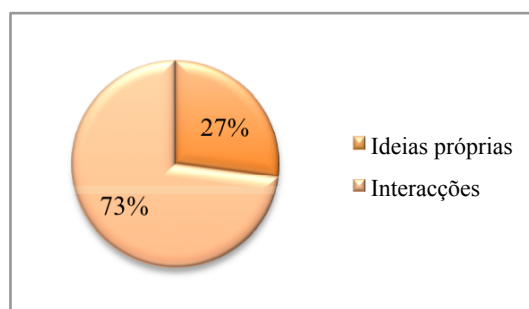


Fig. 32 – Jamais: freq. de EXIP vs. posts centrados em terceiros

Aqui, são comparadas as frequências relativas dos *posts* da categoria EXID com todos os demais que implicam interação com terceiros (BLAA, BLAR, BLOC, BLOR, EXOA e EXOR). São virtualmente iguais, o que não surpreende, dada a tendência detectada em 12.4.

Este paralelismo, alcançado após milhares de *posts*, indica-nos que a busca de um equilíbrio entre o proselitismo e os dispositivos dialogais típicos da blogosfera acabou por levar os dois colectivos de autores à mesma estrutura: sensivelmente 1/4 para 3/4. Uma simetria tão perfeita dificilmente será obra do acaso.

12.8. Evolução ao longo do tempo

A evolução ao longo dos 3 meses oferece-nos um panorama diacrónico revelador, tendo em vista sobretudo a entrada na ponta final da campanha; o mês de Julho, em que apenas 10 dias foram usados, pouco determinante terá sido.

Tendências relevantes: para o *Simplex* e o *Jamais*, o tipo EXOR é mais frequente em Setembro, tendência inversa dos tipos BLAR e EXOA (este último decresce sobretudo no *Jamais*). Neste mês, aumentam as concordâncias detectadas no *Jamais* e no *Simplex*, sendo que neste último os valores tinham sido baixos desde o início.

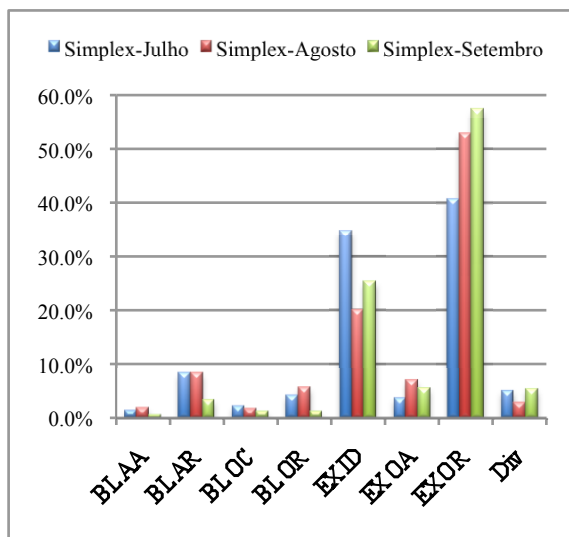


Fig. 33 – Simplex: histograma diacrónico

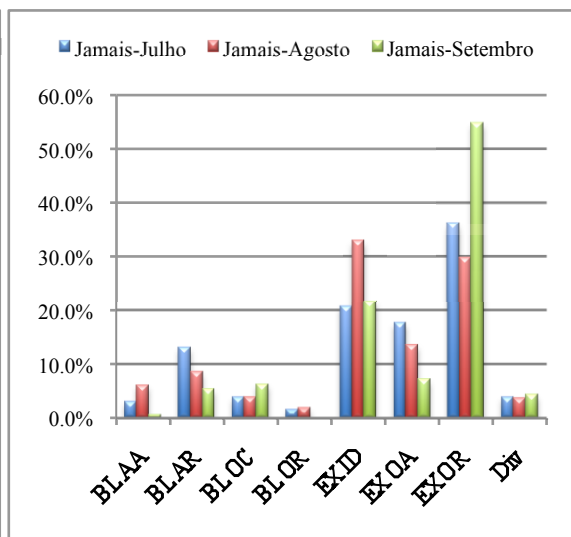


Fig. 34 – Jamais: histograma diacrónico

Em termos globais, as categorias que sofrem as maiores variações mensais são EXID e EXOR, como se os dois *blogs* hesitassem entre duas modalidades fundamentais: a afirmação das suas próprias posições ou a refutação das propostas alheias. No entanto, não se verifica que o mês de Setembro, com o avolumar de indícios que faziam prever uma vitória do PS, e com o agudizar da campanha à medida que a consulta eleitoral se aproximava, tenha trazido uma dança global simétrica no perfil de *posts* dos dois colectivos.

Pelo lado do *Jamais*, a mutação mais importante foi operada na conversão de uma maioria de *posts* doutrinários (EXID) em Agosto para uma fortíssima dominação por parte dos *posts* de tipo EXOR em Setembro; denotando uma urgência, em substituir a argumentação e a defesa dos seus pontos de vista autónomos pela dialéctica em torno das actividades e posições dos seus oponentes políticos. Este realinhamento convocou a quase totalidade dos recursos comunicacionais do *blog*: praticamente todas as outras tipologias tiveram uma presença mitigada e menos frequente no derradeiro mês de campanha.

Um indicador de alguma intranquilidade ou a constatação de que não bastaria expor conceitos e ideias para inverter a maré que se revelava (por via das sondagens) cada vez mais favorável ao PS?

No *Simplex*, o mês de Setembro foi também marcado por uma inflação da quantidade de *posts* de tipo EXOR; só que concomitante com um crescimento do número de textos doutrinários, embora menos acentuado. Esta subida conjunta foi levada a cabo a expensas de todas as categorias centradas na blogosfera: BLAA, BLAR, BLOR decresceram no

último mês de actividade do *Simplex*. Este *blog* anulou assim o “tempo de antena” concedido aos congéneres e centrou os seus recursos no mundo exógeno, emitindo mais doutrina, mais refutações dos oponentes e diminuindo apenas ligeiramente os ataques a estes últimos.

12.9. Posts concebidos para o *Diário Económico*

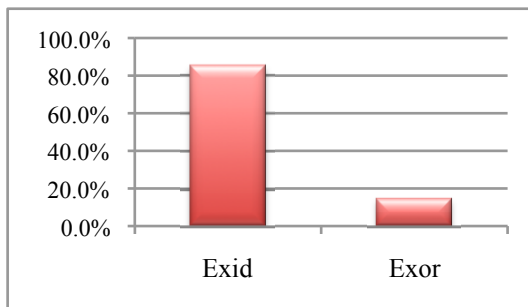


Fig. 35 – Simplex: artigos publicados no DE

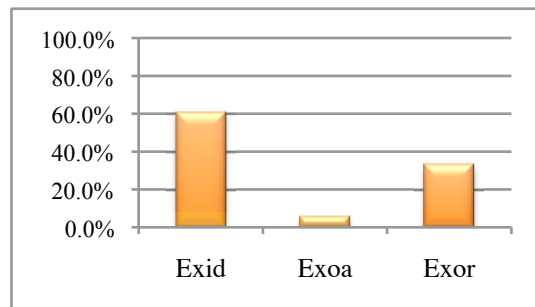


Fig. 36 – Jamais: artigos publicados no DE

Os dois *corpus* em análise incluem artigos que os autores redigiram tendo em vista a sua publicação no *Diário Económico*; 34 do *Jamais*, 33 do *Simplex* (a desigualdade ter-se-á ficado a dever à não-publicação em *blog* de todos estes artigos).

A oportunidade de divulgação e o peso institucional associados à publicação num jornal de referência explicam que os autores tenham optado por posturas menos belicasas e mais doutrinárias. Também aqui o *Jamais* se diferenciou ao optar, em 11 instâncias, por veicular no *DE posts* dominados pela refutação e, em dois casos, de puro ataque. O *Simplex* apenas em 5 casos fugiu ao imperativo propagandístico, optando pela refutação. Também aqui, o *Jamais* a revelar-se como tendencialmente mais agressivo, prescindindo mais vezes do efeito propagandístico de uma tribuna convencional, que poderia amplificar a sua mensagem eleitoral, em favor de uma postura mais interessada nos erros do oponente do que em virtudes próprias.

12.10. Posts de autores neófitos

Os dois *blogs* foram desde o início obra maioritariamente dinamizada por *bloggers* com anos de actividade na blogosfera política. No entanto, ambos congregaram também alguns autores que se expuseram nesta arena de debate pela primeira vez. No *Simplex*, 7 dos seus 40 autores eram neófitos; no *Jamais*, tal ocorria com 8 dos seus 32 *bloggers*. Estes publicaram, respectivamente, 139 e 29 *posts*. Uma forte discrepância que se deve, em

grande parte, ao facto de dois dos autores neófitos do *Simplex* terem contribuído com *cartoons* e fotomontagens, o que lhes terá propiciado alguma prolixidade.

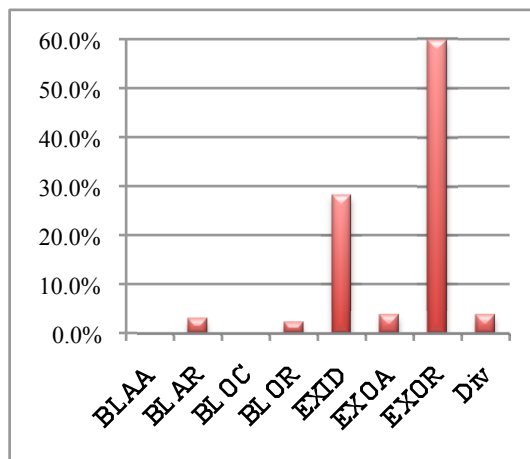


Fig. 37 – Simplex: histograma dos posts de bloggers neófitos

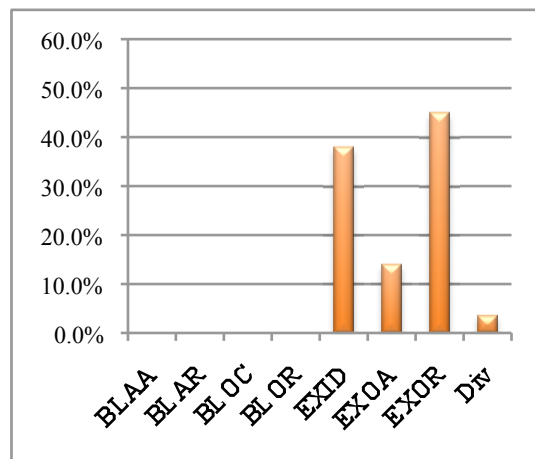


Fig. 38 – Jamais: histograma dos posts de bloggers neófitos

Seria de esperar que autores recém-chegados aos *blogs* e só agora confrontados com os códigos de conduta, os hábitos e as possibilidades de um novo meio, manifestassem grande homogeneidade de comportamentos entre si, muito mais do que com os seus *co-bloggers*. Mas verifica-se uma tendência quase diametralmente oposta: os histogramas acima apresentam similaridades estruturais notórias com os histogramas de frequências relativas globais dos *blogs* respectivos (Figs. 17 e 18). A diferença mais visível é a quantidade meramente residual (7) de *posts* dedicados à própria blogosfera, sendo que todos foram veiculados no *Simplex*. O que se compreende, tendo em vista o afastamento destes dois grupos de autores da blogosfera e do hábito de a citar e de com ela polemizar.

De resto, constatamos que as estruturas destes histogramas são quase em absoluto homólogas às dos *blogs* respectivos: as percentagens de *posts* Exógenos calculadas nos *scores* globais vêem-se inflacionadas dada a falta de entradas Blogosféricas mas continuam a manter relações de proporcionalidade similares. Destoa deste processo, no *Jamais*, a categoria EXID, que cresce bastante face ao panorama geral do *blog* (de 26,% para 37,9%). No lado do *Simplex*, a mesma categoria tem um crescimento mais mitigado: de 52,6% para 59,7%. Os novatos acrescentaram um ligeiro pendor ideológico/ propagandístico aos seus *blogs* mas no essencial limitaram-se a reforçar as suas personalidades e modos de interação.

12.11. Dêixis e transparência

A peculiar relação de forças vigente na blogosfera entre o enunciador e o seu auditório impõe que aquele nunca se possa ocultar de forma decisiva e inapelável. Um leitor procura opiniões num *blog* político, não certezas científicas despidas dos vestígios da dêixis dos seus autores. A máxima transparência do discurso blogosférico, como aliás já tínhamos constatado em 6.3., implica um investimento contínuo na presença do sujeito da enunciação; laborando num género oriundo (e ainda muito dependente) da autobiografia, um *blog* que perdesse as marcas da dêixis pessoal não alcançaria a pureza autonomizada do discurso científico; apenas seria tomado como uma mera câmara de eco da propaganda partidária. Quando esse colapso da dêixis eclode de forma absoluta, o *blog*-opinador metamorfoseia-se num difusor de *agit-prop*; entidade desprezada pelos seguidores da blogosfera *culta*.

Revelador do cuidado posto por estes dois *blogs* na fuga a um evento de tal forma auto-anulador é a escassíssima presença de *posts* restringidos à reprodução de declarações de líderes partidários, de passagens dos programas de governo ou de chamadas de atenção para actos de campanha. O *Jamais* publicou apenas um total de 37 *posts* deste tipo e o *Simplex* evitou-o com maior denodo, veiculando somente 14.

Eis o dilema com que *blogger* envolvido em lutas eleitorais enfrenta: tomar partido nunca poderá implicar anular completamente a sua presença, sob pena de perder qualquer espécie de credibilidade blogosférica. Importa "passar a mensagem" de forma personalizada e prenhe de sinais de estilo e posturas individuais. Mas o enunciador blogosférico não é a real origem do discurso político emitido; a sua autonomia em relação às doutrinas partidárias minimiza-se nestas ocasiões para melhor servir os propósitos da campanha – por curiosidade, note-se que os *posts* que contrariam a ortodoxia das posições do seu próprio campo partidário são apenas 4 em todo o *corpus* analisado.

Como equilibrar o testemunho de certezas políticas e ideológicas firmes com as idiossincrasias e marcas autorais que são a própria essência do género, sobretudo sabendo que o efeito propagandístico seria mais eficaz se situado no espectro oposto, o da invisibilidade “científica” dos autores?

O esforço para sanar esta contradição é visível através da presença e da utilização do pronome pessoal "eu", quando aplicado ao autor. Esta presença da função deíctica pessoal ocorre em 119 *posts* do *Simplex* e em 89 do *Jamais*. O que equivale a frequências relativas praticamente iguais, dado o maior número de posts veiculados pelo primeiro *blog*.

Blogs	Freq. Absoluta	Freq. relativa
<i>Simplex</i>	119	9.4%
<i>Jamais</i>	89	9.1%

Fig. 39 – tabela de frequências da ocorrência do pronome pessoal "eu"

Mas torna-se evidente à primeira leitura que mesmo esta débil proliferação não indicia estarmos face a reais estratégias deícticas; revela apenas vestígios de táticas discursivas destinadas a criar a ilusão do discurso individual, através da inserção postíça do enunciador no discurso. Isto ocorre da forma mais fácil: com a recorrência de expressões como «*eu* não percebo muito de Economia, mas...», «a isto *eu* chamo jornalismo tendencioso» e «quem sou *eu* para duvidar». A eclosão da dêixis é uma simples manobra para adornar um discurso essencialmente doutrinário com vestígios espúrios de pensamento próprio. Uma intensificação de autoria falsificada.

Outras formas de invocar o intimismo dominante na escrita blogosférica para o campo do combate político é a criação de micro-narrativas que de alguma forma pretendem reproduzir a experiência do enunciador quando confrontado com as maravilhas emanadas deste ou daquele partido ou líder. Uma nova forma de propaganda: o diário-panfleto. Estas ínfimas teofanias assumem por vezes alguma comicidade involuntária, como nos exemplos seguintes: «Há quatro anos, eu não sabia muito bem o que esperar do primeiro-ministro José Sócrates. Agora, acho que o resultado foi muito melhor do que tínhamos direito a esperar»; «Verifiquem, se não acreditarem, porque eu próprio fiquei surpreso»; «Eu confio neste partido, confio em José Sócrates e confio na sua equipa»; «não deixa de ser o José Sócrates de sempre. E nesse não quero eu votar». A subtileza não faz parte do arsenal destas prosas.

Em raras ocasiões é atingido um equilíbrio entre solidez ideológica, proselitismo inteligente e genuínas marcas da acção de intelectos únicos e expostos sem simulação. Mas na vasta maioria dos casos, a dêixis surge apenas como uma camuflagem que tenta à força conformar um discurso panfletário aos códigos próprios da blogosfera, que sempre passaram pela maximização da visibilidade do autor, em detrimento da transparência do seu discurso.

12.12. Na origem das simetrias: *habitus* ou sincronização de fase?

Como explicar essas profundas e repetidas homologias entre a produção dos dois *blogs*? Fará sentido invocar a noção de *habitus* para justificar atitudes similares entre adversários?

Pierre Bourdieu não criou a ideia (nem o vocábulo) de “*habitus*”; a antiga e homónima noção filosófica já remonta a Aristóteles, tendo sido usada por inúmeros pensadores, de Tomás de Aquino a Husserl. Mas foi na realidade o pensador francês que veio a desenvolver em toda a sua extensão sociológica a noção de uma instância intermédia, lugar de acumulação de vivências e de inclinações, fruto de trajectórias, influenciado por contextos, moldado por interações: o *habitus*. Na sua definição mais conhecida, este é descrito como um sistema de disposições duráveis e transferíveis (para vários domínios da prática), adquiridas por socialização.

Se no caso da blogosfera política portuguesa aceitarmos como provável o facto de haver enormes similaridades nas origens, profissões e trajectos sociais da maioria dos autores mais relevantes, poderemos concluir que eles partilharão um *habitus* de classe. E este tenderá, naturalmente, a levar a que os agentes que dele comungam desenvolvam estilos de vida similares, pois manifestarão nas suas vidas as mesmas inclinações e disposições. Sujeitos a solicitações também elas similares, será natural que surja entre eles uma elevada homogeneidade de comportamentos e atitudes.

Ao actuarem num campo próprio, a blogosfera, conquistando e transaccionando o mesmo capital social próprio deste campo, o prestígio *inter pares*, será de esperar a adopção de estratégias paralelas em muitos casos. Mais: uma vez que a *illusio* – outro constructo expandido por Bourdieu, que pode ser entendida aproximadamente como as “regras do jogo” que definem as modalidades de interação entre agentes num mesmo campo – imporia padrões de comportamento algo previsíveis e estáveis aos *bloggers*, nada mais natural do que observar tendências e estruturas genericamente similares emergindo na produção de dois *blogs* criados por um grupo homogéneo de autores, mesmo que motivados por ideais políticos antagónicos.

A explicação alternativa seria ainda mais basilar: pura e simples imitação do que vai sendo observado no comportamento do oponente. Um fenómeno análogo à chamada sincronização de fase; fenómeno responsável, por exemplo, pela sincronia demonstrada por grandes grupos de algumas espécies de pirilampos quando pulsam as luzes em simultâneo, por um processo de cumulativa influência mútua. Neste caso, os autores dos dois *blogs* tenderiam a ir acompanhando a produção do respectivo oponente, imitando-a e fazendo assim convergir ambos os conteúdos para um estado de grande paralelismo.

Uma forma de testarmos a hipótese da sincronização de fase é avaliar os *posts* produzidos em Julho, logo no início da existência destes *blogs*: os menos de 10 dias de que dispuseram neste mês dificultaria qualquer processo de imitação e sincronização gradual.

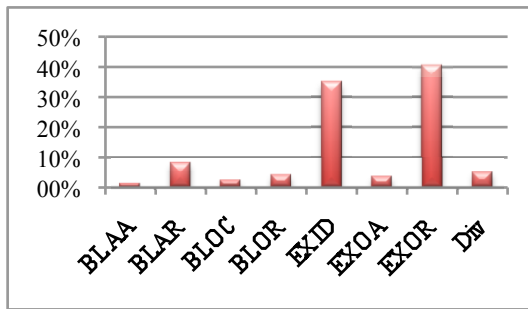


Fig. 40 – Simplex: frequências relativas em Julho

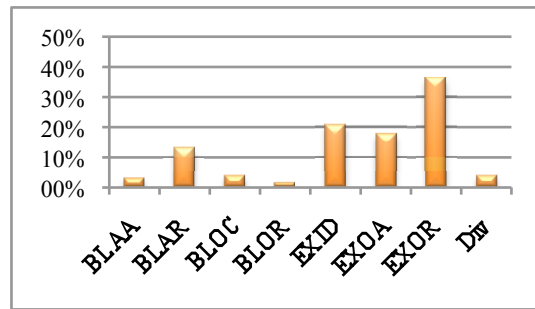


Fig. 41 – Jamais: frequências relativas em Julho

Como vemos, os histogramas correspondentes a Julho apresentam já muitas semelhanças estruturas com os gráficos finais (Figs. 17 e 18). A categoria EXID ainda iria crescer, nos dois casos, até à data das eleições e alguns outros valores sofreriam correcções relativas. Mas a simetria já está inscrita na produção inicial destes *blogs*, logo nos seus primeiros dias de actividade. Por outro lado, uma marca da sua fundamental divergência – a maior agressividade do *Jamais* – também já se deixa entrever na importância assumida *ab initio* pelos *posts* de ataque a oponentes externos (EXOA).

Desta forma, poderemos concluir que muito dificilmente os paralelismos estruturais e de tendências encontrados entre os dois conjuntos de *posts* serão efeito de uma imitação gradual e adaptativa.

14. Conclusões

A blogosfera política portuguesa, como fenómeno recente que ainda é, não teve tempo para suscitar um vasto número de estudos que a analisem enquanto fenómeno autónomo, nas suas especificidades operativas, discursivas e sociais. Os trabalhos sobre os seus autores operam sobre inquéritos em número muito reduzido; e actualmente nem sequer se pode contar com uma quantificação aproximada, em termos de número de *blogs* activos. Mesmo aspectos formais do seu discurso, como estratégias discursivas, o relacionamento dos títulos com a restante prosa, as redes sociais criadas com *blogrolls* e *links*, quase tudo está por analisar com alguma profundidade. É relativamente simples, no entanto, identificar os títulos mais relevantes e nomear os seus actores/autores. Sobretudo numa ocasião em que muitos deles se agrupam.

O presente trabalho começou por perscrutar as reacções dos *blogs* políticos mais visitados e mais *linkados* a um evento externo a Portugal; verificando que temas de pouco

empenhamento colectivo – dada a escassa indecisão da eleição em apreço – produzem diálogos esparsos e de baixa intensidade. De seguida, a sua tática de investigação foi modificada e seguiu por um outro paradigma investigativo. Confrontado com uma oportunidade única, este estudo investigou a aglutinação em dois *blogs* colectivos de sete dezenas de autores, combinando *bloggers* crónicos, neófitos, políticos, académicos, artistas e emigrantes das colunas na Imprensa. Aproveitando a ocasião perfeita para tentar indagar a formação de estruturas homólogas que cristalizem a sua produção de textos segundo vectores decisivos: de que falam, com quem falam e como falam.

No que toca à metodologia, ficou constatado, pela inicial abordagem aos reflexos na blogosfera lusa das eleições presidenciais americanas, que a adopção apriorística de categorias é pouco mais do que inútil no exame de textos bloguísticos centrados num tema específico, sendo os paradigmas da *grounded theory* bastante mais eficazes, ao permitir que os temas e as estruturas de conteúdos emergam livremente dos dados escrutinados.

14.1. As simetrias

O caso das eleições legislativas de 2009 deixou clara a existência de profundas simetrias na forma como os dois *blogs* interagiram entre si, com a restante blogosfera e mesmo com o mundo político em geral. As quantidades relativas de intervenções dedicadas a cada um desses universos dividem-se em percentagens consistentemente similares. E outros paralelismos são visíveis, através de várias avaliações: os universos referidos (a blogosfera ou o mundo exterior); a importância relativa concedida ao *blog* adversário; a proporção de textos doutrinários *versus* as referências a oponentes; o total das interacções com terceiros.

14.2. As grandes assimetrias

Igualmente conspícua foi a presença de algumas assimetrias reveladoras entre as falanges da Esquerda e da Direita na blogosfera política. Começando pela prática das hiperligações em *posts*, temos que o *Jamais* teve uma prática muito mais insular do que o *Simplex*, hiperligando mais vezes *blogs* do seu quadrante político. Tal mecanismo de enquistamento tendencial viu-se reforçado pela emissão à generalidade dos seus adversários na blogosfera de mensagens bastante mais agressivas.

Em termos da "batalha" particular entre estes dois *blogs*, é incontroverso que o *Jamais* dedicou mais *posts* ao *blog* simétrico, municiando-os ainda com uma maior dose de agressividade: os ataques desferidos ao *Jamais* superaram por um factor relativo de 2,43 os

casos recíprocos. Ao mencionar os seus oponentes extra-blogosféricos, o *Jamais* foi igualmente mais agressivo, produzindo mais do dobro dos ataques que o *Simplex* veiculou nas mesmas circunstâncias.

Fosse pela animosidade assumida contra o primeiro-ministro então em funções, José Sócrates, fosse pela posição de *challenger* – que poderá ter acarretado uma pulsão para exteriorizar um *superavit* de belicosidade e persistência –, certo é que o *blog* de apoio ao PSD operou segundo os ditames (voluntários ou não) de um posicionamento sectário, surgindo consistentemente como mais disposto à concordância com posições similares às suas e mais agressivo face aos oponentes. O que representa alguns sinais de entrincheiramento num gueto discursivo e ideológico, murado pela tentação da insularidade e pela demonização histriónica do oponente.

Mas tal não implicou a verificação da hipótese de polarização e subsequente encerramento num casulo ideológico e dialogal que Sunstein (2008) detecta nos EUA; o *Jamais*, solicitado por duas tendências em parte contraditórias – o antagonismo extremo e a concordância reiterada – colocou sempre mais recursos ao serviço da discussão com os oponentes, nunca fazendo da anuência uma estratégia dominante.

Fica, não obstante, a constatação inegável de que a sua estratégia e relacionamento com adversários e companheiros de luta foi substancialmente diversa da do *Simplex*.

14.3. Contextos e marcas de autoria

A divulgação de artigos produzidos pelos *blogs* num jornal de referência teve um efeito moderador na alacridade das suas divergências. Mas mesmo aqui o *Jamais* expôs uma faceta belicosa, produzindo mais ataques e mais refutações, em detrimento de textos proselitistas. Revelando que nem o contexto mais "sério" e escrutinável da publicação em papel mitigou as diferenças de atitude face ao seu *doppelgänger* socialista.

Por outro lado, a inclusão de autores novatos na blogosfera saldou-se por uma rápida assimilação das modalidades e posturas adoptadas pelos seus colegas de *blog*; as semelhanças inter-*blogs* entre os *posts* de neófitos revelou-se reduzida. Em vez de uma qualquer modalidade expectável, que seria típica dos recém-chegados, emergiram sim os sinais de uma instantânea conformidade aos hábitos dos seus colegas de *blog*. Indiciando um natural afastamento das práticas de hiperligação mas também um automático espírito de corpo, com assinalável homogeneidade em relação aos parceiros já antes activos na blogosfera.

Em termos de transparência dos textos veiculados, a presença da dêixis pessoal verificou-se em percentagens equivalentes nos dois *blogs* – e sempre abaixo dos 10%. Mais: na maioria esmagadora dos casos tratou-se de uma personalização espúria, não de sinais autênticos da presença de autores reconhecivelmente imbricados nos seus discursos. Entre a fidelidade aos dispositivos essenciais da blogosfera e o apelo da eficácia da propaganda, travestida de rosários de verdades não inquinadas por subjectivismos ou marcas de autoria, o proselitismo foi o claro vencedor.

14.4. Horizontes futuros

Apesar de tudo, pudemos ver como este caso particular, em que dezenas de *bloggers*, incluindo colunistas, políticos, independentes, universitários e estreantes, resultou numa abordagem totalmente diversa daquela que os *blogs* políticos mais visitados, na sua *praxis* rotineira, sem modulações exógenas nem espírito de missão exacerbado, produziram a propósito da eleição dos EUA: vimos agora mais agressividade, mais polarização, mais propaganda e mais interacção com os pares. O que é justificado pelo ambiente de “cruzada” generalizada que se viveu desde o início da campanha eleitoral: a noção de que se travava um combate decisivo entre duas concepções radicalmente diversas de Estado e de desígnios políticos, sob o comando de dois líderes mutuamente detestados... toda esta crispação extravasou de forma inelutável para a blogosfera, criando pela primeira vez as condições perfeitas para a encenação de uma verdadeira campanha eleitoral onde as palavras de ordem surgiram em HTML e os cartazes foram transmitidos do *YouTube*.

Como em qualquer campanha, houve dispositivos, estratégias e manobras usadas em paralelo pelos dois campos; mas também houve espaço para que as idiossincrasias de cada trincheira se revelassem de forma clara.

Este estudo aproveitou a cristalização de parte da blogosfera em duas falanges politicamente antagonísticas para as retratar de forma sincrónica, estando elas empenhadas numa actividade reveladora mas atípica. Futuros trabalhos, abarcando a produção comum dos *blogs* mais relevantes, poderão aquilatar se essas assimetrias de fundo se estendem à generalidade da blogosfera política portuguesa, mesmo em períodos sem confrontos eleitorais; indagando também se a rápida assimilação dos comportamentos de cada colectivo revelada pelos neófitos do *Jamais* e do *Simplex* indicia a presença de uma relação inelutável entre postura na blogosfera e opções políticas pessoais.

Bibliografia

BAUDRILLARD, Jean (1991), *A guerra do Golfo não terá lugar*, In: *Guerra virtual, guerra real – reflexão sobre o conflito no Golfo*. Lisboa, Editora Passagens.

BENNETT, Lance (1998), *The UnCivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics*, PS: Political Science and Politics, Vol. 31, No. 4, pp. 740-761

BERNERS-LEE, Tim e Mark FISCHETTI (2000), *Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web*, Nova Iorque, Harperbusiness.

BIMBER, Bruce (2005), *The Internet and Political Fragmentation*, Democracy in the 21st Century Conference.

BLUMLER, Jay (2001), *The third age of political communication*, Journal of Public Affairs Volume 1, Number 3, 201 – 209.

BOURDIEU, Pierre (1996), *Sur la télévision, suivi de l'emprise du journalisme*, Paris, Liber.

—— (1997), *Sobre a televisão*, Oeiras: Celta Editora.

BOYATZIS, Richard E. (1998), *Transforming Qualitative Informaiton: Thematic Analysis and Code Development*. San Franscisco, Sage Publishers.

BRANTS, Kees (1998), *Who's Afraid of Infotainment?*, European Journal of Communication, Vol. 13, No. 3, 315-335

—— (2005), *Guest Editor's Introduction: The Internet and the Public Sphere*, Political Communication, 22:2, 143 – 146

BRYMAN, Alan (2004), *Social Research Methods*, Oxford, Oxford University Press.

CALHOUN, Craig (2005), *Rethinking the Public Sphere*, Apresentação à Ford Foundation.

CANAVILHAS, João (2004), *Blogues Políticos Em Portugal: O Dispositivo Criou Novos Actores?*, Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação da Beira interior (<http://www.bocc.ubi.pt>).

CASTELLS, Manuel (2007), *Communication, Power and Counter-power in the Network Society*, artigo apresentado na *annual meeting of the American Political Science Association*, Chicago.

DREZNER, Daniel e Henry FARRELL (2004), *The Power and Politics of Blogs*. Artigo apresentado na *annual meeting of the American Political Science Association*, Chicago

—— (2008), *Introduction: Blogs, politics and power: a special issue of Public Choice*, Public Choice, volume 134: 1–13.

ECO, Umberto (1977), *O Signo*, Lisboa, Presença.

FOUCAULT, Michel (1970), *L'Ordre du discours, Leçon inaugurale au Collège de France*, tradução de Edmundo Cordeiro.

GRILO, Márcia Rogério e Nicolas PÉLISSIER (2006), *La blogosphère, un cinquième pouvoir? Critique du journalisme et reconfiguration de l'espace public au Portugal*, Réseaux, Les Blogs, Vol. 24, n.º 138, Julho-Agosto, pp. 159-184).

GUERRA, Isabel Carvalho (2006), *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo*. Lisboa, Principia.

HABERMAS, Jurgen (2004), *The public sphere: an encyclopedia article*, New German Critique, nº 3, 49 – 55.

—— (1984), *The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society*. Boston, Beacon Press, vol. 1.

HARGITTAI, Eszter, Jason GALLO e Matthew KANE (2008) *Cross-ideological discussions among conservative and liberal bloggers*, Public Choice, volume 134, 1-2.

HINDMAN, Matthew, Kostas TSIOUTSIOLIKLIS e Judy JOHNSON (2003), *Googlearchy: How a Few Heavily-Linked Sites Dominate Politics ON the Web*, Annual Meeting of the Midwest Political Science Association

KRIPPENDORFF, Klaus (2004) *Content Analysis, An Introduction to its Methodology*, Thousand Oaks, Sage Publications.

LIPOVETSKY, Gilles e Jean SERROY (2008), *La culture-monde : Réponse à une société désorientée*, Paris, Editions Odile Jacob.

LUHMANN, Niklas (1996), *The Reality of the Mass Media*, Stanford, Stanford University Press.

MCKENNA, Laura e Antoinette POLE (2008), *What Do Bloggers Do: An Average Day on an Average Political Blog*, Public Choice, volume 134: 97–108

PARRET, Herman (1987), *Prolégomènes à la théorie de l'énonciation. De Husserl à la pragmatique*, Berna, Peter Lang.

REBELO, José (2000), *O Discurso do Jornal*, Lisboa, Editorial Notícias.

SANTOS, Luís (2004) *A 'explosão' dos weblogs em Portugal: percepções sobre os efeitos no jornalismo*, Actas do II Congresso Ibérico de Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 21-24 Abril.

SUNSTEIN, Cass (2001), *Republic.com*, Princeton, Princeton University Press.

—— (2008), *Neither Hayek nor Habermas*, Public Choice, volume 134: 87–95

TUBELLA, Ima (2006), *Television and Internet in the Construction of Identity*, in *The Network Society*, ed. por Castells, Manuel e Gustavo Cardoso, Massachussetts, Blackwell.

WOODLY, Deva (2008) *New competencies in democratic communication? Blogs, agenda setting and political participation*, Public Choice, volume 134:109–123