



Departamento de Línguas, Literaturas e Culturas

## **Os Blogues de Literatura Portugueses no século XXI**

### ***Uma análise a cinco blogues***

Sara Beatriz de Sousa Magalhães Faria

Ponta Delgada

2016





Departamento de Línguas, Literaturas e Culturas

## **Os Blogues de Literatura Portugueses no século XXI**

*Uma análise a cinco blogues*

**Dissertação apresentada no âmbito do 2º ciclo de estudos de Ciências da Comunicação, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação, área científica de ciências da linguagem e comunicação, sob a orientação da Professora Doutora Dominique Faria.**

Sara Beatriz de Sousa Magalhães Faria

Ponta Delgada

Departamento de Línguas e Literaturas e Culturas

2016



*-Julie, tu sabes o que é um blogue, não sabes?  
É claro que eu não sabia o que era um blogue. Estávamos em 2002. Ninguém sabia nada  
sobre blogues [...].  
-Sabes, uma espécie de website. Só que fácil.*

(Powell, 2005: 29)



## Agradecimentos

À Professora Dominique Faria, sem a qual este trabalho não seria possível.

Aos Bloguistas, pelo contributo valioso e pelas inesperadas palavras de apoio.

À minha família (a minha Mãe, o meu Pai, a minha Irmã e os meus Avós) pelo apoio e (eterna) paciência.

A todos aqueles que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho.



## Resumo

O presente trabalho académico estuda cinco Blogues de Literatura Portugueses: *As Histórias de Elphaba*, *Atmosfera dos livros*, *Estante de Livros*, *Marcas de Leitura* e *Silêncios de Falam*. Estes blogues são estudados a nível da sua estrutura e conteúdo. O objetivo é refletir sobre o funcionamento dos blogues de literatura no século XXI, determinando, mais concretamente, como estão estes blogues organizados, que utilização fazem da web 2.0 e das redes sociais, o que motiva os seus autores, assim como quais as temáticas das obras literárias de que falam. Nas últimas décadas foram vários os autores a anunciar a morte do livro impresso. Neste trabalho iremos refletir sobre a precisão destas previsões, e tentar averiguar se o texto digital na forma de blogue está a promover o código ou se está a contribuir para a sua possível extinção.

PALAVRAS-CHAVE: Blogue, Bloguista, Internet, Web 2.0, Livro Impresso, Editoras, Redes Sociais.

## Abstract

The following Master's Degree Thesis studies five Portuguese Literature Blogs: *As Histórias de Elphaba*, *Atmosfera dos livros*, *Estante de Livros*, *Marcas de Leitura* e *Silêncios que Falam*. We studied these webpage's structures and posts. The main goal is to reflect upon the literature blogs on the 21<sup>st</sup> century: how are they organized, how do they use the Web 2.0 and social media sites, what motivates the bloggers to create and maintain their pages, as well as the kind of books they read. In the last few decades, several authors announced the death of the printed book. In this study, we will reflect on the precision of this predictions, and we will try to examine whether the digital text (specifically blogs) is promoting the printed book or contributing to its extinction.

KEY-WORDS: Blogs, Bloggers, Internet, Web 2.0, Printed Book, Publishers, Social Media Sites.



# Índice

Agradecimentos.....	7
Resumo .....	9
Abstract.....	9
Introdução .....	13
1. Do Anúncio da Morte do Livro Impresso à Coexistência do Códice com o Texto Digital..	16
2. O Blogue ao Longo de Três Décadas .....	20
2.1. Origem e Evolução do Blogue .....	20
2.2. Definição do termo “Blogue” .....	22
2.3. Os Blogues como Produto da Web 2.0 .....	23
3. Os Blogues em Estudo .....	25
4. Análise dos Aspetos Formais dos Blogues .....	28
4.1. Critérios de Análise.....	28
4.2. As Histórias de Elphaba .....	30
4.3. Atmosfera dos livros .....	35
4.4. Estante de Livros .....	39
4.5. Marcas de Leitura .....	43
4.6. Silêncios que Falam .....	47
4.7. Comparações e Considerações .....	51
5. A Análise das publicações .....	54
5.1. Metodologia.....	54
5.2. Categorias .....	56
5.3. Análise Quantitativa das Publicações .....	58
5.4. Análise do Conteúdo das Publicações .....	63
5.4.1. Entradas de Divulgação .....	63
5.4.2. Entrevistas .....	69
5.4.3. Anúncios de Novidades do Blogue .....	71

5.4.4. Textos de Opinião .....	73
5.4.5. Passatempos .....	75
5.4.6. Publicações Pessoais .....	77
5.5. A Secção de Comentários nos Blogues.....	82
5.6. As Leituras dos Bloguistas: Suportes, Línguas e Temas .....	88
6. Os Blogues de Literatura nas Redes Sociais .....	93
6.1. As Redes Sociais no Início do Século XXI.....	93
6.2. As páginas dos Blogues na rede social Facebook .....	94
6.3. As contas dos Blogues na rede social Twitter .....	99
7. Do Outro Lado do Ecrã: A Perspetiva dos Criadores de Conteúdo .....	102
7.1. Os Bloguistas .....	102
7.2. A Relação Editora-Blogue: Editorial Bizâncio .....	105
Conclusão.....	107
Bibliografia .....	111
Anexos .....	115

## Introdução

Numa época em que se verifica o aumento da oferta de livros digitais<sup>1</sup>, o texto em formato digital se está a tornar cada vez mais comum, e em que vários autores anunciaram a morte do livro impresso, qual o posicionamento dos blogues de literatura (texto digital) em relação a obras impressas? Como se organizam estes blogues? O que leem os bloguistas<sup>2</sup>? Que suportes (físicos ou digitais) utilizam? Este estudo tenta responder a estas questões, através da análise de cinco blogues portugueses de literatura (em termos de estrutura e de conteúdo), seleccionados através de uma série de critérios numéricos (posicionamento em rankings e número de seguidores) e não-numéricos (nomeadamente a forma como a página se organiza). Pretende-se, a partir dos dados resultantes desta análise, averiguar, nomeadamente, “se” e “como” os blogues de literatura em Portugal promovem o livro impresso. A escolha do tema do trabalho alia uma área de estudo que se pretende investigar (os blogues) a um tema pelo qual existe um interesse pessoal (a literatura).

Com efeito, em Portugal, existem cada vez mais pessoas ligadas à web<sup>3</sup>, e o número de blogues de literatura tem vindo a crescer<sup>4</sup>, o que significa que estamos a assistir a um aumento na discussão de livros e de literatura em plataformas digitais. Entre 1997 e 2014<sup>5</sup> (dados mais recentes), verificou-se um aumento constante no número de indivíduos com acesso à internet, de 88.670 até atingir os 2.732.700. Os dados disponíveis mostram que entre 2002 e 2015, os estudantes com ensino superior foram os que mais utilizaram computadores e internet. Todavia, é entre a população com ensino básico que se verificou a maior evolução: no início da década menos de 20% destes indivíduos utilizava computadores ou internet, e em 2015 as percentagens aumentaram para praticamente 50%. Se em 2002 eram poucos os domicílios portugueses com computador (26,9%) e internet (15,1%), em 2015 esse cenário inverteu-se, sendo que mais de 70% das habitações tinham computador e mais de dois terços (68,5) tinham ligação à internet.

---

<sup>1</sup> Dados apresentados no subcapítulo 5.6.

<sup>2</sup> Neste trabalho optou-se pela utilização do termo português “bloguista”, ao invés do estrangeirismo “*blogger*” muito utilizado na língua portuguesa, inclusive nos meios de comunicação. De acordo com o Dicionário de Língua Portuguesa da Porto Editora (2014) o termo “bloguista” define-se como: «autor de um blogue [...]».

<sup>3</sup> Estes dados foram retirados da página PORDATA. Este portal *online* que recolhe, organiza, sistematiza e divulga informação sobre múltiplas áreas da sociedade para Portugal e outros países europeus. Para tal, conta com a colaboração de mais de setenta autoridades oficiais incluindo o Instituto Nacional de Estatística. Informação retirada a 06-06-2016 de: <http://www.pordata.pt/Sobre+a+Pordata>

<sup>4</sup> A 19-10-2015 o sítio *Blogs Portugal* apresentava 123 Blogues de Literatura. A 15-07-2016 esse número aumentou para 253.

<sup>5</sup> Fontes e datas podem ser consultadas na Bibliografia.

Em 2002 a população entre os 65 e 74 anos era a que menos usava computadores (2,6%) e internet (1,3%). Em 2015 essas percentagens aumentaram para 29% e 27,2% respetivamente. Os dados demonstram que o perfil do utilizador da internet português mudou: no início do século XXI os portugueses que navegavam na internet eram na sua maioria jovens, com ensino superior, recorrendo na sua maioria a computadores públicos, muito provavelmente em instituições de ensino. Em 2015 verificou-se um aumento no número de computadores privados, e um crescimento na utilização da internet em todas as faixas etárias e níveis de escolaridade, o que significa que a presença na internet é uma realidade atual para a maioria da população, independentemente da idade e da formação académica.

Na fase inicial deste estudo determinou-se o número de blogues a serem estudados: cinco, por ser um número que permitiria identificar semelhanças e diferenças entre as páginas e apresentar exemplos de diversas formas de organização. Ainda que se tenham tido em conta critérios numéricos e não-numéricos, esta seleção teve por base um exercício de comparação e reflexão que resultou na seleção dos blogues *As Histórias de Elphaba*, *Atmosfera dos livros*, *Estante de Livros*, *Marcas de Leitura* e *Silêncios que Falam*. Considera-se que estes blogues representam pontos de vista diferenciados, sendo que cada um tem algum aspeto que o destaca dos restantes. Delimitou-se que o período de tempo estudado seria de dez meses em cada blogue (entre janeiro e outubro de 2015) e que o número de entradas nele contabilizado (um total de 3192 publicações) seria suficiente para apresentar conclusões. Ao longo do presente trabalho os blogues são apresentados por ordem alfabética.

No primeiro capítulo, é feita uma revisão da literatura sobre o anúncio da morte do livro impresso e também são apresentadas algumas reflexões sobre a temática. No segundo, explora-se a origem dos blogues na década de 90, a sua evolução desde páginas codificadas de raiz aos sítios de fácil construção que conhecemos atualmente, e a sua contribuição para a Web 2.0. No terceiro capítulo, apresentam-se os blogues selecionados (sublinhando o que os torna únicos) e explicam-se os critérios de seleção dos mesmos. No capítulo seguinte procede-se a uma análise estrutural destas páginas. No quinto capítulo, atentamos no conteúdo destas páginas, na secção de comentários dos blogues, e nas leituras dos bloguistas, tomando em atenção os géneros (romance, conto), os temas (policiais, infantojuvenil), as plataformas de leitura (livros impressos ou formato digital), e as versões (originais ou traduzidas). O sexto capítulo foca-se na presença destes blogues nas redes sociais pela importância destas na nossa sociedade atual. O sétimo capítulo é dedicado à análise das respostas de um inquérito enviado aos responsáveis

pelas páginas estudadas, numa tentativa de compreender o motivo que levou à criação destes blogues e como é mante-los. Neste capítulo atentamos ainda no resultado do inquérito enviado a uma editora que à data da análise colaborava com os cinco blogues analisados: a Editorial Bizâncio. Com este inquérito pretendeu-se uma elucidação sobre a relação editora/blogue do ponto de vista da empresa colaboradora.

Como qualquer estudo, este também tem limitações, que neste caso se prendem com o facto de existirem centenas de blogues de literatura em Portugal<sup>6</sup>, e de meia dezena não ser um número significativo para o panorama geral. Contabilizar o total de blogues existentes na web é uma tarefa inexequível. Em Portugal as páginas *BlogsPortugal*<sup>7</sup> e o *Blogómetro*<sup>8</sup> incentivam o registo de blogues para fins estatísticos, mas este registo não é obrigatório, tão pouco exato (na página principal do *Blogómetro* averte-se que os dados podem não ser precisos). Há que ter em conta que existem múltiplas ferramentas de criação e alojamento de blogues (gratuitas e pagas), terminando em domínios diferentes<sup>9</sup>. Contabilizar o número de páginas registadas no *Blogger* ou no *WordPress* (outra plataforma para a publicação de blogues) não daria resultados precisos uma vez que nem todos os blogues utilizam estas plataformas, e nem todas as páginas terminadas em “blogspot.com” ou “wordpress.com” são blogues. Para além do mais, diariamente são criados/eliminados blogues.

As categorias apresentadas foram o resultado do estudo das publicações destas páginas, e a sua possível aplicação a outros blogues de literatura deve ser feita com reservas. Todos os dados e conclusões apresentadas remetem única e exclusivamente para os conteúdos publicados nos blogues analisados entre janeiro e outubro de 2015. Considerando que na internet a informação pode ser alterada a qualquer momento, estabelece-se que a organização da informação, e a disponibilidade de hiperligações, referem-se à data da análise de cada blogue indicada no início de cada subcapítulo.

Ao longo do presente trabalho académico cultiva-se o respeito pelo bloguista e pelo seu material nas várias plataformas. Isto traduz-se na utilização de pseudónimos e em citações nas quais se mantém a grafia e pontuação originais. No último capítulo por se considerar aberta a via de comunicação com os bloguistas, estes são referidos pelos nomes com que assinaram as

---

<sup>6</sup> Cinco blogues constituem apenas 1,9% de 253 blogues registados a 15-07-2016 em *BlogsPortugal*.

<sup>7</sup> Informação retirada a 05-06-2016 de: <http://blogsportugal.com/>

<sup>8</sup> Informação retirada a 05-06-2016 de: <http://blogometro.aventar.eu/>

<sup>9</sup> Um domínio é o conjunto de letras com a qual terminam os endereços das páginas da internet. Podem ser, nomeadamente “.com”, “.org”, “.net” ou “.pt”. (Fonte: Oxford Advance Learner’s Dictionary)

comunicações eletrónicas. O presente trabalho é do conhecimento dos cinco bloguistas, incluindo aqueles que não responderam ao inquérito.

## 1. Do Anúncio da Morte do Livro Impresso à Coexistência do Códice com o Texto Digital

Desde a última década do século XX (Furtado, 2000: 424) que vários autores anunciaram a morte do livro impresso em prol do texto digital., um tema que segundo o autor José Afonso Furtado (2000) tem provocado controvérsia. Por outro lado, para o autor Roger Chartier (2000) o texto digital provocou apenas mais uma (a terceira) «revolução da leitura» de várias que ocorreram na Europa ao longo dos séculos.

O autor Roger Chartier estabelece que a primeira «revolução da leitura» foi independente da tecnologia, e constituiu essencialmente uma mudança a nível de hábitos de leitura. Desde a Antiguidade Greco-Romana até à Idade Média, a prática de ler em voz alta, a «leitura oral» (Chartier, 2000: 23), era a mais comum. Nos séculos XII e XIII, esta prática foi gradualmente substituída pela leitura visual e silenciosa, que até então era exclusiva a académicos e escribas monásticos, expandindo-se no século XIV a cortesãos e aristocratas laicos, e mantendo-se até aos nossos dias. A leitura silenciosa acartou múltiplas vantagens, nomeadamente um relacionamento mais íntimo com a escrita, uma leitura mais rápida, e um aumento quantitativo e qualitativo (ler silenciosamente permite compreender textos mais complexos) (Chartier, 2000: 24). Podemos então aferir que a nova prática de leitura contribuiu para um aumento de conhecimento por parte dos indivíduos.

A segunda revolução da leitura ocorreu no século XVIII «[...] durante a era da impressão, mas antes da industrialização da produção do livro.» (Chartier, 2000: 24), quando o aumento da produção escrita permitiu a leitura de material sem a sua aquisição, graças a bibliotecas, clubes do livro, e outras instituições. Se antes a leitura era «respeitosa» e intensa (os livros eram memorizados, recitados, e muitas vezes os leitores eram incapazes de conter as suas emoções perante os romances), os novos leitores passaram a ler mais rapidamente, em maior quantidade e variedade. Na época da industrialização da produção impressa no século XIX, o livro impresso chegou a um público ainda mais abrangente constituído por novos leitores, nomeadamente mulheres, crianças e trabalhadores.

Graças às novas tecnologias e ao texto digital, dá-se no século XXI a terceira revolução de leitura. Do ponto de vista deste autor, a transmissão eletrónica de textos teve impacto na forma como lemos e como nos relacionamos com o material escrito. Um único indivíduo pode-

se tornar responsável por todas as fases de produção: escrever, publicar e distribuir o seu texto. Se até aqui o leitor era extramente limitado na sua capacidade de intervenção no livro, agora graças às novas tecnologias, qualquer um se pode manifestar nas plataformas virtuais, e mais do que isso, a qualquer momento um texto publicado na web pode ser alterado e reescrito. Para este autor, a questão do livro impresso e do livro digital prende-se mais com atitude do que tecnologia, e é um processo natural a que se assistiu ao longo da história. Estes foram apenas alguns dos fatores que contribuíram para a alteração do nosso relacionamento com a cultura escrita. Todavia, o autor admite o risco de se perder a cultura textual, que está muitas vezes associada à constituição física do código (livro impresso). Isto significa então que a digitalização dos livros faz com que estes percam até determinado ponto o seu valor cultural. De acordo com Roger Chartier, o livro impresso deve ser protegido, preservado, colecionado e não substituído pelo texto digital. Este autor prevê que os modos de inscrição (manuscrito, impresso e eletrónico) irão coexistir uma vez que cada leitor escolherá o modo e forma de leitura, contestando assim a ideia da morte do livro impresso (Chartier, 2000: 30).

O autor José Afonso Furtado (2000) defende, assim como Roger Chartier, que o livro impresso e o digital irão coexistir. O autor português afirma que não há nada: «[...] na economia da edição ou no corpo de práticas envolvidas no uso do livro impresso que justifique o seu desaparecimento.» (Furtado, 2000: 434). Apesar de considerar que a «profecia» não é a melhor «metodologia» para compreender a questão da morte do livro impresso, José Afonso Furtado admite a possibilidade de o livro impresso continuar a existir no futuro durante um longo período de tempo, coexistindo com o texto digital, não havendo necessidade de «sacrificar» um em prol do outro. Para José Afonso Furtado a tecnologia é importante, e mais de uma década e meia depois da publicação da sua obra podemos afirmar que as suas previsões estavam corretas, uma vez que nenhum formato substituiu totalmente o outro.

Ambos os autores utilizam os termos “texto digital” e “livro digital”. Contudo estes não são necessariamente sinónimos. Todos os livros digitais (também chamados de “e-books”) são constituídos por texto digital, mas nem todos os textos digitais constituem livros digitais. De acordo com o Oxford’s Advanced Learner’s Dictionary (2015), “e-book” define-se como: «a book that is displayed on a computer screen or an electronic device that is held in the hand instead of being printed on paper». Isto significa então que um livro digital não deixa de ser um livro. Nos casos em que a mesma editora é responsável pela produção e distribuição de ambas as versões (impressa e digital) de uma obra a legitimidade do texto é assegurada, mas isto nem

sempre acontece visto que na web publicar um livro digital é tão simples como partilhar um ficheiro PDF. O presente trabalho académico tenta então aferir se o digital (na forma de blogue) promove o digital (no formato de e-book) ou se promove o impresso, e se os responsáveis por essas páginas leem livros digitais ou se preferem o tradicional códice.

O autor português José Furtado enumera algumas vantagens do formato digital: a leitura em formato digital dispensa a leitura sequencial (na qual é necessário ler pela ordem estabelecida) uma vez que na web os textos regra geral são independentes. Outra vantagem é a rapidez da tecnologia, que permite que a informação seja facilmente atualizada e consultada pelo público sem ser necessário aguardar pela impressão, principalmente no que toca a dados ou informações que precisam de ser disponibilizados rapidamente (Furtado, 2000: 432). Neste sentido podemos acrescentar outras vantagens subjacentes ao texto digital: a facilidade do acesso à informação elimina barreiras físicas, na medida em que a aquisição de um e-book anula a necessidade de deslocação ao local de compra e a dependência de terceiros no acesso à obra (correios, livreiros). O pragmatismo de uma plataforma de leitura digital portátil é inegável: um leitor de livros digitais permite armazenar e transportar milhares de livros num espaço físico extremamente reduzido<sup>10</sup>.

Não obstante as vantagens associadas ao livro digital, podemos enumerar algumas desvantagens associadas a este formato: a comunidade médica reconhece que a utilização prolongada do computador tem consequências negativas para a saúde, nomeadamente para a visão, uma condição a que os especialistas chamam «*computer vision syndrome*»<sup>11</sup>. Há que referir que a leitura digital obriga a um certo nível de cautela, porque a legitimidade do texto nem sempre é assegurada. Da mesma forma que podemos armazenar milhares de livros num único aparelho, esses dados podem ser perdidos caso a integridade do aparelho seja comprometida. Por último temos a perda de valor cultural associada à forma do livro impresso – o códice – como referido por Roger Chartier.

O autor José Afonso Furtado explora algumas vantagens do texto e do livro digital, e apesar de ser claramente a favor da continuidade do livro impresso, praticamente não refere os aspetos positivos a ele associados. Podemos então examinar algumas dessas vantagens que o autor não menciona: em primeiro lugar podemos afirmar que livro impresso é um objeto

---

<sup>10</sup> Informação baseada no *Kobo Aura H20* disponibilizado pela loja *online* FNAC, que permite armazenar até 300 livros, em 230.91 cm de área, 1 cm de espessura e 233 gramas de peso. Informação retirada a 02-08-2016 de: <http://www.fnac.pt/Kobo-Aura-H2O-Preto-Computador-Portatil-eReader/a845531>

<sup>11</sup> Artigos sobre esta temática podem ser encontrados em: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=computer+vision+syndrome>

desejado, como se pode verificar pela publicação de edições especiais<sup>12</sup>, comemorativas<sup>13</sup>, e de colecionador<sup>14</sup>. Para além disso, o livro impresso produz um estímulo sensorial que o livro digital não consegue imitar: o tato é estimulado através da utilização de diferentes materiais (relevos ou destaques a verniz na capa, diferentes tipos de papel no interior, lombada em tecido, entre outros) e do próprio peso e volume que varia de obra para obra. Outro sentido estimulado é o olfato: a idade e os materiais utilizados influenciam o cheiro de um livro e quando há uma grande concentração de obras (por exemplo em livrarias e bibliotecas) o odor torna-se uma característica do local. Em muitos casos os livros digitais tentam mesmo imitar o código, acrescentando som e a imagem de folhas a serem viradas à medida que se abrem as páginas virtuais seguintes, como se pode ver no *Guia de Oferta Letiva 2016/2017* da Universidade dos Açores<sup>15</sup>. Se a aquisição de um e-book é um ato regra geral solitário, já a aquisição de um livro impresso é uma experiência social, com interações entre o cliente e lojistas, livreiros ou bibliotecários. O autor José Afonso Furtado refere que o «complexo universo da edição» não deve ser tratado como uma «entidade monolítica» (Furtado, 2000: 431) e de facto o processo intrincado da produção do livro impresso é um gerador de emprego: são necessários funcionários para a impressão e distribuição dos exemplares, manutenção de stocks, vendedores nas lojas físicas, entre outros. Como já referimos anteriormente, Roger Chartier fala sobre o valor cultural do livro, e de como as bibliotecas têm um papel fundamental em «[...] colecionar, proteger, inventariar e, finalmente tornar acessível a herança da cultura escrita.» (Chartier, 2000: 30). Algumas instituições que albergam livros acarretam valor cultural e arquitetónico, como por exemplo a Biblioteca Joanina em Coimbra e a Livraria Lello no Porto, que são pontos turísticos de referência.

Atualmente livro impresso e texto digital coexistem – os blogues analisados são prova disso – e cada um acarreta vantagens e desvantagens, sendo que neste momento não se prevê a extinção do formato impresso em prol do digital. Os argumentos e contra-argumentos apresentados representam apenas uma pequena parte de uma complexa discussão. Todavia não se pode negar o pragmatismo do livro e do texto digital, nem o valor cultural do livro impresso,

---

<sup>12</sup> Como por exemplo: <http://www.fnac.pt/O-Grande-Livro-do-Bebe-O-Primeiro-Ano-de-Vida-Mario-Cordeiro/a369575>

<sup>13</sup> Como por exemplo: <http://www.fnac.pt/Toda-a-Mafalda-Quino/a968554>

<sup>14</sup> Como por exemplo: <http://www.fnac.pt/O-Diario-de-um-Banana-Livro-11-Tudo-ou-Nada-Jeff-Kinney/a980434>

<sup>15</sup> Este documento pode ser consultado na íntegra em: <http://novoportal.uac.pt/flipbook/#page/1>

e em última análise depende de cada um selecionar a plataforma de leitura que mais lhe aprouver.

## 2. O Blogue ao Longo de Três Décadas

### 2.1. Origem e Evolução do Blogue

Segundo Jill Rettberg (2008: 17-18) o termo “weblog” surgiu na década de 90, resultando da contração dos termos “web” e “log”. O termo “log” foi retirado do contexto náutico, e refere-se ao registo de dados e eventos durante uma viagem, organizados cronologicamente. A escolha do termo “log” teve origem na prática de utilizar um tronco e uma corda como ferramentas para medir a velocidade da embarcação, e os dados eram registados num caderno chamado “logbook”.

As páginas pessoais que surgiram nos anos 90 podem ser consideradas como precursoras dos blogues, mas estas páginas posicionavam-se como sendo um produto fixo, definitivo, uma representação final dos interesses do seu autor, situação oposta à dos blogues que estão em constante atualização. No início dos anos 90, o termo “weblog” designava um conjunto de dados sobre as visitas que uma página recebia, aos quais o administrador do sítio tinha acesso (Rettberg, 2008: 24). Em 1994, Justin Hall foi um dos “pioneiros”, ao criar um diário *online*, para partilhar a «história da sua vida» (Rettberg, 2008: 24), mas esta página aproximava-se mais das primeiras páginas pessoais do que do blogue atual. Em 1997, regista-se a primeira utilização do termo “weblog” para definir uma página e não um conjunto de dados: Jorn Barger utilizou o termo como parte do nome do seu sítio intitulado *Robot Wisdom: A weblog by Jorn Barger*<sup>16</sup>. A página era composta por listas de hiperligações para sítios e artigos, com muito pouca informação acrescentada pelo bloguista. Atribui-se a evolução do termo “weblog” para “blog” ao bloguista Peter Merholz em 1999, na sua página PeterME.<sup>17</sup> Podemos então aferir que na década de 90 existiam dois tipos e quatro subtipos de páginas distintas, precursoras dos blogues: páginas pessoais (mutáveis e imutáveis), e listas de links (simples, ou com notas e comentários).

---

<sup>16</sup>A 3 de junho de 2016 a página podia ser visitada em <http://robotwisdom2.blogspot.pt/> e a atualização mais recente datava de 14 de outubro de 2008.

<sup>17</sup>Este bloguista descreve a sua página como «Thoughts and essays from the guy who coined the word “blog”». A 3 de junho de 2016 a página podia ser visitada em <http://www.peterme.com/>, e a atualização mais recente datava 19 de abril de 2016.

Entre 1993 e finais de 1998 a atualização das páginas implicava uma codificação manual de raiz, o que significava que somente aqueles que possuíam conhecimentos informáticos poderiam ter uma página (Blood, 2000). Nessa altura, os blogues constituídos por listas de links, e os constituídos por informações pessoais e textos coexistiam na web (Rettberg, 2008: 26). Foi entre o final de 1998 e 1999 que surgiram as primeiras ferramentas para criar e atualizar sítios de forma simples e gratuita, utilizando páginas pré-concebidas, os *templates* (Rettberg, 2008: 5), e com a possibilidade inédita de manter o seu autor no anonimato. Um dos primeiros sítios a oferecer este serviço a todos os que pretendessem manter um diário digital foi o *OpenDiary*, (encerrado em fevereiro de 2014<sup>18</sup>) considerado como a primeira comunidade de bloguistas. Em agosto de 1999 foi lançado o *Blogger*, uma empresa que disponibilizava (e disponibiliza até hoje) ferramentas gratuitas para a construção e publicação de blogues<sup>19</sup>, permitindo a qualquer pessoa com acesso a um computador com internet criar e publicar blogues de forma fácil, rápida e eficaz. No ensaio *weblogs: a history and perspective*, publicado a sete de setembro de 2000, a autora Rebeca Blood declara que acredita que a flexibilidade oferecida em termos de imagem, de funcionamento, e de conteúdo (qualquer pessoa poderia publicar sobre qualquer tema) contribuiu para o crescimento e popularidade não apenas do *Blogger*, como dos próprios blogues. Podemos dizer que os blogues como conhecemos hoje foram o resultado da simbiose entre as páginas pessoais e as listas de links: os blogues tornaram-se “diários”<sup>20</sup>, atualizados constantemente com os pensamentos, sentimentos e gostos dos seus autores, acompanhados por hiperligações. Os bloguistas começaram a comentar as páginas uns dos outros, gerando-se um autêntico diálogo na secção de comentários. A pessoa que comentava deixava o link do seu blogue, e era possível a outros utilizadores acompanhar a discussão utilizando as hiperligações postadas como fio condutor, chegando facilmente aos vários blogues nos quais as conversas estavam a decorrer. Numa barra lateral, os bloguistas colocavam os links para os blogues de que gostavam organizados numa lista, criando o que atualmente chamamos de “*blogroll*”.

Com os blogues, surgiu uma nova tecnologia chamada RSS que consiste, basicamente, numa hiperligação “mais forte” do que as até aí existentes, e que permite subscrever um blogue, receber as suas atualizações, e ter acesso à informação mesmo após a página ter sido modificada com comentários ou publicações (O’Reilly, 2005: 3). Há mesmo quem considere que a RSS

---

<sup>18</sup> Informação retirada a 03-06-2016 de: [http://www.archiveteam.org/index.php?title=Open\\_Diary](http://www.archiveteam.org/index.php?title=Open_Diary)

<sup>19</sup> Informação retirada a 03-06-2016 de: <http://www.blogger.com>

<sup>20</sup> Traduzido do original, “journals” define-se por «a written record of the things you do, see, etc, everyday». (Fonte: Oxford Advance Learner’s Dictionary)

elevou o blogue de uma página de fácil publicação a uma plataforma de diálogo entre comunidades: como era possível aceder a informação muito específica de forma direta e simples gerou-se uma conversa entre os criadores e leitores das páginas. O formato RSS representa um avanço significativo da tecnologia, influenciando a estrutura e a arquitetura da web. O que começou como uma parte dos blogues, rapidamente se expandiu a outras páginas, e em 2004 era utilizada para manter o público a par de notícias, quotas do mercado da bolsa de valores, informações meteorológicas, entre outros. Numa década em que os telemóveis e computadores estavam longe das versões sofisticadas que conhecemos atualmente, a tecnologia RSS era aplicada na troca de dados entre «dispositivos móveis».

Não obstante a evolução do blogue, a ideia original por detrás da escolha do termo, como sendo um registo de informação datado e organizado cronologicamente é aplicável até hoje, apesar de nos blogues a apresentação cronológica dos dados ser inversa, ou seja, a informação mais recente é a que aparece primeiro. Em 2016 o blogue é visto como um potencial negócio: há quem se considere “bloguista profissional” e se dedique a tempo inteiro à sua página. Em Portugal Ana Garcia Martins é um desses exemplos: a autora do blogue *A Pipoca Mais Doce* lançou linhas de cosméticos, joias, e calçado, todas com o nome da página. Publicou quatro livros utilizando o seu nome, mas associando-se sempre ao blogue (nas capas lê-se «a autora do blogue *A Pipoca Mais Doce*<sup>21</sup>»). A nível internacional, o blogue *The Julie/Julia Project*<sup>22</sup> de 2002 é um exemplo de sucesso: graças à popularidade da página, a bloguista Julie Powell foi convidada a escrever um livro que foi adaptado ao cinema quatro anos mais tarde.

## 2.2. Definição do termo “Blogue”

Os blogues são páginas da internet, com aspeto, organização e conteúdo variado. A autora Jill Rettberg, afirma que, se não encontrarmos um blogue sobre o tema que procuramos, podemos simplesmente criá-lo (Rettberg, 2008: 18). Existem várias definições de blogue e, perante tal diversidade, torna-se necessário encontrar as características que as páginas têm em comum, e que permitem que sejam categorizadas como tal. De modo a não excluir nenhuma

---

<sup>21</sup> Informação retirada a 14-06-2016 de: <http://apipocamaisdoce.sapo.pt/>

<sup>22</sup> Nesta página a funcionária pública Julie Powell auto propôs-se elaborar todas as receitas de um livro de cozinha da autora americana Julia Child. Em 2016 o blogue original já não está disponível, mas alguns textos originais ainda podem ser consultados em: <https://web.archive.org/web/20021217011704/http://blogs.salon.com/0001399/2002/08/25.html>

página, torna-se mais seguro atentar nos aspetos formais de um blogue ao invés do seu conteúdo.

Um blogue (“blog” ou “*weblog*” no original) pode ser definido simplesmente como uma página da internet, atualizada frequentemente, constituída por “entradas” (publicações) datadas, organizadas por ordem cronológica inversa, de modo a que a informação mais recente apareça primeiro (Rettberg, 2005: 45). Essa é a característica comum a todos os blogues.

A dificuldade em definir “blogue” prende-se com a diversidade de blogues que existem. São vários os fatores que vão influenciar um blogue, tanto em termos estruturais como de conteúdo. Por exemplo, a escolha da plataforma de publicação terá consequências diretas e imediatas na estrutura, na organização, e na imagem de uma página: uma plataforma gratuita disponibiliza um número de *templates*, de cores, e esquema de organização limitados, o que resulta em blogues visualmente idênticos. Todavia, graças à evolução da tecnologia, existem ferramentas cada vez mais variadas (tanto gratuitas, como pagas) de edição de blogues, tornando-os cada vez mais únicos. O tema de um blogue terá igualmente influência na sua organização e imagem: um blogue de fotografia provavelmente terá mais imagens do que um blogue sobre literatura. Torna-se então praticamente impossível definir “blogue” de forma infalível e absoluta, abrangendo todas as variedades estruturais e temáticas que estes apresentam. Podemos dizer que os blogues são tão variados como as pessoas que os criam. Cada escolha feita num blogue irá contribuir para a construção da imagem do seu autor no mundo virtual, visto que o blogue é um reflexo seu e das suas escolhas. É através deste sítio que o utilizador formará uma opinião sobre o autor, tendo em conta não apenas o conteúdo, mas também a organização do espaço, as cores, e a presença/ausência de outros elementos.

### 2.3. Os Blogues como Produto da Web 2.0

Atualmente, vivemos na era da Web 2.0<sup>23</sup>, um termo que surgiu inicialmente em 2003 quando Tim O’Reilly e Dale Dougherty se aperceberam do potencial da presença de empresas na internet (uma relação mutuamente benéfica) e organizaram uma cimeira sobre o tema intitulada «Web 2.0 Conference». Em 2005, Tim O’Reilly publicou na internet o artigo «*What is Web 2.0 – Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*» de modo a clarificar a intenção original por detrás do termo. A Web 2.0 pode ser definida como

---

<sup>23</sup> Alguns especialistas defendem até que já estamos a caminhar para a era da Web 3.0.

«a set of corporate practices that seek to capture and exploit participatory culture» (Jenkins *et al*, 2013: 48), sendo que por “cultura de participação” (ou “participativa”) se entende uma cultura que se foca no envolvimento da comunidade ao invés da expressão individual (Jenkins *et al*, 2009: 6).

Nos anos 90, antes da Web 2.0, a criação de conteúdo, a oferta de produtos e serviços era restrita a empresas e a pessoas com conhecimentos informáticos. O público deveria consumir o que era disponibilizado pelas empresas, adaptando-se a elas. Na era da Web 2.0 o cenário é inverso, e são as empresas que devem explorar, compreender e adaptar às necessidades do público. Atentemos no posicionamento distinto de duas empresas que espelham o pré-Web 2.0 e a era da Web 2.0. Na época pré-Web 2.0, a empresa DoubleClick vendia publicidade a um pequeno grupo de grandes empresas, para isso requerendo um contrato formal (O’Reilly, 2005: 2), ou seja, os consumidores tinham que se ajustar ao que a companhia oferecia. Na era da Web 2.0, a empresa Google arranhou uma forma de vender publicidade a pequenos sítios que juntos constituíam a maior parte da web, fornecendo anúncios pouco intrusivos, ocupando um espaço limitado e amigos do consumidor (O’Reilly, 2005: 2). Esse é um princípio subjacente ao conceito de Web 2.0: os utilizadores expressam-se na web, decidem aquilo que querem, e as empresas devem estar atentas e ir ao encontro dessas necessidades. Não apenas as empresas têm em consideração as opiniões do público, como este é «aliciado» a juntar-se à criação e personalização de serviços (Jenkins *et al*, 2013: 49).

Entre 1998 e 1999 as novas ferramentas de publicação de blogues e diários *online* (Rettberg, 2008: 26-27) contribuíram muito para a propagação destes. Em 2016 cada vez mais as empresas permitem e incentivam os utilizadores a ter uma participação ativa nas suas páginas. As pessoas não só se podem exprimir na web, como as suas opiniões são consideradas valiosas para as empresas. Nesse sentido, os blogues foram muito importantes para a Web 2.0, não só pelas inovações tecnológicas que despoletaram (exploradas em 2.1) mas por darem voz a um coletivo muito abrangente. Os blogues contribuíram para a Web 2.0 e são ao mesmo tempo um produto desta.

Na nossa sociedade qualquer pessoa pode expressar-se na web sobre qualquer tema, sem ter um conhecimento profundo sobre o mesmo. No caso dos blogues de literatura, o papel de aconselhamento que antes era desempenhado por livreiros e por bibliotecários (Moyer *et al*, 2015), hoje está disseminado por bloguistas, por sítios de venda de livros (como a Amazon que permite ao utilizador comentar e classificar os livros), e por qualquer pessoa que queira falar

sobre obras em qualquer plataforma virtual. Nesta medida, um utilizador pode recorrer a estas páginas para formar a sua opinião sobre livros. Um dos princípios essenciais da Web 2.0 é o de «recolher inteligência coletiva» (O'Reilly, 2005: 2), ou seja « [...] the ability of a collective to learn, or understand or to deal with new or trying situations, [...] based on the internet and associated technologies. » (Bastiens, *et al* ,2010: 27). Neste novo modelo de partilha e construção de conhecimento todos têm a oportunidade de dar a sua contribuição, e essa contribuição é valorizada por outros utilizadores e empresas.

### 3. Os Blogues em Estudo

Neste capítulo serão apresentados os blogues que constituem o *corpus* do presente trabalho académico. O primeiro passo na delimitação do objeto de estudo foi elaborar uma lista com vários blogues de literatura e o segundo passo foi tendo por base essa lista, verificar o cumprimento ou incumprimento de uma série de parâmetros. Com base na informação reunida procedeu-se à seleção final dos cinco blogues de literatura.

Considerando que em nenhum sítio se encontrarão todos os blogues de literatura, recorreu-se ao sítio de registo não-obrigatório <http://blogsportugal.com/>. Na página *BlogsPortugal* os blogues são organizados por tema e apresentados num ranking. A posição que um blogue ocupa neste ranking baseia-se na soma de visualizações que tiveram através do endereço <http://blogsportugal.com/> e nas visitas diretas<sup>24</sup> dos últimos trinta dias. Os blogues registados neste sítio apresentam uma barra verde com o nome *BlogsPortugal* no cabeçalho ou rodapé, e o utilizador pode visitar outros blogues também registados ao carregar nesta barra. No dia 30 de novembro de 2015 estavam aí registados 258.639 blogues. Um ranking baseado nos resultados dos trinta dias anteriores não apresenta uma lista fixa de resultados: o blogue que ocupa a primeira posição hoje poderá ocupar a segunda ou terceira posição amanhã. Por esse motivo, sempre que é analisado um blogue retirado de <http://blogsportugal.com/> essa informação é fornecida e datada. Considerando que os primeiros lugares no ranking são aqueles com mais visualizações, foram considerados os blogues da primeira à vigésima primeira posição (inclusive). Apesar de existir outro sítio português que lista blogues (<http://blogometro.aventar.eu>), este não foi utilizado uma vez que este sistema não se encontra

---

<sup>24</sup> Informação retirada a 30-11-2015 de: <http://blogsportugal.com/como-funciona>.

plenamente operacional<sup>25</sup>. Foram ainda pesquisados blogues recorrendo ao motor de busca Google e em *blogrolls*.

Após a consulta de dezenas de blogues de literatura foi elaborada uma lista. A presença nessa lista pressupõe a presença de três fatores: todos os blogues de literatura têm que ser portugueses; a temática da literatura deve ser dominante; durante os meses de janeiro a outubro do ano de 2015 foi publicado conteúdo com uma regularidade no mínimo mensal.

Os blogues que constaram da lista foram analisados, tendo em conta critérios numéricos e não-numéricos. Procedeu-se ao levantamento de um conjunto de três dados numéricos: total de visualizações (providenciado pelo sítio <http://blogsportugal.com/> ou pelo próprio blogue caso não esteja registado na página referida anteriormente); posicionamento no ranking do sítio <http://blogsportugal.com/> e número de seguidores na rede social *Facebook* (<https://www.facebook.com/>), sempre que aplicável. Relativamente a dados não-numéricos, foram considerados elementos como a presença/ausência de publicidade, a organização de passatempos, a presença de *blogroll*, a presença/ausência de referências a editoras, disposição dos elementos na página, a organização da informação, a frequência das publicações e a presença do blogue em redes sociais. A seleção de blogues não se baseou numa ciência exata, uma vez que os dados numéricos e não-numéricos acima referidos funcionaram mais como fatores de eliminação do que de seleção. Considera-se que os blogues selecionados são exemplos de variedade e que cada um tem um aspeto que o torna único.

O blogue *As Histórias de Elphaba* (<http://www.historiasdeelphaba.com/>) encontrava-se no dia 23 de novembro de 2015 em décimo quarto lugar no ranking de literatura<sup>26</sup> do sítio <http://blogsportugal.com/> e na 187º do ranking geral. Criado por Joana Gonzalez em 2010, contando com a colaboração de Luís Manuel Ramos da Costa, entre janeiro e outubro de 2015, foram aí publicados 282 textos. Este blogue conta com a presença de editoras, que têm publicidade neste espaço, enviam livros e patrocinam passatempos. Este blogue difere dos restantes pela importância que tem na vida da bloguista, que não encara o compromisso que tem com os seus leitores de ânimo leve, chegando ao ponto de quase desistir da página: «Se em algum momento ousei ser *blogger* sei que, neste momento, não consigo sê-lo em pleno. Não

---

<sup>25</sup> A 26-11-15 o sítio <http://blogometro.aventur.eu/> apresentava a seguinte ressalva: «Atenção: o Sitemeter passou a funcionar particularmente mal desde junho 2014, o que tem impacto no blogómetro, dado que este é o respetivo fornecedor de estatísticas. Estamos a trabalhar numa solução, mas, enquanto não fica disponível, pedimos um pouco de paciência».

<sup>26</sup> Informação retirada a 23-11-2015 de: <http://blogsportugal.com/posicao/literatura>

consigo vir todos os dias ao computador nem oferecer-vos o que esta “quase profissão” deve aos seus leitores. »<sup>27</sup>. Pela organização cuidada, presença de editoras e pela frequência das publicações entre janeiro e outubro de 2015, este blogue foi selecionado para fazer parte do *corpus*.

No dia 26 de novembro de 2015 o blogue *Atmosfera dos livros* (<http://atmosferaDOSlivros.blogspot.pt/>) contava com 277.531 visitas e não estava registado em *BlogsPortugal*. No dia 1 de dezembro de 2015 as visitas tinham aumentado para 278.966, o que se traduz em 1.435 visualizações em cinco dias. Criado por Carla Torres Vieira em 2010, entre janeiro e outubro de 2015 foram publicados 373 textos neste blogue. À semelhança da página anterior, aqui as editoras estão presentes através de publicidade colocada neste espaço e do envio de livros para a autora do blogue. Este blogue destaca-se por ter uma imagem única, proporcionada pela multiplicidade de elementos visuais e auditivos que dividem o espaço.

Em novembro de 2015, o blogue *Estante de Livros* (<http://www.estantedelivros.com>) não se encontrava registado no sítio <http://blogsportugal.com> e, de acordo com a informação presente no blogue, contavam-se 2.273.720 visualizações. Entre o dia 26 de novembro e 1 de dezembro este blogue recebeu 2.597 visitas. Criado em 2007, Célia (como se identifica esta bloguista) publicou nos dez meses analisados 226 entradas. Mais uma vez estamos perante um blogue com colaboração de editoras. Em última análise foi a sua longevidade (oito anos) e o número de visualizações (mais de dois milhões) que determinaram a presença deste blogue no *corpus*.

A 26 de novembro de 2015 a primeira posição do ranking de literatura da página *BlogsPortugal* era ocupada pelo blogue *Marcas de Leitura* ([www.marcasdeleitura.blogspot.pt](http://www.marcasdeleitura.blogspot.pt)) que estava ainda na 57ª posição da classificação geral de blogues. Uma pesquisa feita no dia 1 de dezembro de 2015 mostrou que a página ocupava a 50ª posição no ranking geral, o que significa que em dezembro *Marcas de Leitura* era um dos blogues registados em *BlogsPortugal* mais lidos em Portugal. Criado a 1 de julho de 2014 por Manuela Santos, quando comemorou o seu primeiro aniversário, este blogue contava já com 1.286 publicações e mais de 50.000 visitas<sup>28</sup>. Entre janeiro e outubro de 2015 foram publicados 1.788 textos. Este blogue tem uma forte presença de editoras, atualização constante (com críticas literárias, divulgação de livros, divulgação de eventos relacionados com literatura, leituras futuras, livros recebidos) e numa

---

<sup>27</sup> O texto pode ser consultado na íntegra em: <http://www.historiasdeelhapha.com/2015/11/mensagem-curiosidade.html>.

<sup>28</sup> Informações retiradas a 01-12-15 de: <http://marcasdeleitura.blogspot.pt/2015/07/1-aniversario.html>.

primeira análise revelou-se um blogue muito completo. Por todos esses motivos foi selecionado para constar do *corpus*.

O blogue *Silêncios que Falam* (<http://silenciosquefalam.blogspot.pt/>), não estava registado em <http://blogsportugal.com> à data de seleção do *corpus*. A 26 de novembro de 2015 o sítio contabilizava 734.126 visitas e 75.386 “gostos” na sua página do *Facebook*. De facto, este blogue anuncia-se como sendo o «Blogue Literário em Portugal com mais fãs no *Facebook*». Criado a 13 de setembro de 2010 por Miguel Pestana, entre janeiro e outubro de 2015 foram publicadas 523 entradas. Pela sua imagem simples, pela utilização do esquema de duas colunas, pela presença de editoras, por ser o blogue de literatura com mais fãs no *Facebook*, e pelo compromisso de Miguel Pestana em: «[...] continuar a fazer mais e melhor, tanto para o meu próprio estímulo como para o agrado dos leitores»<sup>29</sup>, este blogue foi selecionado.

## 4. Análise dos Aspetos Formais dos Blogues

### 4.1. Critérios de Análise

De acordo com a autora Jill Rettberg (2008: 4) o valor de um blogue não está apenas nos textos que aí são publicados, um blogue deve ser visto como a soma de todos os elementos que o compõem. Neste subcapítulo vamos atentar nos elementos que compõem cada blogue e como os especialistas os definem.

Os blogues são páginas pessoais, na medida em que cada indivíduo constrói o seu (Rettberg, 2008: 21). Estes sítios possuem muitos elementos em comum (Rettberg, 2008: 7) uma vez que a maior parte dos autores de blogues, como vimos anteriormente, recorrem a páginas como o *Blogger.com*, o *Livejournal.com* ou o *Wordpress.com* (por serem simples e gratuitos) que por sua vez disponibilizam *templates*.

O primeiro elemento analisado será o cabeçalho. Para os visitantes, este local constitui «[...] uma forma de identificarem facilmente o *site* que estão a visitar.» (Yang, 2006: 60). Os elementos aí presentes podem variar. O cabeçalho pode ainda apresentar “Separadores” que são ligações para diferentes secções do blogue. O segundo elemento analisado é a presença/ausência de um lema, também chamado de *tagline*, que é uma breve descrição do

---

<sup>29</sup> O texto na íntegra foi consultado a 12-01-2016 em: <http://silenciosquefalam.blogspot.pt/p/sobre-o-blogue.html>

blogue (Rettberg, 2008: 7). O autor Jonathan Yang afirma que um bom *tagline* ou lema pode intrigar um visitante e levá-lo a ler o blogue (Yang, 2006: 30).

O terceiro elemento é a organização física do espaço. A maioria dos blogues é organizada em duas ou três colunas (Rettberg, 2008: 18). A coluna do meio é chamada de “coluna principal”, deve ocupar setenta e cinco por cento do espaço e é aí que estão as publicações também chamadas de entradas ou *posts* (Yang, 2008: 63). As colunas estreitas à esquerda e/ou direita são chamadas de “barras laterais” e os seus elementos variam de blogue para blogue, consoante as preferências dos seus autores (Yang, 2008: 62). A regra geral é que será numa destas duas colunas que o utilizador encontrará outros dois elementos que nenhum dos autores refere, mas que estão presentes em muitos blogues: o primeiro é o perfil do autor, uma biografia mais ou menos completa, geralmente acompanhada por uma fotografia e em alguns casos de um endereço de correio eletrónico. Estas informações sobre o responsável da página são importantes porque conferem um carácter humano ao blogue: apesar de ser um sítio virtual, ao visitar o perfil o utilizador reconhece que o responsável pela página é uma pessoa real, com a qual se pode identificar. O segundo elemento é a lista de blogues que o autor do blogue em questão acompanha, também chamado de *blogroll*. O tamanho da lista varia, assim como o tema dos blogues (um blogue de literatura poderá ter no seu *blogroll* um blogue científico por exemplo). O esquema de três colunas é muito utilizado em todo o tipo de blogues, inclusive em muitos dos blogues de literatura do *corpus*. A constante utilização deste esquema torna-se mutuamente benéfico para bloguista e leitor. Benéfico para o utilizador porque, após visitar vários blogues que seguem este esquema, a navegação torna-se familiar e instintiva: por exemplo, se quer saber mais sobre o autor do blogue irá buscar essa informação numa das colunas laterais ou nos separadores abaixo do cabeçalho. Em última análise, a organização de uma página deve facilitar a leitura, uma vez que na web o leitor é impaciente e tende a ler na diagonal (McGovern *et al*, 2002: 14). Do ponto de vista do bloguista, esta organização deve se traduzir num acesso à informação rápido e eficaz.

O autor Jonathan Yang remete ainda para um elemento que Jill Rettberg não menciona e que teremos em consideração na nossa análise: o rodapé e os elementos que dele constam (Yang, 2006: 63-66).

Seguidamente será feita uma análise destes elementos nos blogues que constituem o *corpus*. A descrição e a indicação da posição dos elementos são feitas da perspetiva de quem olha de frente para o ecrã e são dependentes da data em que foi feita a análise, uma vez que os

blogues não são sítios fixos, mas sim em constante mudança. A disponibilidade dos links está de igual modo dependente da data da análise.

#### 4.2. *As Histórias de Elphaba*

Ao entrar no blogue *As Histórias de Elphaba*, a 16 de fevereiro de 2016, encontramos uma página com fundo branco e pouca variedade de cor. O título do blogue encontra-se centrado entre dois desenhos, à esquerda o de uma rapariga com chapéu de bruxa a sorrir com os braços e rosto apoiados em livros, e à direita o desenho de um gato preto sentado sobre uma pilha de livros. Abaixo do nome do blogue encontra-se o *slogan*: «Uma página aberta...Histórias do meu imaginário Elphaba.». As cores utilizadas no cabeçalho são o preto, o verde claro e o cinzento escuro. Estes elementos encontram-se sobre uma barra de oito separadores.

O primeiro separador intitula-se “*Home*” e permite regressar à página principal a partir de qualquer ponto do blogue. O segundo separador intitula-se “Eu, Elphaba” e nele encontramos um texto da autora do blogue sobre a forma como a obra de ficção *A Bruxa de Oz* de Gregory Maguire inspirou a escolha do pseudónimo *Elphaba* e sobre a forma como o livro a marcou: «[...] ficou impresso na minha alma [...]»<sup>30</sup>. O terceiro separador tem o nome “Leituras” e aqui podemos encontrar sete subseparadores (um para cada ano, de 2010 a 2016), nos quais são apresentadas as leituras da bloguista, acompanhadas por links nos casos em que foi publicada uma resenha literária no blogue. Os subseparadores relativos aos anos de 2012 a 2016 são acompanhados de uma citação, de uma imagem e organizados por mês. O quarto separador intitula-se “Destaques do Ano” e também ele é composto por subseparadores, neste caso cinco, dedicados aos anos 2011 a 2015. Nestes textos a bloguista faz um balanço geral sobre as suas leituras e quais os livros de que mais gostou, fornecendo os links para as opiniões publicadas no blogue. Em 2011 e 2012 o balanço é anual, e a partir de 2013 passa a ser feito com uma periodicidade trimestral. No separador “Encontros” é possível ler sobre dois encontros entre a autora do blogue e escritoras, que ocorreram em 2013 e em 2014, e um breve texto de apresentação desta rubrica. No separador “*BookTraillers*” encontram-se todas as publicações dedicadas a pequenos vídeos de apresentação de livros que se chamam precisamente *booktraillers*. O penúltimo separador, composto também ele por subseparadores, intitula-se

---

<sup>30</sup> Informação retirada a 16-02-2016 em <http://www.historiasdeelphaba.com/p/eu-elphaba.html>

“Desafios” e é dedicado aos desafios de leitura<sup>31</sup> a que a autora aderiu nos anos de 2013 a 2015. O último separador intitula-se “Outras Literatices e Outras Coisas” e nele estão textos de temas variados do interesse de Elphaba que não estão diretamente relacionados com a literatura.

Este blogue está organizado em três colunas verticais. As colunas laterais são delimitadas por um risco vertical cinzento claro e todos os elementos utilizam o mesmo esquema cromático (verde claro e cinzento escuro sobre fundo completamente branco liso) presente no cabeçalho. As cores utilizadas e a predominância do branco fazem com que este blogue transmita uma imagem harmoniosa.

O primeiro elemento da coluna da esquerda é um desenho de um gato com chapéu de bruxa sobre o logótipo da editora Leya acompanhado da frase «*Leya Online* As Histórias de Elphaba»<sup>32</sup>. Ao clicar nesta imagem somos encaminhados para uma página da Editora *Leya* semelhante a uma página numa rede social. Este espaço é dividido em duas colunas, sendo que a coluna da esquerda ocupa um terço do espaço e a coluna central ocupa dois terços. A coluna da esquerda é dedicada ao perfil de Elphaba: em cinco pequenos textos são dadas algumas informações pessoais, é apresentada a loja virtual como sendo «[...] um espaço onde pode encontrar as minhas recomendações, variadas, baseadas nas minhas leituras mais recentes, e não só.»<sup>33</sup> e a autora do blogue apresenta ainda alguns livros favoritos. A coluna central é dedicada aos livros recomendados pela autora: as imagens das capas dos livros são acompanhadas de título, autor, preço, informações bibliográficas, e um breve texto opinativo redigido pela própria Elphaba.

Na coluna esquerda do blogue literário existem duas barras: a primeira permite fazer uma pesquisa ao nível do blogue e a segunda barra permite subscrever o mesmo. O quarto elemento desta coluna tem o título “Sobre mim” seguido do nome dos dois colaboradores do blogue: Elphaba J. e Luís Manuel Ramos Da Costa, que funcionam como links para dois perfis do *Google+*. Abaixo, Elphaba dá mais informações sobre si num breve texto de três frases intitulado “A Elphaba”, descrevendo-se como «viciada em literatura fantástica» e também

---

<sup>31</sup> De acordo com Nancy M. Foasberg (2012) “Desafios de Leitura” são eventos que encorajam os participantes a ler certos livros, certos tipos de livros ou um certo número de livros num período de tempo. São organizados por bloguistas e dois dos principais objetivos são a interação dos participantes e providenciar um espaço de discussão.

<sup>32</sup> *Leya Online As Histórias de Elphaba* é uma “página afiliada”. De acordo com o sítio Leya Online: «Cada afiliado tem um site <http://nomeafiliado.leyaonline.com> onde pode recomendar livros, comentar e divulgar novidades e pré-lançamentos e vender livros do site LeyaOnline. Sempre que um livro for comprado através da loja do afiliado, o comprador e o afiliado recebem um crédito de 5% para compras futuras.» À data da análise somente pessoas convidadas pela editora se podem tornar afiliadas. Informação retirada a 12-03-2016 de <http://www.leyaonline.com/pt/faq/index.php?faq=27>

<sup>33</sup> A publicação na íntegra pode ser consultada em: <http://historiasdeelphaba.leyaonline.com/pt/>

«eterna sonhadora». Seguidamente avisa sobre a possível presença de *spoilers* (informação relevante sobre o enredo de um livro/filme) nos textos do blogue, e apresenta o endereço de correio eletrónico a que os utilizadores podem recorrer para entrar em contato com os autores do blogue. Abaixo, o título “Etiquetas”<sup>34</sup> precede uma lista de 41 elementos (termos ou títulos) organizados por ordem alfabética. Em seguida encontra-se o arquivo do blogue, organizado cronologicamente sob o título “O Que Escrevo...”, desde o ano 2010 até 2016, sendo que cada ano é acompanhado pelo total de publicações. Seguidamente, um conjunto de pequenas fotografias mostra alguns dos 1.759 seguidores do blogue através da rede *Google+*, a que o utilizador é convidado a aderir. O penúltimo elemento desta coluna é um conjunto de sete pequenas fotografias de capas de livros, que servem de links para a página de Elphaba no sítio *goodreads*<sup>35</sup>, acompanhados do título “Próximas Opiniões”. O último elemento da coluna é o título “Blogues com Histórias”.

O espaço central é dedicado aos conteúdos. Neste blogue, cada publicação é composta pela data (dia da semana, dia do mês, e ano) no cabeçalho, título no centro geralmente acompanhado de um termo entre parêntesis retos que tipifica a publicação, como “Opinião”, “*Booktrailers*”, “Divulgação”, “Passatempo” ou “Curiosidades”. Segue-se a hora, autor, e um pequeno envelope que abre a publicação. Em baixo do texto estão as etiquetas que funcionam como links que dão acesso a outras publicações marcadas com as mesmas etiquetas. O utilizador pode exprimir a sua opinião em seguida através de uma das três opções fornecidas pelo blogue: “Quero Ler”, “Interessante” ou “Sem Interesse”. Abaixo quatro botões permitem interagir com o blogue de maneiras diferentes: o primeiro botão da esquerda permite enviar o artigo publicado através de correio eletrónico utilizando uma funcionalidade do *Blogger*; o segundo abre uma janela para que os utilizadores registados no *Blogger* partilhem a publicação nos seus próprios blogues, divulgando-a; o terceiro e o quarto permitem partilhar o link do blogue nas redes sociais *Twitter* e *Facebook*. O utilizador pode ainda comentar a publicação. Os comentários só se tornam visíveis ao abrir a publicação, e aí surgem sob três títulos: “Mensagem mais recente” à esquerda, “Mensagem mais antiga” à direita, e “Página Inicial” ao

---

<sup>34</sup> No contexto de blogues, etiquetas são termos ou conjuntos de termos associadas aos textos, que refletem o seu conteúdo e que permitem encontrar a informação mais facilmente.

<sup>35</sup> A *goodreads* (<https://www.goodreads.com/>) é uma página sobre literatura: aí o utilizador tem acesso a uma base de dados de livros, na qual (se for registado) pode classificar livros (atribuindo de uma a cinco estrelas, sendo que um é a nota mais baixa e cinco a mais alta), escrever textos de opinião, comentar opiniões de outros utilizadores, partilhar livros que leu, encontrar outros livros da mesma temática e até comprar obras.

centro. Estes títulos permitem visitar as publicações anteriores e posteriores à visualizada ou regressar à página inicial.

O primeiro elemento da coluna da direita é um conjunto de quatro logótipos de diferentes redes sociais nas quais o blogue está presente: *Facebook*, *Google+*, *Pinterest*, e *Twitter*, e todos estes logótipos funcionam como links para as páginas das redes sociais. Existe ainda um quinto botão semelhante aos outros, que no momento da análise não abria qualquer página. Seguidamente três capas de livros em tamanho grande funcionam como links para passatempos que estão a decorrer ou que já terminaram. O quinto elemento desta coluna é um convite ao utilizador para que este faça “gosto” na página do blogue na rede social *Facebook*. As parcerias são apresentadas em seguida, através de uma pequena animação que mostra logótipos de várias editoras consecutivamente. Ao clicar sobre este vídeo somos encaminhados não para as páginas das editoras, mas para a página onde foi feita esta animação, neste caso o sítio *Picasaweb*. O sexto elemento é um pequeno retângulo laranja com o título «2016 *Reading Challenge*»<sup>36</sup>, seguido da frase «Elphaba J. has read 4 books toward her goal of 60 books». Este retângulo constitui um link para a página de Elphaba J. na página da *goodreads*, onde se podem ver os quatro livros que esta leu no ano de 2016. O penúltimo elemento presente na coluna é um logótipo da editora Wook que serve como link para a respetiva página. Por fim é apresentado o título “Autores de Histórias” seguido de uma lista com mais de duzentos nomes de autores, organizados por ordem alfabética, que servem de links para as páginas pessoais dos mesmos.

O último elemento a ser analisado é o rodapé, neste blogue composto por quatro elementos. O primeiro elemento é uma barra publicitária, cujo conteúdo varia cada vez que se entra nesta página. Abaixo temos um contador de visitas que à data contava 515.802, seguido de uma discreta barra do *BlogsPortugal*. Esta barra pequena e a cinzento escuro é composta por três elementos (que servem todos como links): o logótipo do *BlogsPortugal*, o posicionamento de *As Histórias de Elphaba* no ranking, e o total de vezes a que este foi acedido através do sítio *BlogsPortugal*. O último elemento é um link para a página de alojamento do blogue, neste caso a *LibreTrend*.

---

<sup>36</sup> Como já referimos anteriormente, é comum na internet a adesão a “Desafios de Leitura”, ou “*Reading Challenges*”. Neste caso, o sítio *goodreads* propõe um desafio anual, no qual os participantes estabelecem os seus próprios objetivos numéricos, e atualizam o progresso em páginas pessoais no referido sítio. Qualquer pessoa pode aderir e partilhar a aplicação da *goodreads* no seu blogue/página pessoal.

Constatamos assim que o layout<sup>37</sup> desta página é simples, graças à utilização de poucas cores e predominância do branco. O fundo é completamente branco e são apenas utilizadas duas imagens no cabeçalho. O esquema cromático é limitado a verde e cinzento escuro, as únicas duas cores utilizadas nos textos ao longo de toda a página. As capas de livros e imagens das publicações conferem alguma cor à página.

Esta página é de navegação intuitiva, graças à utilização do esquema de três colunas. Apesar de verticalmente existirem muitos elementos (dezoito publicações na coluna central e mais de duzentos elementos na coluna da direita), as ferramentas disponibilizadas permitem ao utilizador aceder à informação sem ter que percorrer a página em toda a sua extensão. Essas ferramentas são: a barra de pesquisa na parte superior da coluna esquerda, a utilização de etiquetas e os menus na barra superior. Os menus são claros, específicos e explícitos, tornando o acesso à informação fácil e rápido. Ao clicar sobre elementos das colunas estes tornam-se azuis, marcando assim os elementos que o utilizador já explorou.

Este sítio tem um grau de interatividade alto: o utilizador pode comentar as publicações, pode partilhar a informação em três sítios da internet (*Twitter*, *Google+* *Facebook*), pode entrar em contato com os bloguistas através do *Blogger*, *Twitter*, *Facebook* e *Gmail*. *As Histórias de Elphaba* está presente em quatro redes sociais: *Facebook*, *Google+*, *Pinterest* e *Twitter*. Um utilizador poderá ainda interagir com Elphaba através da sua página no sítio *goodreads*.

Este blogue contém publicidade: a loja *As Histórias de Elphaba* em *Leya Online*<sup>38</sup>, um anúncio publicitário discreto no rodapé, e uma barra com a posição no blogue no ranking do *BlogsPortugal*<sup>39</sup>.

Esta página é bem organizada, tem um layout limpo que advém da utilização do branco. Apesar da informação do blogue apontar para dois colaboradores, Elphaba é claramente a responsável pela página, e no período analisado todo o conteúdo e respostas aos comentários foram feitos pelo elemento feminino. Neste blogue presa-se muito a privacidade da bloguista, como podemos verificar pela utilização de um pseudónimo (só temos conhecimento do seu nome verdadeiro através da página *BlogsPortugal*), da inexistência de informações pessoais (como a idade e localidade por exemplo), de fotografias suas (somente numa fotografia de grupo mostra o rosto) e da ausência de elementos no *blogroll* (que refletem os gostos do

---

<sup>37</sup> De acordo com o Dicionário da Língua Portuguesa da Porto Editora (2014), “layout” é um termo informático que se define como: «disposição da informação num documento, incluindo o formato, o tamanho, a distribuição ou a organização gráfica».

<sup>38</sup> Este elemento é considerado publicidade pois o objetivo é vender livros recomendados pela autora do blogue.

<sup>39</sup> Este elemento é considerado publicidade pois promove um sítio internet que não o próprio blogue.

bloguista). Quando fala sobre si, a bloguista fala mais sobre a sua posição como leitora («viciada em literatura fantástica») do que sobre a sua vida pessoal. Poderíamos argumentar que esta falta de informação não permite ao leitor do blogue criar uma relação de empatia com a bloguista, uma vez que esta se remove “fisicamente”. Sem imagens suas e com pouca informação pessoal, esta bloguista faz-se valer pelos seus textos, o que conta não é a sua aparência, mas sim o que ela tem a dizer sobre determinado assunto. Regra geral, os seus textos transmitem emoções com que leitores de todas as idades se podem identificar, como o entusiasmo, frustração, alegria e tristeza. As resenhas literárias não se limitam ao simples “gosto” ou “não gosto”, são textos longos que falam da experiência da bloguista com o livro e até com o próprio autor. Podemos então dizer que a falta de informação pessoal neste blogue é compensada pela presença da bloguista nos textos (não são somente descrições de livros ou acontecimentos), e que a ausência de imagens do rosto da bloguista se torna positiva na medida em que impede que o utilizador formule uma opinião sobre ela tendo por base o seu aspeto físico.

#### 4.3. *Atmosfera dos livros*

Ao entrar no blogue *Atmosfera dos livros* no dia 2 de fevereiro de 2016, encontramos uma página com duas barras superiores: uma barra do sítio *Blogger* (que permite visitar outras páginas registadas em *www.blogspot.com*), e uma barra do sítio *Wikplayer* que permite ouvir música enquanto se visita o blogue.

O fundo é composto por uma imagem abstrata em tons claros que variam entre o cinza e o rosa. O nome do blogue está centrado, numa cor que se confunde com alguns dos elementos que compõem o fundo. Abaixo, é citada uma frase de *Bill Gates*: «Meus filhos terão computadores, sim, mas antes terão livros. Sem livros, sem leitura, os nossos filhos serão incapazes de escrever – inclusive a própria história.».

Abaixo do cabeçalho encontram-se oito separadores de cor azul com letras a preto: “Desafios para 2016”; “Desafio 2015”; “Leituras 2014”; “Desafios de 2013”; “Desafio 2012”; “Desafio de 2011”; “Desafio de 2010” e “Página inicial”. No primeiro separador, “Desafios para 2016”, a autora do blogue escreve um texto no qual expressa o seu objetivo de ler duzentos livros no ano de 2016, e lista quais os desafios de leitura que vai tentar conquistar para atingir esse fim. De seguida apresenta a lista dos livros que leu no mês de janeiro, com o nome do livro e o autor, sendo que o nome da obra é um link que nos remete para a opinião literária publicada

no blogue. Os sete desafios a que a bloguista pretende aderir são apresentados em seguida. No fim, a autora do blogue expressa mais uma vez o propósito destes desafios: «[...] diminuir a pilha de livros da minha estante.».<sup>40</sup>

O separador “Desafio de 2015” consiste numa lista de livros, organizado por mês, no qual cada título de livro funciona como link para a opinião publicada no blogue. O separador “Leituras de 2014” é uma lista de livros sem links, e o separador “Desafios 2013” é uma lista de livros organizados por temas, também sem links. No separador “Desafio 2012” encontramos um breve texto introdutório acompanhado da lista de livros que a autora do blogue declara ter lido, organizados por mês, mas sem qualquer link. O separador “Desafio de 2011” e o “Desafio de 2010” são compostos simplesmente por listas de livros sem links. Em todos os separadores existe um pequeno envelope que permite o envio da publicação por correio eletrónico utilizando uma funcionalidade do *Blogger*, e um espaço de comentários.

Este blogue respeita o esquema de três colunas: a coluna central com uma imagem de fundo abstrato e as colunas laterais em cinzento escuro. O primeiro elemento da coluna da esquerda é o perfil da autora do blogue: um breve texto no qual ela fala sobre o seu gosto pela leitura, acompanhado de uma pequena fotografia, e de um link para a página do *Blogger*. No perfil do *Blogger* são dadas mais informações sobre os gostos musicais e cinematográficos da autora de *Atmosfera dos livros*. Ainda na coluna da esquerda, abaixo do perfil, temos o endereço de correio eletrónico da autora do blogue. Seguidamente, é apresentado o “Escritor convidado a escrever no *Blog*”, acompanhado de uma fotografia e do nome do escritor (Luís Abreu). São ainda apresentadas as seis editoras (nome e logótipo) que têm parceria com este blogue: A M Pereira; Livros de Ontem; Chiado Editora; Editorial Bizâncio; Bertrand Círculo e Verso da História, sendo que destas seis editoras são fornecidos apenas quatro links para os respetivos sítios (não existem links para a editora A M Pereira nem Verso da História). Em seguida, é apresentada uma imagem composta pelo desenho de uma rapariga a ler, acompanhada de uma citação de R. Descartes. Abaixo desta imagem, a autora do blogue deixa o link para a sua página do sítio *goodreads*. Segue-se um pequeno texto redigido por Carla, no qual os leitores são alertados para a possível presença de *spoilers* e são creditados os resumos dos livros («retirados de wook.pt») e as imagens utilizadas neste blogue como sendo retiradas «da internet». Na continuação desta coluna, o utilizador é convidado a seguir a *Atmosfera dos livros* através da rede *Google+*, sendo-nos apresentado um conjunto de pequenas fotografias que mostram

---

<sup>40</sup>A publicação na íntegra pode ser consultada em: <http://atmosferaDOSlivros.blogspot.pt/p/desafios-para-2016.html>

algumas das 422 pessoas que seguem esta página. Em seguida são apresentadas as “Mensagens populares”, que consiste numa lista de dez links para dez publicações. Depois é apresentado o *blogroll*, intitulado “Blogs que leio”, com os nomes dos vinte e cinco blogs (e respectivas hiperligações) que a autora acompanha. O elemento seguinte é o arquivo do blogue, aqui apresentado verticalmente, por ordem cronológica, com cada mês seguido do ano e número de publicações. Abaixo está uma lista com o título “Autores já lidos”, organizada por ordem alfabética, seguida de cinco imagens variadas, sem qualquer link, que exprimem o gosto pela leitura. Esta coluna termina com um conjunto de pequenas imagens de capas de livros que servem de links para a página da autora do blogue no sítio *goodreads*.

Na coluna central encontram-se as publicações. São compostas pela data, título da publicação (que funciona como link) e pelo texto. O texto termina com a hora da publicação e o nome do autor da mesma, existindo ainda um pequeno envelope que permite enviar a página por correio eletrónico. O utilizador pode exprimir a sua opinião através de uma das três opções fornecidas pelo blogue: “não gostei”, “gostei” ou “gostei muito”, ou comentando a publicação.

A coluna direita é composta por dois links e um conjunto de imagens. Ambos os links remetem para a página da *goodreads*: o primeiro é o desafio de leitura que a autora do blogue definiu para si própria (ler duzentos livros num ano), e o segundo link para a página do livro que está a ler no momento. Seguidamente são apresentadas imagens: as primeiras cinco são títulos de desafios de leitura, a sexta e a sétima imagens são de duas bandeiras, a primeira do Brasil e a segunda dos Estados Unidos da América. A seguir, organizadas verticalmente, vêm-se vinte capas de livros sem qualquer link. Os últimos dois elementos desta coluna são dois contadores: o primeiro informa qual o número de utilizadores que visitam a página a cada momento, e o segundo contabiliza o total de visitas que a página recebeu (294.981).

O rodapé é constituído pela data em que o esquema de organização do blogue se tornou definitivo; nome do responsável pelo *design* do blogue (neste caso a própria autora); link da página de onde foi retirada a imagem de fundo do blogue e um texto. Neste texto Carla pede o respeito dos utilizadores pelas opiniões mútuas, a não utilização dos conteúdos do blogue (imagens, vídeos, músicas e sinopses de livros) sem a sua autorização, bem como para ser avisada em relação a conteúdos sem fontes, para que possa corrigir a situação.

Constamos que o layout deste blogue é complexo: existem muitas cores que se confundem, um fundo abstrato com vários elementos, colunas de cores diferentes (duas

cinzento escuras e uma branca) e muitas imagens nas colunas. Para além de todos os elementos visuais, o blogue ainda tem música.

Comparativamente com a página *As Histórias de Elphaba*, este blogue é menos interativo, uma vez que está ausente das redes sociais que (como veremos no capítulo 6) representam uma fonte de interação direta e eficaz. Essencialmente os utilizadores podem interagir com esta bloguista de três formas distintas: comentando uma publicação do blogue, comentando uma publicação na página da *goodreads* ou entrando em contacto através de correio eletrónico. Não obstante a organização em três colunas, esta página é de difícil navegação, pois existem muitos elementos nas colunas e os menus são repetitivos e pouco claros. Nos separadores existe uma escassez de links, o que significa que a informação se torna de difícil acesso: um utilizador interessado em ler a opinião sobre um livro apresentado como lido num dos separadores “Desafios” não pode aceder diretamente a essa informação, sendo obrigado a procurá-la ou por autor ou no arquivo. O facto de o arquivo do blogue estar organizado verticalmente constitui outro obstáculo: encontrar um elemento específico entre os mais de cinquenta presentes na coluna da esquerda é uma tarefa morosa. Alguns elementos da coluna da esquerda não são totalmente esclarecedores: não se especifica se o “Escritor Convidado” é uma colaboração permanente ou temporária, nem se apresentam links dos textos do convidado. Na coluna da direita as imagens não são acompanhadas de qualquer título que esclareça o seu propósito. As bandeiras dos países são acompanhadas dos títulos “1º País” e “2º País”, sem que seja dada qualquer justificação para a escolha de elementos tão específicos. As capas dos livros, apresentadas sem qualquer link a elas associado aparentam ser meramente decorativas. A disposição vertical de muitos elementos (na coluna da esquerda são mais de cinquenta), cuja organização não tem critérios óbvios, e a falta de links tornam este blogue de difícil leitura e consulta. Em contrapartida, a mudança de cor das hiperligações que foram abertos (de vermelho passam a cinzento escuro) é um elemento positivo na medida em que torna possível a distinção entre informação consultada de não-consultada.

Não existe publicidade direta no blogue *Atmosfera dos livros*, o único elemento que poder ser considerado publicidade é a presença de logótipos e links das editoras que colaboram com o blogue. O *blogroll* é extenso, e as informações sobre a autora do blogue são limitadas ao nome e gostos musicais e cinematográficos. Outro elemento ausente, que normalmente se encontra em blogues é um texto sobre o próprio blogue (origem, objetivos e evolução).

As cores dos elementos que se confundem com a imagem de fundo, o layout que possui muitos elementos que parecem “disputar” o espaço, a extensa organização horizontal e vertical, e a música (que não só tem que ser desligada manualmente, como surge cada vez que o utilizador abre um elemento do blogue num novo separador/página) podem deixar o leitor a sentir-se assoberbado. Ultrapassada esta impressão, verificamos que estamos num blogue bastante completo (cabeçalho, rodapé, perfil e *blogroll*) e organizado de uma maneira “tradicional” (esquema de três colunas), mas onde o acesso à informação é dificultado pela extensão vertical, separadores repetitivos e links ausentes ou que não funcionam. À semelhança da situação encontrada em *As Histórias de Elphaba*, o perfil desta bloguista não apresenta a sua idade ou localidade, mas esta difere da autora do blogue anterior ao apresentar uma pequena fotografia de rosto e exprimir gostos pessoais no perfil e no *blogroll*. A bloguista praticamente elimina a sua imagem física e constrói uma imagem virtual através de palavras. Regra geral, quando os bloguistas falam sobre si focam-se na sua relação com a página, com a literatura e como estas se encaixam no dia-a-dia. Este blogue distingue-se dos restantes na medida em que foram aí publicados textos no qual a responsável pela página fala sobre a sua vida pessoal e profissional sem integrar neles a literatura.

#### 4.4. *Estante de Livros*

Ao entrar no blogue *Estante de Livros* no dia 25 de janeiro de 2016 encontramos uma página sem qualquer barra publicitária, cujo fundo escuro contrasta com as cores claras das colunas de conteúdos. A imagem de fundo deste blogue é simples: apenas riscas castanho-claras e castanho-escuras numa posição oblíqua. O cabeçalho é constituído por uma imagem de um livro aberto alinhado à esquerda, seguido do nome do blogue a amarelo e branco. Alinhado à direita encontram-se botões de três sítios: *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*. Cada um destes botões abre a página/conta de *Estante de Livros* no respetivo sítio. Nenhuma destas redes sociais foi negligenciada: uma rápida visita permite concluir que foram publicados conteúdos regularmente nos últimos trinta dias na conta do *Twitter*, na página do *Facebook* e na conta do *Instagram*. Abaixo destes botões, alinhados à esquerda existem quatro separadores e, alinhado à direita, um botão de pesquisa permite procurar conteúdos dentro do blogue.

O primeiro separador deste blogue intitula-se “Opiniões” e nele «[...] poderão encontrar a listagem alfabética de todas as opiniões publicadas no “Estante de Livros” desde o seu

nascimento.»<sup>41</sup>. O separador seguinte tem o nome “Autores” e é composto por um texto introdutório, seguido de uma lista organizada por ordem alfabética de nomes de autores. Na introdução explica-se quais os elementos presentes em cada página de autor (pequena biografia, bibliografia e links relevantes), quais as fontes utilizadas (Catálogo *online* da Biblioteca Nacional, livraria *online* Wook, *Wikipédia* e *Bibliowiki*) e é feita uma ressalva: «[...] peço que caso desejem utilizar a informação, esta seja devidamente creditada.» porque o processo de construir as páginas «resultou de muitas horas de trabalho»<sup>42</sup>. O terceiro separador tem o nome “Estantes” e nele encontra-se uma compilação de publicações com fotografias de estantes de livros. No último separador, intitulado “Sobre”, podemos encontrar uma breve biografia do autor do blogue; informação sobre a origem do blogue, os colaboradores, as editoras que apoiam o blogue, a quem pertence a responsabilidade da gestão dos direitos de autor, qual a finalidade da publicidade e os contactos. É neste espaço que a autora do blogue, somente identificada como Célia, se compromete a indicar a proveniência dos livros (se forem enviados por editoras, essa informação será dada) e garante «total imparcialidade» nas suas opiniões, estabelecendo que estas apenas refletem a sua «opinião pessoal»<sup>43</sup>. Em todos os separadores existem os mesmos três botões para partilhar as publicações nas redes sociais *Twitter*, *Google+* e *Facebook*.

A informação encontra-se organizada no esquema de três colunas: na coluna da esquerda, o primeiro elemento é a aplicação «*2016 Reading Challenge*», no qual se lê «Célia has read 9 books toward her goal of 75 books. 9 of 75 (12%)» e ao clicar sobre este retângulo somos encaminhados para a página de Célia no sítio *goodreads*. O elemento seguinte presente no blogue é uma pequena fotografia de lombadas de livros, acompanhada de um botão “*Like Page*” que remete os utilizadores para a página do blogue na rede social *Facebook*. Abaixo é apresentado um arquivo dedicado às opiniões literárias publicadas no blogue desde 2007, organizado por ano, da publicação mais antiga para a mais recente. Abaixo temos o termo “Rúbricas”, seguido de uma lista de algumas publicações que se podem encontrar nesta página, sendo elas: “Capas Semelhantes”, apresentação de livros diferentes com capas semelhantes ou capas que utilizam a mesma fotografia; “Das Palavras às Imagens” textos sobre livros adaptados ao cinema; “Estantes”, fotografias das estantes de livros enviadas por seguidores do blogue e por outros bloguistas; “Leitor Convidado”, relatos na primeira pessoa sobre a relação entre

---

<sup>41</sup> A publicação na íntegra pode ser consultada em: <http://www.estantedelivros.com/indice-de-opinioes>.

<sup>42</sup> A publicação na íntegra pode ser consultada em: <http://www.estantedelivros.com/autores>

<sup>43</sup> A publicação na íntegra pode ser consultada em: <http://www.estantedelivros.com/sobre>

leitor e livro; “Livros ao Sábado”, um conjunto de imagens/fotografias publicadas ao Sábado e por último “Outras Leituras”, uma lista de links de artigos de diversos temas do interesse da autora que poderão interessar também ao leitor do blogue. O quinto elemento da coluna da esquerda é um retângulo dedicado à publicidade cujo conteúdo muda cada vez que se entra na página. O último elemento da coluna da direita é o *blogroll*, chamado neste sítio de “Mais livros”, com mais de cinquenta elementos.

O espaço da coluna central é dedicado aos conteúdos. Cada publicação começa com o título alinhado à esquerda, que é regra geral o nome da rubrica, com o número total de publicações naquela rubrica entre parêntesis, acompanhada por três botões de partilha nos sítios *Twitter*, *Google+* e *Facebook*. Abaixo do título consta a data da publicação e o nome do autor<sup>44</sup>. Alinhado à esquerda um balão de texto de banda desenhada acompanhado de “Com” (diminutivo de “comentário”) informa o leitor do número de comentários feitos a cada publicação. Abaixo do texto é apresentado um conjunto de links relacionados com o tema da publicação, no qual podem estar presentes links para as editoras. Na rubrica “Opiniões” o texto é seguido de uma classificação de um a cinco, seguido de um breve comentário que resume a opinião da autora do blogue, e caso o livro não tenha sido adquirido por meios próprios é publicada a nota: «Este livro foi-me disponibilizado pela respetiva editora, em troca de uma opinião sincera.». Ao clicar no título da publicação esta surge numa nova página e com mais elementos: acima do título surge o nome da publicação anterior (à esquerda) e posterior (à direita); é fornecida uma lista de “*Posts* relacionados” (uma lista de títulos da mesma rubrica); os comentários passam a ser visíveis; dois botões convidam o utilizador a discutir e partilhar *Estante de Livros* no sítio *Disqus* (um sítio de gestão e manutenção de conteúdos de páginas da internet); são apresentados comentários feitos a outras publicações do blogue, acompanhados do nome da publicação e data do comentário; surgem botões de navegação no cabeçalho e no rodapé, posicionados à esquerda e à direita com o título da publicação anterior e posterior. Por último, num tom claro quase impercetível, encontramos outros quatro botões: “Subscrever” o blogue, “Saber mais acerca de *Disqus*”, opções de “Privacidade” e logótipo da *Disqus* que funciona como link para este sítio.

Na coluna da direita são apresentados sete elementos. O primeiro são imagens acompanhadas de links dos livros que a autora do blogue se encontra a ler. O segundo é um link

---

<sup>44</sup> No caso das resenhas literárias o termo “Opinião” aparece entre parêntesis retos, seguido do nome da obra, do autor da obra e sem qualquer número.

para a página principal do sítio *goodreads*. O terceiro é a opção de subscrever a *Newsletter* desta página. O quarto elemento é um retângulo de publicidade semelhante ao presente na coluna da esquerda. Abaixo, um segundo arquivo permite ter acesso às publicações do blogue, desta vez na sua ordem original (com as diversas rúbricas intercaladas) organizadas por ano e por mês. O sexto elemento é um botão do sítio que licencia o blogue, neste caso a *Creative Commons*. O último elemento é um contador de visitas, que contabiliza o total de visitas desde julho de 2007. À data da análise esse número era 2.301.954. O rodapé é constituído por três links para sítios de gestão de conteúdos dos blogues: *WordPress*, *FeedBurner* e *Disqus*.

O layout desta página é simples: o fundo castanho e preto contrasta com o branco utilizado nas colunas. Não existem muitos elementos visuais, os conteúdos ocupam o lugar de destaque. Este blogue tem um elevado grau de interatividade: está presente em três redes sociais (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*) e é fornecido um endereço de correio eletrónico. O utilizador pode ainda entrar em contato com a autora do blogue através da sua página da *goodreads*. Para além do mais, este blogue pode ser considerado interativo na medida em que é dado papel de destaque ao utilizador: das seis rúbricas apresentadas na coluna da esquerda, duas delas são dedicadas ao leitor do blogue (“Estantes” e “Leitor convidado”) que tem então um papel ativo na produção de alguns conteúdos da página.

Em termos de navegação este blogue é fácil e intuitivo: o número reduzido de elementos nas colunas laterais (seis na coluna esquerda, sete na direita) e na coluna central (entre cinco e sete publicações por página) traduz-se numa rápida leitura vertical e a informação é facilmente encontrada. Os menus são claros e com links funcionais. A atribuição de nomes claros e curtos às rúbricas, que se mantêm ao longo de várias publicações, torna a navegação eficiente: facilmente o leitor fica familiarizado com o tipo de conteúdos que pode encontrar, o que torna a busca de conteúdo específico fácil e rápida, uma vez que a temática explorada no texto está resumida no título. A apresentação de links da mesma rúbrica publicados noutras datas convida o utilizador a explorar textos semelhantes ao que lhe interessou. Os títulos de publicações antecedentes/sequentes localizados acima do título facilitam a navegação no blogue (não é preciso retroceder nem aceder à página principal para ter acesso a elas).

Este blogue tem publicidade explícita cuja finalidade a autora do blogue afirma ser «pagar o servidor no qual o mesmo está alojado<sup>45</sup>». Este blogue tem um *blogroll* extenso (mais

---

<sup>45</sup> A publicação na íntegra pode ser consultada em: [www.estantedelivros.com/sobre](http://www.estantedelivros.com/sobre)

de cinquenta blogues) e o perfil da autora do blogue está integrado num texto que explora os motivos da criação do blogue, quais as editoras que o apoiam, contatos, direitos de autor e uso de publicidade.

A utilização de tons de castanho confere a este blogue uma imagem taciturna. Todavia, ao explorar este blogue constatou-se que a fácil navegabilidade e organização cuidada constituem bons motivos para que o utilizador se mantenha na página. Na data da análise, esta bloguista não tinha uma única fotografia de rosto e constrói uma imagem virtual sem associar a ela a sua imagem física. O separador “Autores” é tão completo e bem organizado que pode servir de fonte num trabalho académico, o que contribui para a construção da imagem da bloguista como sendo uma pessoa paciente e trabalhadora. Como iremos ver, todos os blogues analisados permitem a interação entre bloguista/leitor, mas neste blogue o nível de interatividade é levado mais longe em rubricas tais como “Estantes” em que o enfoque está no leitor. Podemos então dizer que a autora deste blogue é extremamente atenciosa para com os seguidores da página. Quando fala sobre a sua vida pessoal, a bloguista geralmente limita-se a falar da sua relação com os livros.

#### 4.5. *Marcas de Leitura*

Ao entrar neste blogue a 12 de dezembro de 2015 encontramos uma barra verde-clara que percorre toda a parte superior da página, com a sigla “BTP” em letras brancas que remete para o sítio <http://blogsportugal.com/>.

A imagem de fundo deste blogue é uma fotografia desfocada da qual se percebe um céu azul e elementos verdes, sobre a qual estão posicionados o cabeçalho e as colunas do blogue. O cabeçalho é azul e branco com o desenho de uma estante com livros dispostos em duas prateleiras e alinhados à esquerda. Na prateleira de cima e alinhado à direita está o nome do blogue *Marcas de Leitura*, na de baixo em letras mais pequenas é possível ler o lema «Opiniões e partilha de livros e literatura» e a autoria do blogue «Um blogue de Manuela Santos».

Este blogue é organizado em três colunas que coexistem num espaço branco opaco que não permite ver a imagem de fundo. Na coluna da esquerda um quadrado verde e branco anuncia a presença deste blogue no sítio <http://blogsportugal.com/> assim como o posicionamento no ranking geral. Clicando neste quadrado o utilizador é encaminhado para a página do *Marcas de Leitura* no sítio <http://blogsportugal.com/>. Abaixo temos duas barras de pesquisa: a primeira da *Wikipédia*, através da qual o utilizador pode pesquisar informação publicada neste sítio, a

segunda permite pesquisar informação dentro do próprio blogue. Uma aplicação do *Google Translate* permite traduzir automaticamente o conteúdo do blogue. Abaixo temos uma lista dos passatempos que estão a decorrer no sítio. O nome de cada passatempo é acompanhado de uma fotografia, e ao clicar sobre eles, o utilizador é remetido para a publicação original, na qual constam a data limite de participação, as regras, o prémio e o patrocinador. Em seguida temos uma fotografia de uma estante de livros com o título “A ler”, mas sem qualquer link. Abaixo temos uma lista de mais de oitenta passatempos. O último elemento da coluna da esquerda é o *blogroll*, aqui com o título “A Minha Lista de *Blogs*”. Esta lista com cerca de cinquenta elementos é composta pelos links do blogue e título da sua última publicação.

A coluna principal é constituída pelas publicações. Cada publicação tem um título (que também é um link), seguido pelo texto (geralmente acompanhado por uma imagem), nome do autor da publicação e data. Abaixo, o leitor do blogue pode expressar a sua opinião através do sistema de comentários e/ou escolher classificar o artigo de “divertido” e/ou “interessante e fantástico”, sabendo ainda o número de pessoas que já o fizeram. Abaixo da secção “Comentários” cinco botões permitem interagir com o blogue de maneiras diferentes: enviando um *email* com o artigo publicado utilizando uma funcionalidade do *Blogger*; abrindo uma janela para que o utilizador escreva a partilhe a sua opinião sobre o blogue (outra funcionalidade do *Blogger*); partilhando o link do blogue nas redes sociais *Twitter*, *Facebook* ou *Pinterest*. Os últimos três botões abrem automaticamente as páginas do *Twitter*, do *Facebook* ou do *Pinterest*. Ao abrir uma publicação surgem três botões na parte inferior da página que permitem aceder às publicações anteriores e posteriores (pela ordem original de publicação) ou regressar à página principal.

O primeiro elemento da coluna da direita é um botão do *Facebook* que reencaminha o utilizador para a página do blogue nesta rede social. Abaixo temos uma série de pequenas fotografias de algumas das 776 pessoas que seguem este blogue e que estão registadas no sítio *Blogger*. Abaixo temos uma lista das vinte editoras presentes no blogue: cada elemento tem o nome e o logótipo (que funciona como link para o respetivo sítio). Abaixo existe uma listagem simples com links de apenas dezasseis das vinte editoras. Segue-se mais uma lista, desta vez de dezoito autores (dez estrangeiros e oito portugueses) com links para a página pessoal, o blogue ou a entrada na *Wikipédia* de cada um. Abaixo está uma fotografia da autora e o link para a sua página de perfil do *Google+* (com localidade e profissão). O elemento seguinte é o arquivo do blogue, ordenado por ano e por mês, com o total de entradas em cada um. Em seguida a autora

organiza os textos publicados no blogue em oito listas: “Opiniões” (a sua opinião sobre livros lidos); “Entrevistas” (feitas presencialmente e/ou através de meios digitais a autores de livros); “Hoje apetece-me escrever” (miscelânea de textos da autora); “Coisas de Criança” (histórias, verídicas ou não-verídicas, envolvendo crianças); “Poemas e Citações”; “Bibliotecas/Livrarias” (coletânea de textos informativos e/ou divulgação destes espaços); “Ano de 2014” (balanço e lista de leituras do ano 2014) e, por último, “Leituras de 2015” (balanço mensal das leituras da bloguista).

O último elemento deste blogue a ser analisado é o rodapé. O rodapé é um retângulo numa cor mais escura do que o resto do blogue. Alinhado ao canto superior esquerdo um retângulo branco sugere ao utilizador que digite o seu endereço eletrónico, sem dar mais nenhuma informação. Ao preencher e submeter informação neste campo, o utilizador subscreve o blogue. Abaixo é apresentada uma série de pequenas fotografias dos seguidores deste blogue do *Google+Followers*. Alinhado à direita encontra-se um contador de visitas que à data contabilizava 175.555, e abaixo está um formulário para o utilizador entrar em contato com este blogue. Por último, centrado em baixo consta o nome do sítio que hospeda este blogue, neste caso o *Blogger*.

O layout deste blogue é complexo, pois vários elementos coexistem num espaço reduzido: na parte superior da página uma barra publicitária a verde partilha o espaço com o cabeçalho escrito em letras grandes a azul, sobre um fundo constituído por uma imagem desfocada que se torna abstrata. Um grande retângulo semitransparente contém todos os elementos, no qual se destaca a coluna central a branco opaco que contém as publicações. As cores suaves utilizadas não dão contraste nem destaque aos elementos das colunas.

O grau de interatividade deste blogue é médio: não existe nenhum endereço de correio eletrónico, nem página da *goodreads* e *Marcas de Leitura* só está presente em duas redes sociais, o *Facebook* e o *Google+*. A única ferramenta que o blogue providencia ao utilizador para entrar em contato com a autora da página é um “Formulário de Contato”, que perde destaque devido ao seu posicionamento no rodapé de uma página com muitos elementos verticais. Ao carregar nas publicações surgem botões de outras duas redes sociais nas quais o blogue não está registado: *Pinterest* e *Twitter*. Os conteúdos do blogue podem ser partilhados nestes sítios, mas não é possível interagir com a bloguista nestas plataformas.

Apesar de estar organizado em três colunas, esta página é de difícil navegação. Não existem menus neste blogue, nem marcadores/etiquetas e a informação está toda organizada verticalmente. O arquivo do blogue apresenta apenas cem publicações por mês e nos meses em que esse número é excedido a informação torna-se de difícil acesso. Consideremos o mês de janeiro de 2016, com 207 publicações: ao aceder ao arquivo são apresentadas as últimas cem publicações, neste caso feitas entre dia 31 e dia 19. Para consultar as publicações do dia 18 o utilizador tem duas hipóteses: ou recorre à barra de pesquisa e tenta encontrar o que pertence nas dez páginas de resultados ou tem que clicar em “Mensagem antiga” até encontrar aquilo que deseja. Este processo é moroso, o que significa que o acesso à informação é ineficaz em alguns casos. Nem tudo é negativo: um link acedido muda de cor (de azul escuro para azul claro), permitindo ao utilizador distinguir as páginas visitadas das não visitadas, e existem ainda duas barras de pesquisa (uma interna e uma da *Wikipédia*).

A dupla listagem de editoras (primeiro com logótipos e depois sem) torna-se repetitiva e não há qualquer critério explícito para a eliminação de quatro editoras entre listas. Os nomes dos autores não estão organizados por ordem alfabética e alguns links já estão desatualizados: as hiperligações de Marta Amaro e Emílio Magro Martins reencaminham para a página principal do sítio da Chiado Editora (quando deveriam encaminhar diretamente para a biografia destes autores) e a página de Liliana Lavado já não existe.

A única publicidade que o blogue *Marcas de Leitura* tem advém da barra verde do *BlogsPortugal*. Este conteúdo é dinâmico na medida em que varia de cada vez que se acede ao blogue, ou se atualiza a página principal. Aí são promovidos produtos/serviços/blogues assim como o *BlogsPortugal*. Num desses cliques encontrou-se um anúncio à barra verde, sobre como instalá-la no blogue, o objetivo (autopromoção e receber mais visualizações) e o nome desta funcionalidade: *widget*. Se considerarmos que *Marcas de Leitura* utiliza várias funcionalidades do *Google*, *Blogger* ou *Wikipédia* e que tem logótipos e links de editoras, pode-se considerar que este blogue faz divulgação de marcas mesmo que de forma indireta. O *blogroll* é extenso e não existem informações sobre a autora do blogue ou os motivos que levaram à criação do mesmo.

À semelhança da responsável de *Atmosfera dos livros*, também a bloguista Manuela Santos tem uma pequena fotografia de rosto no blogue, mas esta bloguista foi ainda mais longe: ao longo do período analisado publicou várias fotografias suas, em lançamentos de livros e feiras do livro por exemplo. No blogue, para além do nome, não existe informação sobre a

autora da página, sendo necessário visitar o seu perfil no *Google +* para saber a sua localidade e profissão. Regra geral esta bloguista não fala da sua vida pessoal, mas podemos afirmar que se exprime através das suas poesias.

#### 4.6. *Silêncios que Falam*

Ao entrar neste blogue a 12 de janeiro de 2016 um dos elementos que se destaca é o esquema cromático, no qual predomina o preto. Ao contrário de outros blogues analisados, o fundo é simplesmente preto, sem qualquer fotografia, elemento de *design* ou até textura.

Acima do cabeçalho, sem posição de destaque e a cinzento escuro, pode-se ver a barra do sítio *Blogger*. No cabeçalho destaca-se um retângulo verde, centrado, numa posição oblíqua, com o nome do blogue, *Silêncios que Falam*, e estas palavras também estão centradas e em posição oblíqua. À esquerda uma animação de uma pena escreve constantemente o nome do autor da página: Miguel Pestana. Alinhado à direita uma pilha de livros remete para a temática do blogue. Abaixo do cabeçalho encontram-se sete separadores: “1ª Página”; “Sobre o blogue”; “Opinião Livros”; “Livros A a Z”; “Passatempos”; “Parcerias editoriais” e por último “Entrevistas a escritores”. O separador “1ª Página” permite ao utilizador regressar à página principal sempre que desejar. No separador “Sobre o blogue” o autor publicou um texto (atualizado pela última vez a quinze de setembro de 2015) sobre este sítio: a origem, a evolução e os objetivos futuros para a página. No separador “Opinião Livros” encontram-se as opiniões de Miguel Pestana sobre livros, organizadas da mais recente para a mais antiga, permitindo assim aos utilizadores que estejam interessados somente em opiniões literárias obterem esta informação sem que esta esteja intercalada com outros conteúdos. Também em “Livros de A a Z” estamos perante uma compilação das críticas literárias, desta vez organizada em lista de links, com o título da obra acompanhado pelo nome do autor, e organizada por ordem alfabética do título da obra. No separador “Passatempos” encontra-se uma compilação de publicações sobre os passatempos lançados neste blogue, do mais recente para o mais antigo, permitindo ao utilizador (tal como no separador “Opinião Livros”) ter um acesso rápido a esta informação. Em “Parcerias editoriais” é possível encontrar logótipos (que são simultaneamente links) das quarenta Editoras/Grupos Editoriais que colaboram com este blogue. No último separador “Entrevistas a escritores” encontra-se uma lista de links para as entrevistas conduzidas por Miguel Pestana a escritores para este blogue, acompanhadas de uma pequena fotografia e nome do entrevistado. Esta informação está organizada cronologicamente da mais antiga, publicada

a dez de maio de 2012, para a mais recente, publicada a 29 de julho de 2015. Todas as entrevistas têm uma breve introdução e quando não são presenciais essa informação é dada no fim do texto.

Ao contrário da maioria dos blogues analisados, este blogue não optou pela organização em três colunas, utilizando simplesmente duas: a central, na qual estão as publicações e uma coluna à direita, com uma série de elementos. A coluna central tem uma organização semelhante à dos restantes blogues analisados, cada publicação vem acompanhada por data (no cabeçalho), o texto seguido de dois botões do sítio *Facebook*, um deles que permite fazer “gosto” e o outro que permite partilhar (“*Share*”) a publicação. Cada publicação vem acompanhada de cinco botões interativos: o primeiro botão da esquerda permite enviar um *email* com o artigo publicado utilizando uma funcionalidade do *Blogger*; o segundo abre uma janela para que o utilizador escreva a partilhe a sua opinião sobre o blogue (outra funcionalidade do *Blogger*); os últimos três permitem partilhar conteúdo do blogue nas redes sociais *Twitter*, *Facebook* e *Pinterest*. Por último este blogue permite ao utilizador enviar um comentário através do *Blogger*, que ficará visível no blogue após ser aprovado.

O primeiro elemento da coluna da direita é o número de utilizadores detetados a visitar a página a cada momento e esta informação é discreta, a verde sobre fundo preto. Abaixo temos um link para o perfil de Miguel Pestana no sítio *Google+*. Seguidamente uma imagem de um envelope informa qual o endereço de correio eletrónico deste sítio. Abaixo uma pequena barra do Google permite pesquisar informação (o utilizador seleciona se no interior do blogue, ou em toda a internet). Um dos poucos elementos de *design* utilizados neste blogue é uma fotografia de uma mão a segurar um cartão branco, cujo conteúdo varia. Esta imagem é usada para informar o utilizador qual o elemento que será apresentado abaixo: no primeiro cartão consta a palavra “Seguidores” e são apresentadas as páginas de diferentes redes a partir das quais o utilizador poderá seguir este blogue. A primeira rede social é o *Facebook*, e num retângulo azul (que é uma hiperligação para a página do blogue neste sítio) informa-se o utilizador que este é o «Blogue Literário com mais fãs em Portugal» contando com mais de setenta e cinco mil “gostos”. De seguida um botão do *Blogger* permite o utilizador “Aderir a este site”, e um conjunto de pequenas fotografias informa que 2.671 pessoas já o fizeram. O mesmo esquema de botão e pequenas fotografias é apresentado em seguida, mas desta vez para o *Google+*, informando que 196 pessoas acompanham o blogue através deste sítio da Google.

Seguidamente temos uma lista com as dez publicações mais lidas da semana: uma lista de links acompanhados de uma pequena imagem e do título da publicação. A imagem da mão com um cartão volta a surgir, desta vez com a palavra “Passatempos”, seguida de duas imagens em tamanho grande que informam o utilizador dos passatempos que estão a decorrer no sítio, a data em que terminam, e as respetivas hiperligações. O utilizador é informado sobre a obra que o autor está a ler correntemente através da imagem da mão segurando um cartão no qual se lê “leitura atual” seguida da fotografia da capa de um livro, desta vez sem links. No cartão seguinte lê-se “Últimas leituras”, a que se seguem dez pequenas imagens de capas de livros. Ao clicar sobre cada fotografia é aberta a página da *goodreads* na qual o autor do blogue escreveu a sua opinião sobre a obra. Uma imagem com lápis de cor e capas de livros em tamanho grande é o elemento seguinte, e clicando na imagem encontram-se todas as publicações do blogue sobre “Arte Terapia”, incluindo passatempos e lançamentos de livros sobre este tema. No cartão seguinte lê-se “Marcador”, que consiste num conjunto de termos variados (vinte e um no total), intercalados de números, que dão a conhecer ao utilizador temáticas exploradas no blogue e quantas publicações foram feitas a respeito delas. Esta informação está organizada da categoria com mais publicações (“Livros” com 341 publicações) à com menos (“*GIF*”<sup>46</sup> com apenas uma publicação), e ao clicar sobre cada termo o utilizador tem acesso a todas as publicações sobre o tema (organizadas da mais recente para a mais antiga). O elemento seguinte é uma caixa que permite subscrever o blogue, inserindo um endereço de correio eletrónico.

No cartão seguinte está escrito “Sensor de Visitas”. Nele contabiliza-se o número de vezes que a página foi visitada (797.521 à data de análise). Um mapa mundo, imediatamente abaixo, abre uma página do sítio <http://www.revolvermaps.com/>, permite localizar os países dos utilizadores deste blogue, e determinar ainda de onde advém o maior número de visitas, neste caso Portugal e Brasil. Em baixo a imagem (que é ao mesmo tempo link) do sítio <http://passatemposadecorrer.com/> é o único elemento em todo o blogue que podemos considerar publicidade. A última utilização da imagem da mão com o cartão é para informar o utilizador que abaixo se encontra o “Arquivo”, onde todas as publicações anteriores podem ser consultadas. O elemento final é uma aplicação do *Google Tradutor*, que permite traduzir o blogue para sete línguas diferentes.

---

<sup>46</sup> De acordo com o Oxford Advanced Learner’s Dictionary, (2015) *GIF* é um termo informático que se refere a imagens animadas «the abbreviation for “Graphic Interchange Format” (a type of computer file that contains images and is used especially to make them appear to move)».

O rodapé é simplesmente composto por um convite ao utilizador a fazer “gosto” na «Página do blogue literário em Portugal com mais seguidores» acompanhado de uma imagem do blogue e com os botões do *Facebook* para essa finalidade.

O layout da página é simples graças à utilização de um esquema de cores clássico (preto e branco) com breves apontamentos de verde. A coluna central dos conteúdos a ocupar lugar de destaque e sobressai pela utilização do branco sobre preto. Por seu turno, a coluna da direita tem os seus elementos em letras verdes sobre fundo preto, mas as imagens de capas de livros conferem cor à página.

Este blogue tem um grau de interatividade médio: só está presente em duas redes sociais (*Facebook* e *Google+*) e é dado um endereço de correio eletrónico através do qual o utilizador pode entrar em contato com o criador do blogue, Miguel Pestana. Ao carregar nas publicações surgem botões de outras duas redes sociais nas quais o blogue não está registado: *Pinterest* e *Twitter*. Nestas plataformas o utilizador pode partilhar conteúdo do blogue, mas não pode interagir com ele.

A navegação neste blogue não é intuitiva, pois são utilizadas apenas duas colunas, todavia, a forma como está organizado torna a informação de fácil acesso. Contrariamente à maioria dos blogues analisados (que dão preferência a uma estrutura vertical), este blogue tem quase toda a informação organizada horizontalmente através de separadores, existindo ainda a opção de recorrer ao botão de pesquisa. Embora exista mudança de cor ao clicar nos conteúdos, esta é demasiado subtil, tornando-se difícil distinguir as páginas visitadas das não-visitadas.

O blogue não tem publicidade explícita, o único elemento que poderá ser considerado como tendo finalidade comercial é um link para a página “Passatempos a Decorrer”<sup>47</sup>. Nesta página são utilizadas duas funcionalidades do Google (tradução e pesquisa) por isso se considera que o blogue também o promove. Existe um texto sobre a origem do blogue, mas nota-se a escassez de informação sobre o seu criador: no perfil no *Google+* apenas se encontra a localidade (cidade do Funchal, ilha da Madeira). Um elemento completamente ausente é o *blogroll*.

Este blogue é muito completo e fácil de navegar graças às ferramentas disponibilizadas. Em raras ocasiões o bloguista partilhou citações e fotos de livros que adquiriu. Esta página é

---

<sup>47</sup>Informação retirada a 12-03-2016 de <http://passatemposadecorrer.com/>

ideal para quem busque informações literárias de diversas fontes sem as distrações que as publicações sobre a vida pessoal de um bloguista podem constituir.

#### 4.7. Comparações e Considerações

Os blogues analisados não têm muita variedade no esquema cromático, com exceção de *Atmosfera dos livros*. Estas páginas utilizam duas ou três cores, todos os textos são apresentados sobre fundo de cor homogênea e todas têm imagens nas colunas que lhes conferem cor, com predominância de imagens estáticas em oposição às dinâmicas.

Quanto à navegabilidade, de cinco blogues analisados, apenas *Silêncios que Falam* não está organizado em três colunas, limitando-se a duas. A utilização de três colunas não garante, porém, o simples acesso à informação: os blogues *Atmosfera dos livros* e *Marcas de Leitura* espelham essa situação. Estes dois blogues são organizados praticamente na vertical, o que pode levar o utilizador impaciente a desistir de procurar a informação. O blogue *Marcas de Leitura* tem ainda a agravante de ser o único sem separadores, o que prejudica o acesso à informação. Quando devidamente organizados<sup>48</sup>, os separadores não só facilitam o acesso à informação no blogue como ainda apresentam os conteúdos que a página oferece de uma forma direta e resumida, principalmente quando colocados no cabeçalho<sup>49</sup>. Todos os blogues possuem os botões “Publicação Anterior” e “Publicação Seguinte” (ou alguma variação com a mesma finalidade) o que se torna muito positivo, pois permite ao utilizador navegar no blogue seguindo a ordem original dos conteúdos, independentemente de terem sido publicados há muito ou há pouco tempo.

Em termos de interatividade, todos os blogues permitem o contacto do utilizador com o bloguista, ainda que ofereçam diferentes meios para o fazer e todos permitem que o utilizador comente as publicações. De cinco blogues analisados, quatro estão na rede social *Google+* (a exceção é *Estante de Livros*). O mais interativo é *As Histórias de Elphaba* presente em quatro redes sociais: *Facebook*, *Pinterest*, *Twitter* e *Google+*. Em segundo lugar está *Estante de Livros*, presente em três redes sociais: *Facebook*, *Pinterest* e *Twitter*. Os blogues *Silêncios que Falam* e *Marcas de Leitura* estão presentes em duas: *Facebook* e *Google+*. Por seu turno, *Atmosfera dos livros* é o menos interativo, presente apenas no *Google+*. Dos cinco blogues

---

<sup>48</sup>Em *Atmosfera dos livros* alguns separadores não possuem links para as publicações listadas, sendo que neste caso os separadores não facilitam o acesso à informação.

<sup>49</sup>Por exemplo em *As Histórias de Elphaba* e *Estante de Livros* existem muitos elementos verticais, todavia os separadores não obrigam à leitura vertical da página na sua totalidade.

analisados, quatro oferecem os mesmos botões de partilha de informação nos seguintes sítios: *Blogger*, *Twitter*, *Facebook* e *Pinterest* (o único que não oferece é *Atmosfera dos livros*). Todavia estes botões não garantem a interatividade, pois se um blogue não tem conta em determinada rede social, torna-se impossível estabelecer um diálogo entre blogue e utilizador nessa plataforma (por exemplo apesar de se poder partilhar informação no *Twitter* sobre o blogue *Silêncios que Falam*, não se pode gerar aí diálogo pois o blogue não tem conta nessa rede social). O blogue menos interativo é *Marcas de Leitura* pois para além da interação na página do *Facebook* (o *Google+* permite apenas comentar os conteúdos aí publicados) coloca o seu formulário de contato no rodapé de uma página tão extensa, que se torna praticamente invisível. O único blogue sem *Facebook* é *Atmosfera dos livros* e o único que não fornece endereço de correio eletrónico é *Marcas de Leitura*.

Um elemento que não foi referido na introdução, mas que devido à frequência com que foi encontrado adquiriu importância foi o sítio *goodreads*. Esta página literária permite acompanhar as leituras dos bloguistas (e de todos os que estejam registados, visto que a página não é exclusiva a quem tem blogues) e comentar as obras, gerando-se um diálogo sobre literatura. Dos cinco blogues analisados, apenas *Marcas de Leitura* não fez qualquer referência a este sítio. Dos restantes quatro blogues, apenas Miguel Pestana de *Silêncios que Falam*, não aderiu ao «*2016 Reading Challenge*» (desafio de leitura de 2016) mas fornece o link da sua página no sítio *goodreads*. Como esta página permite comentários, considera-se que contribui para o nível de interatividade. Como o único blogue que não faz qualquer menção à página é *Marcas de Leitura*, mantém-se como o menos interativo.

Em todos os blogues podemos encontrar perfis do bloguista, no próprio blogue ou noutro sítio selecionado pelo bloguista (*Blogger*, *Google+* ou *Gravatar*). Nem todos os perfis dão as mesmas informações, o que torna difícil estabelecer traços comuns entre as pessoas por detrás dos blogues. Essa informação pode ser complementada quando existem textos sobre a criação do blogue e os seus objetivos, o que neste grupo específico aconteceu apenas duas vezes: no blogue *Estante de Livros* e no blogue *Silêncios que Falam*. O perfil do bloguista é importante porque o utilizador da internet (como já foi referido anteriormente) é cético e desconfiado, e o perfil confere características humanas ao autor do blogue (mostra que não são apenas textos, que existe uma pessoa do outro lado do ecrã), ajudando a diminuir a distância entre bloguista e utilizador. Com exceção da página *Silêncios que Falam*, todos os blogues têm

*blogroll* que é mais uma ferramenta para o bloguista expressar os seus gostos pessoais<sup>50</sup>. A maioria dos bloguistas optou por construir uma imagem virtual independente da sua imagem física, mas todos falam da sua vida pessoal, seja de uma maneira superficial ou mais aprofundada. A importância da identidade do bloguista também se prende com questões de legitimidade: um utilizador pode só considerar válida a opinião de uma pessoa que esteja diretamente ligada à área do tema da página (um blogue de política escrito por um político por exemplo). Os blogues *Atmosfera dos livros* e *Silêncios que Falam* têm praticamente a mesma longevidade<sup>51</sup>, mas os seus criadores providenciam informações pessoais distintas. A criadora de *Atmosfera dos livros* apresenta uma fotografia de rosto, fala sobre si, e em vários textos do blogue fala sobre a sua vida pessoal. Por outro lado, o criador de *Silêncios que Falam* refere somente a sua localidade e motivos que levaram à criação do blogue. Todavia, quando comparada a média mensal de visitas de ambas as páginas<sup>52</sup>, o vencedor é o blogue com menos informação pessoal, com 11.840 visitas por mês<sup>53</sup>, quase o triplo do registado em *Atmosfera dos livros*<sup>54</sup>. Não descartando a importância do perfil há que estabelecer que o sucesso/insucesso de um blogue não depende da presença de fotografias nem de informações pessoais do bloguista.

Como todos os blogues divulgam um produto/serviço que não o próprio blogue (como por exemplo, os contadores de visitas que reencaminham o utilizador para a página que disponibiliza esse serviço) considera-se então que todos têm publicidade. Os blogues com publicidade direta (ou seja, anúncios) são *As Histórias de Elphaba* e *Estante de Livros*. Considera-se que *Marcas de Leitura* e *Silêncios que Falam* têm publicidade indireta pois apresentam links nas páginas principais de entidades externas. Todos os blogues têm a colaboração de editoras e três apresentam esses links/logótipos nas suas páginas principais. Esta é uma clara prova da mudança que se verificou nos blogues nos últimos anos: quando surgiram eram apenas páginas pessoais para a partilha de ideias, agora são uma potencial fonte de lucro, e estes anúncios que muitas vezes se revertem em ganhos monetários são exemplo disso.

---

<sup>50</sup> Apesar de no caso de *As Histórias de Elphaba* este não ter qualquer elemento, somente o título “Blogues com Histórias”.

<sup>51</sup> O blogue *Atmosfera dos livros* foi criado em junho de 2010 e *Silêncios que Falam* em setembro do mesmo ano.

<sup>52</sup> Para chegar a estes resultados utilizou-se o número de visitas que as páginas registavam a 26-11-2015 (data do primeiro levantamento de dados) e dividiu-se pelo número de meses de existência dos blogues.

<sup>53</sup> Considerando 734.126 (total de visitas) /62 (meses de setembro de 2010 a novembro de 2015) =11.840 visitas/mês.

<sup>54</sup> Considerando 277.531 (total de visitas) /65 (meses de junho de 2010 a novembro de 2015) =4.269 visitas/mês.

Podemos então concluir que, por mais elementos que se repitam entre páginas, cada blogue é único. Só porque um blogue tem uma característica que resulta, não significa que ao ser aplicada noutro blogue (como a organização em três colunas, ou a presença nas diferentes redes sociais), essa característica irá ter resultados positivos: os blogues *Estante de Livros*, *Atmosfera dos livros* e *Marcas de Leitura* têm todos muitos elementos verticais, mas o grau de dificuldade na navegação varia (o primeiro é de fácil navegação, o segundo e o terceiro de dificuldade média). A presença do bloguista é outro aspeto que varia de blogue para blogue: nuns é mais vincada (quando temos fotografias de rosto e informações pessoais) e noutros ele está praticamente ausente (como em *As Histórias de Elphaba*, no qual a bloguista não tem nenhuma fotografia e utiliza um pseudónimo). Para além dos elementos aqui referidos existem outros que podem ser encontrados em um ou mais blogues, mas foram aqui analisados aqueles que se consideram ter um maior impacto na experiência do utilizador. O blogue é a soma de todos os seus elementos e em última análise depende do bloguista utilizar as ferramentas que tiver disponíveis para garantir o maior número possível de seguidores e o maior número de visitas à sua página.

## 5. A Análise das publicações

### 5.1. Metodologia

Logo numa fase inicial do trabalho se constatou que, para analisar as publicações de um blogue, essa informação teria que ser homogeneizada, e que para tentar responder de forma precisa a algumas questões (por exemplo se os bloguistas leem mais em formato impresso ou digital) seria necessária a apresentação de dados numéricos. Alguns blogues organizam as suas publicações por tema em separadores, e alguns apresentam inclusive o total de entradas já publicadas. Todavia, nem sempre um blogue categoriza toda a sua informação, e regra geral cada página organiza a informação de forma distinta. Recorrer somente a separadores implicaria ainda uma desconsideração pela ordem de publicação original e tudo o que ela abarca: informação não-categorizada, intenção original do bloguista, ordem de leitura num blogue entre outros. Surgiu então a necessidade de criar um método, num processo de tentativa-erro, até se encontrar um sistema satisfatório que produzisse resultados homogêneos.

A primeira fase consistiu em consultar cada publicação individualmente, copiar o link e colocá-lo num documento de Excel, organizando a informação por mês (um mês, uma folha). Cada entrada de Excel foi acompanhada sempre que possível por um termo presente no título

que indicava geralmente como o bloguista classificava a sua publicação, ou no caso de não existir, atribuir um termo que resumisse a publicação. Foram ainda anotados elementos que se consideram importantes (links, número de comentários, entre outros). À medida em que se encontrou o mesmo termo múltiplas vezes, este passou a ser considerado como categoria. O quadro número um ilustra esta primeira fase do trabalho.

Quadro nº1: Primeira Fase

<a href="http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/programa-grupo-porto-editora-feira-do.html">http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/programa-grupo-porto-editora-feira-do.html</a>	Evento
<a href="http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/fim-de-semana-inesquecivel-veronica.html">http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/fim-de-semana-inesquecivel-veronica.html</a>	Divulgação de Livro
<a href="http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/receita-para-o-amor-katie-fforde-opinio.html">http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/receita-para-o-amor-katie-fforde-opinio.html</a>	Opinião

Para conseguir obter dados homogéneos tornou-se indispensável, com base nas características comuns das diferentes publicações, estabelecer categorias que pudessem ser aplicadas aos cinco blogues. Delimitadas as novas seis categorias, a informação foi reorganizada e aplicado um sistema de pontos: cada publicação foi reanalisada e a categoria na qual ela se integrava recebeu um ponto, tal como mostra o quadro número dois. Desta forma certificou-se que todas as entradas foram contabilizadas, porque a soma dos pontos teria que ser igual ao total mensal de publicações fornecido pelo blogue. Todas as contas foram feitas utilizando a função “soma automática” do Excel.

Quadro nº 2: Segunda Fase

Total Mensal: 3	Divulgação (Eventos/Livros)	Opinião
<a href="http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/programa-grupo-porto-editora-feira-do.html">http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/programa-grupo-porto-editora-feira-do.html</a>	1	
<a href="http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/fim-de-semana-inesquecivel-veronica.html">http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/fim-de-semana-inesquecivel-veronica.html</a>	1	
<a href="http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/receita-para-o-amor-katie-fforde-opinio.html">http://www.historiasdeelphaba.com/2015/05/receita-para-o-amor-katie-fforde-opinio.html</a>		1

Por fim a informação foi toda organizada em tabelas (como exemplificado no quadro número três), que por sua vez foram a base dos gráficos<sup>55</sup> de modo a facilitar a sua consulta. Desta forma possível transformar 3192 publicações em 6 categorias e percentagens.

Quadro nº3: Fase Final

Blogue: <i>As Histórias de Elphaba</i>					
Total de Publicações: 282					
Opinião	Passatempos	Divulgação	Publicações Pessoais	Novidade	Entrevistas
56	77	122	23	4	0

Este sistema de pontos foi utilizado múltiplas vezes ao longo do trabalho, com as categorias a serem adaptadas sempre que necessário, inclusive para contabilizar o número de autores portugueses divulgados e cujas obras foram lidas pelos bloguistas. A análise das categorias será dividida em duas partes: faremos primeiro, uma análise numérica, de modo a aferir que quantidade de publicações corresponde a cada categoria, quais os blogues que publicam mais em cada categoria e em que mês cada categoria recebeu mais entradas, com recurso a gráficos sempre que possível. Esta informação será organizada da categoria com mais publicações, para a com menos entradas. Na segunda parte analisaremos o conteúdo das publicações, e a informação estará organizada alfabeticamente por nome de categoria.

## 5.2. Categorias

Com o objetivo analisar o conteúdo os blogues de literatura, as suas publicações foram organizadas em seis categorias distintas. Na categorização das publicações teve-se em conta qual o propósito das mesmas, sendo que a estrutura e a organização podem variar de blogue para blogue. Os termos utilizados nos nomes das categorias nem sempre estão presentes nas publicações, tornando-se necessário ler o texto, compreender a sua natureza e o seu objetivo final. Quando o bloguista classifica uma publicação acrescentando um termo no título, é essa classificação que é considerada, mesmo que a análise do conteúdo sugira outra categoria, porque ao longo do trabalho cultiva-se o respeito pelo bloguista.

Considera-se “Divulgação” todas as publicações cujo objetivo seja dar a conhecer aos seguidores do blogue algo, quer sejam obras, eventos ou campanhas organizadas pelas editoras. Os textos de divulgação estão geralmente associados a entidades externas ao blogue, tais como

<sup>55</sup> Presentes nos subcapítulos 5.3; 5.5; 5.6; 6.1 e 6.2, e no anexo 1.

editoras, responsáveis pela organização de eventos ou até mesmo autores que pedem para que as suas obras sejam aí divulgadas. Assinalaremos sempre que forem divulgados autores portugueses<sup>56</sup> (livros, sessões de autógrafos, lançamentos, entrevistas).

A segunda categoria é a das “Entrevistas”. São consideradas entrevistas quando houve um contato presencial ou por meio digital entre bloguista e escritor. Quando são publicadas entrevistas realizadas por outras pessoas que não o bloguista, esse texto é categorizado como “Publicação Pessoal”. O termo “Entrevista” geralmente está presente no título ou subtítulo e os conteúdos e a estrutura podem variar dentro do mesmo blogue ou entre blogues.

As publicações são classificadas na categoria “Novidade” quando o texto expressa uma mudança que afeta o funcionamento/estrutura do blogue, como por exemplo a nível imagem, novos colaboradores, novas parcerias, ou quando se assinala uma meta (aniversário, número de seguidores). O termo “novidade” geralmente não se encontra presente no título ou subtítulo, mas pode estar presente no texto.

Considera-se uma “Opinião” todas as publicações nas quais o autor (ou colaborador) do blogue escreve um texto no qual exprime as suas considerações sobre um livro/conto que leu. Estas podem ser acompanhadas ou não do resumo da obra, imagens, *booktrailers*, biografia do escritor, links da editora, entre outros. Geralmente o termo “opinião” está presente no título ou no subtítulo. Trata-se de textos de opinião, cuja estrutura depende do autor e muitas vezes chamados de “resenhas”. Quando os textos de opinião são sobre material de autores portugueses essa informação é fornecida. Os textos nos quais o bloguista tece o seu parecer sobre outros temas que não livros são considerados “publicações pessoais”.

As publicações são categorizadas como “Passatempos” sempre que o seu conteúdo se relacione com os concursos realizados no próprio sítio, sejam eles textos de divulgação de passatempo, textos de anúncio de resultados ou o próprio passatempo. Geralmente o termo “Passatempo” pode ser encontrado no título ou subtítulo. As condições, prémios, concurso e seleção de vencedores são da inteira responsabilidade do bloguista que organiza o passatempo, mas entidades externas podem estar envolvidas, nomeadamente quando fornecem o prémio que pode ou não estar relacionado com a literatura. Conclui-se então que nesta categoria, o número de publicações não reflete o número total de passatempos pois a categoria abrange não apenas o concurso em si, mas todas as publicações relacionadas com o tema.

---

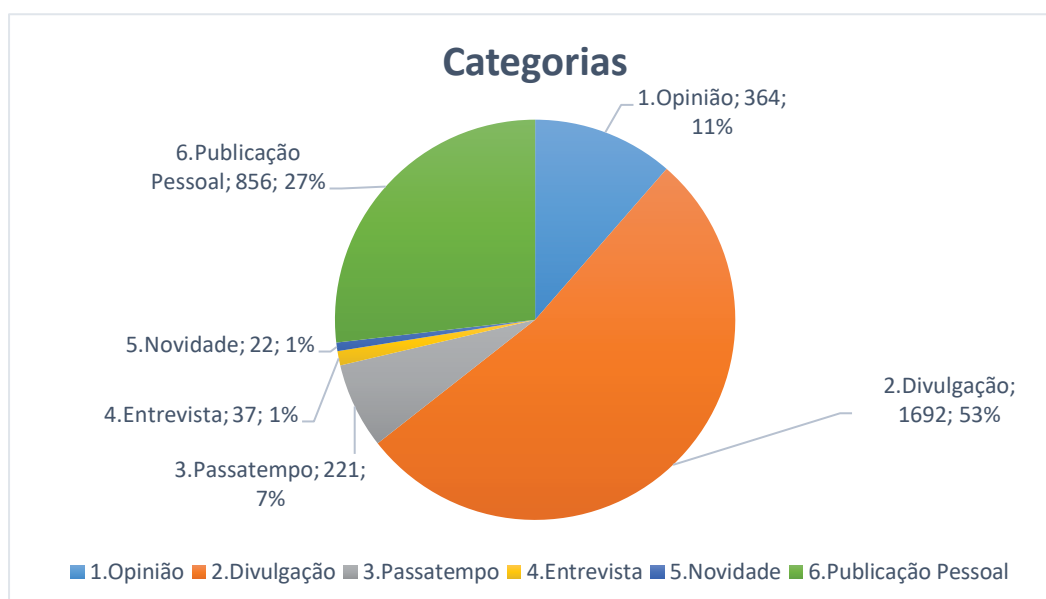
<sup>56</sup> Nesta fase são considerados apenas autores de nacionalidade portuguesa, sendo excluídos autores de outras nacionalidades (Brasileira, Angolana, Cabo-Verdiana) que publicam obras em Língua Portuguesa, visto que aqui se pretende averiguar se produtos literários nacionais são ou não consumidos pelos bloguistas.

Consideram-se “Publicações Pessoais” todos os textos que não se enquadrem em nenhuma das categorias acima mencionadas. A temática das “Publicações Pessoais” é variada, incidindo por exemplo em acontecimentos no mundo literário não-associados a uma editora, textos sobre a vida privada do bloguista, textos sobre a leitura, entre outros. As publicações classificadas como “Publicações Pessoais” não são obrigatoriamente da autoria do bloguista, podem ser simplesmente uma partilha de um conteúdo que este considerou interessante, seja este um *cartoon* ou uma imagem desprovida de texto. Podem ser publicações regulares que surgem sempre com um tema e estrutura fixos, ou temas pontuais. Os “Desafios de Leitura” estão incluídos nesta categoria, uma vez que se centram na experiência do bloguista. Podemos então dizer que as publicações pessoais são todas aquelas que não se enquadram em nenhuma das categorias acima mencionadas, cujo tema se centra no “Eu” (o que “Eu”, bloguista, gosto, o que penso, o que acontece na minha vida).

### 5.3. Análise Quantitativa das Publicações

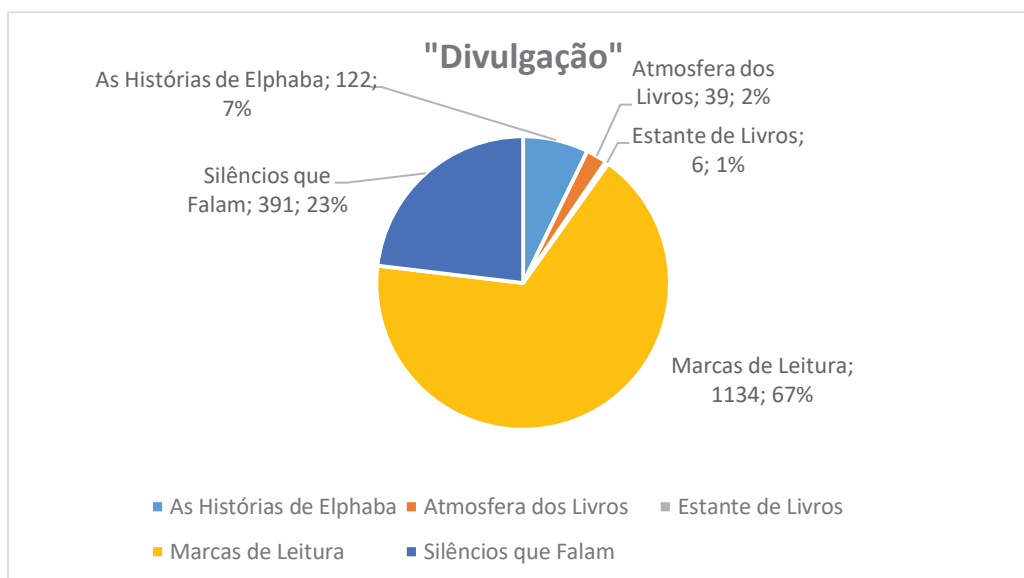
Neste capítulo serão analisadas as categorias de um ponto de vista numérico e comparativo: quais as categorias com mais entradas e como se distribuem dentro de cada blogue. Por esse motivo desta vez a informação estará organizada da categoria com mais publicações para a com menos publicações. A percentagem que cada categoria ocupa no panorama geral das publicações é apresentada no gráfico:

Gráfico 1: Total de Entradas Organizadas por Categoria



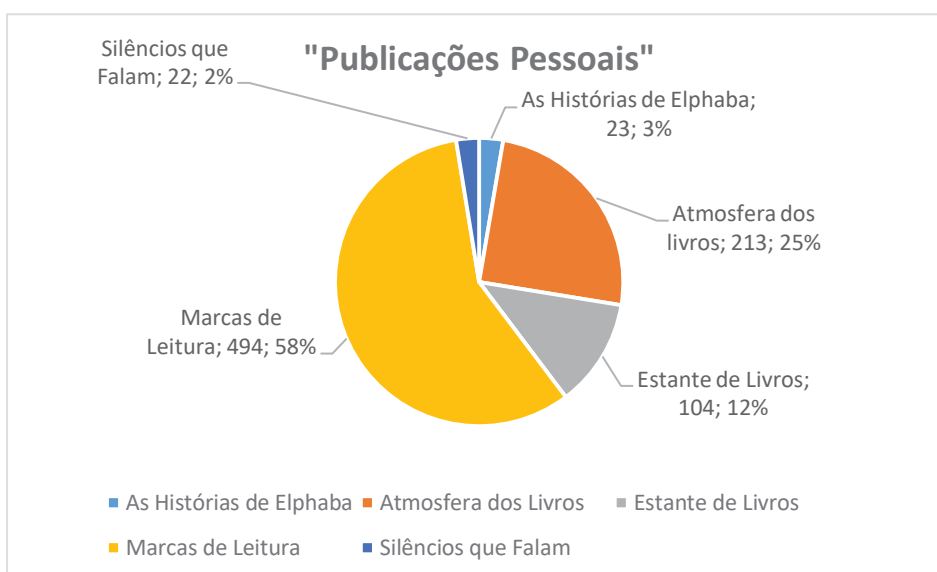
Os textos de divulgação constituem a maior parte das entradas: as 1.692 publicações correspondem a 53% do total de 3.192 publicações contabilizadas nos cinco blogs. O blogue que mais contribui para esta categoria é *Marcas de Leitura* com 1.134, como podemos ver no seguinte gráfico:

Gráfico 2: Distribuição das publicações da categoria “Divulgação” por blogue



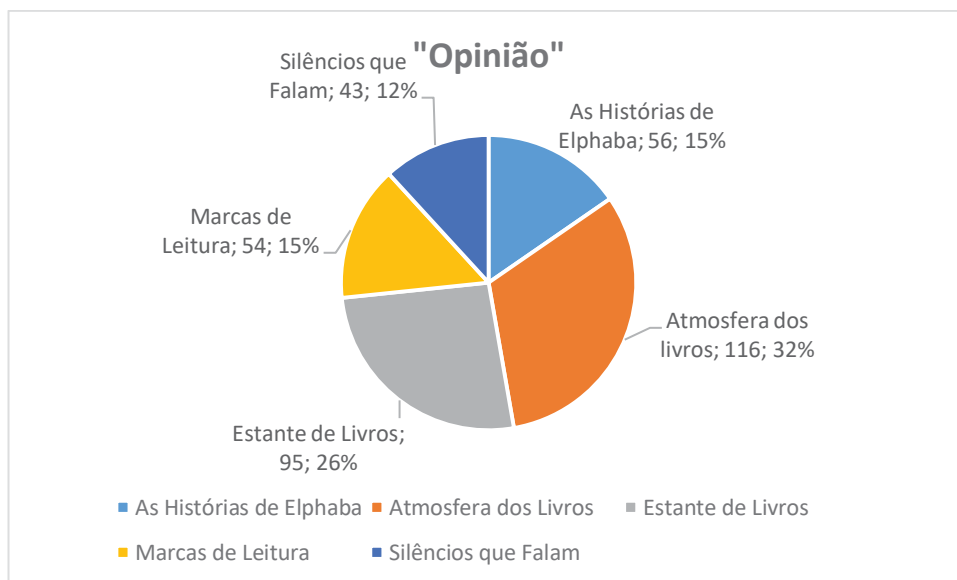
A segunda categoria com mais entradas é “Publicações Pessoais”. O blogue que mais postou nesta categoria foi *Marcas de Leitura* (494 publicações), que publicou muitos poemas originais e efemérides numa periodicidade praticamente diária. O que menos postou foi *Silêncios que Falam* (22 publicações), como podemos aferir pelo gráfico abaixo:

Gráfico 3: Distribuição das publicações da categoria “Publicações Pessoais” por blogue



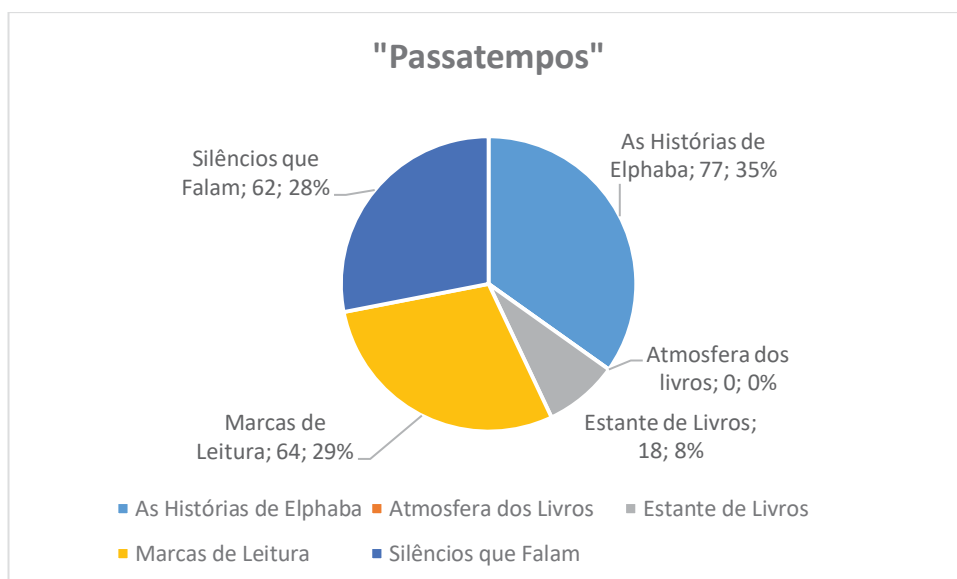
Como podemos verificar no gráfico abaixo, o blogue que mais publicou resenhas literárias (categoria “Opinião”) foi *Atmosfera dos livros* e o que menos publicou foi *Silêncios que Falam*.

Gráfico 4: Distribuição das publicações da categoria “Opinião” por blogue



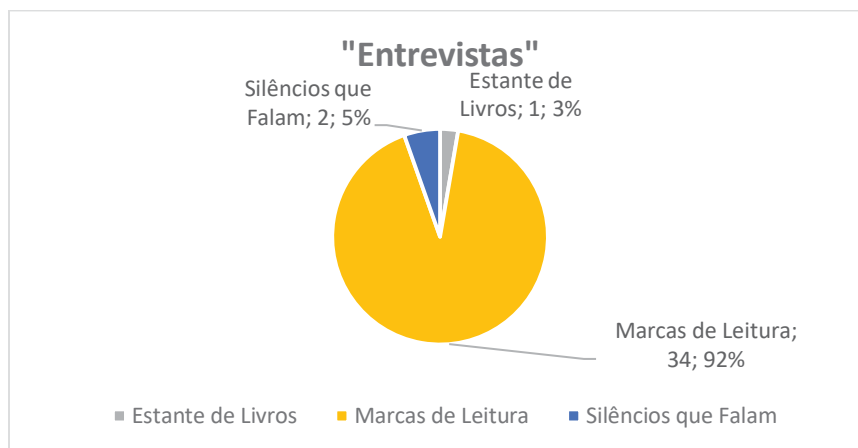
Foram feitas 221 publicações sobre os passatempos, o que constitui 6,9% do total de 3.192 publicações. O blogue com mais publicações classificadas como “Passatempos” foi *As Histórias de Elphaba* com 77 publicações e o com menos foi o blogue *Estante de Livros*, que só fez 18 publicações, como podemos verificar no gráfico número cinco:

Gráfico 5: Distribuição das publicações da categoria “Passatempo” por blogue



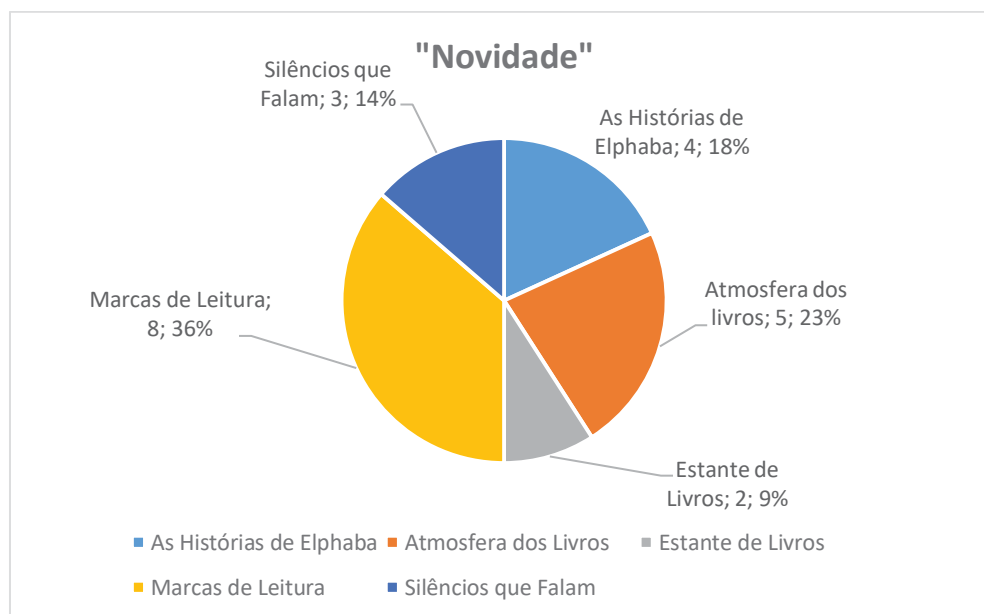
Relativamente às 37 entrevistas, verificamos que constituem apenas 1,15% das 3.192 publicações. Dos três blogues que publicaram entrevistas, o que mais o fez foi *Marcas de Leitura* ao publicar 34 entrevistas e o que publicou menos foi *Estante de Livros*, ao publicar apenas uma entrevista. Os autores portugueses constituem a maioria dos entrevistados: das 37 entrevistas, 32 foram a escritores portugueses, o que faz um total de 86%. A distribuição das entrevistas pode ser conferida no gráfico número seis.

Gráfico número 6: Distribuição das publicações da categoria “Entrevistas” por blogue



A categoria “Novidade” representa apenas 0,68% das 3.192 publicações. O blogue que mais publicações fez nesta categoria foi *Marcas de Leitura* e o que menos publicou foi *As Histórias de Elphaba*, tal como demonstrado no gráfico apresentado abaixo.

Gráfico 7: Distribuição das publicações da categoria “Novidade” por blogue



Os autores portugueses não foram negligenciados nestes blogues: entre publicações nas categorias “Divulgação” (526), “Entrevista” (37) e “Opinião” (60), estes estão presentes em 593 publicações, ou seja 18,5% de todas as entradas. Podemos então aferir que houve uma preocupação por parte dos bloguistas em promover o produto literário nacional.

Nos gráficos 19 a 21<sup>57</sup> verificamos que somente em dois blogues a categoria “Divulgação” não é a categoria com mais entradas, o que pode ser explicado pela ausência (ou pequeno número) de parcerias durante parte do período analisado<sup>58</sup>. Como vimos no capítulo 2.1 inicialmente os blogues eram páginas nas quais as pessoas partilhavam os seus interesses e atualmente são potenciais fontes de lucro. Os gráficos apresentados acima, mostram que a maioria das publicações dos blogues (53%) é constituída por “Divulgação” que regra geral está associada a uma entidade externa ao blogue (por exemplo, uma editora, uma marca de produtos). Esta quantidade de divulgação espelha essa vertente de negócios dos blogues.

A segunda categoria com mais entradas é “Publicações Pessoais”. Como veremos no capítulo 5.4.6, as publicações desta categoria abrangem diversos temas, que em muitos casos se centram no ponto de vista do bloguista, os seus sentimentos, a sua relação com aquilo que o rodeia, os seus gostos, entre outros. A terceira categoria com mais entradas é “Opinião”, neste caso (não fossem estes blogues sobre literatura) sobre livros. Ao contrário de uma “Publicação Pessoal” que pode ser simplesmente a partilha de uma imagem ou uma citação, ou das entradas de “Divulgação” cujo conteúdo é muitas vezes enviado pela editora, as publicações de “Opinião” são complexas na sua construção: o bloguista deve ler uma obra, refletir, construir um texto no qual expressa a sua opinião. Todo este longo processo ajuda a explicar o motivo pelo qual esta categoria essencial (muitos bloguistas afirmaram inclusive que a partilha de opiniões literárias levou à criação do blogue<sup>59</sup>) não tem o maior número de publicações.

Ainda que não tenhamos dados concretos sobre os lucros gerados por cada blogue, não podemos ignorar o facto que todas as páginas analisadas têm essa faceta, seja pela loja virtual associada ao blogue *As Histórias de Elphaba*, pelos anúncios pagos<sup>60</sup> que encontramos em alguns blogues, ou pela presença de editoras que enviam gratuitamente obras a todos os bloguistas. Os blogues analisados têm então essa dualidade: por um lado são páginas pessoais

---

<sup>57</sup> Que podem ser consultados nos anexos 1.1 a 1.5.

<sup>58</sup> Tal como apresentado em 3.5.1 a 3.5.3 do presente trabalho.

<sup>59</sup> Esta informação pode ser consultada na íntegra no subcapítulo 7.1 deste trabalho.

<sup>60</sup> Como vimos em 3.2.3. no blogue *Estantes de Livros* o lucro dos anúncios serve para pagar o servidor do blogue.

com “publicações pessoais” e entradas de “opinião” nas quais o bloguista expressa a sua opinião pessoal sobre um assunto; por outro lado as entradas de “divulgação” e “passatempos” patrocinadas por editoras/marcas refletem o lado comercial do blogue. Se considerarmos que o bloguista tem a palavra final sobre os conteúdos publicados na sua página, podemos afirmar que, mesmo com a quantidade de divulgação, estas páginas mantêm a essência original que é a partilha de informação por parte de um indivíduo.

## 5.4. Análise do Conteúdo das Publicações

### 5.4.1. Entradas de Divulgação

Todos os blogues publicaram divulgação ao longo dos dez meses analisados de várias formas distintas: promovem eventos literários; divulgam campanhas nas livrarias *online*; apresentam uma ou mais obras; divulgam produtos/eventos/serviços relacionados ou não com literatura. Quando um blogue promove um livro ou um conjunto de livros, o texto apresentado pode ser geralmente encontrado na página *online* da editora *ipsis verbis*. As publicações de “Divulgação” são geralmente acompanhadas por: nome da editora ou da entidade que organiza o evento; links para o sítio da editora; links para o evento, para compra da obra e/ou para a página do autor da obra; imagens estáticas/dinâmicas; vídeos; *booktrailers*; informações bibliográficas; biografia do autor; preço da obra; links para outros artigos do blogue considerados úteis, entre outros. A presença do termo “divulgação” no título ou no texto não é uma constante, o que distingue este tipo de publicação das restantes é a abundância de hiperligações, a presença marcada da entidade responsável pelo produto/serviço/evento<sup>61</sup> e uma participação reduzida do bloguista no conteúdo da publicação.

O blogue *As Histórias de Elphaba* publicou 122 textos de divulgação no período analisado, o que constitui 43,2% das 282 entradas. Neste blogue as publicações de “Divulgação” subdividem-se em três categorias: livros (97 publicações), *booktrailers* (22 publicações) e eventos (3 publicações). A bloguista publica os *booktrailers* à parte, e estes constituem 18% das publicações de divulgação. Três publicações são dedicadas à promoção da Feira do Livro de Lisboa (Edição Maio de 2015)<sup>62</sup>. No que toca à divulgação de obras, regra

---

<sup>61</sup> Para uma entrada ser considerada “divulgação de evento” tem que incluir hora, data e local, e tem que ser feita sobre um evento que ainda não se realizou à data da publicação. Caso um texto fale sobre um evento que já aconteceu, esta publicação é considerada “Divulgação”.

<sup>62</sup> Através da apresentação do programa de três editoras/grupos editoriais que marcaram presença no evento: Grupo Porto Editora, Grupo Presença e Planeta Manuscrito.

geral o título da publicação é composto pelo nome da obra precedido do termo “Divulgação” entre parêntesis retos. As publicações são geralmente acompanhadas por links para a página da editora, para compra, para a página do autor, e/ou para outros artigos do blogue, por uma breve biografia do autor, capa da obra, informações bibliográficas, preço, sinopse, entre outros. Em 97 obras promovidas apenas três foram de autores portugueses.

O blogue *Atmosfera dos livros* publicou 39 textos de divulgação, o que constitui 10,4% das 373 entradas. Praticamente toda a divulgação é feita após o estabelecimento de parcerias com a Editorial Bizâncio e com a Chiado Editoria, anunciadas em agosto de 2015. A bloguista distingue estas entradas das restantes através da utilização do termo “divulgação” no título ou no texto, informando os utilizadores sempre que um livro lhe é oferecido pela editora ou diretamente pelo seu autor. Neste blogue a divulgação de obras pode ser individual (uma publicação para um livro) ou coletiva (uma publicação para várias obras). Geralmente quando se promove mais do que um livro, o título anuncia “Novidades da Editora”. Este blogue faz divulgação coletiva três vezes, promove seis eventos variados (nem sempre relacionados com a literatura) faz divulgação individual de obras 28 vezes e promove dois blogues de literatura portugueses. De entre as obras promovidas individualmente, quatro delas estão disponíveis somente em versão digital. Foi feita divulgação de obras, blogues e eventos envolvendo autores portugueses 18 vezes, sendo que duas delas resultaram do pedido direto dos escritores.

O blogue *Estante de Livros* publicou somente seis textos de divulgação no período analisado, o que constitui apenas 2,6% das publicações. O termo “divulgação” é substituído pelo termo “Lançamento” no título de cada publicação entre parêntesis retos. O primeiro texto surge em março, e a autora do blogue afirma que só está a promover o livro porque um dos seus autores (é um livro de contos com vários colaboradores) é alguém que ela conhece e por quem tem respeito<sup>63</sup>. Os textos de divulgação só tornam a surgir em setembro, um deles promove um romance e o outro um livro de arteterapia. Em outubro foram postadas três entradas dedicadas à divulgação de romances de autores estrangeiros. A divulgação neste blogue é significativamente diferente da encontrada nos restantes: as publicações encontradas começam sempre com um texto da bloguista que geralmente fala da sua relação com o tema ou com o autor (se já leu outros livros do autor, com o mesmo tema, se gostou deles), com a imagem da

---

<sup>63</sup> Tal como declarado pela própria na seguinte publicação:  
<http://www.estantedelivros.com/2015/03/desassossego-da-liberdade.html>

capa do livro e de uma sinopse. Apenas metade das publicações é acompanhada por outros elementos<sup>64</sup>. Foi divulgado apenas um autor português.

O blogue *Marcas de Leitura* postou 1.134 textos de divulgação, o que constitui 63,4% dos textos publicados neste blogue. O termo “divulgação” geralmente encontra-se ausente do título. Neste blogue a divulgação assume várias formas, mas a maior parte corresponde à apresentação individual de obras, sendo comum encontrar o nome da editora no título destas publicações. Neste blogue o texto de divulgação de um livro é geralmente acompanhado por: informações bibliográficas, preço, sinopse, biografia do autor, logótipo da editora, links (nomeadamente para a página da editora, para a página do autor) *booktrailer*, vídeos, entre outros. Alguns textos são dedicados à promoção coletiva de livros, ou seja, numa única publicação são apresentadas várias obras. Quando isto acontece a quantidade de informação dada sobre cada obra é significativamente menor do que na divulgação individual, e o foco da publicação é a editora ao invés da obra. Promovem-se cerca de 70 eventos neste blogue, nos quais estão incluídos lançamentos de livros, sessões de autógrafos, feiras do livro, feiras de cultura e *workshops* entre outros. Foram encontradas publicações dedicadas exclusivamente à promoção de editoras como empresa (e não associadas a nenhuma obra em particular) em pelo menos três ocasiões distintas: em março sobre a Livros de Ontem; a cinco de agosto sobre a Jacarandá Editora e a 10 de agosto sobre a CapitalBooks. Este blogue promoveu autores portugueses através da apresentação das suas obras e de eventos em cerca de 422 publicações, o que constitui 23,6% das 1.788 publicações de divulgação deste blogue.

O blogue *Silêncios que Falam* publicou 391 textos de divulgação, o que constitui 74% dos textos publicados neste blogue. O termo “divulgação” raramente está presente no título, mas a estrutura e conteúdo da publicação permitem esta classificação. Por apresentarem características e uma estrutura em comum foi possível nomear três subcategorias, ou seja, três formas diferentes de fazer divulgação: apresentação de obras individuais/coletivas, promoção de eventos e listas temáticas. Foram publicadas 147 apresentações coletivas de obras e 177 individuais. Algumas apresentações coletivas de obras são enumerações de livros (nome, autor e capa da obra) que determinada editora disponibilizou/disponibilizará. As apresentações de obras individuais/coletivas são geralmente acompanhadas de links para a página da editora, link para o sítio do autor, imagens das capas das obras, entre outros elementos. Neste blogue 17

---

<sup>64</sup>Uma por links para as páginas dos autores e com o link para a campanha de angariação de fundos para o lançamento do livro em versão impressa; uma por um link para um artigo do blogue, e uma por uma pequena biografia e link para o sítio da editora.

eventos foram promovidos, todos eles estão relacionados com literatura (apresentação de livros, sessões de autógrafos, *workshops* de autores de livros, entre outros). O bloguista apresenta 19 “listas temáticas”, através das quais são apresentadas obras de diferentes autores e de diferentes editoras, mas que têm um tema comum (desde livros de arteterapia, livros de gastronomia, política, saúde, nutrição entre outros). As 31 restantes publicações apresentam características demasiado distintas entre si, logo são classificadas apenas como “Divulgação”. Neste blogue a divulgação nem sempre está diretamente relacionada com a literatura<sup>65</sup>.

Nos blogues *As Histórias de Elphaba*, *Atmosfera dos livros* e *Marcas de Leituras* foram divulgadas não apenas obras impressas, como também digitais. A página *Atmosfera dos livros* divulgou quatro obras disponíveis exclusivamente em formato digital, enquanto que os outros dois blogues divulgaram obras que estão disponíveis em ambos os formatos, publicados por diversas editoras. Neste caso, o livro digital foi suplantado pelo impresso, uma vez que a maior parte da divulgação foi de obras que só podem ser adquiridas em papel.

Cada blogue acrescenta um aspeto único à divulgação. Em *As Histórias de Elphaba* os *booktrailers* ganham lugar de destaque, na medida em que 22 publicações são dedicadas a estes vídeos acompanhados por poucas linhas de texto redigidas pela bloguista e regra geral neste blogue promove-se apenas um livro por publicação.

No blogue *Atmosfera dos livros* a divulgação só passa a ocupar um lugar de destaque após o anúncio de parcerias, e mesmo assim a bloguista “personaliza-a” ao acrescentar algumas palavras suas aos textos de divulgação, seja para informar o utilizador de que o livro lhe foi enviado pela editora, para agradecer à editora/autor pela oferta, comprometer-se a publicar a sua opinião sobre a obra, ou incentivar a leitura de autores portugueses ou livros de determinada editora. Geralmente são indicados os sítios dos quais foram retirados os textos (sinopses, biografia do autor) que fazem parte da publicação. Esta bloguista faz divulgação por iniciativa própria de blogues de literatura que encontrou e de que gostou.

A bloguista Célia, autora de *Estante de Livros*, é assumidamente reticente em publicar qualquer tipo de divulgação, como expressa na primeira divulgação do ano de 2015 a 15 de março: «[...] raramente destaco lançamentos e menos vezes ainda atendo aos (muitos) pedidos de divulgação[...]»<sup>66</sup>. Cerca de dois meses e meio depois desta publicação são anunciadas

---

<sup>65</sup> Temos por exemplo a apresentação de séries televisivas; apresentação de produtos/serviços, um texto sobre a editora Leya e o serviço de televisão/telefone/internet *Meo*, entre outros.

<sup>66</sup> A publicação na íntegra pode ser consultada em: <http://www.estantedelivros.com/2015/03/desassossego-da-liberdade.html>

parcerias com algumas editoras, mas a bloguista compromete-se a indicar a proveniência dos livros e assegura que o facto de um livro ser oferecido não terá influência nas suas resenhas.

As publicações de “Divulgação” são significativamente diferentes de blogue para blogue, dentro do mesmo blogue, e até dentro do mesmo blogue sobre o mesmo livro. Este cenário verifica-se no blogue *As Histórias de Elphaba* no qual a obra *A Rapariga no Comboio* de Paula Hawkins<sup>67</sup> é divulgada em três ocasiões com publicações distintas, e no blogue *Marcas de Leitura* a obra *Grey* de E.L. James<sup>68</sup> é divulgada em pelo menos duas ocasiões distintas com publicações diferentes. O que estes três blogues têm em comum é que regra geral a divulgação reflete até certo ponto os gostos pessoais das bloguistas. Em *As Histórias de Elphaba* são divulgados romances e livros de fantasia<sup>69</sup> quase exclusivamente. A autora do blogue *Atmosfera dos livros* é uma apoiante assumida de autores portugueses, como declara a 3 de outubro de 2015: «Mais uma vez gostava de deixar a mensagem leiam os escritores portugueses, acreditem temos escritores brilhantes[...] “O QUE É NACIONAL É MUITO, MAS MUITO BOM”<sup>70</sup>.». Por fim, a autora de *Estante de Livros* só divulgou livros pelos quais tinha interesse, como se pode perceber através dos textos introdutórios que acompanham as publicações de divulgação, como por exemplo em relação ao livro de arteterapia que recebeu: « Por isso, fiquei bastante contente quando recebi pelo correio o livro *Cidades Fantásticas*[...]»<sup>71</sup>, ou o claro entusiasmo em relação a um romance: « Hoje recebi por *email* uma excelente notícia literária: no dia 13 de Outubro vai sair, pela Dom Quixote, mais um livro de John Williams [...] quero mesmo muito lê-lo. <sup>72</sup>»

Comparativamente aos três blogues analisados anteriormente, nos quais os bloguistas tendem a acrescentar o seu cunho pessoal nas entradas de divulgação, os blogues *Silêncios que Falam* e *Marcas de Leitura* distinguem-se por apresentarem uma divulgação mais eclética. Em cada blogue as publicações são diferentes entre si, mas uma análise permite encontrar algumas semelhanças entre as publicações dos dois blogues. Por exemplo, ambos os blogues publicaram exatamente o mesmo texto, exatamente no mesmo dia, anunciando uma parceria entre a editora

---

<sup>67</sup> HAWKINGS, Paula (2015). *A Rapariga no Comboio*. Amadora, Topseller.

<sup>68</sup> JAMES, E.L. (2015). *Grey*. Alfragide, Lua de Papel.

<sup>69</sup> Esta temática está presente em livros “Infantojuvenis”, de “Ficção Científica” e “Banda Desenhada”. As leituras dos bloguistas são exploradas no subcapítulo 5.6 deste trabalho.

<sup>70</sup> A publicação na íntegra pode ser consultada em: <http://atmosfera.dos.livros.blogspot.pt/2015/10/divulgacao-dos-livros-da-serie-historia.html>

<sup>71</sup> A publicação na íntegra pode ser consultada em: <http://www.estantedelivros.com/2015/09/cidades-fantasticas.html>

<sup>72</sup> A publicação na íntegra pode ser consultada em: <http://www.estantedelivros.com/2015/09/lancamento-butchers-crossing-de-john-williams.html>

Leya e o serviço de televisão/telefone/internet *Meo*. Entre blogues apenas divergiram as imagens e o posicionamento das mesmas. Outros exemplos de divulgação semelhante entre os blogues é a divulgação de campanhas promocionais *online* de editoras e a publicação de textos nos quais é dada ênfase a uma temática para depois se apresentarem obras que vão ao encontro do tema. Nestes dois blogues as temáticas das obras divulgadas são muito mais abrangentes do que nos três blogues analisados anteriormente (que abordam na sua maioria livros de ficção, prosa e livros de história), em *Marcas de Leitura* e *Silêncios que Falam* são divulgados livros de autoajuda, saúde, misticismo, gastronomia, educação, livros infantis, guias práticos entre outros.

Em todos os blogues analisados foi encontrada divulgação de obras e/ou eventos muitas vezes associada a editoras. No caso em que vários blogues são apoiados pelas mesmas editoras, existe a possibilidade de divulgarem o mesmo evento ou obra. Foi feito um levantamento das editoras/grupos editoriais que apoiam os blogues<sup>73</sup>, esses dados foram comparados, e chegaram-se a algumas conclusões. A Editorial Bizâncio é parceira dos cinco blogues analisados; o Penguin Random House Grupo Editorial e a Editorial Presença só não estão presentes em *Atmosfera dos livros*, e foram ainda encontradas outras seis editoras que marcam presença em apenas três blogues em simultâneo, como por exemplo a Chiado Editora que tem parceria com *Atmosfera dos livros*, *Marcas de Leitura* e *Silêncios que Falam*, e o Grupo Bertrand Círculo que tem parceria com *As Histórias de Elphaba*, *Atmosfera dos livros* e *Silêncios que Falam*. Isto significa que existe a possibilidade de encontrar divulgação comum nestes cinco blogues, principalmente quando uma obra/evento estiver relacionada com a Editorial Bizâncio.

A divulgação depende de uma série de fatores, mas a quantidade de informação e os elementos aí presentes (imagens, vídeos e links) dependerão até certo ponto do próprio objeto de divulgação, uma vez que existem obras mais populares do que outras. Uma simples pesquisa permite comprovar isso mesmo: na internet existe mais informação<sup>74</sup>, sobre a obra *Grey*<sup>75</sup> do

---

<sup>73</sup> Para este trabalho foram considerados apenas editoras/grupos editoriais apresentadas ou na página principal do blogue, ou num separador, não obrigando assim ao levantamento individual da informação. Isto é aplicado por exemplo à *20/20 Editora*, que está presente em várias publicações do blogue *Marcas de Leitura*, mas cujo patrocínio não está apresentado na página principal do blogue.

<sup>74</sup> Termos de pesquisa: “grey e.l james”. Resultado: 4.010.000 resultados em 0.61 segundos. Fonte: Google. [pesquisado a 06-04-2016]

<sup>75</sup> JAMES, E.L. (2015). *Grey*. Alfragide, Lua de Papel.

que sobre a obra *Espia do Oriente*<sup>76</sup> de Nuno Nepomuceno<sup>77</sup>. Logo existe uma maior variedade de material para divulgar a autora inglesa do que do autor português.

Em última análise a divulgação depende do bloguista que seleciona de entre a informação que tem a seu dispor, aquela que será publicada no seu blogue. Alguns blogues têm em comum o facto de terem divulgação tão variada que não permitem determinar subcategorias. Para o utilizador a divulgação tem aspetos positivos e negativos. Um aspeto positivo será encontrar informação variada e de diferentes fontes num único local, como por exemplo encontrar lançamentos de diferentes editoras recorrendo apenas a um blogue, ao invés de visitar individualmente as páginas de editoras e ter que procurar a informação. Um aspeto negativo será que a grande quantidade de divulgação poderá constituir um entrave aos utilizadores que buscam conteúdo do bloguista, como exemplo um utilizador poderá terminar a sua visita num blogue se ao buscar um texto de opinião encontrar na página principal apenas textos de divulgação.

#### 5.4.2. Entrevistas

Dos cinco blogues analisados, três realizaram entrevistas no período analisado: *Estante de Livros*, *Marcas de Leitura* e *Silêncios que Falam*. Relembremos que as publicações só são classificadas de “Entrevistas” quando houve alguma forma de contato (presencial, por meios digitais) entre o bloguista e o entrevistado. O termo “Entrevista” regra geral está presente no título das publicações. Para além das perguntas e respostas, estas publicações podem ser acompanhadas por: links relacionados com o entrevistado (para a sua página pessoal, blogue, ou redes sociais) links de editora, imagens (estáticas ou dinâmicas), vídeos, entre outros.

O blogue *Estante de Livros* publicou uma entrevista no dia 20 de abril de 2015. O termo “entrevista” está presente no título da publicação. A autora do blogue começa a entrevista com uma pequena introdução, na qual fala sobre o motivo que a levou fazer a entrevista: «[...] vontade de descobrir mais autores portugueses e de apostar no que é nosso.<sup>78</sup>». A entrevistada é a escritora portuguesa Célia Correia Loureiro, e que é questionada sobre sua última obra *A Filha do Barão*<sup>79</sup>. A entrevista é constituída por dez perguntas que se focam principalmente na

---

<sup>76</sup> Termos de pesquisa: “a espia do oriente” com 500.000 resultados em 0.51 segundos. Fonte: Google. [pesquisado a 06-04-2016]

<sup>77</sup> NEPOMUCENO, Nuno (2015). *A Espia do Oriente*. Lisboa, Topbooks.

<sup>78</sup> A publicação na íntegra pode ser consultada em: <http://www.estantedelivros.com/2015/04/entrevista-a-celia-correia-loureiro.html>

<sup>79</sup> LOUREIRO, Célia Correia (2014). *A Filha do Barão*. Lisboa, Marcador.

autora (quando surgiu o gosto pela leitura, inspiração, processo de escrita) e sobre a obra, e é acompanhada por uma fotografia. Não é dada informação específica sobre os meios utilizados na realização desta entrevista (se foi presencial ou por meios digitais).

O blogue *Marcas de Leitura* publicou 34 entrevistas ao longo dos 10 meses. Neste blogue os títulos das publicações variam entre “Entrevista a [nome do autor]” e “À conversa com [nome do autor]”. A estrutura mantém-se entre publicações: começa-se com uma breve biografia do entrevistado, acompanhada por uma fotografia. Depois são apresentadas as perguntas da bloguista intercaladas com as respostas do entrevistado. Em seguida são geralmente apresentadas as capas das obras dos livros publicados, vídeos, *booktrailers*, entre outros. Foram encontradas entrevistas com um mínimo de nove perguntas e com o máximo de dezasseis. As perguntas variam e adaptam-se ao autor e à obra, mas regra geral as entrevistas começam e acabam com as mesmas perguntas: no início da entrevista a bloguista pede ao autor que fale sobre si, e no fim pergunta se este quer deixar alguma mensagem aos seguidores do blogue. Outras duas perguntas encontradas frequentemente foram: «Qual a sensação, ao deslocar-se a uma superfície comercial, e ver os seus livros à venda?»<sup>80</sup> e «Como começou a paixão pelos livros e o gosto pela escrita?»<sup>81</sup>. Das 34 entrevistas publicadas, 30 foram feitas a autores portugueses e as restantes a autores estrangeiros. A bloguista nem sempre informa se as entrevistas foram presenciais ou não.

O blogue *Silêncios que Falam* publicou duas entrevistas nos dez meses analisados. O termo “entrevista” está presente no título da publicação. A primeira entrevista foi publicada a 23 de junho de 2015 e o entrevistado foi o autor português José Canita e a entrevista foi realizada através de correio eletrónico. A segunda entrevista foi publicada a 29 de julho e a entrevistada foi a autora brasileira Heloísa Capelas e não é dada informação sobre os suportes utilizados (se digitais ou se foi um contacto presencial). Ambas as entrevistas seguem a mesma estrutura: um texto introdutório sobre o entrevistado, autoria do texto (neste caso o bloguista) e das imagens, fotografias dos autores e das capas das obras, 25 perguntas (não numeradas) sobre os autores, as suas carreiras, recaindo sobre uma obra em particular (no caso do autor português

---

<sup>80</sup> Informação retirada de:

<http://marcasdeleitura.blogspot.pt/2015/01/entrevista-antonio-durao-autor.html>

<http://marcasdeleitura.blogspot.pt/2015/08/a-conversa-com-madalena-condado-barreto.html>

<sup>81</sup> Informação retirada de:

<http://marcasdeleitura.blogspot.pt/2015/08/a-conversa-com-paulo-santos.html>

<http://marcasdeleitura.blogspot.pt/2015/08/a-conversa-com-madalena-condado-barreto.html>

*Quem tem Coragem?*<sup>82</sup>, e no caso da autora brasileira *O Mapa da Felicidade*<sup>83</sup>), intercaladas com as respostas, e por fim links considerados úteis (da editora, do autor, entre outros). Ambas as entrevistas começam com a mesma pergunta, na qual o bloguista pede que o entrevistado que fale um pouco sobre ele, e terminam também com uma pergunta semelhante sobre as futuras obras destes autores.

Ao analisar as publicações dos blogues torna-se necessário falar em traços gerais, tentar estabelecer elementos em comum, padrões, semelhanças. Em relação às entrevistas isto torna-se particularmente desafiante, porque aqui não se trata apenas do ponto de vista do bloguista em relação a um tema, temos o ponto de vista de diversos autores que num só texto exploram vários temas. Ao elaborar a entrevista o bloguista está até certo ponto a expressar-se: faz perguntas cujas respostas lhe interessam e que podem interessar ao leitor do blogue. Portanto, temos o ponto de vista de três bloguistas e de 37 entrevistados. Cada bloguista elabora as entrevistas de maneira própria, as publicações variam de blogue para blogue, mas dentro do mesmo blogue tendem a manter uma estrutura semelhante. Apesar do grande número de elementos que estão envolvidos nestas publicações, encontraram-se alguns aspetos em comum nas entrevistas dos três blogues: todos os entrevistados são autores com obras publicadas; é pedido ao entrevistado que fale sobre si; são feitas perguntas sobre uma obra específica, e pede-se ao autor que fale sobre os seus projetos futuros. Cada entrevista é única, mas todas elas permitem ao leitor saber mais sobre escritores publicados.

#### 5.4.3. Anúncios de Novidades do Blogue

De todas as categorias, aquela que tem menos publicações é a categoria “Novidade”. Regra geral o termo não se encontra sequer no título, é preciso ler o texto para compreender que o bloguista pretende partilhar algo relacionado com o blogue com os seus leitores. Apesar de ser a categoria com menos entradas, todos os blogues publicaram textos que foram classificados como “Novidade” no período analisado.

O blogue *As Histórias de Elphaba* publicou quatro textos nesta categoria: em março de 2015, para anunciar que Elphaba criou uma conta para o blogue na rede social *Twitter*; a 29 de junho para assinalar o quinto aniversário do blogue; a 1 de outubro de 2015 para avisar os seguidores do blogue que este ficaria indisponível durante uns dias pois iriam ser feitas

---

<sup>82</sup> CANITO, José (2015). *Quem tem Coragem?* Lisboa, Chiado Editora.

<sup>83</sup> CAPELAS, Eloísa (2014). *O Mapa da Felicidade*. Paredes, Castor de Papel.

modificações, e por último duas semanas depois apresenta a nova página e explica algumas das mudanças que esta sofreu.

O blogue *Atmosfera dos livros* publicou cinco textos nesta categoria. O primeiro datado de 31 de maio de 2015 anuncia a criação de um separador inteiramente dedicado a filmes, enquanto no segundo, de 26 de junho, se assinala o quinto aniversário do blogue. A 7 de agosto de 2015 a autora do blogue anuncia novas parcerias do blogue em duas publicações distintas: a primeira com a Chiado Editora e a segunda com a Editorial Bizâncio. O último texto publicado no período em análise que se enquadra nesta categoria, publicado a 10 de outubro, é anunciado que o autor Luís Abreu será colaborador do blogue, e as contribuições serão enviadas por correio eletrónico à bloguista que as publicará sem qualquer alteração.

O blogue *Estante de Livros* publicou no período analisado dois textos que se enquadram na categoria “Novidade”. O primeiro a 31 de maio de 2015: nele a bloguista anuncia a retoma de parcerias com editoras. A segunda, feita no dia 20 de julho de 2015, assinala o oitavo aniversário do blogue e fala sobre os passatempos que vão aí ser organizados para comemorar a data. Mais uma vez as publicações desta categoria vão ter consequências práticas para os utilizadores, uma vez que estes são informados acerca das oportunidades futuras de participar em passatempos (e possivelmente ganhar prémios), e que encontrarão textos de divulgação na página do blogue na rede social *Facebook*.

O blogue *Marcas de Leitura* publicou oito textos que se enquadram nesta categoria no período analisado. Destes oito textos, seis tiveram o objetivo de anunciar novas parcerias com diferentes editoras. Após o anúncio da sexta parceria verifica-se um aumento significativo no número de publicações de divulgação: anteriormente à colaboração com estas editoras, as publicações de divulgação não excediam as 87 mensais (no mês de março), e após o anúncio da colaboração com a editora CapitalBooks a 8 de maio (a sexta editora com que foi estabelecida parceria no ano de 2015), o número de publicações de divulgação mensais aumenta significativamente (nos cinco meses seguintes é sempre superior a uma centena). A 1 de julho de 2015 a bloguista publica um texto no qual assinala o primeiro aniversário do blogue, agradece a patrocinadores, amigos, seguidores do blogue, e faz um balanço numérico sobre a página (número de publicações, de visitas e de seguidores nas redes sociais). A oitava publicação que se enquadra nesta categoria foi feita a 6 de agosto de 2015 e comemora o facto de o blogue ter atingido o primeiro lugar no ranking de Blogues de Literatura na página

*BlogsPortugal*. Todas estas publicações marcam momentos importantes para o blogue, que podem ou não ter consequências diretas para o utilizador.

Por último, o blogue *Silêncios que Falam* publicou três textos no período analisado que se enquadram nesta categoria. A 24 de julho de 2015 o bloguista informa os utilizadores que a página do blogue na rede social *Facebook* tem mais de 67.000 seguidores; no dia 13 de setembro de 2015 assinala-se o quinto aniversário do blogue; no dia 22 do mesmo mês agradece aos seguidores do blogue pelos mais de 70.000 seguidores na página da rede social *Facebook*.

Em termos estatísticos, esta categoria praticamente não tem influência nos resultados finais. Em termos práticos uma publicação deste tipo é sinónimo de uma mudança visível no blogue, de uma ocasião importante (como o aniversário da página) ou de um marco que o bloguista considera importante (número de seguidores numa rede social ou posição num *ranking*).

#### 5.4.4. Textos de Opinião

Os textos de opinião podem ou não incluir links para a página da editora, e/ou para opiniões de outros livros do mesmo autor publicadas no blogue, resumo da obra (retirado no sítio da editora ou redigido pelo bloguista), informações sobre o autor (retirado no sítio da editora ou redigido pelo bloguista), imagens estáticas, fotografias (retiradas da internet ou tiradas pelo bloguista), vídeos, entre outros.

No blogue *As Histórias de Elphaba* 19,8% das 282 publicações são opiniões sobre obras literárias, o que se traduz em 56 textos. Neste blogue o termo “opinião” está presente no título da publicação entre parêntesis retos. É comum neste blogue haver divulgação de uma obra antes de a sua opinião ser publicada, através de *booktrailers*, apresentação do livro ou até mesmo do seu sorteio num passatempo. Não é obrigatório que a opinião seja antecedida de divulgação, tão pouco que o livro em questão seja oferecido num passatempo, mas essa ordem específica de publicações (divulgação/ *booktrailer*/ opinião) foi encontrada várias vezes ao longo dos dez meses analisados<sup>84</sup>. Neste blogue os textos de opinião podem ser acompanhados de links para a página da editora, links para outras opiniões sobre livros do mesmo autor publicadas no blogue, entre outros elementos.

---

<sup>84</sup> Por exemplo no mês de janeiro com a obra *A todos os rapazes que Amei* (HAN, Jenny (2014). *A todos os rapazes que amei*. Amadora, Topseller.). Primeiro é organizado um passatempo em dezembro de 2014, depois a 28 de janeiro de 2015 anunciam-se os vencedores, e nesse dia é ainda publicado o *booktrailer* da obra.

No blogue *Atmosfera dos livros* foram publicados 116 textos de opinião, que constituem 31,09% das 373 publicações. Aqui o termo “opinião” vem no título da publicação antes do título do livro, como elemento da frase «A minha opinião sobre[...]». É comum neste blogue ser apresentado um autor para depois ser publicada a opinião sobre uma das suas obras. A 24 de fevereiro o escritor Ferran Ramon-Cortés é apresentado e horas depois é publicado um texto de opinião sobre um dos seus livros. O mesmo se pode verificar no mês de agosto: no dia quatro é apresentado o autor e horas depois surge o texto de opinião. Ao longo de dez meses essa ordem de publicações (textos sobre o autor/opinião) foi encontrada várias vezes, mas não é obrigatória, e as publicações são independentes (uma opinião não requer a apresentação do autor numa publicação à parte, e a apresentação do autor não significa obrigatoriamente a publicação de um texto de opinião). Neste blogue os textos de opinião podem ser acompanhados por *booktrailer*, nota atribuída no sítio *goodreads*, links da editora, entre outros.

No blogue *Estante de Livros* foram publicados 95 textos de opinião, que representam 42% das 226 publicações. Neste sítio o termo “opinião” está presente no título entre parêntesis retos antes do nome da obra. Quando a autora do blogue lê livros de contos publica um texto de opinião para cada conto: «Desta vez, decidi escolher a metodologia de “um conto, um post”[...]»<sup>85</sup>, o que significa que no período analisado, pelo menos 20 textos correspondem apenas a dois livros<sup>86</sup> (cada livro tem cerca de 10 contos). Regra geral os textos de opinião são seguidos de uma nota de 1 a 5, em que um é o valor mais baixo e cinco o mais alto, e uma frase que resume os sentimentos da bloguista pela obra. Raramente existem links para outros locais do blogue ou da editora a acompanhar a opinião.

No blogue *Marcas de Leitura* os 54 textos de opinião publicados correspondem a 3% das 1.788 publicações. A presença do termo “opinião” no título (após o nome da obra e entre parêntesis) não é fixa, mas um termo/expressão semelhante (“A minha opinião” ou “Opiniões”) geralmente é encontrada a meio da publicação, logo após a sinopse da obra. Neste blogue os textos de opinião são geralmente acompanhados pela capa do livro, várias informações bibliográficas, links para a editora ou para a página do autor, entre outros. Nos casos em que o

---

<sup>85</sup> Informação retirada a 17-03-16 de: <http://www.estantedelivros.com/2015/01/opiniao-solitarias-cancoes-de-laren-dorr-de-george-r-r-martin.html>

<sup>86</sup> Os livros foram: *O Cavaleiro de Westeros* ((MARTIN, George RR (2012). *O Cavaleiro de Westeros*. Estoril, Saída de Emergência) e *Dreamsongs Volume I* ((MARTIN, George RR (2003). *Dreamsongs Volume I*. U.S.A., Bantam Spectra.). As opiniões dos contos deste livro foram retiradas a 17-03-2016 respetivamente de: <http://www.estantedelivros.com/2015/01/opiniao-solitarias-cancoes-de-laren-dorr-de-george-r-r-martin.html> <http://www.estantedelivros.com/2015/03/opiniao-in-the-lost-lands-de-george-r-r-martin.html>

termo “Opinião” está ausente do título, uma opinião pode ser tida erradamente como uma publicação de divulgação se o utilizador não explorar verticalmente a página.

No blogue *Silêncios que Falam* os 43 textos de opinião constituem 8.22% das 523 publicações. Neste sítio o termo “opinião” está ausente do título/subtítulo, mas surge no terceiro separador “Opinião Livros”. Nas publicações de opinião o texto é geralmente antecedido pela capa da obra e breves indicações bibliográficas tais como: editora, data de publicação e número de páginas. Geralmente o nome da editora funciona como link para a respetiva página. Ocasionalmente são publicados textos de opinião sobre livros divulgados anteriormente, mas essa ordem (divulgação/opinião) não é encontrada tão frequentemente como nos outros blogues.

Ao todo os cinco blogues contabilizam 364 textos de opinião, cuja estrutura e elementos variam entre blogues e ocasionalmente entre publicações do mesmo blogue. Isso não se traduz, porém em 364 livros lidos, pois foram publicadas opiniões sobre contos e sobre *audiobooks* (quem recorre a *audiobooks* fica com conhecimento da obra através da audição, por isso não se pode afirmar que este é “lido”). O que é possível afirmar é que 364 vezes foi adquirido conhecimento (através de livros/contos), foram feitas 364 reflexões (no processo de formação de opinião) e 364 vezes foram redigidos e publicados textos nos blogues sobre o material em questão. Um aspeto comum encontrado em vários blogues analisados, foi o compromisso do bloguista em indicar quando um livro é oferecido e mesmo nesses casos facultar a sua «opinião honesta». Deste modo, uma resenha menos positiva sobre um livro enviado pela editora ou autor contribui para a construção de uma imagem idónea.

#### 5.4.5. Passatempos

Em cinco blogues, o único que não organizou passatempos no período analisado foi *Atmosfera dos livros*. Nos restantes foram encontrados três tipos de publicações que se inserem nesta categoria: o passatempo, a divulgação do passatempo (antes e durante) e o anúncio dos vencedores. Estas publicações podem ou não incluir imagens, links para a editora que patrocina; links do blogue que possam ser úteis ao passatempo; links do objeto que está a ser sorteado; resumo da obra que está a ser sorteada; regras, formulário, data de início/limite do passatempo; número total de participantes e nome do vencedor. Geralmente a estrutura destas publicações mantém-se de blogue para blogue.

Os passatempos encontrados foram todos organizados sensivelmente dentro dos mesmos parâmetros: preenchimento de um questionário no blogue, no qual o utilizador responde a perguntas sobre o objeto que está a ser sorteado e fornece dados pessoais; obrigatoriedade em divulgar informação nas redes sociais (o utilizador torna-se seguidor do blogue e da entidade patrocinadora em uma ou mais redes sociais) e seleção aleatória dos vencedores. Para organizar os passatempos, os quatro bloguistas recorreram frequentemente às mesmas duas ferramentas eletrónicas: a página de criação de formulários *GoogleForms* para fazer os questionários, e um gerador aleatório de números para selecionar vencedores, como a página *Random.org*<sup>87</sup> utilizada assumidamente pelo blogue *Silêncios que Falam*. O blogue *Estante de Livros* utilizou algumas vezes a *Rafflecopter*<sup>88</sup>, uma página própria para organizar passatempos.

Regra geral<sup>89</sup> os passatempos são patrocinados por entidades que fornecem os prémios, geralmente editoras que contribuem com um ou mais livros de variadas temáticas. Quando as editoras que patrocinam os passatempos colaboram com vários blogues, é provável que o mesmo livro seja oferecido em sorteios de diferentes páginas<sup>90</sup>.

Os elementos deste tipo de publicação (links, imagens, quantidade de informação sobre os prémios) variam entre blogues e às vezes variam dentro do mesmo blogue. As publicações de anúncio de vencedores são semelhantes nos diferentes blogues: agradece-se aos participantes, aos patrocinadores, anuncia-se o nome do vencedor, divulga-se o número total de participações e fornecem-se links para a editora/marca.

Depois de analisar os passatempos podemos concluir que estes são benéficos para organizadores e participantes. Para organizadores (bloguista e patrocinador) pois são promovidos na internet, para o utilizador pois pode ganhar um ou mais prémios. Já o autor do livro sorteado vê a sua obra a chegar a novos públicos.

---

<sup>87</sup> Informação retirada a 24-03-2016 de: <https://www.random.org/>

<sup>88</sup> Informação retirada a 24-03-2016 de: <https://www.rafflecopter.com/?home>

<sup>89</sup> Nos blogues *As Histórias de Elphaba* e *Estante de Livros* as bloguistas sortearam numa ocasião cada uma um livro das suas coleções pessoais. O blogue *Silêncios que Falam* sortearou objetos não relacionados com a literatura, nomeadamente produtos de cosmética, artigos de cortiça e relógios de pulso.

<sup>90</sup> Nos cinco blogues analisados, essa situação verificou-se em pelo menos duas ocasiões: a trilogia *Wayward Pines* de Black Crouch foi oferecida em julho no blogue *Estante de Livros* e no blogue *As Histórias de Elphaba* em setembro; a obra *Espia do Oriente* foi sorteada no blogue *Silêncios que Falam* em maio e no blogue *Marcas de Leitura* em julho. Com exceção de *Estante de Livros*, todos os blogues que organizaram passatempos sortearam livros de arteterapia (livros de colorir para adultos) de diferentes editoras.

#### 5.4.6. Publicações Pessoais

Todos os blogs publicaram aquilo que foi categorizado como “Publicações Pessoais”. As publicações pessoais dependem inteiramente do bloguista, podendo ser pontuais ou frequentes (as chamadas rúbricas), incluir texto, imagens, fotografias e outros elementos. Foram encontrados significativamente menos links neste tipo de publicação, principalmente quando comparados com a quantidade presente nas publicações de divulgação. A expressão “publicação pessoal” não está presente no título da publicação, mas o nome das rúbricas tende a estar presente no título ou no corpo do texto. São publicações com temáticas variadas, nas quais o bloguista exprime gostos pessoais, ou a sua opinião sobre algo que não uma obra literária. Um dos elementos que permite distinguir este tipo de publicação é a presença da primeira pessoa do singular, comum nos textos desta categoria. Uma publicação pessoal pode incluir a menção ou a apresentação de livros que o bloguista recebeu ou adquiriu, mas regra geral a quantidade de informação fornecida neste tipo de entrada é significativamente menor quando comparada à presente nas publicações de “opinião” e “divulgação”. Estas publicações podem ser inclusive compostas apenas por imagens sem qualquer texto. As principais características das publicações da categoria são: a ênfase dada ao tema e não a alguma entidade externa que possa estar a ele associada (como acontece nas publicações de “divulgação”) e uma predominância do ponto de vista do bloguista, que mesmo quando apresentam livros realça não a obra, mas o “eu”.

O blogue *As Histórias de Elphaba* fez 23 publicações nesta categoria, o que constitui 8% das publicações do blogue. Neste blogue são utilizados alguns termos entre parêntesis retos para distinguir as publicações, como por exemplo “Curiosidade”, “Literatices”, “Salganhada” e “Aquisições”. A bloguista tem uma rúbrica intitulada “Salganhada” (cujo termo surge entre parêntesis retos, após o título, geralmente acompanhado pelo mês) na qual faz um balanço mensal: fala sobre os livros que adquiriu, enviados pelas editoras e que leu; fornece links para as opiniões que publicou no mês anterior e para os passatempos nos quais os utilizadores ainda podem participar; apresenta uma miscelânea de objetos relacionados com livros que recebeu (marcadores, revistas literárias por exemplo); fala sobre como correu o mês que findou, objetivos cumpridos, falhados e remetidos para o mês seguinte. Estas publicações são acompanhadas por fotografias dos livros que a bloguista recebeu/adquiriu e por links para o blogue, e ao longo de dez meses esta rúbrica foi publicada oito vezes. Em janeiro a bloguista fez três publicações sobre os “Desafios de Leitura”: na primeira apresenta os livros que leu em

2014 no desafio de leitura, organizando a informação por mês e fornecendo as hiperligações para as opiniões que publicou no blogue; na segunda fala sobre quais os objetivos cumpridos e falhados do desafio de leitura de 2014 fornecendo links para as opiniões publicadas no blogue e para a publicação anterior sobre o tema; por fim fala do desafio literário que se propõe a cumprir em 2015. Nas restantes doze publicações, a bloguista fala sobre temas variados, nomeadamente a sua disponibilidade para publicar conteúdos no blogue; sobre livros que adquiriu ou lhe foram enviados (estas publicações são diferentes da rubrica “Salganhadas”, são pontuais, abrangem menos temas e geralmente focam-se em significativamente menos livros); sobre os seus hábitos de leitura; sobre novelas/filmes a que assistiu, e assinala uma data comemorativa (o Dia das Bruxas). Estas publicações foram acompanhadas pela expressão “Outras Literatices e outras coisas”, ou pelo termo “Curiosidades” entre parêntesis retos no fim do título. O que todas estas publicações têm em comum é a temática central: a bloguista e a sua relação com o que a rodeia. Algumas publicações foram acompanhadas por fotografias da bloguista ou tiradas por ela.

O blogue *Atmosfera dos livros* publicou 213 publicações nesta categoria, o que constitui 57% das 373 publicações neste blogue. Neste blogue as publicações de “Opinião” são geralmente antecedidas por um texto que apresenta o autor do livro. Os textos de apresentação de autores não são classificados de “Divulgação” porque se considerou que a bloguista os publicou por iniciativa própria, independentemente da existência de patrocínios no blogue e sempre associados a resenhas literárias. Para os leitores, estas apresentações constituem quase uma “pista” que indica que brevemente será publicada uma resenha literária e sobre que obra poderá ser. Provavelmente o elemento que em última análise coloca a apresentação de autores nesta categoria é o facto de a bloguista recorrer a diferentes fontes que vão para além das páginas das editoras para recolher a informação<sup>91</sup>. Estamos então perante a primeira subcategoria “apresentação de autores”, na qual foram publicados 75 textos, cujos elementos (links, imagens, vídeos), tamanho, estrutura, fonte e quantidade de informação variam entre publicações. No título destas publicações geralmente consta “a/o escritor/a” no título, seguido do nome do autor. As restantes publicações são de temática variada: a bloguista fala sobre as suas leituras, partilha citações (geralmente acompanhadas por imagens); em múltiplas ocasiões foram postadas imagens/fotografias/*cartoons* assinalando datas comemorativas<sup>92</sup> ou sobre

---

<sup>91</sup> Nomeadamente da *Wikipédia* e até de capas de livros.

<sup>92</sup> Nomeadamente a Páscoa, o Dia do Trabalhador, o Dia do Livro e o Dia da Criança.

leitura e o gosto por livros. A bloguista publicou igualmente textos sobre vencedores do prémio Nobel e de prémios literários. Denota-se uma preocupação com os seguidores do blogue: através de várias publicações a bloguista saúda os utilizadores desejando-lhes bom dia ou boas leituras, (ocasionalmente com um breve texto) e ainda com os textos sobre os autores que são muito educativos. Os “Desafios de Leitura” são outra temática abordada: indicam-se aqueles a que a bloguista aderiu, o seu progresso, e convida-se os utilizadores a darem sugestões para esses desafios e a aderirem aos mesmos. Em seis ocasiões distintas a bloguista fala sobre o que está a acontecer na sua vida pessoal, e ao longo de dez meses responde a cerca de quinze *Tags*<sup>93</sup>, através das quais fornece informação pessoal sobre si, sobre a sua vida, e os seus gostos. Em outubro este blogue passa a contar com outro colaborador, o escritor português Luís Abreu, que contribui para o blogue com cerca de cinco textos. Nesse mês a quantidade de textos pessoais diminui e a quantidade de textos de divulgação aumenta: em agosto temos 46 publicações pessoais (26 pessoais e 20 sobre autores) e duas de divulgação, e em outubro encontram-se 30 de divulgação e 26 pessoais (16 pessoais e 10 sobre autores).

O blogue *Estante de Livros* fez 104 publicações nesta categoria, o que constitui 46% das 226 publicações no blogue. Esta informação foi organizada em três subcategorias: “rúbricas” (74 publicações), “balanço” (8 publicações), e “miscelânea” (22 publicações). O termo “rúbrica” foi retirado do próprio blogue, e as publicações são acompanhadas não pelo termo, mas pelo nome da rúbrica, e por um número que informa o total de publicações que se inserem nesse tema. As rúbricas publicadas foram as seguintes: “Livros ao Sábado”, uma imagem/ilustração/*cartoon* acompanhadas ou não por algumas palavras da bloguista; “Capas Semelhantes”, obras distintas com capas parecidas ou que utilizam a mesma imagem; “*Booking Through Thursday*”<sup>94</sup>, resposta às perguntas colocadas semanalmente pelo sítio *Booking Through Thursday* relacionadas com livros e hábitos de leitura; “*Top Ten Tuesday*”, resposta ao desafio proposto pelo sítio *The Broke and the Bookish*<sup>95</sup> que desafia semanalmente os utilizadores a partilharem as suas dez preferências sobre temas variados; “Das Palavras às Imagens”, rúbrica da autoria da bloguista sobre livros que foram adaptados ao grande ecrã; e

---

<sup>93</sup> De acordo com o Oxford Advanced Learner’s Dictionary a definição de “*tag*” mais adequada a este contexto é: «4: to add a link to various users’s PROFILES from a foto on a SOCIAL MEDIA website [...]». Neste caso específico adicionam-se links não de uma fotografia, mas do blogue ou perfil de uma rede social de outra pessoa para que este responda a uma série de questões. Quem for selecionado pode por sua vez selecionar também, adicionando links à publicação. A resposta à *tag* pode ser voluntária. As respostas podem ser publicadas em redes sociais, páginas pessoais, blogues ou até em vídeo.

<sup>94</sup> Informação retirada a 05-04-2016 de: <https://btt2.wordpress.com/>

<sup>95</sup> Informação retirada a 05-04-2016 de: <http://www.brokeandbookish.com/p/top-ten-tuesday-other-features.html>

por último “Estantes”, fotografias de estantes de livros de amigos ou seguidores do blogue, acompanhados ou não por texto. Entre janeiro e julho foram publicados no início do mês textos sobre as leituras do mês que findou, intitulados de “Balanço”: estas publicações consistem num apanhado geral das obras lidas, adquiridas e oferecidas, objetivos falhados e cumpridos e um resumo dos conteúdos publicados. Geralmente as publicações são acompanhadas por links para os conteúdos mencionados que foram publicados no blogue, e no título consta o mês e o ano a que o balanço se refere. Foram igualmente publicados dezasseis textos sobre temas variados, com demasiadas diferenças entre si para serem determinadas subcategorias, intitulados “miscelânea”. Nestas publicações a bloguista fala sem seguir uma estrutura (ao contrário do que acontece em “*Top Ten Tuesday*” por exemplo) sobre si, sobre o seu filho, reflete sobre o estado e ritmo das suas leituras, sobre a sua experiência de leitora, sobre o prémio Nobel da Literatura, uma lista de filmes nomeados para os Óscares da Academia baseados em livros, e a sua experiência com arteterapia (chega inclusive a publicar fotografias das suas pinturas). São fornecidas hiperligações para artigos do blogue de modo a complementar a informação.

O blogue *Marcas de Leitura* fez 494 publicações nesta categoria, o que constitui 27,6% de todas as publicações do blogue no período analisado. Existem três rúbricas neste blogue, cujos nomes estão presentes ou no título ou no texto: “Coisas de Criança” (histórias reais/ficcionais cujos protagonistas são crianças), “Hoje Apetece-me” (poemas da autoria da bloguista, sobre um leque de temas) e “Efemérides”<sup>96</sup> (apresentação de personalidades de várias áreas e épocas, cujo nascimento ou morte se assinala no dia da publicação). Em julho surge a “Frase do Dia”, que consiste numa citação de um autor, normalmente acompanhada por uma imagem. Tal como encontrado nos blogues anteriormente analisados, aqui também existem publicações dedicadas a resumir o mês, muito frequentemente acompanhadas por fotografias dos livros lidos, breves considerações individuais sobre eles, fotografias que a bloguista tirou dos eventos em que participou (no caso de se tratar de um lançamento ou sessão de autógrafos está presente em várias imagens, inclusive com os outros participantes ou com o orador principal); fotografias dos livros que recebeu ou que adquiriu, apresenta dados estatísticos sobre o blogue (visualizações, posicionamento no ranking do *BlogsPortugal*, entre outros). A bloguista fala sobre as suas expectativas (que teve para o mês que findou e/ou que tem em relação ao mês seguinte) e agradece o apoio dos fãs e dos parceiros da página. Toda a

---

<sup>96</sup> Estas entradas são quase sempre acompanhadas por vários links (integrados no texto) para o sítio *Wikipédia*, e no título consta o termo “efeméride” e a data.

informação é acompanhada por links e é comum encontrarem-se poemas e versos. Neste blogue este tipo de publicação não apresenta o termo “balanço” no título, ao invés disso indica-se apenas o mês e o ano. Este blogue foi o que mais assinalou datas comemorativas, mais de duas dezenas<sup>97</sup>. Ao longo de dez meses foram publicados textos de temas diversos<sup>98</sup>.

O blogue *Silêncios que Falam* fez 22 publicações nesta categoria, o que constitui somente 4% dos 523 textos publicados neste blogue. Ao longo de dez meses, Miguel Pestana partilhou citações, poemas e textos de vários autores; compartilhou com os utilizadores fotografias dos livros recebidos e que estava a ler; assinalou datas comemorativas<sup>99</sup>, postou um artigo sobre o blogue publicado no jornal *Diário de Notícias*, e agradeceu a seguidores e editoras pelo apoio. Estas publicações são normalmente acompanhadas por links para o blogue ou para uma página que complemente a informação, e por fotografias aparentemente tiradas pelo próprio bloguista. São feitas referências à localização geográfica do bloguista, a Ilha da Madeira: nas publicações em que mostra os livros que está a ler ou que recebeu encontram-se expressões como “lê-se na Madeira” ou “o que se passa no Funchal”. Quando o mesmo conteúdo é publicado no blogue e na página da rede social *Facebook* são fornecidos os respetivos links. Ao contrário dos outros blogues, aqui a informação pessoal cedida pelo bloguista é limitada aos livros que recebeu e que está a ler, e podemos assumir que o resto das publicações refletem os seus gostos pessoais em termos de autores (que cita, de quem apresenta textos e cujos aniversários assinala) e o gosto pela sua terra natal.

Não obstante as “Publicações Pessoais” serem de natureza muito variada, encontraram-se semelhanças entre os blogues. Os cinco bloguistas publicaram com maior ou menor frequência textos de temas variados que podemos assumir que refletem os seus gostos pessoais. O resumo das leituras mensais, autointitulados pelos próprios blogues como “Balanço”, foram encontrados em *As Histórias de Elphaba* (sob o título “Salganhada”), em *Estante de Livros* e *Marcas de Leitura*, com uma periodicidade mensal mais ou menos constante<sup>100</sup>, geralmente acompanhadas de fotografias pessoais das bloguistas, links para o blogue e links para outras páginas que complementam a informação. Com maior ou menor frequência, quatro blogues

---

<sup>97</sup> Nomeadamente: o Dia do Pai, Dia da Mãe, Dia da Criança, Dia da Árvore, Dia do Livro, Dia dos Namorados, Dia do Teatro, Dia da Mulher, Dia das Mentiras, Dia do Livro Infantil, Dia da Dança, Dia da Terra, Dia da Família, Dia do Amigo, Dia do Escritor, Dia do Professor, Dia da Alimentação, Dia da República, Domingo de Páscoa, 25 de Abril, Dia de Portugal de Camões e das Línguas entre outros.

<sup>98</sup> Tais como sobre as aldeias portuguesas, o óbito de alguma personalidade, vencedores de prémios literários, listagem de todos os vencedores do prémio Nobel da Literatura, entre outros.

<sup>99</sup> Nomeadamente o Dia Mundial da Poesia, o Dia Mundial do Livro, e o aniversário de Agatha Christie,

<sup>100</sup> Após o mês de julho não foram encontradas mais publicações deste género em *Estante de Livros*.

publicaram citações de diversos autores/personalidades geralmente acompanhados por imagens (raramente por links), sendo a exceção a página *As Histórias de Elphaba*.

### 5.5. A Secção de Comentários nos Blogues

O blogue não é um espaço de comunicação unilateral. Sem dúvida que o bloguista é responsável pela maioria dos conteúdos, todavia existe um espaço de resposta através do qual não apenas é permitido ao utilizador que se expresse, como em múltiplas ocasiões este é convidado a fazê-lo. Todos os cinco blogues analisados permitem comentários ainda que com algumas ressalvas: o utilizador deve ter conta numa das páginas que oferece alojamento de blogues (como o *Blogger*, *LiveJournal*, *Disqus*) ou numa rede social (*Facebook*, *Google+*, *Twitter*); os comentários podem estar sujeitos à aprovação do bloguista antes de se tornarem públicos.

O número de comentários ao longo dos dez meses analisados não é definitivo uma vez que este é um espaço aberto e a qualquer momento um utilizador pode acrescentar informação, independentemente de se tratar de uma entrada recente ou antiga. O levantamento dos dados foi efetuado entre janeiro e março de 2016 na data da análise dos respetivos blogues (datas indicadas nos subcapítulos 4.2 a 4.6) e não foi alterado independentemente de quaisquer consultas posteriores. Através do número de comentários procurou-se averiguar qual a categoria que mais diálogo gerou a nível de cada blogue e a nível geral (entre os cinco blogues). Numa primeira fase fez-se o levantamento da publicação com mais comentários de cada mês o que resultou numa lista com 50 elementos. Na segunda fase contabilizaram-se as categorias das publicações, para averiguar qual a categoria mais repetida em cada blogue, e por fim a informação foi comparada entre os cinco blogues<sup>101</sup>.

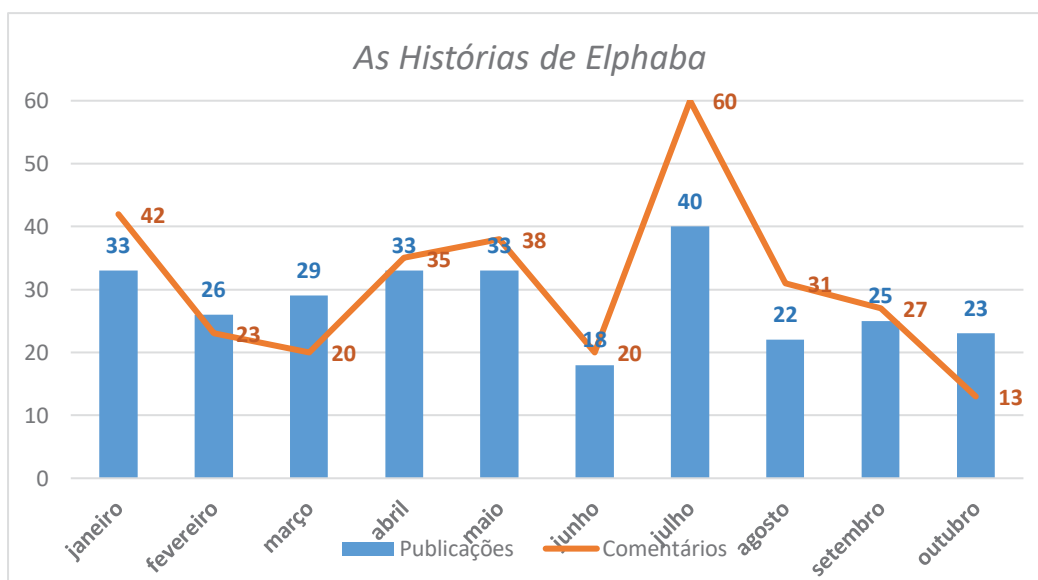
O blogue *As Histórias de Elphaba* recebeu 309 comentários às 282 publicações, o que dá uma média de um comentário por entrada. O mês em que o blogue recebeu mais comentários (60) foi julho. As publicações dedicadas aos passatempos são aquelas que geram mais resposta: da lista das dez publicações com mais comentários, sete pertencem à categoria “Passatempos”. A publicação com maior resposta por parte dos utilizadores em todo o blogue foi feita a 7 de

---

<sup>101</sup> Quando duas publicações têm o mesmo número de comentários em determinado mês, a entrada considerada é aquela cuja categoria foi encontrada mais frequentemente nos restantes meses. Se mais do que uma publicação tiver o mesmo número de comentários contabilizam-se as categorias e a que tiver mais entradas é a selecionada: por exemplo se cinco publicações tiverem 9 comentários cada, e dessas cinco três foram “opinião” e duas “passatempos”, nesse mês a categoria considerada é a “opinião”.

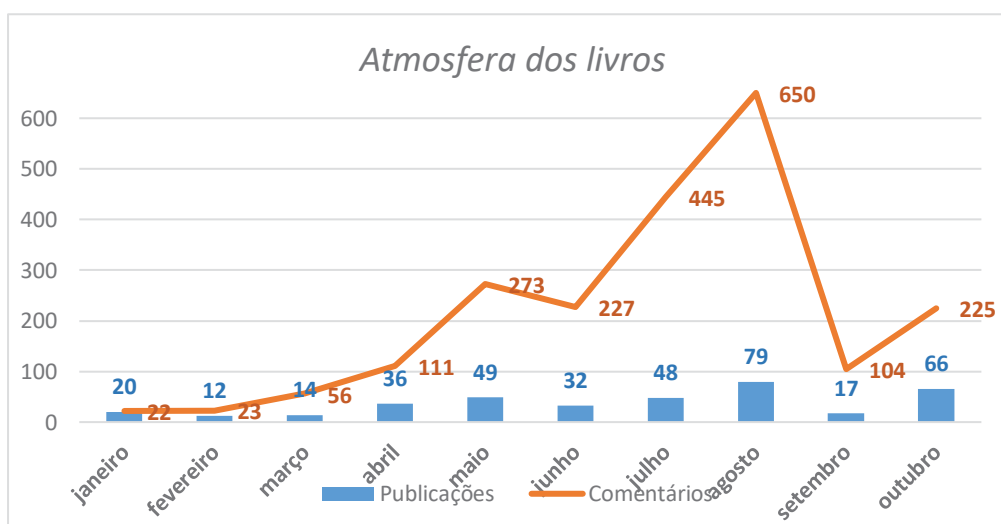
maio de 2015, é uma “Publicação Pessoal” com 18 comentários, na qual a autora do blogue fala sobre um dos seus hábitos de leitura: ler várias obras ao mesmo tempo. A evolução dos comentários a nível mensal está apresentada no gráfico 8.

Gráfico 8: Evolução dos comentários a nível mensal no blogue *As Histórias de Elphaba*



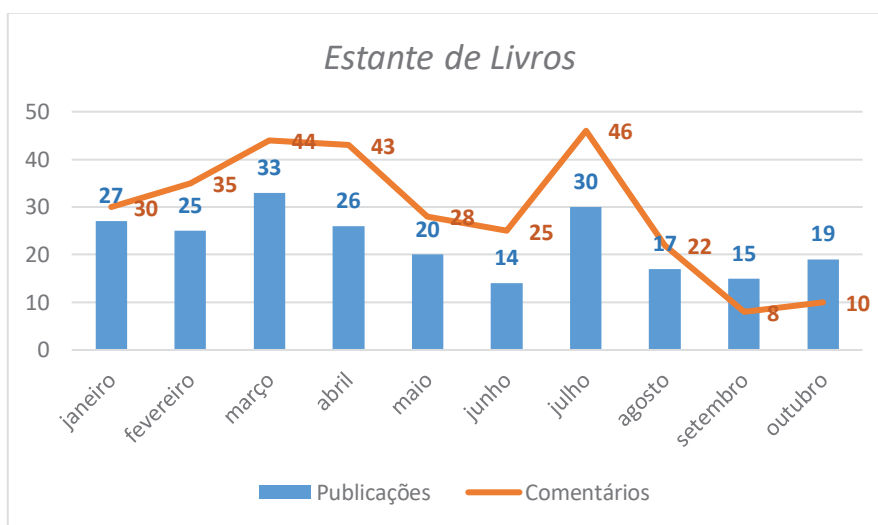
O blogue *Atmosfera dos livros* recebeu 2.136 comentários às 373 entradas, o que se traduz numa média de 5,7 comentários por publicação. O mês que recebeu mais comentários foi agosto, com 650 comentários. A categoria que gerou mais resposta por parte dos utilizadores foi “Opinião”, sendo a mais comentada seis vezes, mas a entrada com maior número de comentários no período analisado pertence à categoria “Publicações Pessoais” com 32 comentários. Nesta publicação de 2 de julho de 2015 a bloguista responde a uma *tag* sobre livros com muitas páginas a que chama “calhamaços”, seleciona obras e ordena-as segundo os critérios do desafio numa lista que totaliza mais de quarenta elementos. A evolução dos comentários está representada no gráfico 9.

Gráfico 9: Evolução dos comentários a nível mensal no blogue *Atmosfera dos livros*



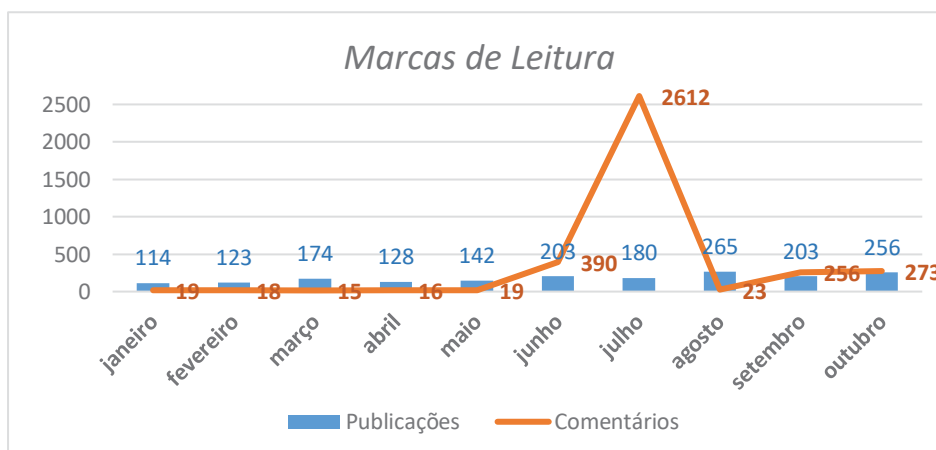
A página *Estante de Livros* recebeu 291 comentários às suas 226 publicações, o que dá uma média de 1,2 comentários por entrada. À semelhança do que aconteceu no blogue *As Histórias de Elphaba*, neste caso o mês com mais comentários (46) também foi julho. As “Publicações Pessoais” foram sem dúvida as que geraram mais resposta, recebendo o maior número mensal de comentários sete vezes. O máximo de comentários que uma publicação recebeu nesta página foram 16, numa publicação que assinala a comemoração do oitavo aniversário do blogue, a sete de julho de 2015, categorizada como “Novidade”. Os comentários evoluíram da seguinte forma:

Gráfico 10: Evolução dos comentários a nível mensal no blogue *Estante de Livros*



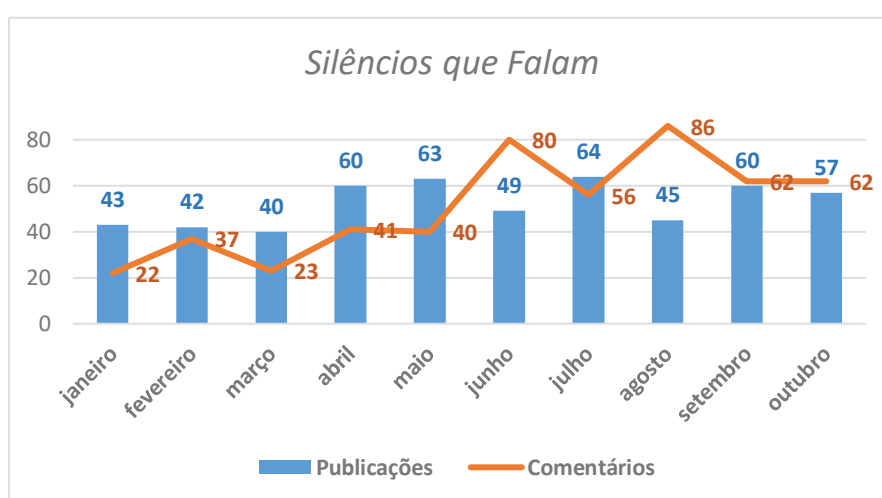
No blogue *Marcas de Leitura* contabilizam-se 3.641 comentários em 1.788 publicações e uma média de dois comentários por publicação. Sem dúvida que o mês com mais comentários é julho com 2.612. A categoria que gerou mais resposta foi a categoria “Passatempos”, recebendo o maior número de comentários sete vezes em dez meses. De facto, a publicação com maior resposta em todo o blogue foi um passatempo organizado a 17 de setembro de 2015, que recebeu 253 comentários. Ao longo de dez meses o número de comentários mensal foi o seguinte:

Gráfico 11: Evolução dos comentários a nível mensal no blogue *Marcas de Leitura*



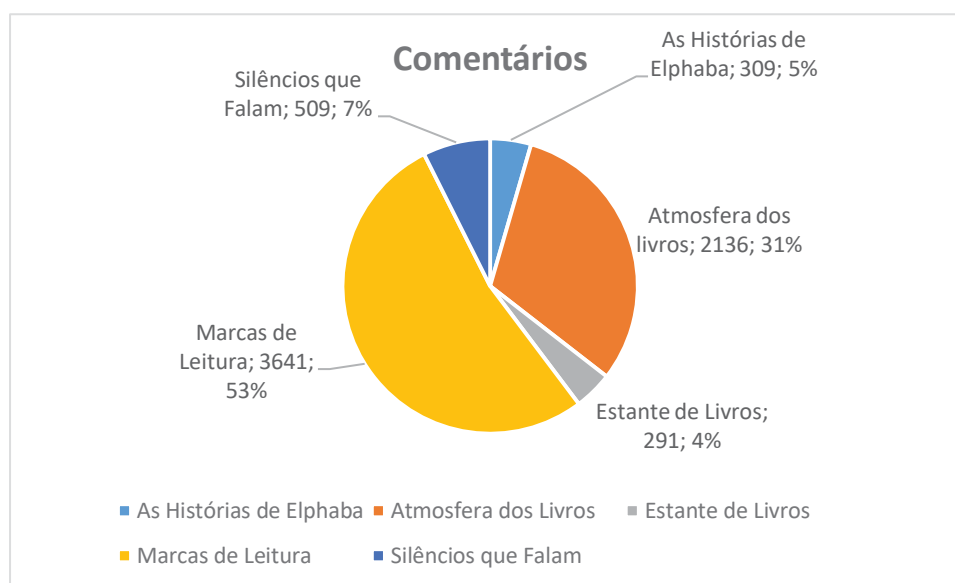
Por último, *Silêncios que Falam* recebeu 509 comentários em 523 publicações, o que dá menos de um comentário por entrada. Este blogue possui algumas semelhanças com *Atmosfera dos livros*: em ambos o mês com mais comentários foi agosto e a categoria mais frequente foi “Opinião”. Em *Silêncios que Falam* “opinião” recebeu o maior número de comentários em sete dos dez meses analisados, mas a publicação com mais comentários de todo o blogue pertence à categoria “Passatempos”. Este passatempo foi postado a 12 de outubro de 2015 e obteve 23 respostas. A organização dos comentários ao longo dos meses neste blogue resulta no gráfico número 12.

Gráfico 12: Evolução dos comentários a nível mensal no blogue *Silêncios que Falam*



Os cinco blogues contabilizaram 6.886 comentários em 3.192 publicações, o que dá uma média de 2,1 comentários em cada publicação. O blogue com mais comentários foi *Marcas de Leitura* com 3.641, mas aquele com a melhor média de comentários por entrada é *Atmosfera dos livros* com 5,7 comentários por publicação. No extremo oposto temos *Estante de Livros* com 291 comentários, mas a pior média é a de *Silêncios que Falam* com 0,93 comentários por publicação. As categorias com mais comentários são: “Passatempos” nos blogues *As Histórias de Elphaba* e *Marcas de Leitura*; “Opinião” em *Atmosfera dos livros* e em *Silêncios que Falam*; e “Publicações Pessoais” em *Estante de Livros*. Dos cinco blogues, a publicação com mais comentários (253) foi o passatempo organizado por *Marcas de Leitura* a 17 de setembro de 2015, no qual o prémio foi uma obra de Lesley Pearse. Os utilizadores comentaram mais durante os meses de julho e agosto, facto que provavelmente se explica por ser o período de interrupção escolar e também por serem os meses de férias para a maioria dos portugueses. A distribuição dos comentários por blogue pode ser consultada no gráfico número 13.

Gráfico 13: Número de comentários recebidos por cada blogue



Os autores portugueses não foram negligenciados nas publicações com mais comentários a nível mensal: em agosto, no blogue *Estante de Livros*, a publicação com mais comentários foi a opinião sobre um livro do autor português Carlos Campaniço; em *Marcas de Leitura* o lançamento de um livro de André Sousa foi a publicação mais comentada de agosto e a entrevista a Pedro Jardim foi a mais comentada de fevereiro; em *Silêncios que Falam* em janeiro a opinião sobre uma obra de Marine Nunes foi a entrada que mais comentários recebeu nesse mês, e em fevereiro a opinião do bloguista sobre uma obra de Nuno Nepomuceno recebeu mais comentários do que as restantes. No ranking das 50 publicações mais comentadas, cinco são sobre divulgação/entrevistas/resenhas literárias de autores portugueses.

É muito comum gerar-se um diálogo nos comentários. Os utilizadores servem-se desta funcionalidade nas páginas para expressar o seu agrado/desagrado em relação às publicações; para partilhar histórias semelhantes às apresentadas pelo bloguista; para dar os parabéns ao autor da página pelo seu conteúdo ou uma data comemorativa. Muito frequentemente o bloguista responde utilizando a mesma funcionalidade. A resposta pode ser associada a um comentário específico e, quando isso acontece, os comentários apresentam-se intercalados. Em outras ocasiões num único espaço o bloguista dirige-se a vários utilizadores. Quando a mensagem é semelhante em vários comentários (como, por exemplo, quando várias pessoas desejam os parabéns pelo aniversário do blogue) o autor do blogue pode deixar um agradecimento geral.

Como já referido anteriormente, a categoria “Passatempos” foi a que teve mais publicações em dois blogues. Uma prática comum encontrada em alguns blogues foi o uso deste

espaço para anunciar publicamente o vencedor. Alguns passatempos obrigam o utilizador a comentar uma publicação do blogue, noutros casos os utilizadores publicam nos comentários links como prova que de cumpriram as regras (por exemplo, se é obrigatório a partilha de informação em determinada rede social, publicam esse link nos comentários). Com ou sem a obrigatoriedade de comentar, os utilizadores fizeram-no muitas vezes para anunciar a sua participação ou para manifestar o seu agrado pelo passatempo ou pelo prémio em questão.

Em algumas ocasiões os comentadores são pessoas que possuem blogues. Por exemplo, Manuela Santos do blogue *Marcas de Leitura* (analisado neste trabalho), exprimiu a sua opinião em duas das 50 publicações com mais comentários em pelo menos dois dos blogues que fazem parte do *corpus*<sup>102</sup>. Esta bloguista não adicionou o link para a sua página no comentário, porém outros utilizadores fizeram-no: no blogue *Atmosfera dos livros* encontramos a bloguista Jessie que partilha não apenas a sua opinião como o também o link para o seu blogue *Fofocas Literárias* numa publicação de “opinião” postada 10 de abril de 2015<sup>103</sup>.

Os comentários são mais uma ferramenta de que o bloguista dispõe para criar e manter uma relação com os seus leitores. O conteúdo dos comentários varia consoante a pessoa, o assunto da publicação, e a conversa é moldada pela contribuição do bloguista ou de outros utilizadores. A possibilidade de comentar é importante para o utilizador, que sente que pode contribuir para o blogue. Ao receber uma resposta do bloguista, o utilizador sente-se valorizado. Este diálogo direto ajuda ainda a criar uma sensação de proximidade com o bloguista. Em última análise os comentários encontrados dependem do bloguista que a qualquer momento pode impedir um comentário de se tornar visível ou até apagar conteúdo mesmo depois da sua publicação. Este poder sobre aquilo que é dito no/sobre o blogue pode ser positivo e negativo: positivo porque evita publicidade (chamada de *spam*), e protege os comentadores de brigas e até de linguagem brejeira; negativo porque o utilizador ao ser confrontado com comentários estritamente positivos pode suspeitar que estes não refletem a verdadeira posição dos seguidores em relação à página e ao seu responsável.

---

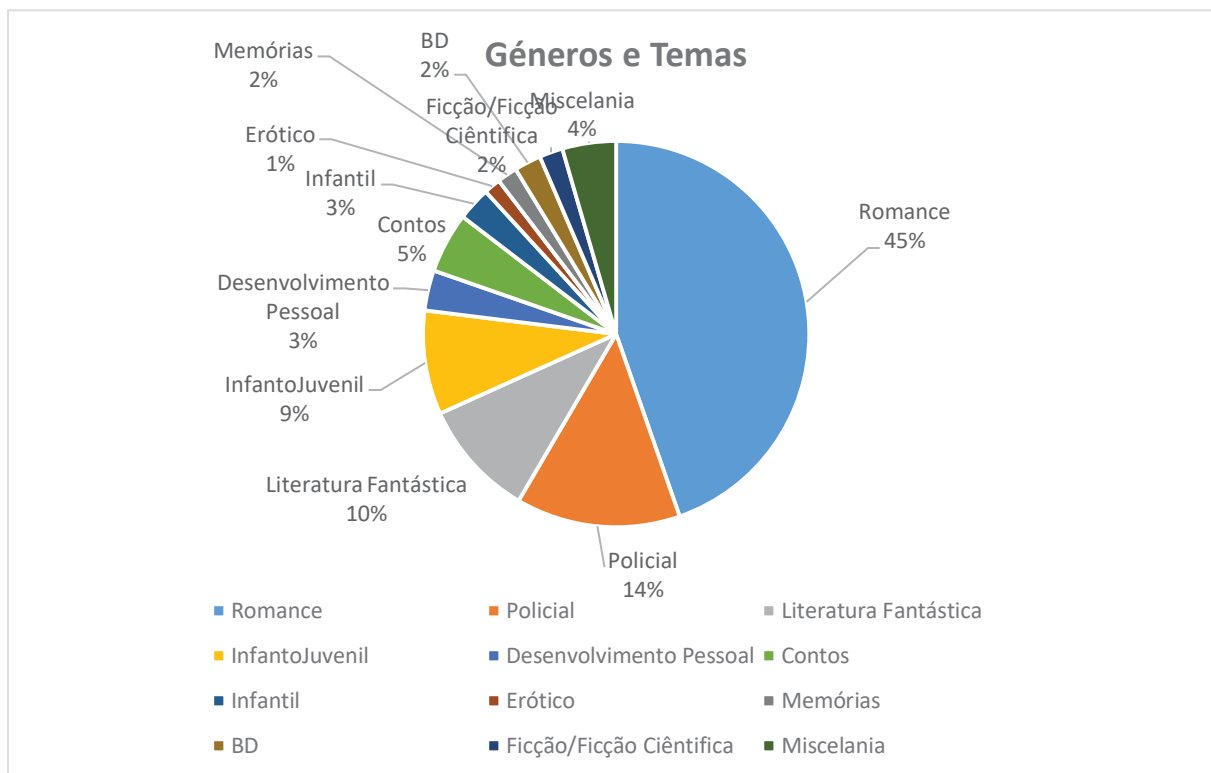
<sup>102</sup> Em fevereiro comenta a publicação de “Opinião” no blogue *Silêncios que Falam* sobre a obra *O Espião Português* de Nuno Nepomuceno, e em maio comenta a “Publicação Pessoal” do blogue *As Histórias de Elphaba* sobre hábitos de leitura.

<sup>103</sup> Informação retirada a 18-04-2016 de: <http://atmosfera.dos.livros.blogspot.pt/2015/04/minha-opinioao-sobre-o-livro-sozinhos-na.html>

## 5.6. As Leituras dos Bloguistas: Suportes, Línguas e Temas

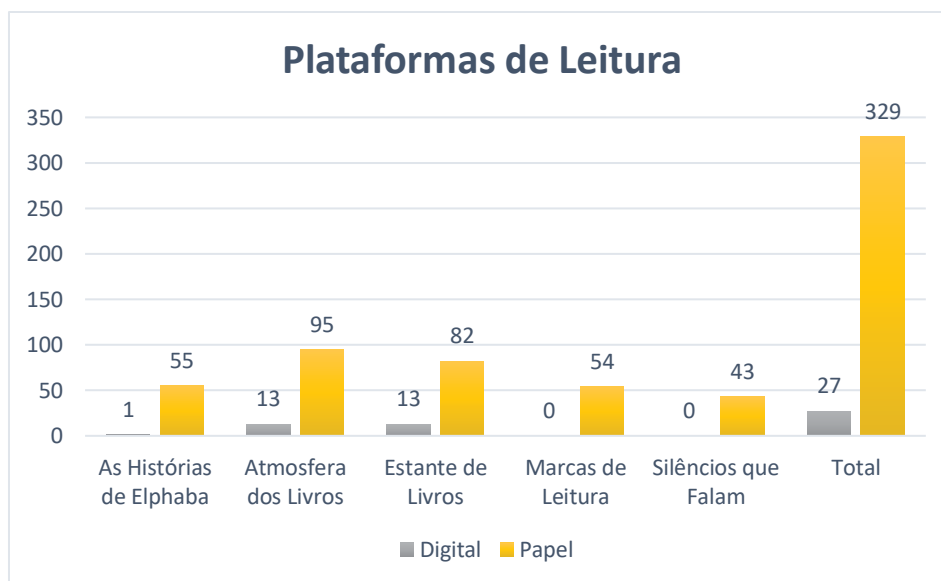
Neste subcapítulo vamos explorar em pormenor o que leram e como leram os bloguistas ao longo do período analisado. Foi feito um levantamento de todos os textos de opinião, e as obras/contos neles abordados foram classificados de acordo com a informação fornecida em sítios de editoras/livrarias. Originalmente o objeto de estudo consistia em 364 entradas, contudo oito links do blogue *Atmosfera dos livros* estavam indisponíveis à data da análise, pelo que se estudaram 356 publicações. Quando o bloguista forneceu uma hiperligação para a página de uma livraria, essa fonte foi a utilizada, contando que o sítio categorizasse a obra. Nos casos em que esta informação estava ausente recorreu-se maioritariamente aos sítios de três editoras/livrarias: a Wook (<https://www.wook.pt/>), por ser fonte de informação de muitos bloguistas; a Bertrand (<http://www.bertrand.pt/>), pelo seu sistema rápido e base de dados extensa; e a Editorial Presença (<http://www.presenca.pt/>) por publicar vários dos livros analisados. Por disponibilizar o sistema mais rápido e a base de dados mais extensa, a página da Bertrand foi a fonte preferencial. Nos casos em que a mesma obra tem múltiplas classificações optou-se pela mais abrangente de forma a obter informação homogeneizada. Todas as categorias e classificações foram retiradas de sítios de editoras/livrarias, e essa informação foi retirada *ipsis verbis*. As categorias são apresentadas no gráfico 14.

Gráfico 14: Leituras dos Bloguistas



Os blogues que mais opiniões publicaram tendo por base obras em formato digital foram *Atmosfera dos livros* e *Estante de Livros*, com 13 cada um. Os bloguistas de *Marcas de Leitura* e *Silêncios que Falam* leram exclusivamente em formato impresso, e a responsável pela página *As Histórias de Elphaba* leu somente um conto digital. Em *Atmosfera dos livros*, a bloguista leu 13 contos digitais (de autores portugueses e traduzidos). O blogue *Estante de Livros* foi o que apresentou a maior variedade de formatos de leitura: dois e-books (um policial e um romance), quatro contos digitais, e sete obras em *audiobooks*<sup>104</sup>. Não obstante os avanços tecnológicos, os conhecimentos de informática dos bloguistas (que para além dos blogues estão presentes em redes sociais), o aumento da oferta de e-books em Portugal (entre cinco de maio e cinco de agosto de 2016 a Wook aumentou a sua oferta em 30%, de 2.339 para 3.047<sup>105</sup> exemplares, e a Bertrand aumentou a sua oferta em 8,6%, de 914.751 para 993.564 obras<sup>106</sup>), do anúncio da morte do livro impresso, constata-se que estes leitores continuam a preferir ler em papel, tal como se pode aferir no gráfico 15.

Gráfico 15: Plataformas de leitura utilizadas pelos bloguistas



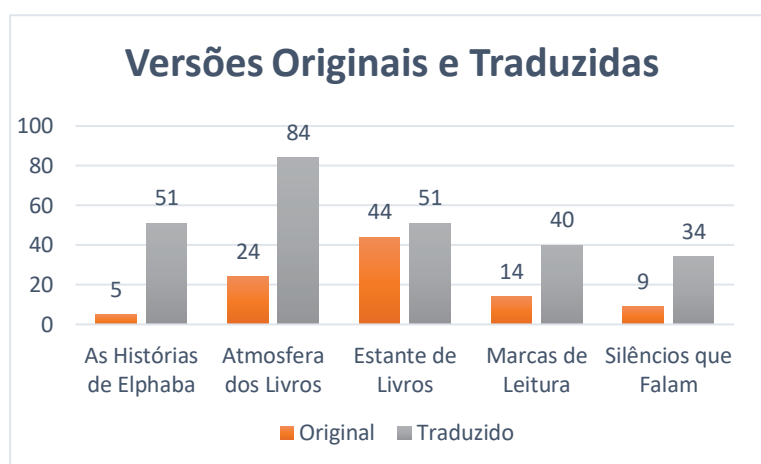
<sup>104</sup> Como a própria afirma numa publicação pessoal a 13 de maio de 2015: «Para além dos *audiobooks* do *Harry Potter*, que ando a ouvir durante tarefas domésticas (...)».

<sup>105</sup> Informação retirada a 05-05-2016 e a 05-08-2016 de: <http://www.wook.pt/product/facets/palavras/ebooks/fsel/11708/tipo/0>

<sup>106</sup> Informação retirada a 05-05-2016 e a 05-08-2016 de: <http://www.bertrand.pt/?restricts=11708&facetcode=temas>

Outro aspeto que se teve em consideração ao analisar as leituras dos bloguistas foi o idioma. Todos leram versões originais e traduzidas. A responsável pela página *Marcas de Leitura* foi quem mais leu livros publicados originalmente em português (14 no total). Todavia, foi a bloguista de *Atmosfera dos livros* quem publicou mais resenhas tendo por base publicações de autores portugueses: 24 entradas, 13 sobre contos digitais e 11 sobre livros publicados. Somente duas bloguistas leram versões originais em inglês: a responsável por *As Histórias de Elphaba* (leu 3 obras em inglês) e a responsável por *Estante de Livros* (leu 26 obras/contos em inglês). Sensivelmente um quarto das obras (96 livros que representam 26,9% do total de 356 entradas) foram lidas na versão original (inglês e português<sup>107</sup>). O número de versões originais *versus* traduzidas é representado no gráfico 16.

Gráfico 16: Número de obras em versão original vs traduzidas lidas pelos bloguistas



Os bloguistas leram obras ficcionais e não-ficcionais. Somente 28 publicações (de um total de 356) incidiram em obras não-ficcionais categorizadas pelas editoras e/ou autores como: “Desenvolvimento Pessoal e Espiritual” (12), “Memórias” (6), “Saúde e Bem-Estar” (3), “História” (2), entre outros. Podemos então aferir que foi sobre a ficção que recaiu a escolha dos bloguistas e, dentro da ficção, o romance.

De acordo com o Dicionário da Língua Portuguesa da Porto Editora (2014), o termo “romance” define-se como: «1. Literatura: género narrativo ficcional em prosa, mais longo do que a novela e o conto, em que as personagens são apresentadas com maior densidade psicológica, e o tempo e o espaço são categorias mais elaboradas.». Portanto, segundo esta

<sup>107</sup> É de frisar que para esta análise consideram-se como “obras originais em Língua Portuguesa” trabalhos de autores não apenas de nacionalidade portuguesa, mas de nacionalidade moçambicana, angolana, cabo-verdiana e brasileira, uma vez que estamos a considerar o idioma original de publicação.

definição, para uma obra ser considerada “romance” deve cumprir os seguintes critérios: ser uma narração, ser ficcional, ter extensão e desenvolver as personagens. Seguindo esta lógica, policiais e thrillers, livros de ficção científica, livros de literatura fantástica, literatura erótica e livros infantojuvenis também são considerados romances. No entanto, para tornar esta análise mais precisa, os romances sem tema específico (que designaremos apenas de “romance”) serão tratados separadamente dos restantes. Contabilizaram-se, portanto, temas diferentes<sup>108</sup> que as editoras utilizaram na categorização dos livros.

Aproximadamente 44% das obras lidas pelos bloguistas são classificadas apenas como “Romance” e todos os bloguistas leram pelo menos 10 romances cada um<sup>109</sup>. O romance de época *O Cavaleiro Inglês*<sup>110</sup> foi lido por três bloguistas diferentes, neste caso as autoras de *As Histórias de Elphaba*, *Atmosfera dos livros* e *Marcas de Leitura*.

“Policial e Thriller” ocupa o segundo lugar nas preferências dos bloguistas que, entre os cinco, leram um total de 49 livros. Aqui houve uma leitura comum aos cinco bloguistas: *A Rapariga no Comboio* (Hawkings, 2015). Quem leu o maior número de policiais foram as responsáveis pelas páginas *Atmosfera dos livros* (12) e *Estante de Livros* (18). A primeira focou-se em múltiplas obras do autor James Patterson, e a segunda foi mais heterogênea. Dois bloguistas leram obras da autora Agatha Christie.

Na terceira posição temos “Literatura Fantástica”, com 49 opiniões postadas. O número de publicações não se traduz, porém, em obras lidas: a bloguista de *Estante de Livros* postou 21 textos sobre apenas quatro livros, três deles livros de contos do autor George R.R Martin. Também em *Atmosfera dos livros* a maioria das opiniões (4 num total de 7) visaram obras de fantasia deste autor.

Em *As Histórias de Elphaba*, os três temas mais frequentes foram: “Infantojuvenil”<sup>111</sup> (10 obras), “Policial e Thriller” (6 obras), e “Literatura Fantástica” (5 obras). O amor, a amizade, mistérios, o ato de superar adversidades são temas comuns presentes em grande parte

---

<sup>108</sup> Temas que surgiram uma única vez foram incluídos na categoria “Miscelânea”.

<sup>109</sup> Os blogs e o número de romances lidos: *As Histórias de Elphaba* (22), *Atmosfera dos livros* (55), *Estante de Livros* (30), *Marcas de Leitura* (39), *Silêncios que Falam* (13).

<sup>110</sup> SOARES, Carla. M (2014). *O Cavaleiro Inglês*. Lisboa, Marcador Editora.

<sup>111</sup> De acordo com Dicionário da Língua Portuguesa da Porto Editora (2014), o termo “infantojuvenil” define-se como «destinado a crianças e jovens». Aplicado à literatura, o termo pode induzir em erro, uma vez que um livro com uma temática apropriada a jovens pode ser desadequado para crianças. Nas páginas das livrarias consultadas, os livros são classificados como “juvenil” (que segundo o mesmo dicionário se define como «destinado a jovens») ou “infantojuvenil” sem que haja uma distinção vinculada. Então, sempre que nos referimos neste trabalho a “infantojuvenil”, falamos de livros com uma temática mais madura dirigidos a jovens (aquilo a que em inglês se chama de “young adult”). Os livros dirigidos para crianças são classificados como “infantis”.

das obras lidas. Num extremo oposto das obras “Infantojuvenis”, temos 4 obras de “Literatura Erótica”, nomeadamente das autoras Megan Maxwell e Sylvia Day. Em *Atmosfera dos livros*, os temas mais lidos foram exatamente os mesmos que no blogue anteriormente analisado: “Infantojuvenil” (12 obras), “Policial e Thriller” (12 obras), e “Literatura Fantástica” (7). Em *Estante de Livros*, os temas mais lidos foram os mesmos que nestes dois blogues, mas por ordem inversa: em primeiro lugar “Literatura Fantástica” (21 textos de opinião), em segundo lugar “Policial e Thriller” (18 obras lidas), e em terceiro lugar “Infantojuvenil” (9 obras lidas). Foram encontradas publicações de “Opinião” de obras dos mesmos autores nos blogues *As Histórias de Elphaba* e *Estante de Livros*<sup>112</sup>. No blogue *Marcas de Leitura*, foram poucas as obras lidas para além do romance: de entre as 54 “Opiniões” publicadas, 39 foram sobre romances, 7 foram sobre policiais, e as restantes sobre seis temas diferentes. Esta bloguista publicou resenhas sobre material de autores que outros bloguistas também leram: em comum com as autoras de *As Histórias de Elphaba* e *Atmosfera dos livros*<sup>113</sup> e em comum com os autores de *Silêncios que Falam*<sup>114</sup> e *Estante de Livros*<sup>115</sup>. O blogue *Silêncios que Falam* foi único, uma vez que foi o que mais explorou obras de não-ficção (18 resenhas): “Desenvolvimento Pessoal e Espiritual” (10 obras); “Saúde e Bem-Estar” (4 obras); “Memórias” (2 obras), “Arte” e “História de Portugal” (uma obra cada). Este foi o único bloguista que não leu obras de “Literatura Fantástica”, nem “Infantojuvenil”.

Ler obras de poucos temas pode acarretar vantagens e desvantagens. Um bloguista que só divulga e escreve resenhas sobre um número reduzido de temas, pode limitar o seu público-alvo, mas também pode tornar o blogue numa página de referência para os amantes desses temas. Um blogue que publica críticas sobre uma grande variedade de temas terá um público mais abrangente, mas também pode resultar num blogue disperso no que toca aos temas abordados. É possível ao utilizador determinar o tema mais explorado em cada blogue, e encontrar uma página na qual os seus gostos coincidam com os do bloguista. Os blogues analisados são exemplo disso mesmo: nos blogues *As Histórias de Elphaba* e *Atmosfera dos livros*, denota-se uma tendência para uma literatura mais orientada para jovens, com muitas histórias românticas, mundos ficcionais, aventuras. Já em *Silêncios que Falam* várias rubricas foram dedicadas a livros com uma aplicação mais prática e que podem contribuir para o bem-

---

<sup>112</sup> Neste caso “Romances de Época” de Julia Quinn, “Policiais” de Blake Crouch, “Banda Desenhada” de Brian K. Vaughan e de Jeffrey Brown.

<sup>113</sup> Obras da romancista portuguesa Carla Soares.

<sup>114</sup> Obras do autor português Nuno Nepomuceno.

<sup>115</sup> Obras da romancista Jodi Picoult.

estar físico e espiritual. Estes bloguistas leram maioritariamente livros traduzidos principalmente da língua inglesa (apenas 12,5% das traduções foram de outras línguas<sup>116</sup>), impressos e de ficção (nomeadamente romances, policiais e literatura fantástica). Relativamente a versões originais, denota-se uma preferência por obras escritas em português, quando comparadas com versões originais em inglês.

## 6. Os Blogues de Literatura nas Redes Sociais

### 6.1. As Redes Sociais no Início do Século XXI

O conceito de “rede social” não é novo: as redes sociais surgiram quando o Homem se tornou caçador e coletor, e os seres humanos começaram a criar relacionamentos para sobreviver (Kadushin,2012:3). Hoje em dia, o termo é usado mais frequentemente para designar as redes sociais na internet. Para o autor Lon Safko na sua obra *The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success*, o conceito de “redes social”<sup>117</sup> pode ser definido sucintamente como «[...] o meio que usamos para ser sociais.» (Safko, 2010: 3). No contexto da obra e deste trabalho académico as redes sociais são entendidas como uma ferramenta informática utilizada para ter acesso a várias pessoas, criar relacionamentos e estabelecer confiança (Safko,2010:4).

Na segunda década do século XXI as redes sociais fazem parte da vida não apenas dos utilizadores da internet, como de todos os cidadãos que têm acesso a informação. Por exemplo o programa de informação *25ª Hora*, emitido pelo canal português de notícias Tvi24, normalmente dedica um espaço a ler contribuições dos telespectadores publicadas na rede social *Twitter*. A importância das redes sociais na atualidade é inegável, e um vasto número de personalidades de diferentes áreas têm perfis em redes sociais, nomeadamente o futuro ex-Presidente dos Estados Unidos Barack Obama e sua Santidade o Papa Francisco I que possuem ambas contas oficiais no *Twitter*<sup>118</sup>. O fenómeno das redes sociais não se limita a pessoas: marcas, eventos, lugares, entre outros, têm páginas e perfis em diversas redes sociais. De facto,

---

<sup>116</sup> Restantes línguas e número de obras: Alemão (4); Checo (1); Espanhol (8); Francês (9); Holandês (1); Italiano (3); Norueguês (1); Sueco (1); Russo (1).

<sup>117</sup> Em português o termo “rede social” refere-se a uma rede de relacionamentos, ao ato de a construir e manter e ferramentas utilizadas. Todavia, em inglês distingue-se a ação como “social network” (“to build a social network” ou “social networking”) do meio e ferramentas (“social media”). Neste caso o termo traduzido foi “social media”. (Fontes: Dicionário de Língua Portuguesa da Porto Editora e Oxford’s Advanced Learning Dictionnary).

<sup>118</sup> A 07-05-16 ambos os perfis se encontravam ativos. O perfil oficial do Presidente Barack Obama pode ser encontrado em: <https://twitter.com/BarackObama>. O perfil oficial de Sua Santidade o Papa Francisco I pode ser encontrado em: <https://twitter.com/Pontifex>.

algumas das marcas mais valiosas do mundo <sup>119</sup> tais como a Apple, a Coca-Cola, a Toyota e o McDonald's marcam presença em várias redes sociais tais como o *Facebook*, o *Twitter* e o *Google+*. Os blogues analisados neste trabalho não são exceção: praticamente todos eles estão presentes em pelo menos uma rede social.

Partindo então deste conceito, a exploração da presença dos blogues nas redes sociais tentará determinar que tipo de utilização é feita destas ferramentas digitais: se as redes sociais são uma extensão do blogue (com publicações originais), se os bloguistas interagem com os leitores e se tentam direcioná-los para o blogue. Como um dos objetivos deste trabalho é averiguar se os blogues promovem o livro impresso tentar-se-á averiguar ainda se o fazem nas redes sociais. Analisar-se-á a presença dos blogues nas redes sociais *Facebook* e *Twitter*, por se tratarem das redes às quais os blogues mais recorrem.

## 6.2. As páginas dos Blogues na rede social *Facebook*

A rede social *Facebook* permite a troca de informação, através de textos, imagens, vídeos, entre outros. Os utilizadores registados adicionam outros utilizadores ao seu perfil construindo assim uma rede, tendo acesso à informação divulgada pelos seus contactos, bem como às interações destes com outros utilizadores, com marcas, eventos, jogos, locais, personalidades entre outros <sup>120</sup>.

Fundado em 2004 por Mark Zuckerberg, inicialmente o *Facebook* tinha como objetivo conectar os alunos da Universidade de Harvard. Em 2016 é a quinta marca mais valiosa do mundo, com um *brand value* de 52,6 mil milhões de dólares <sup>121</sup>. No primeiro semestre desse ano contabilizaram-se 1,65 mil milhões de utilizadores ativos. Foram encontradas páginas <sup>122</sup> do *Facebook* de quatro dos cinco blogues estudados, sendo *Atmosfera dos livros* a única ausência à data da análise.

Para o estudo da presença destes blogues no *Facebook* a metodologia aplicada foi semelhante à classificação das publicações nos blogues e o período estudado foi o mesmo. Nesta rede social a informação é organizada da entrada mais recente para a mais antiga (à

---

<sup>119</sup> Ranking elaborado pela revista *Forbes: The World's Most Valuable Brands, 2015 Ranking*. A informação na íntegra pode ser consultada em <http://www.forbes.com/powerful-brands/>.

<sup>120</sup> Informação retirada de <https://www.facebook.com/help/?ref=pf>

<sup>121</sup> Informação retirada a 12-05-16 de: <http://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank>

<sup>122</sup> De acordo com a obra *The Facebook Marketing Book* (Zarrella, 2011:39-44) no contexto do *Facebook* “perfil” e “página” são conceitos distintos. O “perfil” é pessoal, cada pessoa só deverá ter um e ao adicionar essa pessoa surge o termo “adicionar amigo”. Por outro lado, o utilizador não pode fazer amizade com uma “página”, apenas pode segui-la fazendo “gosto”, e estas são dirigidas a marcas, serviços, personalidades, sítios entre outros.

semelhança de um blogue) e um arquivo permite consultá-la por ano. A diferença mais significativa entre a análise do conteúdo dos blogues e do *Facebook* é que na rede social foi analisada apenas uma parte dos dados, que o sistema classificou como “*highlights*”. A análise da totalidade das publicações foi ponderada, mas esse projeto mostrou-se inviável após as publicações do mês de outubro das páginas do *Facebook* dos blogues *As Histórias de Elphaba* e *Estante de Livros* terem sido examinadas na totalidade. O levantamento de dados revelou que a primeira bloguista publicou conteúdo 43 vezes e a segunda 62. Considerando que o número de publicações se mantém relativamente constante ao longo de dez meses, e é semelhante nos quatro blogues, trabalharíamos com um total de 1.720<sup>123</sup> a 2.480<sup>124</sup> publicações, cuja análise excederia o limite de páginas estabelecido para este trabalho. Procedeu-se então ao levantamento individual dos conteúdos sugeridos pelo próprio sítio, que seguidamente foram classificados de acordo com as diretrizes estabelecidas no capítulo anterior, e depois os resultados foram analisados. Neste caso a classificação é uma ferramenta de organização de informação, porque o objetivo final é verificar se e como o blogue é promovido, se é publicado no *Facebook* conteúdo que não é publicado no blogue, e se o livro impresso é promovido nesta plataforma.

Foram encontradas semelhanças e diferenças entre as páginas dos blogues no *Facebook*. Os bloguistas classificaram as suas páginas em três categorias distintas, não obstante a temática “blogues de literatura” ser comum a todos. Os autores de *As Histórias de Elphaba* e *Silêncios que Falam* classificam as páginas como “*Personal Blog*”; *Estante de Livros* considera-se “*Society/Cultural Blog*” e *Marcas de Leitura* classifica-se simplesmente como “*Books*”. Cada bloguista descreveu ainda a sua página de maneira única, descrições essas apresentadas aquando da análise das publicações. Em conjunto com as próprias publicações na rede social, estes elementos contribuem para a construção da imagem do blogue e do bloguista que se pretende transmitir.

A 21 de maio de 2016 a página do *Facebook* de *As Histórias de Elphaba*<sup>125</sup> tinha 2.688 “gostos” e descrevia-se como: «Uma página aberta... Histórias do meu imaginário Elphaba», repetindo o lema encontrado no blogue. O objeto de estudo é um conjunto de 82 entradas. Grande parte das publicações (39 de um total de 82) remeteu para as entradas de “Opinião” postadas no blogue. No *Facebook*, ao remeter para uma resenha literária, as publicações

---

<sup>123</sup> Se consideramos que a média de publicações é 43, aplicado dez vezes a quatro blogues (430\*4=1720)

<sup>124</sup> Se consideramos que a média de publicações é 62, aplicado dez vezes a quatro blogues (620\*4=2480)

<sup>125</sup> A página pode ser consultada em <https://www.facebook.com/historiaselphaba/>.

mantiveram a sua estrutura e elementos: uma breve frase ou um termo resumindo a opinião da bloguista (“gostei”, “adorei”, “cumpriu os objetivos”), algumas linhas do texto publicado no blogue, e o link para o mesmo. Em várias ocasiões a bloguista partilhou com os utilizadores fotografias que ela própria tirou do livro que estava a ler, ou que recebeu de alguma editora. Em 36 publicações foi promovido o diálogo com utilizadores, aos quais foram colocadas variadas questões tais como: «Estão animados?» (pergunta encontrada em múltiplas publicações); «E vocês o que andam a ler desse lado?»; «Começaram a semana com o pé direito?»; «Há fãs da Juliet Marillier por aqui?», entre outras.

A 21 de maio de 2016, a página do *Facebook* de *Estante de Livros*<sup>126</sup> tinha 10.216 “gostos” e descrevia-se como: «Blog português dedicado maioritariamente à publicação de opiniões literárias». Atentaremos em 74 publicações. Nesta página do *Facebook* predominaram entradas com hiperligações para artigos no blogue como rúbricas e publicações de opinião (das 74 entradas 56 apresentavam links), mas ao contrário do que encontramos na página *As Histórias de Elphaba*, aqui raramente foi adicionada uma introdução. Nesta plataforma foram publicadas fotografias pessoais não partilhadas no blogue, como de livros (adquiridos, enviados por editoras, leituras atuais ou findadas), das pinturas da bloguista nos livros de arteterapia, e até uma fotografia do filho. Por outro lado, imagens e cartoons, da rúbrica do blogue “Livros ao Sábado” e fotografias de estantes de livros da rúbrica “Estantes” foram repetidas tanto no blogue como na página do *Facebook*. Foi partilhada divulgação em sete ocasiões, de duas formas distintas: informação publicada somente no *Facebook* (como o lançamento de uma obra de Ruy de Carvalho) e em comum nas duas plataformas (por exemplo o lançamento do livro de John Williams).

Na data acima referida, a página do *Facebook* de *Marcas de Leitura*<sup>127</sup> tinha 3.492 “gostos” e descrevia-se como: «Opiniões e partilha de livros e leitura». Foram apresentadas pela rede social 67 publicações. A autora do blogue, Manuela Santos, utilizou a página do *Facebook* de maneira diferente dos dois bloguistas referidos anteriormente, que se dedicaram a promover textos do blogue. A bloguista cumprimentou os seus leitores em 17 entradas, constituídas por desejos de “Bom dia” ou “Boas leituras”, e acompanhadas por uma imagem. Aqui também foram partilhadas fotografias de livros (oferecidos por editoras ou adquiridos), um álbum dedicado à visita à feira do livro, que inclui imagens da autora do blogue (a única

---

<sup>126</sup> A página pode ser consultada em <https://www.facebook.com/EstanteLivros/?fref=ts>

<sup>127</sup> A página pode ser consultada em <https://www.facebook.com/marcasdeleitura/?fref=ts>

bloguista a partilhar fotos com o rosto visível no *Facebook* no período analisado) e outras imagens e ilustrações. Em oito publicações divulgou livros e eventos que não partilhou no blogue: quatro constituídas por fotografias de capas de livros num álbum intitulado “Novidades Literárias” (composto unicamente por fotografias), e quatro dedicadas a eventos variados.

A 21 de maio de 2016, a página do *Facebook* de *Silêncios que Falam*<sup>128</sup> tinha 84.075 “gostos” e descrevia-se simplesmente como «Blogue literário». Foram analisadas 80 publicações. Se as três bloguistas anteriores partilharam em diversas ocasiões fotografias que retrataram episódios das suas vidas pessoais, Miguel Pestana, autor de *Silêncios que Falam*, fê-lo em apenas duas ocasiões. As publicações mais divulgadas na página da rede social foram as “Publicações Pessoais” (44 de um total de 80), na maioria das vezes (em 37 ocasiões) consistindo em citações acompanhadas por imagens, links para o blogue ou para páginas de editoras no *Facebook*. Nas restantes publicações pessoais, o bloguista partilhou pequenos jogos<sup>129</sup> e três artigos<sup>130</sup>. Em 32 entradas promoveram-se conteúdos publicados no blogue: passatempos (31% do total de publicações) e divulgação de obras.

O sistema considerou como “*highlights*” um total de 303 entradas para as páginas dos blogues. Regra geral, em cada blogue houve duas categorias de publicações que se destacaram. Em *As Histórias de Elphaba* as categorias foram “Opiniões” publicadas no blogue (47%) e “Publicações Pessoais” (43%) nas quais se tentou estabelecer diálogo com os utilizadores. Em *Estante de Livros* 54% das entradas foram classificadas como “Publicações Pessoais”, e 25,6% como publicações de “Opinião” postadas na íntegra no blogue. Em *Marcas de Leitura* a categoria que mais se destacou foi “Publicações Pessoais” com 82% de entradas. Por fim, em *Silêncios que Falam* 55% das publicações foram “Publicações Pessoais” e 31,25% foram classificadas como “Passatempos”. Conclui-se então que nas páginas do *Facebook* dos quatro blogues, as “Publicações Pessoais” ocuparam sem dúvida um lugar de destaque.

Os dados revelam uma diversidade no posicionamento dos bloguistas: em *As Histórias de Elphaba*, são promovidas as publicações de opinião, partilhadas fotografias de livros recebidos/adquiridos e denota-se uma tentativa de fomentar diálogo com o leitor; *Estantes de Livros* dedicou mais de metade das entradas a promover o blogue e as suas rúbricas; mais de 80% das publicações de *Marcas de Leitura* são dirigidas aos leitores do blogue; por fim

---

<sup>128</sup> A página pode ser consultada em <https://www.facebook.com/silenciosquefalam/?fref=ts>

<sup>129</sup> Em duas ocasiões partilhou “sopas de letras”.

<sup>130</sup> Dois escritos pelo bloguista para o sítio <http://www.contioutra.com/> e o terceiro escrito por outro autor e partilhado.

*Silêncios que Falam* promove o blogue como um todo, postando citações acompanhadas pelo *link* para a página principal do mesmo.

Os conteúdos do *Facebook* de *As Histórias de Elphaba* e *Estante de Livros* complementam o blogue. A principal diferença entre as entradas da rede social e do blogue é a quantidade de fotografias pessoais publicadas, que é significativamente maior no *Facebook*. Um utilizador que siga estas páginas na rede social tem uma atualização praticamente semanal dos livros adquiridos pelas bloguistas, enquanto que quem acompanha somente o blogue só terá acesso a esta informação uma vez por mês na rubrica de balanço mensal. É em *Marcas de Leitura* que blogue e rede social apresentam a diferença mais vincada: 63% das publicações do blogue são “divulgação”, enquanto que 82% das entradas na página do *Facebook* são “publicações pessoais”, dedicadas a uma abertura ao diálogo com os utilizadores. Neste sentido blogue e rede social complementam-se: no primeiro temos as rubricas e a divulgação, e na rede social temos uma interação com os utilizadores. Por último, apesar de *Silêncios que Falam* dedicar a maior parte das entradas de *Facebook* à promoção do blogue e dos seus passatempos, fez várias publicações com citações, fotos inéditas, textos que não se podem encontrar no blogue, e pequenos jogos concebidos exclusivamente para esta rede social, numa tentativa clara de interação com os utilizadores. Os dados disponíveis permitem aferir que foi estabelecido muito mais diálogo com os utilizadores nas redes sociais do que nos blogues: as 303 publicações analisadas geraram 3.113 comentários<sup>131</sup>, o que dá uma média de 10 comentários por publicação, enquanto que nos blogues a média de publicações é apenas de dois comentários por entrada<sup>132</sup>.

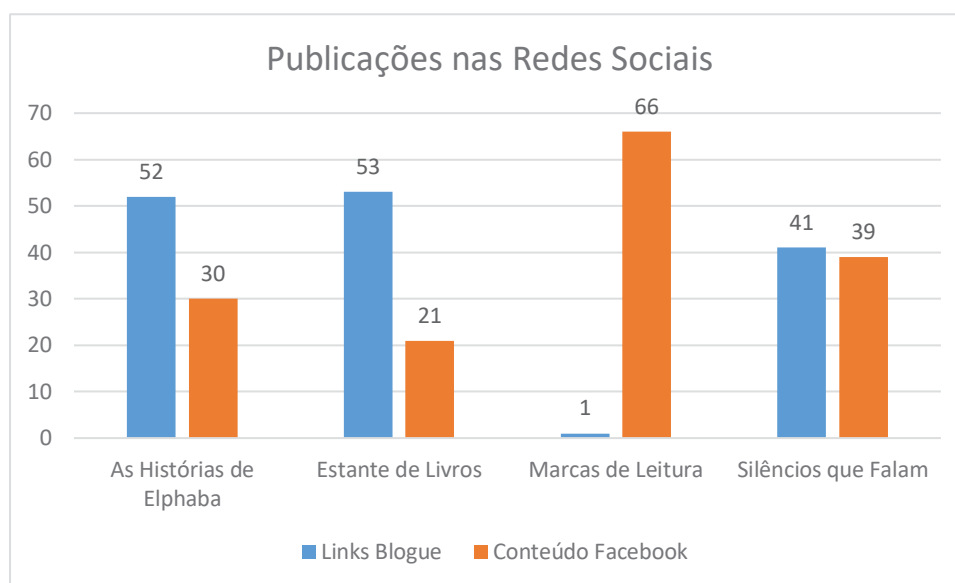
Todos os bloguistas criaram conteúdo próprio para o *Facebook* (51% das publicações na rede social) e todos aí publicaram links para artigos no blogue (49% das entradas na rede social). O gráfico 17 mostra o número de publicações que cada bloguista fez e a sua distribuição

---

<sup>131</sup> O número de comentários não é fixo, visto que a qualquer momento pode aumentar (se um utilizador comenta uma publicação antiga) ou diminuir (quando se apaga um comentário). Sendo assim considera-se que esta informação se refere à encontrada no dia 21 de maio de 2016.

<sup>132</sup> 6886 (comentários)/3192 (entradas)=2,15 comentários/entrada.

Gráfico 17: Conteúdo do blogue *versus* Conteúdo criado para o *Facebook*



Podemos afirmar que existe uma promoção do livro impresso nesta rede social através das fotografias de exemplares físicos que todos os bloguistas publicaram no *Facebook*, da divulgação de lançamentos de livros e da partilha de links de publicações de “Opinião” e textos relacionados com livros postados nos blogues.

### 6.3. As contas dos Blogues na rede social *Twitter*

A rede social *Twitter* permite partilhar e receber informação de uma forma relativamente limitada: o utilizador pode exprimir-se através de um máximo de 140 caracteres, e acompanhar a sua mensagem por imagens e vídeo. A informação adicionada pode ser independente ou associada a um tópico de discussão<sup>133</sup>. Neste caso deve ser adicionado o símbolo cardinal (comumente conhecido no meio como *hashtag*) que condensa todas as mensagens do mesmo tópico numa página, ordenadas da mais recente para a mais antiga.

O *Twitter* foi criado em 2006 por uma equipa de informáticos financiada pelo criador do *Blogger*, Evan Williams, com Noah Glass (Bilton, 2013) como responsável pelo projeto. Curiosamente o *Twitter* nasceu de um projeto paralelo após o *iTunes* da Apple (lançado no mesmo período) ter tornado obsoleta a aplicação desenvolvida pela equipa de Noah Glass. O objetivo do novo projeto era desenvolver uma aplicação de partilha de mensagens de texto

<sup>133</sup> Informação retirada a 12-05-2016 de: <https://support.twitter.com/>

tornando-as públicas. A empresa comemorou recentemente o seu décimo aniversário<sup>134</sup> e a rede social conta com cerca de 310 milhões de utilizadores ativos<sup>135</sup>.

Os blogues *As Histórias de Elphaba* e *Estante de Livros* estão presentes nesta rede social de uma forma bastante ativa com publicações quase diárias. Ao contrário do *Facebook*, no qual a informação pode ser consultada por ano, aqui as publicações estão todas organizadas verticalmente, da entrada mais recente para a mais antiga (o mesmo método que se aplica num blogue) mas sem qualquer arquivo. Visto que o nosso objetivo não é analisar as publicações no *Twitter*, mas sim averiguar a presença dos bloguistas nesta plataforma, foi escolhido apenas um mês de modo a não tornar a análise de conteúdo demasiado extensa, tendo sido selecionado o mês de outubro de 2015. A metodologia aplicada foi a utilizada anteriormente na análise de conteúdo do *Facebook*, diferenciando-se conteúdo criado exclusivamente para a rede social das entradas que remetem para o blogue.

A 21 de maio de 2016 o blogue *As Histórias de Elphaba* tinha conta ativa nesta rede social (@Elphaba\_J) com 130 seguidores e 366 *Tweets*<sup>136</sup>. Durante o mês de outubro de 2015 foi publicado conteúdo 24 vezes, sendo que 21 vezes se remeteu para as publicações no *Facebook* dedicadas a estabelecer diálogo e/ou cumprimentar os fãs. As três restantes reencaminharam os seguidores para o blogue.

A 19 de maio de 2016 o blogue *Estante de Livros* possuía uma conta ativa no *Twitter* (@EstantedeLivros) com 3.130 seguidores e 3.491 entradas. Em outubro de 2015 *Estante de Livros* fez 90 *Tweets*, numa média de 3 por dia. Nesta rede social partilharam-se os mesmos artigos que no *Facebook*, destacando a literatura: foram partilhadas hiperligações para 41 artigos sobre literatura nacional e internacional, tal como sobre a Feira do Livro de Frankfurt 2015, o Festival Literário Internacional de Óbidos 2015, prémios literários nacionais e internacionais (anúncio dos vencedores e artigos sobre os mesmos), artigos sobre autores, divulgação de futuras publicações, lançamentos de livros, entre outros. Para isto a autora do blogue recorreu a diversas fontes, principalmente a jornais nacionais e internacionais. Em nove ocasiões, os utilizadores foram remetidos para outra rede social, o *Instagram*, onde poderiam encontrar fotografias inéditas dos livros adquiridos/enviados à bloguista. Outras entradas

---

<sup>134</sup> Informação retirada a 12-05-16 de: <http://www.businessinsider.com/twitter-10th-birthday-party-2016-3>

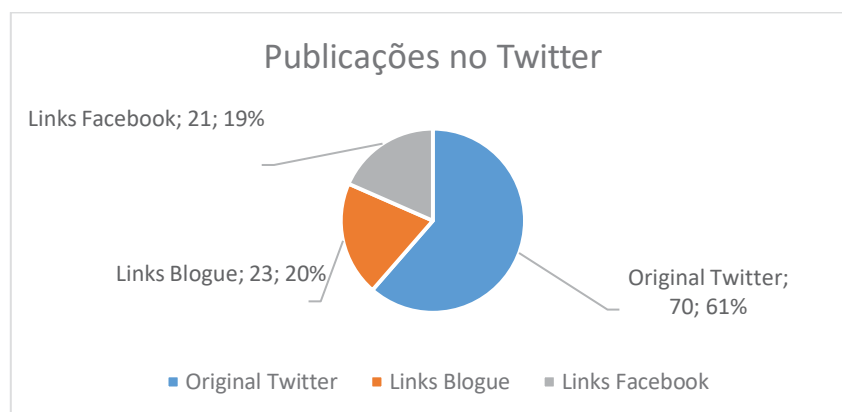
<sup>135</sup> Informação retirada a 12-05-16 de: <http://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>

<sup>136</sup> Termo utilizado para designar uma publicação nesta rede social.

serviram para prevenir os leitores de que seria publicado brevemente no blogue um determinado artigo.

Os dados disponíveis permitem-nos atestar que houve atividade frequente nesta rede social, mas este conteúdo remeteu em diversas ocasiões para o blogue ou página do *Facebook*, tal como se pode constatar no gráfico 18.

Gráfico 18: Conteúdo partilhado na rede social *Twitter*



Apesar do *Twitter* permitir partilhar imagens, esta funcionalidade não foi utilizada por nenhuma das bloguistas. Não podemos afirmar que existiu uma promoção direta do livro impresso nesta plataforma, mas se considerarmos que no *Twitter* os utilizadores foram em múltiplas ocasiões reencaminhados para o *Facebook*, e que no *Facebook* se promoveu o livro impresso, então segundo essa lógica podemos afirmar que o *Twitter* também serviu esse propósito.

Podemos então concluir que a presença dos blogues nas redes sociais é uma realidade assim como a promoção dos blogues e do livro impresso nestas plataformas. Os blogues estudados estão presentes e são bastante ativos nas redes sociais. Do ponto de vista do utilizador a rede social *Facebook* é vantajosa, na medida em que condensa informação de diversas fontes num único espaço: por exemplo se uma empresa lança um novo produto ou anuncia uma promoção, essa informação é visível na página principal do cibernauta, dispensando-se assim a consulta diária do sítio da marca. Outra vantagem é constituir mais um meio de comunicação entre utilizadores e marcas, bloguistas, lojistas entre outros. Da perspetiva do comerciante/do bloguista/das marcas, as redes sociais permitem chegar a um vasto número de utilizadores, pois uma única interação é visível por pessoas integradas em diferentes redes que podem não conhecer a marca ou o produto, e que tomam conhecimento através desta plataforma.

Podemos afirmar que o *Facebook* e o *Twitter* foram ferramentas para a divulgação do blogue. Nas redes sociais os utilizadores são convidados a visitar os blogues, a ler as opiniões/rúbricas aí publicadas, a participar e promover os seus passatempos, de forma direta (utilização de verbos “visitem”, “partilhem”, “espreitem” e partilha de links para o blogue) e indireta (quando, por exemplo, são apenas apresentadas as primeiras linhas das publicações, obrigando o utilizador a visitar o blogue se pretender continuar a leitura). Todos os blogues, em maior ou menor número, publicaram fotografias e conteúdos inéditos (textos, jogos, citações) e fomentaram (com sucesso) o diálogo com os utilizadores.

## 7. Do Outro Lado do Ecrã: A Perspetiva dos Criadores de Conteúdo

Numa tentativa de compreender as motivações por detrás da criação de uma página, a relação dos bloguistas com as editoras, com os seus seguidores, e com o próprio blogue, foi enviado, por correio eletrónico, um inquérito aos responsáveis pelas páginas estudadas<sup>137</sup>. Em seguida, serão analisadas as respostas fornecidas por quatro bloguistas, uma vez que a responsável por *Estante de Livros* não respondeu ao inquérito, apesar de ter sido contactada em diversas ocasiões.

### 7.1. Os Bloguistas

Em primeiro lugar, procurou-se averiguar qual o motivo que levou estas pessoas a criarem Blogues de Literatura. O autor de *Silêncios que Falam*, Miguel Pestana, afirmou que inicialmente o blogue não tinha um tema específico, era apenas um “espaço de partilha”, e a escolha da temática foi posterior à criação da página. O desejo de partilhar os seus interesses foi também referido por Joana Gonzalez de *As Histórias de Elphaba*, e por Manuela Santos de *Marcas de Leitura*. Estas bloguistas partilham com Carla Vieira, de *Atmosfera dos livros*, o objetivo inicial de utilizar o blogue como plataforma para registar e recordar leituras. Joana Gonzalez refere ainda o desejo de levar mais pessoas a ler, e Manuela Santos aponta que foi incentivada por amigos e por outros bloguistas.

Com a segunda questão, procurou-se estabelecer um paralelo entre a formação académica/área profissional dos bloguistas e a literatura. Para três bloguistas, o tema do blogue é independente da formação académica/área profissional: Carla Vieira é licenciada em

---

<sup>137</sup> Os métodos de abordagem, as datas, e as respostas recebidas poderão ser consultados no anexo 2.

Psicologia, a área profissional de Miguel Pestana é “Desenho Técnico”, e Manuela Santos não forneceu informação específica. No caso de Joana Gonzalez, primeiro surgiu o blogue e depois a formação académica de nível superior: desmotivada pelo número de licenciados sem emprego que conhecia, não prosseguiu imediatamente com os estudos. Foi só depois de criar o blogue que decidiu aprofundar os seus conhecimentos em literatura e, para tal, licenciou-se em “Línguas, Literaturas e Culturas”. Atualmente, a sua área profissional relaciona-se com a literatura, pois trabalha como livreira.

O tempo despendido com o blogue a nível semanal foi a terceira pergunta colocada aos bloguistas, que apresentaram respostas muito variadas: Manuela Santos atualiza o blogue diariamente; Joana Gonzalez dedica cerca de quatro horas por semana à sua página; Miguel Pestana passa cerca de três horas por semana a atualizar/gerir o blogue, e Carla Vieira gasta cerca de duas horas semanais com a sua página. Tanto os autores de *As Histórias de Elphaba* como de *Silêncios que Falam* afirmam que a sua situação de empregabilidade tem uma influência direta no tempo que dedicam ao blogue: a primeira lamenta o facto de ter tão pouco tempo para o blogue, uma vez que o seu trabalho é «exaustivo», e a sua agenda é muito preenchida; o segundo admite que dedicava cerca de doze horas semanais ao blogue durante o período em que esteve desempregado.

Os blogues selecionados para o *corpus* têm uma longevidade que varia entre os dois e os oito anos de existência. Tentamos então perceber o que motiva os bloguistas a manterem as suas páginas ao fim desse tempo. O bloguista Miguel Pestana afirma que o «estatuto» que o blogue alcançou (como vimos anteriormente, este é o blogue de literatura português com mais seguidores no *Facebook*), os livros gratuitos que recebe (resultado das parcerias com editoras), e o gosto por escrever e por se manter atualizado relativamente ao que é publicado no nosso país, são os fatores de motivação. As três bloguistas são unânimes ao referir o gosto por partilhar as suas histórias e opiniões com os leitores e pela troca de informação. São ainda mencionadas vantagens de se ter um blogue: para Joana Gonzalez, escrever uma opinião sobre um livro implica releituras e consequentemente uma reflexão mais profunda sobre a obra, que de outra forma não faria. Para Carla Vieira, o hábito de seguir outros blogues leva-a a descobrir nova literatura de qualidade.

Com a penúltima pergunta, procurou-se compreender como funciona a relação dos bloguistas com as editoras (como já vimos anteriormente, todos os blogues colaboram com pelo menos uma editora cada). No caso dos blogues *As Histórias de Elphaba* e *Atmosfera dos livros*,

as editoras enviam os livros solicitados pelas bloguistas, o que constitui uma situação oposta ao blogue *Marcas de Leitura*, que recebe os livros que as editoras decidem enviar. Já Miguel Pestana admite receber livros de forma gratuita, sem especificar, porém, se seleciona os títulos ou se as obras lhe são simplesmente enviadas. Se para Manuela Santos e para Carla Vieira, a relação com as editoras é «boa» e «funciona muito bem», para Joana Gonzalez e Miguel Pestana, as coisas nem sempre correram de feição, e estes declaram que já terminaram parcerias por problemas de comunicação com as editoras.

A última pergunta focou-se na possível influência destes bloguistas nos hábitos de leitura dos seus seguidores. Manuela Santos não só confirma, como envia alguns comentários deixados por leitores no *Facebook*, nos quais os utilizadores declararam que sem o blogue não leriam determinado livro. Também os responsáveis por *As Histórias de Elphaba*, *Atmosfera dos livros*, e *Silêncios que Falam* afirmam ter recebido comentários desta natureza, mas cada bloguista expressa sentimentos diferentes em relação aos mesmos. Para Joana Gonzalez, alegar a influência nos hábitos de leitura dos seguidores do seu blogue seria «um pouco presunçoso». Apesar de ser «gratificante» ter influência junto dos leitores, Carla Vieira confessa que nunca refletiu muito sobre o assunto. Por fim, Miguel Pestana mostra-se desconfiado, uma vez que no seu blogue a participação em alguns passatempos requer aos utilizadores que comentem as resenhas literárias, e este alega que nunca saberá se os comentários são sinceros ou não.

Podemos então retirar algumas conclusões. De acordo com os bloguistas, o gosto pelos livros e pela partilha de opinião foram as principais razões que os levaram a criar páginas. Regra geral, a formação académica/área profissional não está relacionada com o tema do blogue, mas para uma bloguista, a página teve influência na escolha do curso superior que frequentou depois do lançamento do sítio. O tempo dedicado ao blogue varia de pessoa para pessoa, implica um investimento regular, e alguns bloguistas admitem que gostariam de ter mais disponibilidade para atualizar as suas páginas. Foram várias as razões apontadas para manter os blogues: um bloguista destaca as vantagens (receber livros de graça) e o estatuto da sua página; outros declaram o gosto na troca de histórias e de informação. Ainda que a relação com as editoras seja de modo geral apontada como positiva, dois bloguistas advertem para o facto de uma comunicação ineficaz poder levar ao seu término. A maior parte dos bloguistas foi hesitante em afirmar que as suas páginas têm influência nos hábitos de leitura dos seus seguidores, todavia todos revelam já ter recebido comentários ou mensagens de correio eletrónico que apontam

nesse sentido. Acima de tudo, estes quatro bloguistas partilham o gosto pela leitura e um respeito pelas pessoas que leem as suas páginas.

## 7.2. A Relação Editora-Blogue: Editorial Bizâncio

Numa tentativa de compreender a relação dos blogues de literatura com as editoras, desta vez do ponto de vista empresarial, foi enviado por correio eletrónico um inquérito a duas editoras portuguesas: Editorial Bizâncio (que colabora com os cinco blogues analisados) e Editorial Presença (que colabora com quatro blogues analisados). Somente a Editorial Bizâncio respondeu às perguntas, fazendo-se representar por Carla Sofia Lopes, e será esse o testemunho analisado em seguida.

A representante da empresa começa por fazer uma ressalva, de que se trata de uma editora «de pequenas dimensões», podendo as respostas apresentadas não refletir a nível geral o relacionamento das editoras com os blogues de literatura, sendo então relativas apenas à experiência desta empresa. De acordo com Carla Sofia Lopes, a colaboração é geralmente iniciada pelo bloguista que entra em contato com a editora. Depois, a empresa analisa superficialmente o blogue de modo a averiguar se o conteúdo publicado pela editora vai ao encontro do género literário analisado pelo blogue. No caso da Editorial Bizâncio, após o estabelecimento da parceria, o bloguista pode solicitar livros que lhe serão enviados mediante disponibilidade de exemplares. Após divulgar/publicar uma resenha, é requerido ao bloguista que envie o link da publicação para a editora, para que esta possa analisar o seu conteúdo e possivelmente utilizar a opinião do bloguista na divulgação do livro. Isto é um claro exemplo da “Cultura de Participação” e de um dos princípios subjacentes à Web 2.0<sup>138</sup>: a empresa está atenta e valoriza a opinião do seu público. Relativamente à existência de vantagens para a empresa ao estabelecer uma parceria, a resposta é categórica: a possibilidade de aumentar as vendas. Todavia, Carla Sofia Lopes declara que a vantagem destas parcerias, não só para a Editorial Bizâncio como para todos os agentes envolvidos no ramo literário, é criar leitores. Ainda que se tenha tentado averiguar alguns aspetos mais técnicos de uma parceria (o número de blogues e a duração média de uma colaboração) não foram fornecidos dados numéricos suficientes.

Podemos então concluir que, para a Editorial Bizâncio, a parceria depende do género literário explorado pelo blogue que propõe a parceria, apesar de este não constituir um fator

---

<sup>138</sup> Analisados no subcapítulo 2.3.

eliminatório. Do ponto de vista empresarial, espera-se que este relacionamento tenha uma influência nas vendas, e no geral, as colaborações são consideradas positivas não apenas para uma editora, mas para o ramo literário. O estabelecimento de uma parceria com um blogue, e o acompanhamento posterior que isso implica, significa que esta empresa tem consciência do que é a Web 2.0 e de como aplicar este conceito para benefício da organização.

## Conclusão

Os blogues, a internet e as redes sociais fazem parte do dia-a-dia de muitos portugueses, e as tecnologias estão a evoluir de tal forma que atualmente transportamos literalmente no bolso milhares de dados, em *smartphones*, *tablets*, leitores de livros digitais portáteis entre outros.

A questão da morte do livro impresso face ao digital é uma questão legítima<sup>139</sup>, na medida em que já assistimos à extinção quase total de algumas versões impressas: em 2016 a versão impressa da lista de endereços e números de telefone Páginas Amarelas já não é distribuída, e a versão impressa das Páginas Brancas só pode ser adquirida perante inscrição prévia. Ambos os formatos de leitura, impresso e digital, acarretam vantagens e desvantagens, e por hora prevê-se a coexistência e não o desaparecimento de nenhum dos formatos.

Praticamente desde a invenção da *World Wide Web*<sup>140</sup> que as pessoas utilizaram esta plataforma para exprimir os seus gostos e vida pessoais. O blogue como o conhecemos hoje só começou a surgir no final da década de 90 do século passado, como resultado de uma evolução estrutural e terminológica das primeiras páginas pessoais. O que começou como uma atividade exclusiva a quem tivesse conhecimentos tecnológicos, não só se expandiu à sociedade como teve um impacto na mesma: os links RSS concebidos inicialmente para subscrever um blogue foram aplicados na troca de dados entre *smartphones*; a revolução da Web 2.0 teve a contribuição dos blogues que constituíram mais uma plataforma virtual onde o utilizador se pode manifestar e onde as empresas podem recolher essa informação.

Podemos dizer que, ao nível dos blogues analisados, as diferenças superaram as semelhanças, não fosse cada blogue único e criado por indivíduos distintos. Poderíamos afirmar que um elemento comum aos blogues é a organização da informação no tradicional esquema de colunas, todavia o número de colunas e a quantidade de informação aí presente é muito variada. Podemos declarar que todos os blogues estão presentes nas redes sociais, no entanto nem todos recorrem às mesmas páginas. Indubitavelmente todos os blogues têm o mesmo tema, ainda assim cada bloguista tem uma abordagem própria à literatura: os livros que leem, a forma como divulgam os livros, se exploram outros temas relacionados com a literatura, e a própria

---

<sup>139</sup> José Afonso Furtado (2000: 432) refere que: «[...] a edição eletrónica é ideal para dados ou informações que necessitem de ser disponibilizadas num período escasso de tempo [...]». As listas telefónicas (que foram extintas num passado recente) espelham essa realidade.

<sup>140</sup> A *World Wide Web* foi inventada por Sir Tim Berners-Lee em 1989 e expandida gratuitamente ao público em 1993. Fonte: <http://webfoundation.org/about/vision/history-of-the-web/>

frequência das publicações. Cada indivíduo utiliza esta plataforma para criar uma imagem no mundo virtual.

Verifica-se uma ausência de informações sobre os bloguistas. Estas pessoas decidiram construir uma imagem virtual independente da imagem física, sendo que somente duas bloguistas apresentam fotografias de rosto, e mesmo essas fazem-no de forma discreta. As publicações (o tema e a frequência), a organização da página (facilidade de acesso à informação), o diálogo com os utilizadores e a presença nas redes sociais são os elementos que constroem a imagem do bloguista na internet. Ao não mostrar o rosto, evitam-se possíveis preconceitos associados a raça, género e até à idade. É compreensível que os bloguistas mantenham a sua privacidade, mas ao não fornecer dados pessoais estão potencialmente a impedir que o utilizador mais desconfiado se identifique com eles e que passe a seguir o blogue. Os leitores destes blogues identificam-se com o bloguista quase exclusivamente através do conteúdo publicado. Como vimos anteriormente este fator humano é importante, mas não decisivo para o crescimento do blogue. Por detrás das páginas analisadas estão pessoas completamente distintas, mas com algumas características em comum: são responsáveis (publicam frequentemente no blogue), são interessados (na temática da literatura e para com os leitores) e organizados.

As páginas analisadas são prova de que a vertente do negócio e do lucro está presente nos blogues atuais. Apesar de se manterem na essência páginas pessoais, todos estes bloguistas ganham algum tipo de compensação (monetária ou em bens) com as suas páginas. A Web 2.0 contribui para isto: os anúncios que se revertem em euros são fáceis de instalar, e as empresas prestam atenção e valorizam a opinião do indivíduo. As editoras têm noção de que os blogues chegam a diferentes públicos, logo constituem um veículo de divulgação. Ao estabelecer parcerias, as editoras marcam presença nos blogues de literatura que divulgam os seus livros. Por seu lado, o bloguista recebe obras e passa a ser um intermediário (e de certa forma representante) da marca. As fronteiras entre marca/consumidor esbatem-se.

Todos os bloguistas leram em papel, versões traduzidas e não-traduzidas. Alguns leram em versões digitais e outros ainda recorreram a *audiobooks*, casos que constituem uma minoria quando comparadas com a leitura de versões impressas. O género por excelência foi o romance, mas também foram lidos contos. Os bloguistas leram uma grande variedade de temas (mais de uma dúzia), mas a maioria é classificada como “ficção”, no qual se incluem romances, policiais,

literatura erótica entre outros. Então podemos afirmar que a maioria das leituras dos bloguistas foram romances traduzidos, em versão de papel.

A presença dos blogues de literatura nas redes sociais é uma realidade. Foram estudadas as publicações de duas redes sociais: o *Facebook* e o *Twitter*, verificando-se que o *Facebook* é sem dúvida a rede social de eleição dos bloguistas: 80% dos blogues do *corpus* estão aí presentes<sup>141</sup>. Quando um blogue publica nestas redes sociais a informação surge na página principal dos seguidores. Isto significa então que não é necessário um utilizador visitar diariamente um blogue (ou subscreve-lo) para se manter a par das novidades. Se no blogue o leitor vai ao encontro do bloguista, nas redes sociais é o bloguista que vai ao encontro do leitor e o “lembra” de ir ao seu sítio. Antes das redes sociais este tipo de exposição e interação só era possível ao comentar outros blogues. As redes sociais foram utilizadas para promover e complementar os blogues, e para estabelecer diálogo com os leitores. Foi gerado muito mais diálogo nestas redes sociais do que nos blogues, portanto só podemos concluir que estamos perante ferramentas muito eficazes.

Logo numa fase inicial deste trabalho surgiram algumas questões, nomeadamente o motivo que levou estas pessoas a criarem blogues de literatura. A informação presente nas páginas revelou-se insuficiente, e considerou-se que a forma mais eficaz de clarificar estas dúvidas seria recorrer aos criadores dos blogues. À primeira e principal questão, os bloguistas responderam de forma homogénea: todos partilham o gosto em dar a conhecer aos outros as suas opiniões literárias. As respostas obtidas na segunda questão vão ao encontro do que vimos ao longo do trabalho<sup>142</sup>, que na internet qualquer pessoa pode escrever sobre qualquer tema, e prova disso está na formação académica/área profissional dos bloguistas, que regra geral pouco ou nada tem a ver com a literatura. De salientar ainda o facto de que quase todos os bloguistas se mostraram bastante reticentes em afirmar qualquer influência nas escolhas literárias dos seus leitores, não obstante os comentários encontrados que apontam nesse sentido. A presença das editoras nestes blogues foi uma constante, e de modo a compreender como se desenrola a relação editora/blogue da perspectiva empresarial foram enviados inquéritos à Editorial Bizâncio e à Editorial Presença. A Editorial Bizâncio (que à data da análise marcava presença nos cinco blogues analisados) foi a única a retornar o contato, com a advertência de que as respostas

---

<sup>141</sup> Na data da respetiva análise.

<sup>142</sup> No capítulo 1 e nos subcapítulos 2.1 e 2.3.

facultadas espelham somente a relação daquela «editora de pequenas dimensões» podendo não representar o relacionamento editoras/blogues na generalidade.

Ainda que limitado, o estudo conseguiu apresentar dados sólidos que provam que nestes blogues de literatura se promoveu o livro impresso: todos os blogues publicaram divulgação de livros impressos, resenhas literárias baseadas em livros impressos, ofereceram em passatempos livros impressos, e divulgaram eventos de autores com obras publicadas em papel. Podemos distinguir duas formas de promover o livro impresso: a primeira, uma forma direta, através de publicações de “divulgação” em que se apresentam as obras, e passatempos nos quais se que oferecem livros, sendo que regra geral todas estas entradas que utilizam linguagem direta e verbos no imperativo. A segunda forma é indireta, nas publicações de “opinião” e “publicações pessoais”, nas quais, regra geral, se recorre a adjetivos e se aborda o livro de um ponto de vista mais pessoal. Os blogues utilizam ainda as redes sociais como ferramenta para divulgar o livro impresso, ao publicar artigos e fotografias sobre o mesmo. Considera-se que o livro impresso é promovido em pelo menos 60%<sup>143</sup> de todas as entradas dos blogues.

Neste momento o livro impresso não está morto, prova disso está no relacionamento entre editoras (que publicam e comercializam livros impressos) e blogues. Não podemos prever o que está reservado no futuro para o livro impresso, todavia em pleno século XXI este recebeu uma nova vida graças à internet: as discussões antes limitadas pela geografia a pequenos círculos são elevadas a uma escala global, ultrapassando barreiras físicas, linguísticas e culturais. Os blogues são ferramentas de troca de informação que estão a redirecionar as leituras dos indivíduos do mundo digital de volta ao mundo físico.

---

<sup>143</sup> O que constitui 1915 entradas, resultantes da soma de “Opinião” (364), “Passatempos” (160) e “Divulgação” (1422). É excluída: leitura em formato digital (27), divulgação em formato exclusivamente digital (4), divulgação que não seja de livros (eventos, marcas) e a divulgação indireta presente em “Publicações Pessoais”, “Novidade” e “Entrevistas”.

## Bibliografia

- BASTIAENS, J Theo, BAUMOL, Ulrike, KRAMER, Bernd (2010). *On Colletive Intelligence*. Berlin, Springer Science & Business Media.
- BILTON, Nick (2013). *Hatching Twitter: A True Story of Money, Power, Friendship and Betrayal*. New York, Penguin Group.
- BLOOD, Rebeca (2000). *Weblogs: a history and perpective*. Disponível em: <[http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)> [consultado a 03-06-2016]
- CORREIA, Ana Maria Ramalho, MESQUITA, Anabela (2014). *Mestrados e Doutoramentos*. Porto, Vida Económica.
- CHARTIER, Roger (2000). «As Revoluções da Leitura Do Ocidente» in ABREU, Márcia (org.) *Leitura, história e história da leitura*. Campinas (S. Paulo), ALB/ Mercado de Letras, pp.19-31.
- FOASBERG, Nancy M. (2012). «Online Reading Communities: From Book Clubs to Book Blogs», *The Journal of Social Media in Society*, Vol 1, Nº1. Texas, Texas Social Media Research Institute, pp. 30-52.
- FORD, Sam, GREEN, Joshua, JENKINGS, Henry (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York, NYU Press.
- FURTADO, José Afonso (2000). *Os livros e as leituras: novas ecologias da informação*. Lisboa, Livros e Leituras, pp.424-435.
- HEY, Leonie, HOLLOWAY, Suzanne, et al (2015). *Oxford's Advanced Learner's Dictionary*. Oxford, Oxford University Press.
- JENKINGS, Henry, PURUSHOTMA, Ravi, WEIGEL, Margaret, CLINTON, Katie, ROBISON J, Alice (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Massachusetts, The MIT Press.
- KADUSHIN, Charles (2012). *Understanding Social Networks: Theories, Concepts, and Findings*. New York, Oxford University Press.
- MOYER, Jessica (2015). «Readers' Advisory Services as Reference Services» in *Reimagining Reference in the 21 Century*. Indiana, USA, Purdue University Press, pp 75-85.
- MCGOVERN, Gerry, NORTON, Rob, O'DOWD, Catherine (2002). *Como Escrever para a Web*. Lisboa, Centro Atlântico.

O'REILLY, Tim, DOUGHERTY, Dale (2005). *What is Web 2.0- Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Disponível em:

<<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=4>> [consultado a 15-05-2016]

O'REILLY, Tim, BATELLE, John (2009). *Web Squared: Web 2.0: Five Years On*. Disponível em:

< <http://www.web2summit.com/web2009/public/schedule/detail/10194>> [consultado a 20-05-2016]

POWELL, Julia (2005). *Julie and Julia- Um ano a cozinhar perigosamente*. Lisboa, Bertrand Editora, Lda.

PERFEITO, Abílio Alves Bonito, et al (2014). *Dicionário da Língua Portuguesa*. Porto, Porto Editora.

RETTBERG, Jill Walker (2008). *Blogging*. Cambridge, Polity Press.

RETTBERG, Jill Walker (2005). «Blogs (Weblog)» in *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. Oxfordshire, Routledge, p.45.

SAFKO, Lon (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success*. Hoboken, John Wiley and Sons, Inc., p.4.

YANG, Jonathan (2006). *Guia do utilizador, Blogging*. Porto, Civilização Editora.

ZARRELLA, Dan, ZARRELLA, Alison (2011). *The Facebook Marketing Book*. Sebastopol, O'Reilly Media Inc., pp. 39-44.

#### -Dados Estatísticos PORDATA

«Agregados domésticos privados com computador, com ligação à Internet e com ligação à Internet através de banda larga (%) em Portugal» in PORDATA:  
<[http://www.pordata.pt/Portugal/Agregados+dom%3%a9sticos+privados+com+computador++com+liga%3%a7%3%a3o+%3%a0+Internet+e+com+liga%3%a7%3%a3o+%3%a0+Internet+atrav%3%a9s+de+banda+larga+\(percentagem\)-1158](http://www.pordata.pt/Portugal/Agregados+dom%3%a9sticos+privados+com+computador++com+liga%3%a7%3%a3o+%3%a0+Internet+e+com+liga%3%a7%3%a3o+%3%a0+Internet+atrav%3%a9s+de+banda+larga+(percentagem)-1158)> [consultado a 14-06-2016]

«Assinantes do acesso à Internet em Portugal» in PORDATA:  
<<http://www.pordata.pt/Portugal/Assinantes+do+acesso+%3%a0+Internet-2093>>  
[consultado a 14-06-2016]

«Indivíduos com 16 e mais anos que utilizam computador e Internet em % do total de indivíduos: por grupo etário – Portugal» *in* PORDATA:  
«<http://www.pordata.pt/Portugal/Indiv%3%adduos+com+16+e+mais+anos+que+utilizam+c omputador+e+Internet+em+percentagem+do+total+de+indiv%3%adduos+por+grupo+et% c3%a1rio-1139>» [consultado a 14-06-2016]

«Indivíduos com 16 e mais anos que utilizam computador e Internet em % do total de indivíduos: por nível de escolaridade mais elevado completo – Portugal» *in* PORDATA:  
«<http://www.pordata.pt/Portugal/Indiv%3%adduos+com+16+e+mais+anos+que+utilizam+c omputador+e+Internet+em+percentagem+do+total+de+indiv%3%adduos+por+n%3%advel +de+escolaridade+mais+elevado+completo-1141>» [consultado a 14-06-2016]



# Anexos



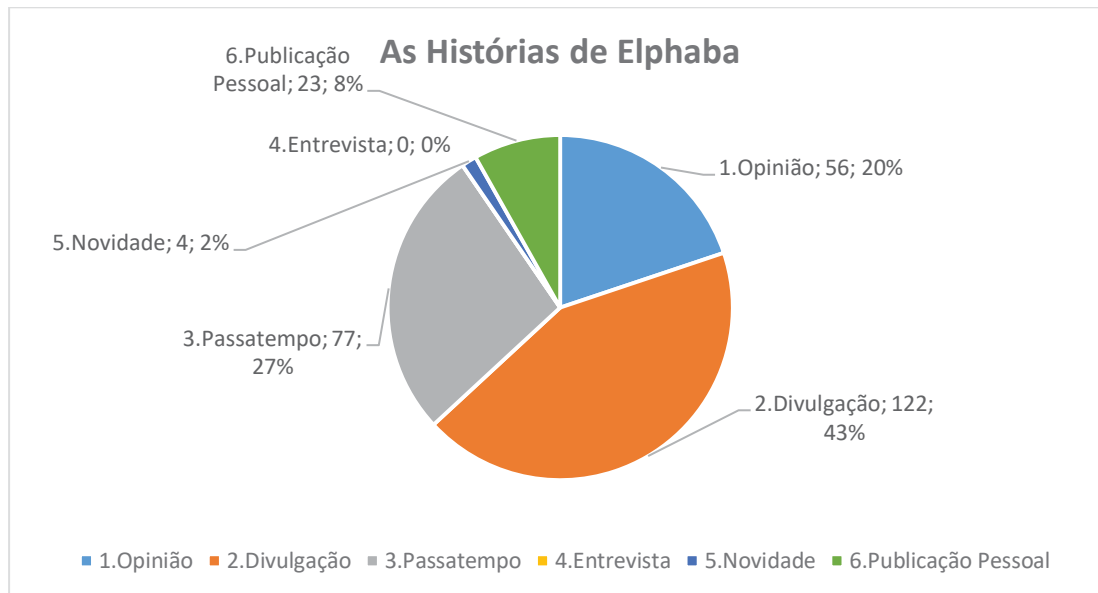
# Índice

1. Organização de Cada Blogue por Categoria .....	119
1.1. Gráfico 19: Distribuição das publicações no blogue As Histórias de Elphaba .....	119
1.2. Gráfico 20: Distribuição das publicações no blogue Atmosfera dos livros .....	119
1.3. Gráfico 21: Distribuição das publicações no blogue Estante de Livros .....	120
1.4. Gráfico 22: Distribuição das publicações no blogue Marcas de Leitura .....	120
1.5. Gráfico 23: Distribuição das publicações no blogue Silêncios que Falam .....	121
2. Inquéritos e Respostas .....	121
2.1. Inquérito enviado aos Bloguistas .....	121
2.2. Respostas dos Bloguistas .....	121
2.2.1. As Histórias de Elphaba- Joana Gonzalez.....	122
2.2.2. Atmosfera dos livros- Carla Viera .....	124
2.2.3. Marcas de Leitura – Manuela Santos .....	125
2.2.4. Silêncios que Falam- Miguel Pestana .....	125
2.3. Perguntas Enviadas às Editoras .....	126
2.4. A Relação da Editorial Bizâncio com Blogues Literários .....	127

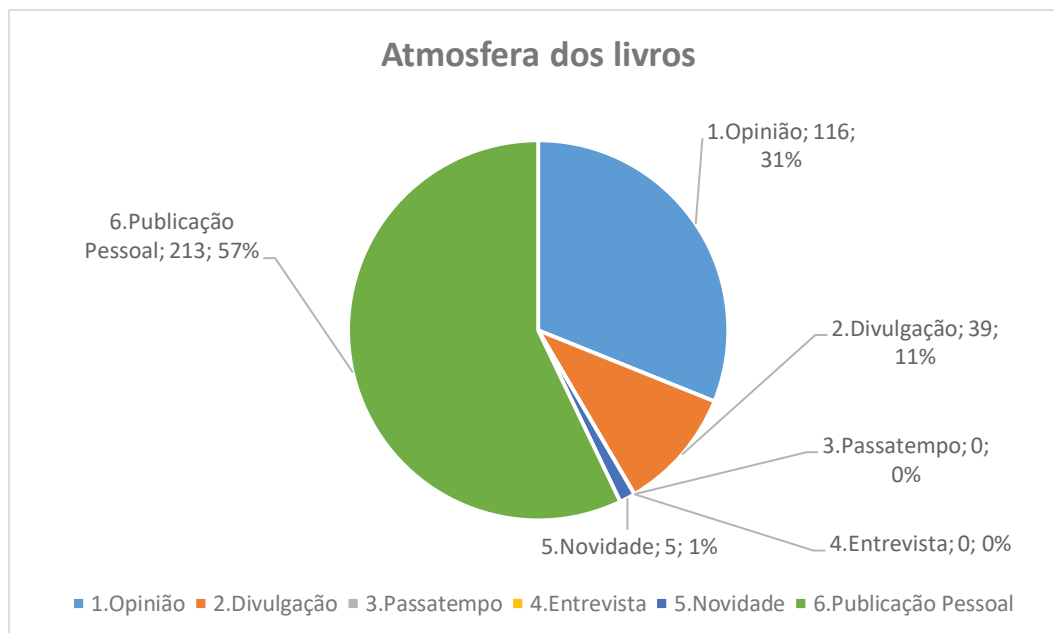


## 1. Organização de Cada Blogue por Categoria

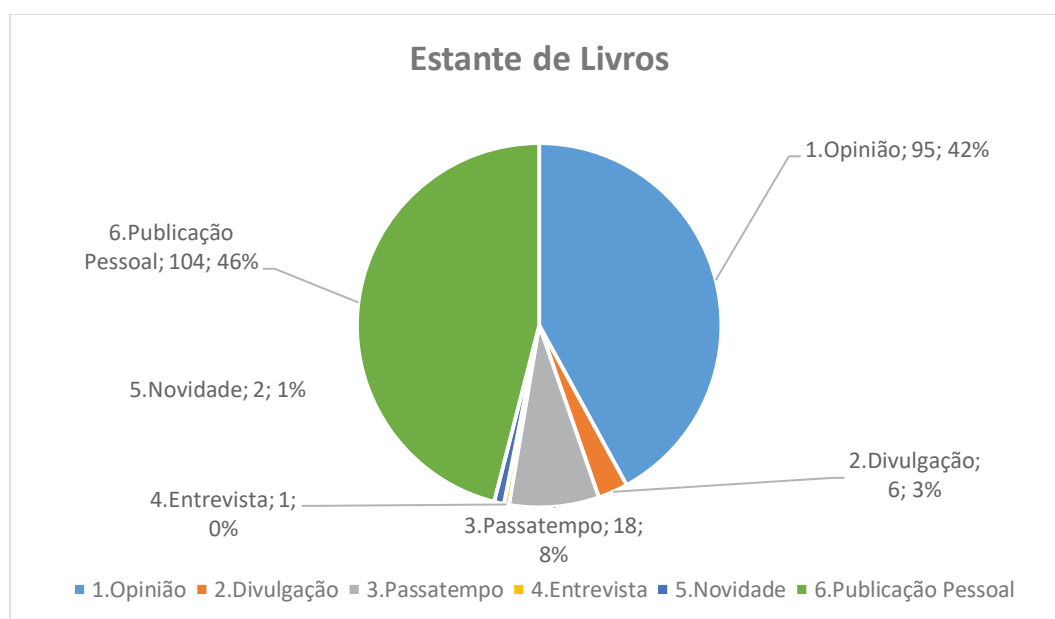
### 1.1. Gráfico 19: Distribuição das publicações no blogue *As Histórias de Elphaba*



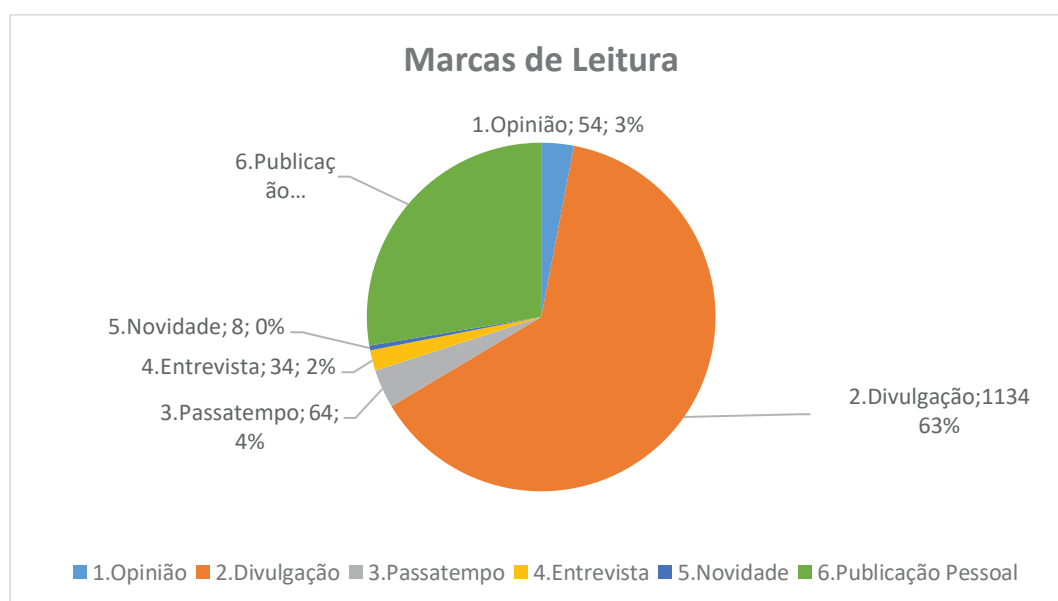
### 1.2. Gráfico 20: Distribuição das publicações no blogue *Atmosfera dos livros*



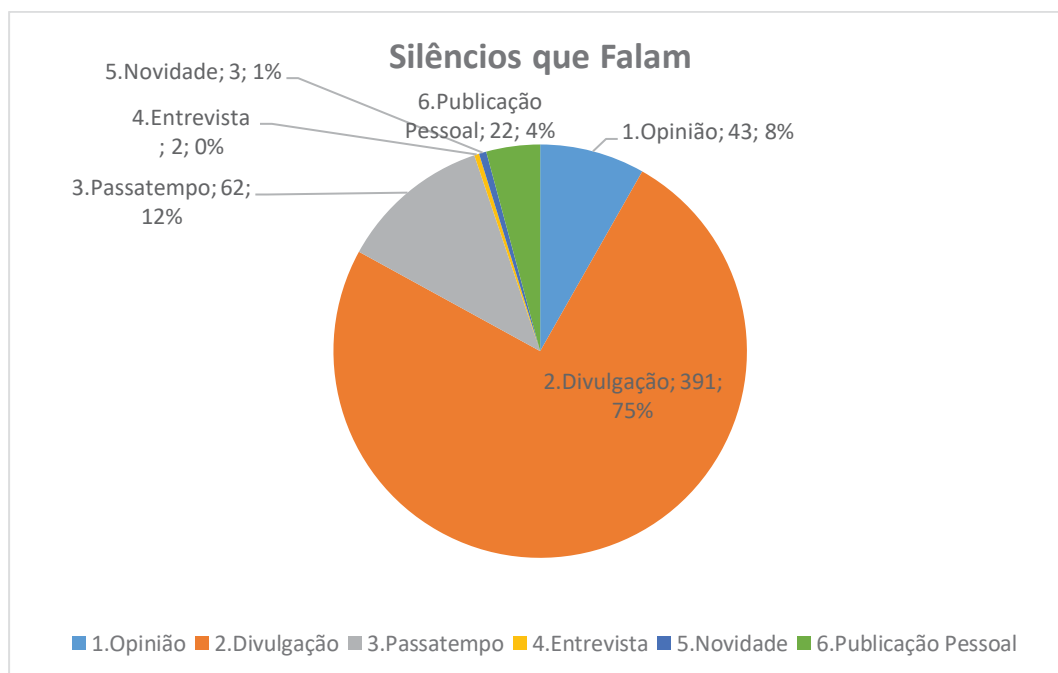
1.3. Gráfico 21: Distribuição das publicações no blogue *Estante de Livros*



1.4. Gráfico 22: Distribuição das publicações no blogue *Marcas de Leitura*



### 1.5. Gráfico 23: Distribuição das publicações no blogue *Silêncios que Falam*



## 2. Inquéritos e Respostas

### 2.1. Inquérito enviado aos Bloguistas

1. Porque motivo decidiu criar um blogue de literatura?
2. A sua formação académica/área profissional está relacionada com a literatura?
3. Quanto tempo por semana dedica ao blogue?
4. Ao fim de X anos, o que a motiva a manter o blogue?
5. Como funciona a sua relação com as editoras?
6. Considera que tem influência nos hábitos de leitura dos seus seguidores? Pode fornecer-me algum exemplo concreto?

### 2.2. Respostas dos Bloguistas

Em seguida são apresentadas as respostas dadas pelos bloguistas. Ainda que tenhamos recorrido a diferentes plataformas para pedir a colaboração dos bloguistas, no fim todos responderam ao inquérito via correio eletrónico. Quatro bloguistas foram contactados pela primeira vez através de correio eletrónico a 11 de março de 2016. Devido à ausência de resposta, dois blogues foram contactados através da rede social *Facebook*: *As Histórias de Elphaba* e

*Estante de Livros*. O diálogo com *Marcas de Leitura* deu-se desde o início através da referida rede social, porque o formulário de contato apresentava um espaço demasiado limitado para escrever a mensagem. No caso de *Atmosfera dos livros* foi utilizada a secção de comentários para pedir a colaboração da bloguista, uma vez que se observou que ela respondia aos seus leitores muito rapidamente. A responsável por *Estante de Livros* nunca chegou a responder ao inquérito mesmo depois de várias conversas com a mesma através do *Facebook*. Com exceção da formatação, o conteúdo não foi modificado, o que inclui terminologia, utilização do antigo acordo ortográfico, vírgulas e *emoticons*, de modo a transmitir fielmente o testemunho do bloguista e da editora.

#### 2.2.1. *As Histórias de Elphaba*- Joana Gonzalez

*Testemunho dado a 15-05-2016.*

1. Deve estar a fazer uns sete anos que descobri Anne Bishop e Charlaina Harris. Nessa altura, não tinha por hábito utilizar o PC para comprar livros *online* mas queria mesmo saber mais sobre as autoras e foi assim que dei por mim no *Fórum Bang!*. No início ia lá pouco, apenas ler o que escreviam mas, aos poucos, comecei a inteirar-me do que era uma comunidade virtual sobre determinada temática e adorei descobrir que havia uma só para a literatura fantástica. Daí até travar conhecimento com outros leitores e descobrir blogues foi um *pulinho* e até nascer o meu desejo de partilhar o gosto pela leitura foi outro. Enfim, pedi ajuda à Sofia do Bran Morrighan e escolhi o nome da minha personagem preferida da época para mim inspirar. Resumindo, foi o meu gosto pela leitura, o desejo de levar mais pessoas a ler e partilhar aquilo que leio (um cliché, eu sei) que me levou a criar um blogue. Hoje em dia é perfeito para eu me lembrar daquilo que já li e me organizar em termos de hábitos de leitura.

2. Está. Sou licenciada em Línguas, Literaturas e Culturas mas, curiosamente, o ingresso no ensino superior surgiu depois do blogue. Nunca soube muito bem o que queria fazer da vida (o que queria mesmo era trabalhar e ganhar dinheiro) e, conhecendo muitos licenciados no desemprego, nunca me senti motivada para prosseguir os estudos. No entanto, do aprofundar do meu gosto pela leitura surgiu também o desejo de saber mais sobre o tema e resolvi tirar um curso superior que terminei há dois anos (sensivelmente). Hoje em dia sou livreira, mas não é uma profissão que me realize, confesso. A literatura, a leitura, são um gosto, um *hobby* que

desejo voltar a manter por isso mesmo. Gostava de trabalhar noutra área cultural ou em comunicação (tenho *minor* em comunicação), mas confesso que estou indecisa entre tirar um mestrado em Comunicação e Tendências ou em Literatura Comparada (investigação)... o futuro logo me dirá.

3. Muito menos do que gostaria porque o meu trabalho é exaustivo e é quase sempre nocturno (15h-00h ou 23h-10h); para lá do contacto com um cliente, reponho, devolvo e faço asserto *stocks*, contacto com comerciais, exponho e organizo a loja, faço inventários madrugadas fora... resumindo, carrego mil caixas de livros por dia e em vez de ler carrego às pilhas de 15 livros de cada título que não posso comprar - *já estás a chorar? Eu estou quase lol* Ou seja, consigo dedicar uma média 4h por semana, o que não é nada se tiveres em conta que demoro 1h/1h30 para escrever uma opinião e cada passatempo ou divulgação demoram aproximadamente 20m/30m a preparar e formatar. A isto, junta e-mails, página do Facebook etc... vivo de agendamentos porque muitos dias chego a casa e já nem ligo o PC.

4. O facto de gostar mesmo de partilhar as histórias que leio e afectividade que fui criando com o espaço. Já pensei em desistir mas acho que só se a vida não me permitisse mesmo (mesmo) é que chegava a esse ponto. Mas uma coisa é certa, leio menos por causa do blogue, porque tenho pilhas de opiniões em atraso. Por outro lado, dou por mim a reler livros para escrever as opiniões e penso neles muito mais do que faria se pudesse terminá-los e colocá-los directamente nas estantes.

5. Funciona como as marés. De momento estou mais próxima de 3 ou 4 que vou lendo mais, infelizmente não tenho disponibilidade para todas. No início, por exemplo, eram elas que me contactavam a pedir para ler livros, agora sou quase sempre eu que peço. Mas não posso ser injusta, são várias as que ainda me mandam livros com um bilhete (para te animares, para leres quando puderes, sem compromisso) e nisso acho que sou sortuda em relação a outros blogues. Há ainda algumas editoras de que desliguei, pois antes eram eles que me solicitavam leituras mas, posteriormente, quando eu comecei a precisar de os contactar duas vezes por um livro de uma série que eles no passado tinham insistido para que eu lesse o primeiro... enfim. Trabalho para comprar os meus livros e vou comprando quando posso, por isso não tenho necessidade de *\*pedinchar\**.

6. Não sei, isso de influenciar os meus leitores é um pouco presunçoso e tenho a certeza que a maioria só me segue por causa dos passatempos. No entanto, às vezes ainda aparece aquele comentário "se não fosses tu não tinha lido este livro", etc., os fiéis como lhes chamo. Exemplos, em comentários e provavelmente num ou outro email que já me enviaram mas não me peças para procurar agora Sara, não tenho tempo... desculpa :/

### *2.2.2. Atmosfera dos livros- Carla Viera*

*Testemunho dado a 08-06-2016.*

1. Como sempre li muito, chegou uma altura em que me aconteceu por vezes esquecer os conteúdos de alguns livros e porque tinha gostado tanto deles, então decidi criar um blog para colocar lá o que achava sobre os livros que ia lendo.

2. Não, eu tenho formação académica em ensino de Biologia e Geologia e também tenho a licenciatura em Psicologia.

3. Vou ao blogue sempre que tenho que postar a opinião sobre um livro que li. Mas pelo menos umas duas horas por semana.

4. Gosto de continuar a postar as minhas opiniões sobre os livros que vou lendo e ganhei com o tempo o habito de ler as opiniões de outros bloggers o que é bom pois muitas vezes tomo conhecimento de bons livros que desconhecia.

5. Funciona muito bem, elas enviam os livros que eu solicito, sempre que podem, eu divulgo e depois de ler deixo sempre a minha sincera opinião.

6. Honestamente nunca pensei muito nisso, mas recordo que já tive casos em que recebi comentários no blogue após ter colocado a minha opinião sobre um livro, de seguidores a comentarem que estavam à espera de lerem a minha opinião para saber se valia a pena ler o livro. Claro que é sempre gratificante saber que temos essa influência sobre outros leitores.

### 2.2.3. *Marcas de Leitura* – Manuela Santos

*Testemunho dado a 14-04-2016.*

1. Decidi criar o blog incentivada por vários amigos e bloggers.

Como sempre gostei de escrever sobre livros, leituras e outros e por diversas vezes perdi esses escritos, achei então que o melhor lugar para guardar esses textos seria um blog.

A ideia de poder partilhar com outros leitores as minhas opiniões sempre me cativou.

Dei ao blog o nome Marcas de Leitura, porque todas as leituras sempre nos deixam uma marca.

2. Não, a minha actividade profissional nada tem a ver com literatura.

3. Todos os dias partilho alguma coisa no blog, o que quer dizer que diariamente visito o meu blog.

4. O que me motiva a manter o blog, são os leitores e seguidores assíduos que se mantem ao longo destes quase dois anos sempre presentes. Sem dúvida o diálogo e a troca de informação.

5. A minha relação com as editoras é boa, não sou daquelas bloggers que pedem livros :D  
Prefiro que sejam as próprias editoras a oferecerem-me os livros e aí sim lei-os e comento-os.

6. Sim, muitas vezes os meus seguidores mandam-me mensagens e referem que as minhas opiniões são importantes, o que me faz ficar muito feliz.

### 2.2.4. *Silêncios que Falam*- Miguel Pestana

*Testemunho dado a 16-03-2016.*

1. A principal força motriz que levou-me a criar um blogue foi o desejo de partilhar os meus interesses e divagações por escrito. Nos primeiros meses o blogue não tinha cariz literário, era apenas um espaço de partilha, de publicação de conteúdos diversos, desde cinema, poesia, eventos culturais, etc. Só depois de algum tempo é que tive a ideia de tornar o blogue exclusivamente dedicado aos livros

2. Não. Estudei Artes no secundário e a minha área profissional está ligada ao Desenho Técnico.

3. Actualmente, cerca de 3 horas, porque estou empregado. Quando estive sem emprego, eu entregava-me ao blogue umas 12 horas semanais.

4. Em primeiro, o estatuto que, vagarosamente, o blogue alcançou ao longo desse tempo. Também, as parcerias com editoras que mantêm-se, o que me proporciona a leitura de livros de forma gratuita. Uma das razões é o gosto que tenho por escrever e em particular o gosto por livros e por estar sempre a par do que se vai publicando em Portugal.

5. Tem sido uma colaboração, em geral, constante. Já deixei de ter parcerias com várias editoras (por minha decisão), por a comunicação das mesmas serem pouco céleres ou de pouca simpatia ou por imporem demasiadas regras. A comunicação de uma editora (e de outra qualquer empresa) ou do profissional que está encarregue de dar a conhecer os livros aos clientes, leitores, distribuidores, comunicação social, parceiros, etc., tem muita importância para mim.

6. Alguma. Principalmente quando escrevo resenhas. Nos comentários das publicações de resenhas, de vez em quando seguidores escrevem que gostaram de lê-las e que eu as cativei a comprar determinado livro. Mas também nunca saberei se esses comentários são reais ou apenas porque também, em alguns passatempos eu solicito que para a participação ser válida os seguidores têm de deixar um comment a um desses posts de crítica.

### 2.3. Perguntas Enviadas às Editoras

1. A colaboração com um blogue é geralmente iniciada pela empresa ou pelo bloguista?

2. Quais são os principais critérios aplicados para que se possa estabelecer esta relação?  
Existe algum fator eliminatório?

3. Poder-nos-iam explicar como tudo se desenrola?

4. Reparei que nem todos os blogues apresentam a mesma quantidade de livros enviados.  
Existe algum critério que justifique esta diferença?

5. Qual/quais a/as principal/principais vantagem/vantagens para a empresa ao patrocinar um blogue?

6.Quantos blogues patrocinam de momento?

7.Em média, qual a duração do patrocínio a um blogue?

#### 2.4. A Relação da Editorial Bizâncio com Blogues Literários

Inicialmente foram contactadas por correio eletrónico a 05-05-2016 duas editoras portuguesas: Editorial Presença (que colabora com quatro blogues) e Editorial Bizâncio (que colabora com cinco blogues). Somente uma das editoras retomou o contacto, a Editorial Bizâncio, que se fez representar por Carla Sofia Lopes.

*Testemunho dado a 09-05-2016.*

Tenho muito gosto em responder às suas questões, mas chamo a sua atenção para o facto de sermos uma editora de pequenas dimensões, pelo que as respostas que lhe envio são relativas à nossa experiência e não sei até que ponto podem "espelhar" o relacionamento blogues de literatura / editoras, na generalidade.

1.O primeiro contacto é estabelecido, geralmente, pelo blogger.

2. Não existe, da nossa parte, nenhum factor eliminatório. É feita apenas uma análise superficial do blogue em causa, na medida de perceber se os livros que editamos vão de encontro à divulgação do mesmo e, com a aceitação de parceria, é feita a chamada de atenção relativa aos livros por nós editados. A quase totalidade dos blogues divulga romances e esse género literário não é a nossa maior aposta na edição e é essa "chamada de atenção" que é feita, mas também confiamos que quando um blogger nos contacta, já conhece a nossa linha editorial.

3. Após a concretização da parceria, o blogger pode solicitar algum livro que pretenda divulgar - geralmente novidades - e, caso haja exemplares de oferta, é-lhe enviado. Ao blogger apenas é solicitado o envio do link da publicação da data em que é postada no respectivo blogue, para que possamos conhecer a opinião e, eventualmente, utilizar essa opinião para divulgação.

4. Creio que o que determina/influência a quantidade de livros nos blogues é precisamente as obras que a editora publica, tanto em género literário como em quantidade de livros e os géneros

literários analisados nos blogues.

5. Não falaria em patrocinar. Creio que há editoras que patrocinam blogues e deverá haver, certamente, vantagens, mas esse não é o nosso universo. O patrocínio pressupõe uma comparticipação financeira e quando somos contactados nesse sentido, vemo-nos obrigados a recusar, pois não temos capacidade para esse investimento. As nossas colaborações são apenas mediante a oferta de livros. Em termos de vantagens com as parcerias que estabelecemos, temos sempre a expectativa de que as resenhas tenham alguma influência nas vendas, mas creio que a grande vantagem (se em que pode não ser para a Bizâncio) é criar leitores. O que é sempre bom, pois as editoras, as livrarias e outros agentes envolvidos neste "ramo" existem para e pelos leitores.

6. Não lhe sei responder com exactidão a esta questão. Em termos regulares, creio que entre 10 e 15.

7. Como pode ver pelas respostas às questões anteriores, não se aplica uma duração.



