

Rafaela Sandrini

**A DINÂMICA DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM BLOGS DE
JORNALISTAS E CIENTISTAS BRASILEIROS**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Mauro César Silveira

Coorientador: Prof. Dr. Rogério Christofolletti

Florianópolis
2014

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Sandrini, Rafaela

A dinâmica da divulgação científica em blogs de
jornalistas e cientistas brasileiros / Rafaela Sandrini ;
orientador, Mauro César Silveira ; coorientador, Rogério
Christofoletti. - Florianópolis, SC, 2014.
456 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-
Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

1. Jornalismo. 2. Divulgação científica. 3. Blogs. 4.
Jornalistas. 5. Cientistas. I. Silveira, Mauro César . II.
Christofoletti, Rogério. III. Universidade Federal de
Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. IV.
Título.

Rafaela Sandrini

**A DINÂMICA DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM BLOGS DE
JORNALISTAS E CIENTISTAS BRASILEIROS**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo e aprovada pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 15 de julho de 2014

Prof. Dr. Francisco Karam
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Banca Examinadora:

Prof. Dr. **Rogério Christofolletti**
Coorientador
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Prof^a. Dr^a. **Gislene da Silva**
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Prof. Dr. **Jorge Kanehide Ijuim**
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Prof. Dr. **Wilson da Costa Bueno**
Universidade Metodista de São Paulo (UMESP)

AGRADECIMENTOS

Neste momento tão importante e que marca o início de minha caminhada como pesquisadora, seria injusto não prestar modestos, mas sinceros agradecimentos a todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para que este trabalho fosse realizado.

Começo, então, agradecendo meus pais, Valdenir e Leodete, por darem sempre o seu melhor. Vocês também terão sempre o melhor de mim.

Ao Tiago, pelo amor e companheirismo.

Ao professor Mauro César Silveira, meu orientador, pelo entusiasmo com que ajudou a construir este trabalho ao longo desses dois anos e pela generosidade, humildade e paciência com que guiou minhas escolhas. Foi um privilégio ser orientada por alguém que se dedica com tanto profissionalismo e amor ao jornalismo e à ciência. Admiro-o muito como jornalista e pesquisador.

Ao professor Rogério Christofolletti, por aceitar dar suporte e auxílio a esta pesquisa enquanto o professor Mauro fazia seu pós-doutorado no exterior e por, efetivamente, ter colaborado tanto com o trabalho. Sua participação enriqueceu muito esta dissertação.

À professora Gislene da Silva, pela grande docente que é. Obrigada por todos os ensinamentos, por todas as contribuições que deu à pesquisa e por ter aceito participar tanto da banca da qualificação quanto da banca de defesa desta dissertação. Ao professor Jorge Ijuim, pela atenção e zelo com que apontou melhorias no exame de qualificação, pelas indicações de referências que ajudaram a refinar as reflexões deste estudo e por dar a honra de sua presença também na banca de defesa. Ao professor Wilson da Costa Bueno, por toda a contribuição que já deu aos estudos do jornalismo científico e por aceitar fazer parte da banca de defesa desta dissertação.

A todos os professores e funcionários do Posjor, por fazerem deste, um local que tão bem acolhe pessoas, sonhos e ideias. À Capes, pelo auxílio financeiro que possibilitou a dedicação exclusiva à pesquisa nesses dois anos.

Aos colegas do Mestrado, especialmente Bárbara, Juliana, Daniela, Sílvia, Giovanna, Vivian, Lívia, Maíra e Ana Juliana, com as quais construí verdadeiras amizades e pude compartilhar os desafios e surpresas que a pesquisa nos apresenta.

Aos integrantes do grupo de pesquisa em Filosofia da Mente e Ciências Cognitivas de Rio do Sul (SC), pelo apoio e torcida. Por fim,

um agradecimento muito especial àquele que semeou em mim o gosto pela iniciação científica. Obrigada professor Nivaldo Machado por mostrar o quão fascinante pode ser a pesquisa científica. Seu saber, arrojo filosófico e amor pela docência foram essenciais para que eu descobrisse a paixão pela vida acadêmica. Serei sempre grata.

Internado desde a última segunda-feira, na Cidade do México, Gabriel García Márquez ficou surpreso com a repercussão do caso. Lendo os jornais, o escritor colombiano, de 87 anos, estranhou a cobertura massiva sobre seu estado de saúde: "Estão loucos? O que (os jornalistas) fazem lá fora? Que vão trabalhar, fazer algo útil", exclamou (O Globo, 7 de abril de 2014, online)¹.

¹ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/garcia-marquez-para-jornalistas-vao-trabalhar-fazer-algo-util-12114642>. Acesso em 16 de maio de 2014.

RESUMO

A internet e as novas tecnologias de comunicação vêm provocando mudanças significativas na difusão da ciência. Uma das grandes características desse novo cenário é a comunicação no modelo todos-todos que permite a qualquer pessoa produzir e publicar conteúdo na rede. É a chamada liberação do polo emissor. Todos nós podemos ser emissores e receptores de informação. Assim, no novo meio, os jornalistas não estão sozinhos na atividade de levar informações de ciência ao público. Eles dividem espaço e a atenção do público com diversos outros atores que também difundem informação sobre o âmbito científico, entre eles os próprios cientistas e pesquisadores. Se até então os jornalistas detinham o poder de determinar a forma como as informações científicas chegariam ao público, agora as próprias fontes de informação têm a possibilidade de fazer isso. E dentre as várias iniciativas de difusão científica disponíveis na internet, os blogs têm sido bastante usados tanto por jornalistas, quanto por cientistas, na busca por novos modelos de divulgação científica. Diante desse contexto, este trabalho tem como objeto de estudo a dinâmica da divulgação científica em blogs de jornalistas e cientistas brasileiros. Para tanto, tomou-se como *corpus* os 20 posts mais recentes anteriores ao dia 1 de outubro de 2013 e os comentários relacionados a esses posts de quatro blogs brasileiros: i) blog Rainha Vermelha, escrito de forma independente pelo cientista Atila Iamarino; ii) blog Xis Xis, escrito de modo independente pela jornalista Isis Nóbile Diniz; iii) Blog do Doutor Jairo Bouer, escrito pelo médico Jairo Bouer e vinculado ao UOL; iv) blog Mundo Sustentável, escrito pelo jornalista André Trigueiro e vinculado ao portal GI. O objetivo é caracterizar como se dá a dinâmica da divulgação científica nesses blogs a partir de três níveis de análise: marcas da obtenção, marcas da composição e marcas da circulação das informações publicadas nos posts. Também procura-se investigar em que aspectos a dinâmica da divulgação científica em blogs de cientistas se diferencia ou se assemelha à dinâmica dos blogs de jornalistas e se os blogs de ciência vinculados a grandes veículos de comunicação ou portal de notícias possuem dinâmica distinta dos blogs independentes. A partir dos resultados obtidos, busca-se refletir sobre a atuação dos blogs no novo cenário da divulgação científica do século XXI e discutir se eles realmente promovem um maior envolvimento dos cidadãos nos debates sobre a ciência.

Palavras-chave: Divulgação científica. Blogs. Jornalistas. Cientistas.

ABSTRACT

The internet and new communications technologies have led to significant changes in the dissemination of science. One of the great features of this new context is communication in all - all model that allows anyone to produce and publish content on the network. It's called the liberation of the pole emitter. We can all be senders and receivers of information. Thus, in the new medium, journalists are not alone in the activity of bringing information science to the public. They share space and public attention with several other actors who also disseminate information, including scientists and researchers. Until then journalists hold the power to determine how the scientific information would reach the public, now own sources of information are able to do so. And among the various initiatives for scientific dissemination available on the internet, the blogs have been widely used both by journalists and by scientists in the search for new models of scientific publishing. Given this context, this work has as its object of study the dynamics of science writing on Brazilian blogs of journalists and scientists. So, the corpus of this research was formed by 20 most recent posts prior to October 1, 2013 and the related comments to these posts from four Brazilian blogs: i) the Rainha Vermelha blog, written independently by scientist Atila Iamarino; ii) the Xis Xis blog, written independently by journalist Isis Nóbile Diniz; iii) the Blog do Dr. Jairo Bouer, written by the doctor Jairo Bouer and linked to UOL; iv) the Mundo Sustentável blog, written by journalist André Trigueiro and linked to G1 portal. The goal is to characterize how is the dynamics of scientific communication in these blogs from three levels of analysis: obtaining marks, marks composition, and marks circulation of information published in the posts. The aim is also to investigate in what ways the dynamics of scientific communication in blogs scientists differs or is similar to the dynamics of blogging journalists and science blogs linked to major media outlets and news portal have distinct dynamics of independent blogs. From the results obtained, we seek to understand the role of blogs in the new scenario of scientific dissemination of the XXI century and discuss whether they actually promote greater involvement of citizens in discussions about science.

Keywords: Scientific dissemination. Blogs. Journalists. Scientists.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo de Déficit da comunicação pública da ciência.....	64
Figura 2 – Matriz para tipificação de blogs.....	101
Figura 3 – Página principal do blog independente Xis Xis.....	132
Figura 4 – Página principal do blog independente Rainha Vermelha..	134
Figura 5 – Página principal do blog vinculado Mundo Sustentável.....	136
Figura 6 – Página principal do blog vinculado Doutor Jairo Bouer.....	138
Figura 7 – Exemplo de contribuição para o tema.....	159
Figura 8 – Exemplo de desvio do tópico.....	160
Figura 9 – Exemplo de expressão de atitudes e emoções.....	161
Figura 10 – Exemplo de tentativa de influenciar a ação dos outros.....	161
Figura 11 – Exemplo de correção à postagem.....	162
Figura 12 – Exemplo de comentário composto.....	162
Figura 13 – Nuvem de palavras com temas encontrados nas postagens.....	174
Figura 14 – Post sobre experiência pessoal com contextualização através de links e vídeo.....	179
Figura 15 – Postagem patrocinada no blog independente Xis Xis.....	191
Figura 16 – Postagem patrocinada no blog independente Rainha Vermelha.....	191
Figura 17 – Comentários sobre post patrocinado.....	192
Figura 18 – Informalidade na escrita dos blogs independentes.....	195
Figura 19 – Linguagem utilizada no blog Mundo Sustentável.....	196
Figura 20 – Linguagem utilizada no Blog do Doutor Jairo Bouer.....	197
Figura 21 – Exemplo de discussão gerada nos blogs independentes...	212
Figura 22 – Comentários que expressam atitudes e emoções.....	214

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Fontes de informação internacionais.....	185
Gráfico 2 – Número de comentários recebidos por cada blog.....	208

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Adaptações feitas ao nível 1 do protocolo criado por Silva e Maia (2011)	150
Quadro 2 - Adaptações feitas ao nível 2 do protocolo criado por Silva e Maia (2011).....	152
Quadro 3 – Tipos de uso dos links nos posts.....	156
Quadro 4 – Modos de participação dos leitores nos comentários.....	158
Quadro 5 – Modos de participação do autor do blog nos comentários dos leitores.....	164
Quadro 6 – Terceiro nível do protocolo metodológico.....	165
Quadro 7 – Protocolo metodológico adotado.....	166

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Período de publicação das 20 postagens mais recentes de cada blog.....	170
Tabela 2 – Fontes de informação utilizadas nos blogs.....	177
Tabela 3 – Principais fontes de informação utilizadas nos blogs.....	180
Tabela 4 – Incidência de fontes nacionais e internacionais nos blogs..	184
Tabela 5 – Redação das informações nos blogs selecionados.....	186
Tabela 6 – Tamanho das postagens.....	189
Tabela 7 – Conteúdos das postagens.....	190
Tabela 8 – Conteúdo dos posts.....	193
Tabela 9 – Utilização de recursos audiovisuais nos blogs.....	198
Tabela 10 – Origem dos recursos audiovisuais utilizados nos blogs...	198
Tabela 11 – Tipo de recursos audiovisuais utilizados nos blogs.....	199
Tabela 12 – Uso de links nos blogs.....	204
Tabela 13 – Usos dos links nos blogs.....	205
Tabela 14 – Modo de participação dos leitores nos comentários dos blogs.....	210
Tabela 15 – Classificação dos modos de participação dos leitores.....	211
Tabela 16 – Interferência dos blogueiros nos comentários.....	216
Tabela 17 – Modos de participação dos leitores nos comentários dos blogs.....	217
Tabela 18 – Relação entre comentários recebidos e interferências realizadas.....	217

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	23
1 DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: ASPECTOS HISTÓRICOS E CONTEMPORÂNEOS	33
1.1 O início da divulgação científica no mundo.....	33
1.2 A divulgação científica no Brasil.....	43
1.3 Jornalismo científico: um conceito.....	54
1.4 O Modelo de Déficit e seus efeitos no jornalismo científico.....	63
1.5 O novo cenário da divulgação científica no século XXI.....	72
2 DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA INTERNET	83
2.1 O surgimento dos blogs.....	87
2.2 Blogs: uma tentativa de definição.....	97
2.3 Os blogs de ciência.....	105
2.4 O panorama atual.....	122
3 PERCURSO METODOLÓGICO	129
3.1 Procedimentos metodológicos.....	129
3.1.1 Etapa 1 – Observação sistemática, seleção do <i>corpus</i> e aplicação do protocolo metodológico	138
3.1.2 Etapa 2 – Entrevista em profundidade com os blogueiros	139
3.1.3 Etapa 3 – Análise dos dados	140
3.2 O protocolo metodológico de Análise de Cobertura Jornalística...141	
4 A DINÂMICA DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NOS BLOGS DE JORNALISTAS E CIENTISTAS: RESULTADOS E DISCUSSÕES	169
4.1 Marcas da obtenção das informações nos blogs de ciência.....	175
4.1.1 Origem da informação	175
4.1.2 Redação do texto	186
4.2 Marcas da composição dos posts nos blogs de ciência.....	189
4.2.1 Conteúdo dos posts	190
4.2.2 Recursos audiovisuais	197
4.3 Marcas da circulação das informações nos blogs de ciência.....	204
4.3.1 Uso dos links	204
4.3.2 Comentários dos leitores	208
4.3.3 Interferência dos blogueiros	216
CONSIDERAÇÕES FINAIS	221

REFERÊNCIAS	229
MATERIAL DE ANÁLISE	241
APÊNDICES	251

INTRODUÇÃO

Dentre os vários empreendimentos humanos que buscam explicar alguns aspectos desse mundo – filosofia, religião, arte – a ciência sempre teve *status* privilegiado e foi vista como superior em relação a outros âmbitos. A ciência passa a ideia de confiabilidade e qualquer coisa que se diga ou afirme ser científico parece exercer um fascínio sobre as pessoas. Fascínio esse que não é exclusivo do senso comum, mas também compartilhado no meio acadêmico e em outras áreas do conhecimento (CHALMERS, 1993). Além disso, o campo científico sempre esteve revestido por um aparente véu de mistério, excentricidade e curiosidade. Assim, por algum tempo, a ciência se manteve distante e desconhecida por boa parte da população. Muitos a viam como algo místico e afastado do cotidiano.

Mas devido ao grande desenvolvimento que os campos científico e tecnológico tiveram nas últimas décadas, à importância que adquiriam no cotidiano das pessoas, e à necessidade que esses âmbitos sentiram em se comunicar com diferentes grupos sociais, o setor de Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) tem ganhado enorme visibilidade pública no último século. Houve um incremento na gama de produtos, canais, ações e processos destinados à veiculação de informações sobre essas áreas.

De acordo com Vogt et al. (2006), a comunicação pública da ciência adquiriu um papel fundamental nas sociedades contemporâneas não só pela importância na formação dos cidadãos, mas também por uma necessidade da própria ciência. Atualmente, muitas decisões importantes para o trabalho dos cientistas são tomadas com auxílio de pessoas de diversas áreas, e não apenas por especialistas ou pesquisadores. “A interação entre a ciência e os variados tipos de público é hoje, então, uma exigência social, e não somente um filantrópico desejo de democratizar o conhecimento, nem somente deve-se ao efeito da importância da tecnologia em nossas vidas” (*Ibid.*, pp.88-89).

Essa necessidade sentida pela ciência de se comunicar com o público culminou também com o interesse cada vez maior que a mídia passou a ter pelos temas científicos. Os meios de comunicação começaram a se voltar para esses campos e dar mais espaço e tempo para notícias sobre o empreendimento científico. Tal contexto fez emergir uma especialidade jornalística voltada para cobrir a área: o jornalismo científico. Assim, jornais começaram a ter seções próprias de ciência, revistas especializadas foram criadas e profissionais foram

contratados para trabalhar especialmente com o setor de CT&I. Os cientistas começaram a ter a possibilidade de se dirigir ao público leigo através dos meios de comunicação, sobretudo por meio do trabalho realizado pelos jornalistas científicos.

O surgimento do jornalismo científico teria se dado nos séculos XVI e XVII - durante a chamada Revolução Científica -, período em que o campo científico estava em pleno desenvolvimento e que nascia a chamada ciência moderna. Na Europa e nos Estados Unidos o jornalismo científico ganhou grande impulso no século XIX. Segundo Oliveira (2005), as duas grandes guerras mundiais contribuíram para o avanço da área, já que os jornalistas, ansiosos por interpretar notícias e informações sobre as tecnologias bélicas, criaram as primeiras associações de jornalismo científico. Além disso, como explica França (2005), o desenvolvimento de armas durante a Segunda Guerra Mundial chamou a atenção da imprensa para as inovações científicas e várias empresas jornalísticas colocaram profissionais para cobrir especialmente a área.

No Brasil, publicações mais consistentes de materiais ligados à ciência teriam se iniciado nas primeiras décadas do século XIX, com a chegada da corte portuguesa em terras brasileiras. De acordo com Moreira e Massarani (2002), a segunda metade do século XIX pode ser destacada como um período de intensificação das atividades de divulgação no país. Sobretudo porque o público passou a ter maior interesse por temáticas de ciência, muitas revistas e periódicos relacionados à ciência foram criados e diversas conferências públicas foram realizadas.

Mas o grande *boom* do jornalismo científico no país e no mundo aconteceu mesmo nas décadas de 1980 e 1990. Em terras brasileiras destaca-se o surgimento de revistas especializadas como *Ciência Hoje*, *Ciência Hoje das Crianças*, *Ciência Ilustrada*, *Globo Ciência* (hoje *Galileu*) e *Superinteressante*. Além disso, jornais diários passaram a ter seções próprias de ciência, programas especializados apareceram na TV e os noticiários diários também já divulgavam com maior frequência matérias relacionadas à ciência (OLIVEIRA, 2005). Houve um intenso desenvolvimento da área com o crescimento de cursos de especialização em divulgação científica, de equipes de assessoria de imprensa em instituições de pesquisa e com mais debate sobre o tema.

Na última década, entretanto, o jornalismo científico praticado nos meios de comunicação tradicionais tem sofrido grandes baixas em todo o mundo. Empregos estão sendo perdidos, seções de jornais estão sendo fechadas e a cobertura da ciência sendo reduzida. As empresas

alegam que a dificuldade reside em rentabilizar as seções de ciência. Em janeiro de 2013, por exemplo, foi anunciado o desmantelamento da editoria de meio ambiente do *New York Times*.

Essa crise do jornalismo científico praticado na mídia convencional ocorre concomitantemente com o aumento significativo de material ligado à ciência disponibilizado ao público no ciberespaço. A internet tem centralizado diversas iniciativas de difusão científica e modificado as relações de produção, circulação e consumo da ciência no Brasil (PORTO, 2012). Diferentemente da lógica dos meios de comunicação de massa, em que há um emissor para muitos receptores, uma das grandes características trazidas pela web 2.0 é a comunicação no modelo todos-todos (LÉVY, 1999), que permite a qualquer pessoa produzir e publicar conteúdo na rede. Com essa liberação do polo emissor (LEMONS, 2005), a mídia tradicional passa a dividir espaço com os usuários, que também podem produzir e publicar conteúdos próprios. “A internet mudou as relações de poder, permitindo, como diz Manuel Castells (1999), que a sociedade civil se manifeste sem ter que pedir licença aos meios tradicionais de comunicação de massa” (KUCINSKI, 2012, p.5).

E dentre as várias iniciativas de difusão científica disponíveis na internet, os blogs têm a possibilidade de abranger ações inovadoras na forma como a ciência é comunicada ao público. Eles podem ser usados tanto por jornalistas, quanto por cientistas na busca por novos modelos de divulgação científica.

Quando os primeiros blogs surgiram, na década de 1990, a publicação na web era restrita àquelas pessoas que soubessem programação em HTML. Entretanto, a popularização da internet e o surgimento em 1999 das primeiras ferramentas gratuitas de publicação de blogs contribuíram para a popularização do sistema, que logo foi apropriado das mais diversas formas e para os mais variados fins. O blog passou a se consolidar como um novo meio cujas principais características eram a personalização e o grande potencial de conversação e interatividade entre emissor e receptor. A partir daí, qualquer pessoa com acesso à internet teve a oportunidade de compartilhar ideias e informações pela rede. Esse cenário permitiu que pessoas de diversos campos do conhecimento disponibilizassem conteúdo na web. Foi o que aconteceu no âmbito da divulgação científica.

Pesquisadores, especialistas em diversas áreas, professores e estudantes começaram a publicar informações científicas na rede, através dos blogs, e passaram a relatar aquilo que tivessem vontade, tal

qual um jornalista, tendo a oportunidade de se comunicar diretamente com o público, sem ter que passar pelo crivo da grande mídia. Os jornalistas, por sua vez, também puderam criar seus próprios blogs, de forma independente, se expressar mais livremente e abordar a ciência de um modo muito mais pessoal.

Além dos blogs de ciência escritos por jornalistas e cientistas de modo independente, passaram a existir também aqueles que eram individuais, mas hospedados em sites de grandes veículos de comunicação ou portais de notícias. O que aconteceu é que, devido à notoriedade que adquiriam na blogosfera, muitos jornalistas e cientistas foram convidados a vincularem seus blogs à grande mídia.

Além disso, os próprios meios de comunicação tradicionais começaram a lançar seus blogs de ciência. Assim, a incorporação de vez dos blogs pelos cientistas, jornalistas e pela grande mídia levou a uma pequena transformação na comunicação da ciência, ocorrida de modo mais amplo em todo o campo da comunicação. Neste novo cenário, jornalistas e cientistas passaram a disputar a atenção do público e têm a possibilidade de oferecer uma divulgação muito mais aberta e participativa.

Para o jornalismo, por exemplo, os blogs podem funcionar “como canal de experimentação de novos formatos e linguagens ou ainda como meios mais ágeis e com conteúdos privilegiados/exclusivos” (CHRISTOFOLETTI; LAUX, 2006, p.3). Para os cientistas, os blogs podem ser um complemento à comunicação realizada nos periódicos científicos e estimular o debate com ou entre leitores (DIAS, 2009). Os blogs têm a possibilidade não só de contribuir para o aumento do conhecimento e senso crítico das pessoas em relação ao campo científico, como também de promover um diálogo mais aberto entre os produtores da informação e os leitores.

Entretanto, há algumas apropriações dos blogs de ciência que podem limitar sua capacidade de personalização, conversação e interatividade. No uso pelos jornalistas, “há aquelas situações em que o blog torna-se uma mera transposição de uma coluna já existente no jornalismo impresso, ou casos em que “a estrutura gigantesca que o *blog* adquire o faz perder em personalização, tornando-se, tal qual um portal jornalístico” (FOLETTTO, 2009, p.14), um meio de massa. No uso pelos cientistas, há o risco de serem transpostos aos blogs conteúdos típicos de periódicos científicos - cuja linguagem é formal, baseada em termos técnicos e dirigida a especialistas - e de não serem utilizadas todas as potencialidades que a ferramenta fornece – links, recursos multimídia etc.

Já os blogs escritos por jornalistas e cientistas e que estão vinculados a grandes portais de notícias ou meios de comunicação correm o risco de terem suas potencialidades limitadas. Eles podem passar por um processo de normatização (*Ibid.*), e serem alinhados aos formatos e princípios estabelecidos pela empresa ou grupo ao qual estão vinculados.

Além disso, a grande demanda de informação de ciência disponível na grande rede e, de modo mais específico, na blogosfera, não implica necessariamente uma melhor divulgação científica. Os blogs podem ser usados tanto para enriquecer a compreensão pública sobre temas científicos quanto para disseminar a pseudociência e o charlatanismo. E diante de tantas fontes de informação online, o público pode não saber discernir entre o que é e o que não é confiável, aspecto este que pode legitimar ainda mais antigos estereótipos e preconceitos em relação à ciência, como sua pretensa neutralidade e superioridade em relação a todos os outros âmbitos do saber.

Conforme Kouper (2010), os blogs são novas ferramentas que podem ser usadas tanto para facilitar um maior envolvimento dos cidadãos nos debates sobre a ciência, como para reforçar o tradicional modelo *top-down* de comunicação científica. “A Internet já tornou-se uma parte da comunicação da ciência e ainda não há entendimento claro e sistemático de como esses meios de comunicação como fóruns, blogs, wikis, e assim por diante, contribuem para os debates sobre ciência” (*Ibid.*, p.1²). Diante desse contexto, este trabalho se apresenta como uma tentativa de entender esse período de mudanças na comunicação da ciência, investigando a dinâmica da divulgação científica em blogs de jornalistas e cientistas brasileiros.

Cabe destacar que o conceito de dinâmica da divulgação científica na internet aqui utilizado não se refere apenas ao processo de obtenção e composição das informações de ciência publicadas nos blogs mas, sobretudo, à circulação das informações, ao movimento do texto (SOUSA, 2013) provocado pela interação entre blogueiros e leitores.

E para investigarmos a dinâmica da divulgação científica em blogs de jornalistas e cientistas brasileiros seria necessário estudarmos dois tipos de blogs: aqueles escritos por jornalistas e cientistas de modo independente e aqueles escritos por jornalistas e cientistas, mas

² Tradução nossa. No trecho original: The Internet has already become a part of science communications, and yet there is no clear and systematic understanding of how such media as forums, blogs, wikis, and so on contribute to the debates about science.

veiculados a grande veículo de comunicação ou portal de notícias. Sendo assim, definiu-se que nosso objeto empírico seria constituído por: (i) um blog de ciência escrito por cientista de modo independente; (ii) um blog de ciência escrito por jornalista de modo independente; (iii) um blog de ciência escrito por cientista e vinculado a grande veículo de comunicação ou portal de notícias; (iv) um blog de ciência escrito por jornalista e vinculado a grande veículo de comunicação ou portal de notícias.

A pesquisa orientou-se por **três objetivos centrais**: (i) caracterizar a dinâmica da divulgação científica em blogs de jornalistas e cientistas brasileiros, a partir da análise das marcas de obtenção, composição e circulação das informações publicadas; (ii) investigar em que aspectos a dinâmica da divulgação científica em blogs de cientistas se diferencia ou se assemelha à dinâmica dos blogs de jornalistas no que diz respeito à obtenção, composição e circulação das informações publicadas; (iii) analisar se os blogs de ciência hospedados em grandes veículos de comunicação ou portal de notícias possuem dinâmica distinta dos blogs independentes.

Partimos também das seguintes **hipóteses**: (i) Sendo a blogosfera caracterizada, principalmente, pela flexibilidade, interatividade e conversação, esperava-se que os conteúdos divulgados nos blogs de ciência não se resumissem ao aspecto informativo, mas mesclassem também aspectos analíticos e opinativos, suscitando o debate entre blogueiro e leitores e entre leitores. Ou seja, partiu-se da hipótese que os blogs promoviam formas mais interativas de comunicação da ciência, contando com uma participação ativa do público através dos comentários nos posts e das visitas às páginas; (ii) Outra hipótese era que os jornalistas, por estarem mais acostumados à inserção contínua de tecnologias da informação em seu trabalho, utilizassem mais as potencialidades dos blogs na obtenção, composição e circulação das informações científicas publicadas; (iii) Além disso, esperava-se que os blogs de ciência hospedados em grandes veículos de comunicação ou portal de notícias possuíssem dinâmica distinta dos blogs independentes, como maior atualização, visitação ou participação do público, já que se pressupunha que esses blogs contassem com maior notoriedade, e seus blogueiros com maior prestígio.

No que diz respeito aos **procedimentos metodológicos**, optamos por um estudo descritivo-analítico através da combinação de técnicas qualitativas e quantitativas. Primeiramente, realizamos uma observação não sistemática de vários blogs de ciência brasileiros escritos por jornalistas e cientistas não só para nos aproximarmos do objeto de

estudo, como também para escolher os blogs que seriam analisados neste trabalho. O universo de estudo de partida para seleção dos quatro blogs que constituiriam nosso objeto empírico abrangia todos os blogs brasileiros escritos por jornalistas e cientistas e destinados à divulgação científica. Entretanto, em decorrência da dificuldade de se conhecer todos os blogs brasileiros que promovem divulgação científica e da inexistência de estudos que mensurem o tamanho da blogosfera de ciência brasileira, definiu-se o metablog Science Blogs Brasil como universo de estudo para escolha dos blogs de ciência independentes.

Levou-se em consideração seis critérios para a escolha dos dois blogs independentes dentro do Science Blogs Brasil: i) o blog ser escrito em português e estar inserido na blogosfera brasileira; ii) ter acesso livre ao seu arquivo; iii) haver espaço para comentários dos usuários; iv) ter pelo menos um post em 2013; v) ser individual; vi) ser possível identificar nome do autor e atuação profissional. Sendo assim, foram selecionados o **blog Xis-Xis**³, escrito pela jornalista Isis Nóbile Diniz, e o **blog Rainha Vermelha**⁴, escrito pelo biólogo Atila Iamarino.

Na escolha dos dois blogs de ciência vinculados a grandes veículos de comunicação ou portal de notícias também foram utilizados os mesmos critérios. Dessa forma, foram selecionados o **blog Mundo Sustentável**⁵, do jornalista André Trigueiro, que está vinculado ao portal G1, e o **Blog do Doutor Jairo Bouer**⁶, do médico psiquiatra Jairo Bouer, que está vinculado ao UOL.

A partir da escolha dos objetos empíricos - que ocorreu no mês de julho de 2013 - a pesquisa foi dividida em três momentos. A primeira etapa foi constituída pela observação sistemática dos quatro blogs, seleção do *corpus* e aplicação de um protocolo metodológico.

Durante a observação dos blogs, notou-se que poderia haver muita discrepância na frequência de atualização das páginas, por isso, decidiu-se que o *corpus da pesquisa* seria composto pelos 20 posts mais recentes anteriores ao dia 1 de outubro de 2013 de cada um dos quatro blogs e os comentários relacionados a esses posts.

Para proceder a análise no *corpus* delimitado, nos baseamos no protocolo de Análise de Cobertura Jornalística proposto por Silva e Maia (2011) e também nas pesquisas de Kouper (2010) - que explicaremos de modo mais detalhado no capítulo 3 - e formulamos um

³ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/>.

⁴ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/>.

⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/>.

⁶ Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

protocolo metodológico próprio que pudesse atender às necessidades dessa pesquisa. Após vários aperfeiçoamentos e um pré-teste realizado em novembro de 2013, chegamos ao protocolo final que abarcaria a divulgação científica realizada nos blogs a partir de três níveis de análise que comportam também as seguintes variáveis:

i) Marcas da obtenção das informações: origem da informação e redação do texto;

ii) Marcas da composição dos posts: conteúdo do post e recursos audiovisuais utilizados;

iii) Marcas da circulação das informações: uso de link nos posts, comentários dos leitores e interferência do autor do blog nos comentários.

Sendo assim, seria possível investigar como os blogueiros obtinham as informações que eram publicadas, como se dava a composição das postagens e, sobretudo, como acontecia a circulação dessas informações nos blogs.

A aplicação do protocolo ocorreu entre os dias 13 e 17 de janeiro de 2014. Foram coletadas 80 postagens e os 759 comentários referentes a essas postagens.

Após a aplicação do protocolo metodológico, partimos para a segunda etapa da pesquisa que dizia respeito à realização de entrevistas em profundidade com os autores dos quatro blogs selecionados. Elas foram realizadas entre os meses de fevereiro e março de 2014, via telefone, Skype e *chat* do Gmail. A proposta era compreender de forma mais aprofundada como se dava a administração e funcionamento dos blogs.

Por fim, a terceira etapa foi composta pela descrição e interpretação dos dados e informações obtidas por meio da observação sistemática dos objetos empíricos, entrevistas dos blogueiros e aplicação do protocolo metodológico. É nessa fase que acontece a teorização dos dados empíricos dentro do referencial teórico adotado e que “se pode atingir um padrão de trabalho científico” (LOPES, 2010, p.52).

Assim, esta dissertação foi dividida em quatro capítulos. O primeiro capítulo, *Divulgação científica: aspectos históricos e contemporâneos*, tem caráter contextualizador e dá as bases para este trabalho. Inicialmente tratamos dos aspectos históricos da divulgação científica no mundo e no Brasil e discutimos o conceito de jornalismo científico. Em seguida, explanamos sobre o Modelo de Déficit, seus efeitos na comunicação da ciência, e sobre o novo cenário da divulgação científica no século XXI, a fim de entendermos como o jornalismo científico têm se configurado atualmente.

No segundo capítulo, *Divulgação Científica na internet*, nos propomos a discutir como a internet e as novas tecnologias da informação vêm provocando mudanças na difusão da ciência. No primeiro momento, falamos sobre o surgimento dos blogs e apresentamos tentativas de definições para esse meio. No segundo momento, tratamos especificamente dos blogs de ciência e expomos pesquisas e estudos recentes que nos ajudam a entender como eles têm sido usados e apropriados por jornalistas e cientistas.

O terceiro capítulo, *Percurso metodológico*, é dividido em dois tópicos. No primeiro, explicamos os procedimentos metodológicos utilizados nesta dissertação, elucidando as técnicas empregadas e como se deu cada etapa da pesquisa. No segundo, apresentamos e explicamos detalhadamente o protocolo metodológico de análise proposto, com base nos pressupostos metodológicos de Silva e Maia (2011) e Kouper (2010).

O quarto capítulo, *A dinâmica da divulgação científica nos blogs de jornalistas e cientistas: resultados e discussões*, foi dividido em três tópicos, nos quais descrevemos e analisamos o *corpus* dos quatro blogs selecionados a partir dos três níveis que, esquematicamente, caracterizam a dinâmica da divulgação científica na blogosfera: obtenção, composição e circulação das informações publicadas.

1 - DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: ASPECTOS HISTÓRICOS E CONTEMPORÂNEOS

A natureza e as leis da natureza permaneciam ocultas na noite. Deus disse, “Faça-se Newton”, e tudo se fez luz (POPE).

1.1 O início da divulgação científica no mundo

Conforme apontado por Rios (et al., 2007, p. 2.) “a história da Humanidade, entendida como a espécie *Homo sapiens*, remonta há pelo menos seis milênios, quando aceitamos o critério historiográfico clássico que demarca o seu início a partir dos primeiros registros escritos”. Durante a sua história, o homem foi acumulando saberes e sistematizando-os. Um dos marcos mais importantes para o conhecimento humano se deu com o surgimento da ciência moderna no século XVII. No entanto, o saber rigoroso já existia na Grécia Antiga entre os séculos VII a.C. e VI a.C. com o aparecimento dos primeiros filósofos, os pré-socráticos⁷.

Por volta dos séculos VII e VI a.C. surgiu a filosofia na Grécia, mais propriamente nas colônias gregas da Jônia e Magna Grécia. Essa filosofia, conhecida como pré-socrática, representou um esforço de racionalização e de desvinculamento do pensamento mítico. Caracteriza-se ainda pelo prevaletimento de questões cosmológicas, por especular a respeito da origem e da natureza do mundo físico, procurando a *arché*, ou seja, o princípio de todas as coisas (ARANHA; MARTINS, 1993, p. 135).

É a partir daí que o pensamento racional e filosófico começa a ganhar espaço, fruto da vontade dos gregos de adquirirem um conhecimento distinto do mito, da sua tendência à reflexão, à argumentação e ao debate de ideias. Mas apesar de o pensamento racional se distanciar do mito, a ciência e a filosofia dos gregos se estruturaram de maneira conjunta. “O próprio teor das preocupações dos primeiros filósofos é de natureza cosmológica, de maneira que, na

⁷ A divisão da filosofia grega se centraliza na figura de Sócrates (ARANHA; MARTINS, 1993, p.66).

Grécia Antiga, o filósofo é também o homem do saber científico” (*Ibid.*, p.67). A ciência só encontra um método próprio e se separa da filosofia entre os séculos XVI e XVII com a chamada Revolução Científica, período em que a teoria geocêntrica⁸ aceita por mais de 20 séculos foi substituída pela teoria heliocêntrica de Copérnico e que surge a chamada ciência moderna. Essa revolução fez o homem mudar a concepção que tinha do mundo e de si mesmo. Como explicam Aranha e Martins (1993, pp.147-148), “a nova teoria heliocêntrica não retirou apenas a Terra do centro do universo, mas também esfacelou uma construção estética que ordenava os espaços e hierarquizava o ‘mundo superior dos Céus’ e o ‘mundo inferior e corruptível da Terra’ [...]”.

É nesse período que

Começa-se a abordar o estudo da natureza com um novo espírito, no qual os experimentos começam a se desenvolver para testar ideias especulativas – o que era impensável na Idade Média. E, na medida em que esses experimentos eram acompanhados por um crescente interesse pela matemática, começa a acontecer a formulação de novas teorias, agora denominadas científicas, que tomavam por base o experimento e se expressavam em linguagem matemática. Galileu foi o primeiro a ligar experiência e matemática, o que lhe conferiu a glória de “pai da ciência moderna” (GRECO, 1994, p.41).

Galileu (1564-1642) teoriza sobre o método científico e provoca uma verdadeira ruptura com a visão de mundo que se tinha até então. A partir dele, ocorre a matematização da ciência, que passa a ter um método próprio e subdivide-se em ciências particulares, cada uma adquirindo um objeto de estudo definido e um método delimitado. A ciência moderna adota também uma linguagem rigorosa e instrumentos e recursos que lhe trazem maior precisão e objetividade. As ciências da

⁸ A teoria do geocentrismo existe desde a antiguidade e afirma que a terra fica no centro do universo, imóvel, sendo que o sol e os outros corpos celestes giram em torno dela. Foi Ptolomeu (90-168) quem deu a versão final a este modelo, na publicação do seu livro *Almagesto*. Aristóteles (384-322 a.C.) foi o mais famoso filósofo que defendeu o geocentrismo. Essa concepção permaneceu até que o polônês Nicolau Copérnico (1473-1543) interessado em ampliar os estudos de Aristarco de Santos (310-230 a.C.) recuperou a teoria do heliocentrismo, para a qual o Sol é que está no centro do universo.

natureza adquirem a possibilidade de estabelecerem abordagens mais eficazes e com maior previsibilidade (ARANHA; MARTINS, 1993).

Ainda nesse período revolucionário destacam-se os trabalhos de outros filósofos, físicos e matemáticos como René Descartes⁹, Francis Bacon¹⁰ e Issac Newton¹¹. A partir daí o âmbito científico passa a interferir de modo mais incisivo na natureza e provoca mudanças significativas no cotidiano das pessoas. Desse modo, a ciência moderna vem acompanhada da noção de poder do homem sobre a natureza - conhecida também como antropocentrismo¹². Aliada à técnica, a ciência se expande e se torna definitivamente elemento indispensável à vida humana.

É também no período da Revolução Científica que a ciência começa a ser difundida para a população e que surge o jornalismo científico. A disseminação de informações científicas na Europa já vinha sendo realizada de forma tímida pelos cientistas desde o século XV, a partir do aperfeiçoamento do processo tipográfico obtido por Johann Gutenberg na década de 1440 (RIZZINI, 1977.).

⁹ René Descartes (1596-1650) é, por vezes, considerado um dos fundadores da filosofia moderna. Ele propôs a divisão da natureza em *res cogitans* (mente) e *res extensa* (matéria) e também a disciplinarização e especialização do conhecimento. “Em Descartes uma das regras do *Método* consiste precisamente em ‘dividir cada uma das dificuldades...em tantas parcelas quanto for possível e requerido para melhor as resolver’” (SANTOS, 1988, p.4).

¹⁰ Francis Bacon (1561-1626) trouxe grandes contribuições à ciência experimental. Ele propunha que “para se conhecer a natureza, é preciso *observar* (acumular) os fatos, *classificá-los e determinar suas causas*” (CHASSOT, 2007, pp.104-105). Para Greco (1994, p.42), “ao colocar como objetivo supremo da ciência o controle e o domínio da natureza, abriu perspectivas para que se formulasse a concepção de homem dominador do meio ambiente”.

¹¹ Issac Newton (1642-1727) vai propor uma visão mecanicista do mundo. Para ele, “o mundo da matéria é uma máquina cujas operações se podem determinar exatamente por meio de leis físicas e matemáticas” (SANTOS, 1988, pp.4-5). Segundo Greco (1994, p.43) as ideias de Newton foram “modelando o paradigma científico e, à medida que ele ia se tornando mais abrangente, ultrapassando os limites da Física para adentrar os domínios de outras ciências, estas passaram a buscar também a exatidão e a perfeição que o modelo físico propunha”.

¹² “Enquanto o pensamento medieval é predominantemente teocêntrico (centrado na figura de Deus), o homem moderno coloca a si próprio no centro dos interesses e decisões” (ARANHA; MARTINS, 1993, p.148).

Os livros de história da ciência dão como certo que a difusão da impressão na Europa nessa época acelerou a criação de uma comunidade de cientistas, fazendo com que as idéias e ilustrações científicas se tornassem disponíveis a grande número de pessoas. Mas é claro que esse número restringia-se ainda à pequena camada letrada das sociedades de então: os representantes do clero, da nobreza e da burguesia mercantilista que começava a se espalhar por toda a Europa (OLIVEIRA, 2005, p.17).

Sendo assim, o grande impulso para a divulgação científica e para a criação de uma cultura científica foi dado mesmo pela Revolução científica dos séculos XVI e XVII. “Uma revolução que implicava não somente desenvolvimentos estritos no campo da ciência e da técnica, mas transformações mais amplas na filosofia, na religião e no pensamento social, moral e político” (*Ibid.*, p.18). Como explica Burkett (1990), a redação científica, como é feita hoje, teve início nesse período, mais precisamente no século XVI, quando os cientistas, ao enfrentarem a censura da Igreja e do Estado, encontravam-se às escondidas para conversarem e se informarem sobre suas descobertas. Dessas reuniões, frequentadas também por grupos de elite como artistas, eruditos e mercadores, é que teria nascido a tradição de comunicar a ciência.

Durante esse período, também começaram a surgir as primeiras academias e sociedades científicas, onde os cientistas podiam se reunir com mais facilidade.

Trocas de cartas, monografias e livros em latim estabeleceram o padrão da comunicação entre indivíduos, entre sociedades nas cidades, e entre as sociedades nacionais. Os cientistas preferiam as cartas (com frequência impressas, de modo que cópias pudessem ser enviadas a vários cientistas) porque os funcionários dos governos eram menos inclinados a abrir o que parecia ser correspondência ordinária (*Ibid.*, p.27).

Oliveira (2005) conta que houve intensificação da circulação dessas cartas expedidas pelos cientistas a partir de meados do século XVII. De acordo com a autora, o latim deixava de ser a língua predominante e essas cartas já eram escritas em vários idiomas, permitindo maior difusão do conhecimento.

Nesse momento nasce o trabalho do jornalista científico. O pioneirismo na área é associado ao alemão Henry Oldenburg (1618-1677), nomeado o primeiro secretário da *Royal Society* britânica.

A combinação do caráter informal e fragmentado das cartas com o potencial de alcance do texto impresso foi logo percebida por Oldenburg, que com sua capacidade empreendedora inventou assim a profissão de jornalista científico. Como novo gênero literário da época, o jornalismo científico abriu espaço para a divulgação das mais destacadas notícias dos tempos modernos. Para confirmar o reconhecimento do trabalho profissional de Oldenburg, a sua produção de cartas impressas de divulgação científica passou a ser remunerada a partir de dezembro de 1666, depois que o conselho da Real Sociedade Britânica votou a favor do pagamento de 40 libras por todo o trabalho que ele realizara gratuitamente nos quatro anos anteriores. Posteriormente ele passaria a receber o salário anual de 40 libras e contar com a ajuda de um redator (*Ibid.*, p.19).

Durante o século XVIII, ocorre uma grande expansão das publicações em ciência. “Na Europa, de 1725 a 1800, são criados setenta e quatro periódicos, sendo que apenas cinco desses são fundados antes de 1750” (FREITAS, 2005, p.32). A cultura científica aumentava e até mesmo pessoas pouco letradas conseguiam compreender o que era publicado. Muitos cientistas passaram a trabalhar como editores de periódicos científicos. Na Europa, artigos publicados nos periódicos da sociedade científica eram reescritos e impressos nos jornais, de modo que o conteúdo pudesse atrair os leitores. A ciência ganhava espaço na imprensa, mas inovações científicas importantes - decorrentes, sobretudo da revolução industrial que se vivia – como o barco a vapor (1807), a locomotiva a vapor (1830), o telégrafo (1844), e o telefone (1876) - receberam menções praticamente inexpressivas nos jornais (BURKETT, 1990, p.28).

As atividades de divulgação científica ganham outro grande impulso na segunda metade do século XIX, em todo o mundo, embaladas pela Segunda Revolução Industrial na Europa. O fascínio e o deslumbre sobre os avanços que a ciência e a tecnologia conquistavam

ficaram expressos através da realização das Exposições Universais. Londres foi a primeira cidade a receber uma delas, em 1851.

No século 19 as exposições universais foram megaeventos com a tendência de o desenvolvimento aproximar-se intimamente de inovações tecnológicas. Desenvolvimentos que agora integram o cotidiano, como telefone (o telégrafo já foi aposentado) e elevador, entre outros, foram lançados em exposições universais. Referências do mundo contemporâneo como a Torre Eiffel, em Paris, e o Palácio de Cristal, em Londres, foram construídas para as exposições universais (JUNIOR, 2013, online).

Nesse período, algumas revistas científicas começaram a surgir. Muitas nasciam e desapareciam em menos de um ano. Outras, como a *Nature* – surgida na Inglaterra em 1869 – e a *Scientific American* – fundada nos Estados Unidos em 1845 – atraíram importantes cientistas, passaram por reformulações e mantêm grande influência até hoje. É também no final do século XIX que nasce uma das mais prestigiadas revistas científicas da atualidade, a *Science*, lançada em Nova Iorque, em 1880.

A década de 1880 marca, inclusive, o período de especialização e profissionalização da ciência. Pessoas passaram a trabalhar em tempo integral na pesquisa científica e queriam cada vez mais os leigos fora do campo. O jornalismo popular praticado na época teria contribuído para esse movimento de separação cada vez maior entre os cientistas e a sociedade. Conforme Burkett (1990), o público era munido com informações científicas, mas muitas vezes os editores, com o objetivo de atrair os leitores, apelavam para o bizarro, exótico e fantasioso.

Embora alguns jornais e revistas veiculassem acuradamente notícias científicas, outros usavam a pseudociência e a ciência sensacionalista para promover a guerra entre os jornais. Os excessos cometidos pelos jornais de William Randolph Hearst e Joseph Pulitzer, para citarmos apenas dois, deixaram para trás o nome *Gee Whiz Science* (*Ibid.*, p.29).

Os traumas causados na comunidade científica teriam sido tão grandes que, mesmo depois de algumas décadas, quando surgiram

jornalistas científicos profissionais trabalhando com ciência em tempo integral, cientistas antigos contavam aos mais novos os perigos e problemas resultantes da publicação de seus trabalhos nos meios de comunicação populares. Mesmo com a própria especialização e fragmentação pela qual passava o campo científico, era comum os cientistas reclamarem do caráter fragmentário das notícias de ciência.

É ainda no final do século XIX que surge a ficção científica com os romances do escritor francês Júlio Verne (1828-1905) e do escritor inglês Herbert George Wells (1866-1946). “Enquanto Verne produzia histórias para maravilhar os leitores com as possibilidades de um futuro excitante, Wells empregava a fantasia científica para a crítica social” (PIASSI; PIETROCOLA, 2009, 527). Esses autores tiveram muito influência sobre as obras subsequentes do gênero e, a partir de 1920, os contos voltados para um público popular produzidos, sobretudo, nos Estados Unidos, deram ainda mais impulso à ficção científica. O gênero ganhou “características singulares como forma de criação literária que depois veio a influenciar decisivamente outros gêneros de entretenimento popular como o cinema, os seriados de TV, os quadrinhos e os desenhos animados” (*Ibid.*).

O século XX inicia e se torna palco das duas grandes guerras mundiais. O jornalismo científico, por sua vez, além de ganhar impulso, sobretudo na Europa e nos Estados Unidos, passa por uma grande transformação. França (2005) explica que o desenvolvimento de armas durante os confrontos impressionou a imprensa, principalmente pelas inovações científicas e tecnológicas, e as empresas jornalísticas colocaram profissionais para cobrirem a área em tempo integral. Outro tipo de jornalismo científico teria surgido entre as guerras. Notou-se que a ciência precisava ser levada a sério (BURKETT, 1990, p.33).

Conforme França (2005), no período que sucedeu a Primeira Guerra Mundial, os americanos já demonstravam crescente preocupação com a falta de conhecimento público sobre assuntos ligados à física e outras áreas da ciência e temiam que a democracia pudesse ser abalada caso esse tipo de conhecimento ficasse restrito a poucas pessoas. Nesse cenário, o empresário americano Edwin W. Scripps, responsável pela fundação de dezenas de jornais e agências de notícias, criou em 1921 o primeiro serviço de notícias científicas dos Estados Unidos, o *Science Service*, que se tornou um modelo a ser seguido no que tange à divulgação científica (OLIVEIRA, 2005). O *Science Service* alcançou um sucesso incrível e influenciou vários países, entre eles o Brasil. Na década de 1920 conquistou a marca de sete milhões de leitores. O objetivo era educar e conscientizar o povo sobre a importância da

ciência e da tecnologia e tornar as informações atrativas ao público (FRANÇA, 2005).

As guerras trouxeram ainda outra transformação para a área do jornalismo científico. De acordo com Oliveira (2005), os jornalistas de ciência americanos já atuavam de forma muito próxima e colaborativa com os cientistas desde o início da década de 1920, participando das reuniões de diversas entidades, associações e sociedades científicas do país. Com a explosão técnico-científica provocada pela Primeira Guerra Mundial e com o aumento da cobertura jornalística na área, aquele grupo de jornalistas que sistematicamente acompanhava e cobria as reuniões das sociedades científicas americanas começou a sentir a necessidade de criar também uma entidade associativa como forma de atender seus interesses e problemas, alertar para a importância da cobertura científica e melhorar o relacionamento com a comunidade científica (*Ibid.*, 2005). Burkett (1990) garante que apesar de os jornalistas realizarem a cobertura das reuniões científicas, a relação com os cientistas não estava tão boa e o objetivo de criar a associação era aumentar o poder de barganha e os privilégios da imprensa junto às associações científicas. Assim, em 25 de abril de 1934, em Washington, foi criada a *National Association of Science Writers* (NASW).

Na Europa, a *Association of British Science Writers* (ABSW) só surgiu 11 anos depois, em 1945. Na América Latina, as associações de jornalismo científico começaram a despontar a partir de 1970, tendo destaque nesse cenário a figura do jornalista venezuelano Arístides Ramón Bastidas Gómez.

Nascido em 1924 na aldeia de San Pablo, estado de Yaracuy, Arístides trabalhou como repórter policial por cinco anos (de 1945 a 1949), no jornal diário *Últimas Noticias*, passando depois para a área política. Com a ditadura, que se instalou em seu país em 1948, e com a deposição do presidente Rómulo Gaiero, veio também a censura, que o levou a publicar matérias científicas (OLIVEIRA, 2005, p.34).

Escrever sobre ciência teria sido o caminho encontrado por Arístides para poder transmitir informações progressistas. No início da década de 70 Bastidas passou a assinar a coluna ‘Ciência Amena’ do jornal *El Nacional*, de Caracas. Através de seus escritos procurava conscientizar os industriais sobre a importância das pesquisas tecnológicas para o desenvolvimento das nações (*Ibid.*). Em 1975,

apesar de debilitado por vários problemas de saúde, criou ainda a Escola de Treinamento para Jornalistas Científicos, que passou a chamar de Brujoteca. Bastidas escreveu dezenas de livros sobre divulgação científica e assinou a coluna ‘Ciência Amena’ até o ano de sua morte, em 1992.

Como relata Oliveira (2005), em 1969, na Colômbia, Bastidas conheceu outra figura importante para a história do jornalismo científico mundial, o espanhol Manuel Calvo Hernando. Atuando como professor, jornalista e escritor, Manuel Calvo Hernando foi uma das maiores personalidades e referências da área de divulgação científica no século XX. Nascido em 1923, em Madri, Calvo Hernando morreu recentemente, em 16 de agosto de 2012, aos 88 anos. Descobriu sua vocação jornalística na década de 1950 e se tornou um dos pioneiros no jornalismo da Espanha. Durante sua vida publicou mais de 40 livros, milhares de artigos e ministrou dezenas de cursos, seminários e conferências sobre jornalismo científico (EL PAÍS, 2012). Em 1969, com Arístides Bastidas, fundou a *Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico* e, em 1971, a *Asociación Española de Periodismo Científico*.

De acordo com Burkett (1990), a exemplo do que aconteceu na América Latina, surgiram ao redor do mundo diversas tentativas de formar associações de escritores de ciência aos moldes das associações britânica e norte-americana.

Assim, como legado, as duas guerras mundiais acabaram aproximando jornalistas e cientistas em busca de alguns objetivos comuns. Entre eles, o de compreender melhor alguns campos da ciência que tinham avançado muito durante os confrontos. Além disso, depois das guerras, milhões de pessoas também estavam ansiosas para saberem cada vez mais sobre as pesquisas científicas. Conforme Gregory e Miller (2000), as conquistas militares da ciência durante a Segunda Guerra Mundial garantiram ao campo científico um papel de destaque em tempos de paz, e que cientistas, políticos e editores foram rápidos em explorar. A ciência expandiu e a sua divulgação também.

Além do amplo desenvolvimento que o jornalismo científico atingiu na Europa e nos Estados Unidos após as duas grandes guerras mundiais, outro momento de grande explosão da área se deu entre as décadas de 1980 e 1990. Como aponta Burkett (1990), existia nesse período, nos Estados Unidos, mais de cinco mil pessoas que se consideravam escritores de ciência por passarem a maior parte do tempo se dedicando a esta atividade e outras milhares que também faziam este trabalho, mas que não se declaravam dessa forma. Segundo ele, havia

um grande investimento público em ciência e tecnologia nos Estados Unidos nessa época.

De acordo com Oliveira (2005) essa importância dada à ciência e à tecnologia e conseqüentemente à divulgação científica nos Estados Unidos pode estar relacionada à forma de colonização que se deu no país.

Na porção norte do Novo Mundo, a forma de colonização expansionista inaugurada pelos britânicos puritanos e calvinistas permitiu que em pouco mais de dois séculos todo o território dos Estados Unidos da América fosse ocupado de leste a oeste. Para a nova nação que se erguia, o conhecimento científico e tecnológico foi desde o início reconhecido como elemento fundamental para a expansão territorial e o fortalecimento da economia. Assim, o jornalismo científico encontrou campo fértil (*Ibid.*, p.21).

Burkett (1990) cita algumas publicações dos Estados Unidos que divulgavam material de ciência no período, como, por exemplo, os jornais *The New York Times* e *The Wall Street Journal* e as revistas, *Time*, *Newsweek*, *Science News*, *Science*, *Science Digest* e *Science 85*. Existiam também jornalistas trabalhando como uma espécie de assessores de imprensa para instituições e companhias e já havia publicações científicas que contratavam redatores de ciência para trabalhar com os cientistas. Uma delas era a *Scientific American*.

O jornalismo científico também ganhou espaço na área acadêmica.

Em levantamento realizado pela Universidade de Wisconsin-Madison em 1993, havia cerca de cinquenta cursos de jornalismo científico nos EUA, em níveis de especialização, mestrado e doutorado. Durante as últimas décadas a área passou a ser alvo de um crescente número de trabalhos de pesquisa acadêmica, tanto na Europa como nos Estados Unidos, o que tem permitido melhor análise do jornalismo científico americano (OLIVEIRA, 2005, pp.23-24).

Em vários outros lugares do mundo, a forma de trabalho dos jornalistas científicos ganhava contornos próprios. Mas mesmo com o

aumento de publicações na área e mais cobertura sobre a ciência na mídia, os jornalistas enfrentavam problemas para realizar a sua atividade. Burkett (1990), em seu livro, relata, por exemplo, as ruins condições sob as quais os jornalistas eram submetidos como: dificuldade de obtenção de informações além do que era publicado nas revistas científicas, poucas acomodações especiais nas reuniões científicas e a dificuldade de entrar em contato com as fontes.

A expansão do jornalismo científico iniciada nas décadas de 1980 e 1990 foi seguida por um colapso nas empresas jornalísticas em todo o mundo, que tem ocasionado o fechamento das seções de ciência em vários jornais diários, perda de empregos e redução da cobertura do campo científico. O jornalismo científico encerrou o século XX submerso em uma crise que se mantém até hoje.

1.2 A divulgação científica no Brasil

Se na Europa e nos Estados Unidos os séculos XVI e XVII destacaram-se como período de ebulição da divulgação científica e do jornalismo científico, no Brasil iniciativas mais consistentes de difusão da ciência teriam iniciado somente nas primeiras décadas do século XIX, quando a corte portuguesa se instalou no Brasil (OLIVEIRA, 2005). De acordo com Moreira e Massarani (2002), raras ações ligadas à ciência foram desenvolvidas pelo governo português no Brasil antes disso e a maioria delas se restringia a respostas a necessidades técnicas ou militares:

No Brasil dos séculos XVI, XVII e XVIII, uma colônia portuguesa de exploração, atividades científicas ou mesmo de difusão das ideias modernas eram praticamente inexistentes. O país tinha uma baixíssima densidade de população letrada, era mantido sob rígido controle e o ensino, quase unicamente elementar, esteve nas mãos únicas dos jesuítas até meados do século XVIII (*Ibid.*, p.44).

Algumas academias destinadas a publicações, estudos e debates relacionados às ciências até foram criadas no século XVIII, mas tiveram duração breve em decorrência da censura imposta pela metrópole.

Conforme Moreira e Massarani (2002), entre o final do século XVIII e início do século XIX, muitos dos brasileiros que haviam ido frequentar cursos superiores em países como Portugal, França, Bélgica e

Escócia estavam retornando para o Brasil e contribuíram com uma difusão gradativa das novas concepções no campo da ciência. Porém, atividades mais organizadas de publicação de materiais ligados à ciência só teriam iniciado mesmo após a chegada da família real portuguesa ao Brasil, em 1808¹³.

Os navios vieram abarrotados de tudo quanto havia de valor: os tesouros do Estado, obras de arte, jóias, móveis e pratarias. Acompanhavam esses objetos uma plêiade de intelectuais versados em conhecimentos científicos, um grupo de membros da Academia de Ciências de Lisboa e uma quantidade significativa de professores, todos carregados de idéias e planos, ansiosos por aplicá-los na nova sede da monarquia (OLIVEIRA, 1999, p.1).

Como explica Oliveira (1999), entre as primeiras providências, D. João instituiu a abertura dos portos e a liberdade de imprensa, criou escolas de medicina, escolas militares com *status* de curso superior, cursos avulsos de ciências, bibliotecas, jardins botânicos e o Museu Nacional. Em 1808, a criação da Imprensa Régia, “a primeira tipografia a ser fundada no Brasil, também teve um importante papel no desenvolvimento da cultura nacional, publicando os primeiros livros didáticos, as primeiras obras científicas traduzidas e nacionais, e muita literatura pátria” (FREITAS, 2005, p.10). O novo governo acabou estimulando, então, a criação de uma cultura científica no país.

Já a segunda metade do século XIX foi marcada pela segunda revolução industrial na Europa e pela intensificação das atividades de divulgação também no Brasil. O público ilustrado brasileiro passou a ter uma grande curiosidade por temas ligados à ciência e o interesse do imperador D. Pedro II pela área foi fator favorável para o surgimento de algumas atividades ligadas à difusão dos conhecimentos científicos.

¹³ Nessa época, a Europa estava em guerra. O imperador francês Napoleão Bonaparte queria expandir seus domínios e passou a invadir diversos impérios. Como a Inglaterra resistia, em 1806, Napoleão decretou o Bloqueio Continental, cujo propósito era “encurrular e eliminar as vias de acesso de que o comércio inglês dispunha no continente europeu [...] Aliado tradicional da Inglaterra, Portugal, na iminência de ser invadido pela França, por manter laços comerciais com os ingleses e sem condições de resistir militarmente aos franceses, embarcou sua corte com destino ao Brasil, aqui chegando em janeiro de 1808” (OLIVEIRA, 1999, p.1).

Na década de 1860 destacam-se as Exposições Nacionais, que “constituíram-se [...] importantes elementos de difusão da ciência em seus aspectos aplicados. Seu objetivo maior era serem vitrines da produção industrial e agrícola nacionais” (MOREIRA; MASSARANI, 2002, p.49). Elas também tinham como proposta preparar o desempenho do Brasil para as Exposições Universais (AMOROSO, 2006)

Nos anos de 1870, a ligação telegráfica do Brasil com a Europa permitiu que os jornais pudessem divulgar informações sobre as novas teorias e descobertas da ciência de forma mais atualizada. Outra iniciativa importante do período foram as conferências públicas. Em 1873 surgiram, por exemplo, as Conferências Populares da Glória, que durariam quase 20 anos e que foram uma das atividades de divulgação científica mais significativas da história brasileira (FONSECA, 1996).

Deve-se enfatizar também a importante atuação dos museus de história natural e, sobretudo, do Museu Nacional, que durante o século XIX desenvolveu diversas atividades de divulgação. Entre elas, os cursos populares, que iniciaram em 1876 e eram ministrados pelos diretores e vice-diretores das diferentes seções do museu (SÁ; DOMINGUES, 1996).

Nas três últimas décadas do século XIX destaca-se, ainda no Brasil, o lançamento de várias revistas que contribuíram para a popularização das ciências como: Revista do Rio de Janeiro, Ciência para o Povo, Revista Ilustrada, e Revista do Observatório.

Como explicam Moreira e Massarani (2002), no final do século XIX, além de muitos cientistas estrangeiros que passaram pelo país, alguns outros vieram morar em terras brasileiras, o que pode ter estimulado alguma forma de difusão científica, já que estes cientistas viajavam por lugares remotos do país e interagiam com a população. Uma das características da divulgação científica desse período, segundo os autores, é que os principais divulgadores eram pessoas que tinham alguma ligação com a ciência, seja pela prática profissional (como, por exemplo, professores, engenheiros ou médicos) ou por atividades científicas (como os naturalistas, por exemplo). Assim, não teve lugar de destaque nesse momento a atuação de jornalistas ou escritores interessados em ciência.

Na última década do XIX e início do século XX teria havido ainda um refluxo nas atividades de divulgação científica, com a diminuição de conferências, cursos populares e envolvimento de professores e cientistas, bem como decréscimo no número de revistas e artigos referentes à divulgação (*Ibid.*). Torna-se importante destacar, entretanto, a atividade realizada pelo jornalista e engenheiro Euclides

Rodrigues da Cunha. Apesar de não ser considerado um jornalista científico, Euclides trouxe enorme contribuição à área durante a cobertura que fez da Guerra de Canudos, no interior da Bahia, no ano de 1897, a serviço do jornal *O Estado de S. Paulo*. A guerra consistia no confronto entre o exército brasileiro e os habitantes do local liderados pelo religioso Antônio Conselheiro, que pregava contra a república. Além das matérias que escreveu sobre o levante para *O Estado de S. Paulo*, o jornalista também publicou em 1902 o livro *Os Sertões*.

As viagens de Euclides a Canudos resultaram em inúmeras anotações, consultas a estudiosos e leituras, que o levaram a publicar o livro cinco anos mais tarde. Nele, o jornalista faz em vários momentos profunda reflexão sobre a influência do meio ambiente na formação do homem brasileiro, em diversas regiões do país. Discute as variações do clima, da qualidade da terra, da vegetação, da água e dos minerais [...]. Euclides preconiza o jornalismo científico e ambiental contextualizado e interpretativo, no qual a informação científica dá suporte à compreensão da realidade (OLIVEIRA, 2005, pp.32-33).

De acordo com Moreira e Massarani (2002), no início do século XX o país ainda não tinha consolidada uma tradição de pesquisa científica. Mesmo assim, na década de 1920, há um crescimento das iniciativas de divulgação científica no Rio de Janeiro.

Ele [o crescimento das atividades de divulgação científica] está ligado ao surgimento de um pequeno grupo de pessoas – entre as quais Manoel Amoroso Costa, Henrique Morize, os irmãos Osório de Almeida, Juliano Moreira, Edgard Roquette-Pinto e Teodoro Ramos –, que participaram intensamente de várias atividades que buscaram traçar um caminho para a pesquisa básica e para a difusão mais ampla da ciência no Brasil (*Ibid.*, pp.52-53).

Na época, várias publicações passaram a se dedicar à popularização da ciência, coletâneas científicas foram criadas, jornais diários, mesmo que de modo esporádico, começaram a abrir espaço para

a ciência, livros nacionais e traduzidos destinados à divulgação da ciência foram publicados e conferências públicas foram realizadas.

Um marco importante para a época foi a criação da Sociedade Brasileira de Ciências, em 1916, e que, em 1922, se transformou na Academia Brasileira de Ciências (ABC). A ABC tinha caráter elitista e no início representava apenas as ciências médicas e biológicas. Entretanto, foi dentro dela que, em 20 de abril de 1923, o grupo liderado pelos cientistas Edgard Roquette-Pinto e Henrique Morize, fundou a primeira rádio brasileira, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (FERRARETTO, 2001; TAVARES, 1999), cuja proposta era difundir informações sobre ciência, cultura e educação. Estrangeiros ilustres que vinham ao país passaram a falar na emissora. Foi o caso do físico Albert Einstein, em 1925.

Como afirmam Moreira e Massarani (2002), entre as décadas de 1930 e 1970 - período marcado pelo fim do autoritário regime do Estado Novo e reestruturação do regime democrático no Brasil - a evolução da ciência no país se deu de forma lenta, embora tenham ocorrido eventos importantes no aspecto da institucionalização da mesma, como o aparecimento das primeiras faculdades de ciências e institutos de pesquisa. De acordo com Oliveira (2005, pp.28-29), “enquanto as liberdades de expressão sofregamente ganhavam espaço após o Estado Novo, foi também a partir de meados da década de 1940 que a ciência brasileira entrou definitivamente na agenda do governo e da sociedade”. Conforme destaca a autora, a instituição da ciência no Brasil, como ocorreu em outros países, foi bastante influenciada pelo fim da Segunda Guerra Mundial e pelo impacto que os avanços tecnológicos utilizados durante o combate causaram no mundo.

Um fato importante neste período foi a criação da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), em 1948, que diferente da ABC, se definia como uma organização dedicada a defender os interesses de toda a comunidade científica.

Outro acontecimento significativo para ao desenvolvimento da ciência no país foi a criação, em 1951, do Conselho Nacional de Pesquisas, o CNPq¹⁴, a primeira agência de fomento à pesquisa no Brasil, que:

¹⁴ Através da Lei nº 6.129 de 6 de novembro de 1974 passou a ser denominado Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, mas a sigla “CNPq” foi mantida.

[...] representou o primeiro esforço significativo nacional de regulamentar a ciência e a tecnologia no país. Durante mais de três décadas, até a criação do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) em 1985, o CNPq foi o principal órgão responsável pelas ações de C&T empreendidas pelo governo federal (OLIVEIRA, 2005, p.29).

Nos anos pós-guerra e no período democrático vivido entre 1945 e 1964, a divulgação científica também ganhou mais espaço na imprensa brasileira. Conforme Esteves (2011), os pesquisadores estavam interessados em tornar a ciência familiar ao público em busca de maior apoio na luta por mais recursos e melhores condições de trabalho. Assim, os cientistas tiveram espaço nos maiores jornais e revistas do país, através de artigos, colunas e suplementos publicados.

Em 1948, o fato de o físico brasileiro Cesar Lattes ter participado da detecção em laboratório do *méson pi*, na Universidade da Califórnia, em Berkeley, acabou chamando a atenção da imprensa e contribuindo para o interesse do público na ciência. “Em nota da agência de notícias Reuters reproduzida com alarde por muitos jornais, o fato foi descrito como ‘o maior feito da ciência moderna desde a descoberta da desintegração do urânio em 1930’” (ESTEVES, 2011, p.17). Lattes foi tido como herói e o feito mereceu cobertura em vários jornais e revistas semanais.

Ainda nos anos 40 merece reconhecimento o trabalho realizado pelo médico, pesquisador e jornalista José Reis, que é considerado por muitos um dos precursores do jornalismo científico no Brasil. A partir de 1930 Reis começou a publicar artigos e folhetos para o público não especializado e a desenvolver trabalho de divulgação científica em jornais diários como *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*, em revistas agrícolas como *Chácaras e Quintas* e na Rádio Excelsior. Como pesquisador e jornalista “publicou mais de cinco mil trabalhos entre livros, artigos científicos e material jornalístico” (OLIVEIRA, 2005, p.34).

Foi José Reis, junto com outros cientistas, que, em 1948, fundou a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC). O prêmio do CNPq¹⁵ destinado a premiar indivíduos e instituições que

¹⁵ Em 1978, o CNPq criou o prêmio José Reis de Divulgação Científica, cuja proposta é reconhecer iniciativas que contribuam significativamente na divulgação da Ciência, Tecnologia e Inovação para o grande público.

desenvolvem trabalhos importantes na divulgação científica leva o nome de José Reis, em reconhecimento à grande contribuição que o jornalista deu à área.

Na década de 1960, entretanto, a instauração do regime militar causou profundas mudanças no país, seja no aspecto social, econômico ou educacional. No campo científico, a ditadura - que foi de 1964 a 1984 - instituiu atitudes radicais e até mesmo contraditórias.

[...] o regime militar agiu de duas maneiras diferentes em relação à comunidade científica, embora, talvez, com um só objetivo. Primeiro, reprimiu e expulsou da comunidade científica alguns dos mais eminentes cientistas em seus campos, especialmente os que podiam ser rotulados de esquerdistas. Em seguida, apoiou e promoveu a ciência e a tecnologia. O objetivo era, por um lado, ter cientistas e ciência integrados ao projeto do Brasil como uma 'grande potência', criando as condições internas para atrair o investimento do capital estrangeiro ou mesmo, como se afirmou nos planos, para criar tecnologia. Por outro lado, servia para incorporar a ciência e os cientistas como parte da essência do regime, ao incluir a ciência e a tecnologia como um dos programas principais, que organizariam a 'hegemonia social' para o regime militar e lhe daria alguma legitimidade (FERNANDES, 1990, pp.41-42).

Assim, o início do período do regime militar foi caracterizado pelo generoso financiamento à pesquisa científica e pelo estabelecimento de uma política científica nacional. “Apesar dos aspectos ideológicos e políticos que circundaram esse momento da nossa história, é preciso reconhecer que foi um período de grande incentivo ao desenvolvimento tecnológico, que ainda hoje representa parte significativa da inteligência nesta área, na forma de institutos de pesquisa e universidades” (OLIVEIRA, 2005, pp.30-31).

O regime militar, contudo, ao mesmo tempo em que deu impulso ao desenvolvimento da ciência, limitou a atividade de divulgação científica. O jornalismo científico, por exemplo, sofria censura e “seguiu à risca a batuta dos censores, divulgando com ufanismo os grandiosos projetos da época - a Transamazônica, as grandes hidrelétricas, as indústrias bélicas (hoje quase todas extintas), o programa nuclear e o

aeroespacial” (*Ibid.*, p.31). As decisões que norteavam as políticas públicas de ciência não contavam com a participação do Congresso e nem da sociedade. A comunidade científica também estava alienada da política científica do governo.

Nos anos de 1970 houve, entretanto, uma pequena reviravolta. Em meados daquela década o milagre econômico alcançado pelo regime militar fracassou e os “benefícios financeiros concedidos à ciência brasileira pelo regime militar começaram a se evaporar. Conseqüentemente, os cientistas começaram a sentir sua alienação mais agudamente” (FERNANDES, 1990, p.38). A SBPC, que até então, em geral, apoiava o regime, passou a adotar uma visão mais crítica em relação ao governo e “a divulgação da ciência voltou a ser considerada como significativa por uma parcela da comunidade científica, especialmente aquela que via a ciência como um elemento importante de superação do subdesenvolvimento e das mazelas sociais” (MOREIRA; MASSARANI, 2002, pp.59-60).

Ainda na década de 1970 pode ser destacada a criação da Associação Brasileira de Jornalismo Científico. A entidade foi fundada em 19 de setembro de 1977, na cidade de São Paulo, por um grupo de jornalistas que estavam preocupados em divulgar e democratizar o conhecimento científico e tecnológico. Como informa Oliveira (2005), José Reis foi o primeiro presidente da ABJC.

Já a década de 80 marca o início da produção acadêmica na área com a tese de doutorado do jornalista Wilson da Costa Bueno, denominada “Jornalismo Científico no Brasil: os compromissos de uma prática dependente”, defendida na Universidade de São Paulo (USP), em 1987 (*Ibid.*, p.40). Antes disso, o pesquisador já publicava diversos outros materiais que ajudam a tipificar o jornalismo científico da época. Para Bueno (1982), o período era caracterizado pela inexistência de editoriais especializadas em ciência e tecnologia e pela cobertura eventual da ciência que se limitava a algumas colunas assinadas, páginas nas edições de fim de semana e programas de televisão que davam mais ênfase à pseudociência e ao bizarro que a informações científicas de qualidade. O jornalista também apontava para a falta de uma política nacional consistente para a área de ciência e tecnologia, e que concorria para que jornalistas e cientistas brasileiros simplesmente desconhecêssem o que se produzia em termos de inovação em outros países.

Bueno (1982) também chamava a atenção para a estrutura e o currículo dos cursos de Comunicação, que não previam a discussão de temas relacionados à ciência e a tecnologia no país. De acordo com o

autor, agravava a situação o fato de que o setor privado pouco financiava as pesquisas brasileiras em ciência e tecnologia.

Apesar do cenário preocupante em que se encontrava o jornalismo científico até o início da década de 80, os anos de 1980 e 1990 inauguram uma época de expansão do jornalismo científico e da divulgação científica no país. Jornais diários passaram a ter seções próprias de ciência. Na TV, apareceram programas especializados - como o Globo Ciência, criado em 1984 pela Rede Globo e que está no ar até hoje - (JURBERG, 2001) e matérias sobre a área eram mais frequentes nos noticiários do dia a dia

Em 1981 nasce a revista Ciência Ilustrada da Editora Abril. Em 1982, a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência cria, no Rio de Janeiro, a revista Ciência Hoje e, em 1986, a Ciência Hoje das Crianças. No mesmo ano foi criado ainda o informativo quinzenal Informe (hoje O Jornal da Ciência). Em 1987, a Super Interessante é lançada pela Editora Abril.

O grande desenvolvimento do jornalismo científico no Brasil na década de 80, além de refletir uma tendência mundial, pode também ser explicado pelo importante momento político que se vivia no país, com o fim da ditadura militar e o início do processo de redemocratização do Brasil.

No início dos anos 90, o jornalismo científico continuou a se expandir. Em agosto de 1991 a editora Globo lança a revista Globo Ciência, hoje Galileu. Cresceu também o número de assessorias de imprensa nas universidades, instituições de pesquisa e agências de fomento. Essas passaram a produzir material diversificado para alimentar os veículos de comunicação (OLIVEIRA, 2005). Houve organização de palestras, seminários e debates na televisão, crescimento dos cursos de especialização em divulgação científica em diversos níveis, bem como a própria comunidade acadêmica passou a ficar mais preocupada com a qualidade do material produzido pelos jornalistas (FRANÇA, 2005). As editorias dos grandes jornais passaram a dar cada vez mais espaço para a ciência e a tecnologia, que também apareciam com mais frequência no rádio e na televisão. Surgiram canais “como *National Geographic* e *Discovery* na televisão paga e a inserção de temas científicos em programas de TV aberta, como o *Fantástico* da Rede Globo” (*Ibid.*, p.37).

O cenário era de expansão, mas a qualidade da divulgação científica ainda deixava a desejar.

Em 1992, quando foi realizada no Rio de Janeiro a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, a Rio 92, já era grande o número de jornais que contavam com editorias de C&T e meio ambiente, revistas especializadas e programas de rádio e TV. Fomos a reboque da tendência internacional. Mas faltava ainda aos jornalistas ou escritores de ciência fundamentos capazes de integrar áreas como a economia e a política a temas ligados a C&T [...]. Além disso, a produção jornalística para o setor científico sofria algumas deficiências, o que refletia em pouca qualidade de informação (OLIVEIRA, 2005, pp.38-39).

Enquanto Oliveira (2005) salienta que a maioria do conteúdo publicado, sobretudo nos jornais, ainda provinha das agências internacionais – e principalmente americanas –, França (2005) afirma que as matérias de ciência nesse período passaram a se referir mais às conquistas nacionais e que a expansão da divulgação científica resultou no aumento da visibilidade de C&T, aparecimento de materiais mais claros e maior interesse do público.

Outro fato importante na época foi o projeto genoma brasileiro¹⁶ que, de acordo com Moura (2006, pp.150-151) se tornou “o mais bem-sucedido encontro entre o jornalismo científico e a pesquisa tecnocientífica nacional, ou entre mídia e ciência, já registrado no Brasil”.

¹⁶ Se trata do projeto comandado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) que previa o sequenciamento genético da bactéria *Xylella fastidiosa*, causadora de uma doença conhecida como amarelinho nos laranjais. A doença “afetava àquela altura cerca de um terço dos laranjais paulistas, causando prejuízos estimados em US\$ 100 milhões anuais à citricultura, atividade econômica responsável por exportações equivalentes a US\$ 1,6 bilhão por ano” (MOURA, 2006, p.155).

O projeto genoma brasileiro ou o sequenciamento do genoma da *Xylella fastidiosa* [...] foi muito bem noticiado na sua criação, no seu desenvolvimento, na sua forma de pesquisa, no esforço nacional etc. A Fapesp não poupou esforços em informar sobre o projeto que, de resto, tornou-se capa da revista científica inglesa *Nature* (o que também não deixou de ser salientado na imprensa brasileira). Não houve restrições a informações. Ao contrário. Pode-se dizer que, pela primeira vez, houve um esforço concentrado para que um assunto complicado de ciência chegasse ao público da maneira mais clara possível (FRANÇA, 2005, p.38).

Assim, aos poucos o jornalismo científico foi ganhando características próprias, mão de obra específica e cada vez mais especializada. Profissionais começaram a ver na área uma oportunidade de carreira. “Em alguns dos maiores meios de comunicação, repórteres e editores ganharam bolsas para se aperfeiçoar em universidades americanas e européias, cursos de especialização e estágios na imprensa internacional” (*Ibid.*, p.39).

Entretanto, em meados dos anos 90 já se observava uma crise nas empresas jornalísticas com a retração do número de jornalistas empregados e queda nas circulações dos meios impressos. Crise que também refletia na cobertura do jornalismo científico. Os veículos pequenos e médios mantinham-se alheios a pautas científicas e conservavam uma cobertura precária dessas áreas (OLIVEIRA, 2005), passando a depender cada vez mais do material proveniente das agências noticiosas, assessorias de imprensa e dos grandes veículos.

O mercado de trabalho para os jornalistas científicos estava ficando mais restrito. Muitas universidades, apesar de terem produção científica e tecnológica, não contavam com assessorias de imprensa. Na área acadêmica, conforme Oliveira (2005), pequenos grupos de pesquisa, além de pesquisadores individuais e trabalhos pontuais começaram a ganhar força, entretanto, havia falta de especialização acadêmica para aqueles jornalistas que queriam se dedicar à divulgação científica (*Ibid.*).

O jornalismo científico brasileiro, assim como ocorria em outros lugares do planeta, terminava o século XX em uma conjuntura negativa.

1.3 Jornalismo científico: um conceito

Como defende o jornalista e pesquisador Wilson da Costa Bueno, torna-se necessária uma conceituação do uso que se faz da expressão “jornalismo científico”, para evitar ambiguidades em relação a outros processos de difusão de informações ligadas à Ciência, Tecnologia e Inovação.

A expressão “Jornalismo Científico”, traduzida de “*Scientific Journalism*” ou de “Periodismo Científico”, usuais, respectivamente, na literatura das línguas inglesa e espanhola, tem sido utilizada no Brasil de maneira genérica para definir a veiculação de informações científica e tecnológicas ou associadas às inovações pelos meios de comunicação de massa. O uso indiscriminado dessa expressão tem contribuído, no entanto, para legitimar algumas imprecisões e ambiguidades conceituais. Conseqüentemente, favorece a confusão ainda frequente entre o Jornalismo Científico e outras teorias e práticas que tratam do mesmo objeto, identificadas pelos termos difusão, comunicação (ou disseminação) e divulgação científicas (BUENO, 2009, pp.157-158).

Assim, nos baseamos na perspectiva do próprio autor e fazemos uma distinção entre o jornalismo científico e esses outros conceitos que, apesar de lidarem com o mesmo objeto – a ciência –, possuem contornos próprios. Bueno (2009) se apoia em parâmetros como linguagem (ou nível de discurso) e audiência para fazer a distinção entre as expressões jornalismo científico, difusão, disseminação e divulgação científicas. Por isso, o primeiro termo a ser delimitado pelo pesquisador é o de difusão científica que, segundo ele, diz respeito a todo e qualquer processo destinado à veiculação de informações científicas e tecnológicas. A difusão científica tem um caráter global e contempla diversos processos, ações ou produtos: periódicos científicos, bancos de dados em Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I), reuniões científicas (congressos, simpósios, seminários, *workshops*), cadernos ou suplementos dos jornais e revistas, programas de rádio e televisão dedicados a esses assuntos, portais, sites e blogs que veiculam

informações nessas áreas, livros didáticos ou acadêmicos, vídeo e/ou documentário científicos, entre outros.

Nessa perspectiva, a difusão científica abriga a disseminação científica, a divulgação científica e também o jornalismo científico. Segundo Bueno (2009), a difusão pode ser pensada em pelo menos dois níveis, de acordo com a linguagem em que as informações são elaboradas e com o perfil da audiência a que essas informações são destinadas: i) difusão para especialistas e ii) difusão para o leigo, o cidadão comum.

No primeiro caso está inserida a disseminação científica, que diz respeito à veiculação de informações ligadas à CT&I elaboradas a partir de um discurso especializado e destinadas a um público restrito, formato por especialistas. A disseminação científica comporta a comunicação intrapares e extrapares. A comunicação intrapares engloba a veiculação de informações sobre CT&I entre especialistas de uma área ou de áreas conexas. “Caracteriza-se por 1) público especializado; 2) conteúdo específico e 3) código fechado. Nesses termos, essa modalidade de comunicação científica dificilmente se realiza pelos meios de comunicação de massa, mesmo porque seria inacessível à parcela majoritária da audiência” (*Ibid.*, p.161). Já a comunicação extrapares compreende a circulação de informações para especialistas que não estão situados exclusivamente na área que é o objeto da disseminação. Neste caso, o material é dirigido a um público especializado, embora composto por profissionais de áreas diferentes. Por exemplo, uma revista de política científica pode destinar-se a políticos, cientistas, sociólogos ou gestores em CT&I.

No outro nível da difusão científica, que diz respeito à circulação de informações para o leigo, encontra-se a divulgação científica que, no Brasil, também é denominada de vulgarização científica ou popularização científica. Para Bueno (2009, p.162) “compreende a utilização de recursos, técnicas, processo e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao leigo”. Como explica Massarani (1998), o termo divulgação científica pode ser definido como toda atividade de adaptação da linguagem científica para uma linguagem acessível a uma vasta audiência com o objetivo de explicar métodos, aspectos técnicos e outras informações científicas que possam interessar ao público.

Muitas vezes, ela é reduzida à veiculação de informações pela mídia, mas conforme explica Bertolli Filho (2006), a divulgação científica não se restringe aos meios de comunicação de massa – rádio, TV, jornais, jornalismo online - mas inclui também diversas iniciativas

como livros didáticos, artigos ou palestras de cientistas destinados ao público leigo, obras de literatura, histórias em quadrinhos, folhetos, espetáculos de teatro, filmes ou exposições em museus, por exemplo.

Dessa forma, a divulgação científica abriga tanto o trabalho dos cientistas – aqueles que estão empenhados em levar informações de CT&I ao leigo - quanto o trabalho dos jornalistas científicos. Neste sentido, o jornalismo científico seria uma subcategoria da divulgação científica. De acordo com Bueno (2009), os objetivos do jornalista científico e do divulgador científico são semelhantes, já que ambos buscam transmitir informações especializadas aos não iniciados. O que distingue as duas modalidades, na perspectiva do autor, são as características do discurso utilizado e do sistema de produção.

Assim sendo, defende-se como Bertolli Filho (2006) que, um artigo assinado por um cientista, mesmo que publicado em uma revista ou jornal de penetração popular, não é um produto típico de jornalismo científico, apesar de ser considerado como uma iniciativa de divulgação científica. “Isto porque o texto assinado pelo cientista pode não ter obedecido os protocolos próprios da escrita jornalística” (p.3).

Na busca por uma definição do jornalismo científico, Bueno (2009, p.164, grifos no original) traz algumas ponderações:

O conceito de Jornalismo Científico deve, obrigatoriamente, incluir o de Jornalismo, apropriando-se das características enunciadas, há muito tempo, por Otto Groth: atualidade, universalidade, periodicidade e difusão coletiva. Na prática, isso significa dizer que ele se define pela *atualidade*, ocupando-se de fatos (eventos, descobertas), processos ou fontes (cientistas, pesquisadores, técnicos) que estejam diretamente relacionados com o momento presente; pela *universalidade*, abrigando os diferentes campos do conhecimento científico; pela *periodicidade*, mantendo o ritmo das publicações ou notícias/reportagens (os veículos jornalísticos em geral têm um ritmo de publicação regular, seja ele diário, semanal, mensal ou quase instantâneo como no jornalismo on-line) e pela *difusão coletiva*, ou seja, voltado a uma audiência ampla.

Pippi e Peruzzolo (2003) afirmam que o jornalismo científico faz uso da metodologia jornalística para transcrever de forma inteligível as

informações de cunho científico para o grande público. O problema desta definição e outras semelhantes é determinar o que seriam ‘informações ou linguagem inteligíveis ao grande público’.

A pergunta básica: qual é a linguagem acessível ao grande público? O Jornalismo Científico, em função do processo acelerado de segmentação da imprensa, não pode abranger perfis distintos de audiência? Na prática, é mesmo difícil admitir que o Jornalismo Científico sempre se dirige a uma vasta audiência porque ela, em boa parte dos casos, exibe alguns recortes em termos de caracterização socioeconômica, educacional, derivados do meio de comunicação ou canal utilizado e da abrangência ou especificidade dos temas/pautas tratados (BUENO, 2009, p.166).

Até mesmo o jornalismo científico praticado nos maiores jornais do país como Folha de S. Paulo - com média da circulação diária em 2012 de 297.650 exemplares - e O Globo – com média da circulação diária em 2012 de 277.876 exemplares¹⁷ - atinge apenas uma porcentagem da população brasileira não só pela circulação limitada, mas também pela linguagem utilizada e temáticas tratadas (BUENO, 2009). O mesmo acontece com as revistas ou com os programas de rádio e televisão que tratam de ciência, sobretudo porque muitas vezes não conseguem seduzir grande parcela do público (*Ibid.*). Melo (2006) é ainda mais incisivo no que tange à pequena parcela da população atendida pelo jornalismo científico nos meios impressos.

¹⁷ Dados da Associação Nacional de Jornais disponíveis em: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

[..] É preciso se perguntar quem se beneficia desse fluxo permanente e diversificado de informações de natureza científica difundido pela nossa imprensa. Lamentavelmente, a reposta é uma só: uma pequena parcela da população brasileira, ou seja, a elite intelectual que tem o hábito de ler jornais todos os dias. Na verdade, quem examina detidamente a agenda científica veiculada pela mídia impressa, tanto nos jornais diários quanto nas revistas semanais, percebe com nitidez que esse conteúdo midiático está indissoluvelmente ligado aos interesses da comunidade acadêmica ou dos grupos empresariais, que nem sempre correspondem às prioritárias da sociedade (*Ibid.*, p.123).

Não é o número de pessoas que constituem a audiência que vai determinar o que é e o que não é o jornalismo científico. “O que interessa é o nível do discurso utilizado, o perfil da audiência (que deve ser integrada por não especialistas) e o sistema de produção, que deve estar sintonizada com a produção jornalística de maneira geral” (BUENO, 2009, p.167).

Importante frisar que o jornalismo científico, assim como a divulgação científica, também não se limita à difusão de informações pela chamada grande mídia.

[...] Há uma confusão entre o jornalismo e os canais através de que essa atividade da comunicação coletiva se manifesta. O jornal, assim como a revista, ou o rádio e a televisão, constitui instrumento indispensável para o exercício do jornalismo, mas não exclusivamente. É possível encontrar um jornal que contenha apenas matérias jornalísticas. Mas é possível encontrar jornal que só contenha anúncios (propaganda) e nenhuma matéria veiculada ao universo da informação de atualidades. Logo, o jornalismo articula-se necessariamente com os veículos que tonam públicas suas mensagens, sem que isso signifique dizer que todas as mensagens ali contidas são de natureza jornalística (MELO, 2003, p.16)

Assim, o jornalismo científico também abrange as novas iniciativas proporcionadas com a internet e com as novas tecnologias. Além disso, outra questão importante é que o jornalismo científico não pode ser reduzido a algumas áreas de cobertura como as ciências consideradas exatas ou aquelas áreas de ponta da pesquisa científica.

Os limites do jornalismo científico estão na especificidade mesmo do seu processo de captação, produção e edição de informações especializadas, não sendo decisivos, portanto, nem os veículos utilizados, as áreas de conhecimento sob cobertura e o nível de complexidade dos fatos e informações científicas. Dentro dessa perspectiva, o Jornalismo Científico inclui desde o conjunto de informações úteis sobre práticas agrícolas ou sobre as vantagens do aleitamento materno ou da higiene pessoal até a descrição de complexos processos ou técnicas utilizados nas chamadas fronteiras da Ciência (clonagem, nano e biotecnologia, medicina nuclear etc) (BUENO, 2009, p.169).

Nessa perspectiva, entendemos o jornalismo ambiental e até mesmo o jornalismo de saúde, como subáreas do jornalismo científico. Além disso, como salienta Oliveira (2005, p.47), “o conhecimento científico pode ser utilizado para melhor compreender qualquer aspecto, fato, ou acontecimento de interesse jornalístico. Assim, a informação científica pode estar presente em qualquer editoria: geral, de política, de economia e até de polícia e de esportes”.

Outros autores e pesquisadores buscam definir o jornalismo científico através da explanação de seus objetivos e funções. Nesse sentido, Ribeiro (2001) explica que o jornalismo científico tem três alvos principais: i) esclarecer as classes dirigentes sobre a importância da ciência e da tecnologia; ii) manter o leitor comum informado sobre os avanços dessas áreas para impedir um abismo entre ciência e sociedade; iii) e instigar nos jovens a vocação pela ciência. Para Calvo Hernando (1977), a lista de missões do jornalismo científico é bem maior: 1) criação de uma consciência nacional e continental de apoio e estímulo à investigação científica e tecnológica; 2) preocupação preferencial pelo sistema de educação que fornece recursos humanos qualificados para a investigação; 3) divulgação de novos conhecimentos técnicos para que toda a população desfrute de modo justo de todas essas conquistas; 4)

atitude crítica para vigiar a adequada orientação dos investimentos destinados à pesquisa; 5) estabelecimento de uma infraestrutura de comunicação destinada a servir todos os públicos; 6) facilitação da comunicação entre pesquisadores e 7) considerações dos novos conhecimentos e tecnologias como bens culturais cuja posse e desfrute todos os habitantes possam aspirar.

Já para Bueno (2009) o jornalismo científico cumpre - ou deveria cumprir - seis funções básicas: informativa, educativa, social, cultural, econômica e político-ideológica. Conforme o autor, a função informativa está na essência da conceituação do Jornalismo Científico e refere-se à “veiculação de fatos e informações de natureza científica e tecnológica ou associada à inovação, permitindo ao cidadão comum inteirar-se das novas descobertas da ciência e de suas implicações políticas, econômicas e socioculturais” (*Ibid.*, p.170).

A função educativa, por sua vez, encontra muita defesa nos estudos de Calvo Hernando (2002, online) para quem o jornalista de ciência deve transformar o jornalismo em um “instrumento positivo e criador a serviço da educação popular e do desenvolvimento integral do ser humano, em um sistema de ajuda para que o homem de hoje aprenda a responder ao mais gigantesco e impressionante desafio de todos os tempos, o desafio da adaptação”¹⁸. Melo (2006, p.119) também acredita que a tarefa principal do jornalismo científico, sobretudo nos países subdesenvolvidos, “é educar as grandes massas para que possam assumir o seu papel de sujeito da História”. Nessa perspectiva, o jornalismo científico deve, então, fornecer subsídios para que a sociedade se eduque, se torne mais crítica quanto aos assuntos que envolvam CT&I e se torne mais cônica de seu papel perante esse processo. Esta seria uma das grandes contribuições do jornalismo científico ao progresso de um país: educar o público para que este se sinta instigado a participar dos debates que envolvam as decisões sobre políticas públicas em Ciência, Tecnologia e Inovação.

¹⁸ Tradução nossa. No trecho original: “instrumento positivo y creador al servicio de la educación popular y del desarrollo integral del ser humano, en un sistema de ayudas para que el hombre de nuestra era aprenda a responder al más gigantesco e impresionante desafío de todos los tiempos, el desafío de la adaptación”.

A mais perversa consequência da falta de educação e de informação é a incapacidade de poder opinar ou decidir sobre coisas que podem afetar a vida individual, comunitária e até de toda uma nação. Por exemplo, quando o governo decide construir ou comprar um satélite artificial, está tratando de investimentos de milhões de dólares, que sairão do bolso dos contribuintes. E quantos se dão conta disso? Bem poucos (OLIVEIRA, 2005, p.15).

Calvo Hernando (1977), entretanto, assinala diversos erros nos quais o jornalismo científico pode cair ao exercer sua função educativa. Entre eles, a falta de respeito pela exatidão científica, superficialidade e a tendência de transformar a informação científica em mera curiosidade.

No que diz respeito à função social, o jornalismo científico teria a responsabilidade de situar as informações de CT&I em um contexto mais amplo, aproximando ciência e sociedade.

Ela prevê o debate dos temas de ciência e tecnologia à luz das aspirações e demandas da sociedade e faz coincidir os interesses com os objetivos da produção e da divulgação científica. Está associada ao processo de humanização da ciência e responde pela intermediação entre a Ciência, o cientista/pesquisador e a sociedade (BUENO, 2009, p.173).

Segundo Oliveira (2005), o jornalismo científico está diretamente ligado à promoção da cidadania, já que a sociedade que tem uma cultura científica desenvolvida pode contribuir de forma mais efetiva nas decisões públicas e políticas que envolvam CT&I. Assim, espera-se que o jornalismo científico leve as pessoas a refletirem, que suscite nos cidadãos um senso crítico mais avançado e que convoque as pessoas para a vida pública, que ajude a sociedade a se desenvolver. Conforme Calvo Hernando (2002), o jornalismo científico é uma ferramenta da democracia, pois permite que todos tenham conhecimento sobre os avanços da ciência e que desenvolvam a capacidade, assim como políticos e cientistas, de opinar sobre assuntos importantes ligados ao desenvolvimento científico.

O papel cultural a ser exercido pelo jornalismo científico contempla a ideia de que o jornalista deve adquirir uma visão crítica da difusão de informações por diferentes ambientes culturais. Bueno (2009)

explica que o jornalista deve estar preocupado em preservar e valorizar culturas locais e repelir tentativas de ataque aos valores da comunidade.

A função econômica, por sua vez, faz referência à relação entre o desenvolvimento da ciência e o setor produtivo. Caberia ao jornalista fazer a articulação entre a iniciativa privada nacional e os centros geradores de CT&I, promover o intercâmbio entre os institutos, universidades e o setor produtivo.

É fato incontestável a pouca articulação entre a iniciativa privada nacional e os centros geradores de ciência e tecnologia. Esse fato se deve, em grande parte, a uma situação internacional que determina e condiciona a dependência científica e tecnológica, mas é preciso reconhecer a ausência de uma política nacional de divulgação científica que prestigie as pesquisas desenvolvidas localmente (*Ibid.*, pp.175-176).

Por fim, a função político-ideológica preza que se deve evitar que o jornalismo científico “funcione como mero reprodutor de teorias e práticas geradas nas nações desenvolvidas, atendendo, sobretudo aos interesses das grandes corporações” (BUENO, 2009, p.176). Conforme Calvo Hernando (2002), é obrigação do jornalismo científico não permitir que a ciência e a tecnologia sirvam apenas para o enriquecimento cultural e o benefício prático de algumas nações ou sociedades privilegiadas. Melo (2006, p.117) também aponta para as consequências da violação desse princípio:

O jornalismo científico não é e não tem sido uma atividade voltada para a democratização do conhecimento, para a divulgação daqueles processos de produção do conhecimento novo, capaz de adquirir relevância social. Tal como tem sido concebido e praticado entre nós, o jornalismo científico converteu-se em instrumento de: - transferência tecnológica – fazendo circular em nossa sociedade o conhecimento produzido nos países metropolitanos, o que reforça e agrava a dependência nacional.

Em suma, pode-se dizer que o jornalismo científico tem a tarefa de democratizar as informações científicas, tecnológicas e de inovação para a sociedade, de forma que essas informações sejam úteis às pessoas

e as levem a debater, discutir e influir nos processos decisórios que envolvem o desenvolvimento científico. Entretanto, não foi com essa perspectiva que o jornalismo científico se constituiu no século XVII.

1.4 O Modelo de Déficit e seus efeitos no jornalismo científico

Como citado anteriormente, o jornalismo científico nasce no século XVII, na Inglaterra, período em que se vivia a Revolução Científica. Fruto de um contexto em que o desenvolvimento da ciência estava em plena efervescência, o jornalismo científico acaba adotando uma postura acrítica na cobertura que faz do campo científico, reflexo do *status* superior adquirido pela ciência. O jornalista adquire a imagem heroica do “simplificador e transmissor da luz do conhecimento científico para um vulgo que não sabe e não entende” (CASTELFRANCHI, 2008, p.10). Uma declaração feita pelo jornalista *freelancer* Steve Mirsky durante uma das reuniões realizadas pela Associação Nacional de Escritores de Ciência (NSWA) dos Estados Unidos resume a concepção que nasceu atrelada ao jornalismo científico e que se manteve durante muitas décadas: “Fazer jornalismo científico é o privilégio de ser porta-voz da fronteira do conhecimento humano” (MIRSKY, *apud* OLIVEIRA, 2005, p.11).

Essa atitude passiva não só do jornalismo, mas também da própria sociedade em relação ao empreendimento científico foi apoiada na concepção conhecida como cientificismo, que ganha respaldo no pensamento positivista¹⁹ do filósofo francês Auguste Comte. Conforme Aranha e Martins (1993, p.116), para o cientificismo, “a ciência é considerada o único conhecimento possível e o método das ciências da natureza o único válido, devendo, portanto, ser estendido a todos os campos da indagação e atividades humanas”. Como aponta Thuillier (1988, *apud* EPSTEIN, 2002, p.62) o cientificismo se baseava em duas máximas: a da superioridade teórica, para a qual os saberes científicos eram melhores que os outros saberes, e a da superioridade prática, segundo a qual todos os problemas da humanidade poderiam ser resolvidos pela ciência. Para Santos (1988, p.3), esse modelo de racionalidade que presidiu à ciência moderna se tornou totalitário, “na

¹⁹ Corrente filosófica surgida na primeira metade do século XIX, na qual a ciência é tida como o único caminho válido e confiável para se chegar ao verdadeiro progresso. Seu maior expoente foi Auguste Comte (1798-1857). Essa corrente teve grande influência no Brasil, sendo que a expressão “Ordem e Progresso” cunhada na bandeira brasileira é de inspiração positivista.

medida em que nega o caráter racional de todas as formas de conhecimento que não se pautarem pelos seus princípios epistemológicos e pelas suas regras metodológicas”.

Esse contexto contribuiu para a afirmação de uma visão romântica do jornalismo científico que, ao invés de fazer o senso comum compreender o campo científico, se preocupava em inculcar no público uma grande reverência pela ciência (OLIVEIRA, 2005). Tal perspectiva deu origem ao modelo de comunicação da ciência denominado de Modelo de Déficit. O paradigma era construído por três aspectos principais: i) a ciência era tida como superior a outros âmbitos do conhecimento, impermeável e autônoma em relação à sociedade; ii) o público era visto como uma massa homogênea, passiva, burra e com um déficit cognitivo a ser preenchido; iii) o processo de comunicação era do tipo *top-down*, ou seja, “do complexo para o simples, de quem sabe para quem ignora, de quem produz conteúdos para quem é uma tabula rasa científica” (CASLTELFRANCHI, 2008, p.10).

Figura 1- Modelo de Déficit da comunicação pública da ciência



Fonte: Castelfranchi (2008).

A comunicação se dava numa via de mão única em que as informações saíam dos cientistas, no topo do processo, e fluíam para baixo, para o povo. Essa comunicação da ciência tornou-se então um

processo de simplificação em que muita informação era perdida ou deixada de lado por causa da visão que se tinha do público.

A idéia era de que o público envolvido nesse processo era uma massa, em geral sem nada na cabeça, passiva, refém de desinformações fornecidas por charlatões auxiliados e favorecidos pela mídia. O imperativo do programa passou a encher crânios vazios com fatos científicos, treinar mentes para pensar como cientistas e abrir olhos para as maravilhas da ciência, suas realizações e revelações (MILLER, 2005, p.124).

Esse modelo não só mantinha a alienação do público perante a ciência como reforçava a superioridade desta em relação a outros empreendimentos humanos. Além de menosprezar o conhecimento que o público possuía, os jornalistas também tinham uma relação de inferioridade em relação à ciência e aos cientistas.

Essa visão romântica teria sido mantida até a década de 1980 (CASTELFRANCHI, 2008), período em que se iniciou o grande *boom* do jornalismo científico pelo mundo, com o aumento na gama de produtos, canais, ações e processos destinados à veiculação de informações sobre ciência e tecnologia. Como defende Oliveira (2005), os debates e discussões sobre biotecnologia, mudanças climáticas e a maior oferta de fontes de informação através das redes de computadores impulsionaram uma produção jornalística mais crítica e responsável.

Isso pode ser consequência de uma mudança ocorrida na própria ciência. Conforme Aranha e Martins (1993), algumas descobertas como as geometrias não euclidianas e a física não newtoniana abalaram as concepções clássicas e deram origem à crise da ciência moderna. Tornava-se cada vez mais difícil sustentar a visão positivista da atividade científica (NOVAES, 2008).

Além disso,

[...] pesquisas históricas e sociais mostraram que a interação entre a informação e os receptores a que ela estava interessada era multifacetada e complexa. Aqueles que estavam na ponta da recepção não eram uma *tabula rasa* passiva, na qual a sabedoria dos sábios cientistas pudesse ser escrita livremente. As pessoas são seres sociais ativos, com pensamentos intrincados, criados para dar conta de problemas da vida real. Desse jeito, fatos e métodos científicos eram somente um aspecto das equações que levam à formação de opiniões e à tomada de decisão (MILLER, 2005, p.125).

Nas últimas décadas, o Modelo de Déficit da comunicação da ciência vem sendo combatido e reflexões têm sido feitas sobre o papel do jornalista e a prática do jornalismo científico. Mas apesar de muitos aspectos terem sido melhorados na concepção que se tinha do trabalho do jornalista que cobre ciência, muitos problemas e paradigmas permanecem. A visão positivista da ciência e de sua superioridade em relação a outros âmbitos ainda é preponderante entre o público.

A sociedade do século XX é fruto de uma cultura tecnocientífica, que tem no progresso e no desenvolvimento valores substanciais. Os avanços obtidos em prol do bem-estar social são diretamente atribuídos à ciência e à tecnologia. Os benefícios alcançados nas áreas de saúde, habitação, transporte, alimentos, vestuário, energia ou comunicação estão relacionados à obra de cientistas ou técnicos. É natural, portanto, que a maior parte da população veja as aplicações da ciência e da tecnologia como elementos capazes de melhorar suas vidas. É compreensível também que as pessoas mostrem confiança e otimismo nas realizações tecnocientíficas, porque elas estão, em sua maioria, associadas a valores como conforto, liberdade, poder e felicidade (IVANISSEVICH, 2005, pp.25-26).

Essa visão positiva em relação à ciência também deixou marcas no trabalho do jornalismo científico. Entre elas, a falta de visão crítica dos jornalistas em relação ao âmbito científico e a submissão aos cientistas.

De uma maneira geral, o jornalismo científico brasileiro ainda é, em grande parte, calcado em uma visão mistificada da atividade científica, com ênfase nos aspectos espetaculares ou na performance genial de determinados cientistas. A ênfase nas aplicações imediatas da ciência é também generalizada. [...] Nas atividades de divulgação ainda é hegemônica uma abordagem, denominada “modelo do déficit”, que, de uma forma simplista, vê na população um conjunto de analfabetos em ciência que devem receber o conteúdo redentor de um conhecimento descontextualizado e encapsulado. Com raras exceções, pouco se tem feito para uma atuação divulgativa consistente e permanente para as camadas populares (MOREIRA; MASSARANI, 2002, pp.63-64).

Autores como Stocking (2005), Fahnstock (2005), Burkett (1990), Calvo Hernando (2002) e Ivanissevich (2005) fazem importantes reflexões sobre os problemas e desafios enfrentados pelos jornalistas científicos.

Stocking (2005) analisa uma série de estudos sobre reportagens de ciência da imprensa norte-americana e levanta aspectos interessantes sobre os problemas existentes na popularização científica. De acordo com a autora, os resultados mais robustos sugerem que os jornalistas fazem a ciência parecer mais exata e consistente do que realmente é. Por isso, Stocking (2005) elencou elementos para ajudar a avaliar o modo como os jornalistas tratam os consensos ou controvérsias científicas. Ela lista cinco como sendo aqueles com os quais os jornalistas fazem a ciência parecer mais precisa do que realmente é: ausência de advertências, matérias de uma única fonte, falta de contexto, ênfase no produto mais que no processo e consideração da ciência como uma atividade triunfante.

A ausência de advertências refere-se ao fato de que “as notícias de ciência contêm menos advertências sobre as delimitações da pesquisa científica e em que circunstâncias esta é válida, se comparadas com os relatos provenientes da própria pesquisa científica, descritos nas reportagens” (STOCKING, 2005, p.163). Dessa forma, os resultados não comprovados são transformados em descobertas conclusivas. As

advertências sobre as delimitações da pesquisa científica também são minimizadas.

O uso de uma única fonte nas reportagens sobre ciência é outro elemento que, segundo Stocking (2005), faz a ciência parecer mais potente do que realmente é. As pesquisas descritas pela autora demonstraram que em muitos casos os jornalistas lançavam mão de um número muito pequeno de fontes. Conforme Novaes (2008) é crucial que o jornalista ouça várias pessoas sobre um mesmo assunto para que possa levar ao público uma matéria isenta e livre de dogmas. Além disso, “o próprio fato de os jornalistas citarem um número limitado de fontes pode minimizar o grau das incertezas científicas relatadas em suas matérias” (STOCKING, 2005, p.165). Mesmo enfrentando problemas no que tange ao acesso e relação com as fontes, o jornalismo científico deve buscar a multiplicidade de vozes nos materiais que produz. Como aponta Oliveira (2005), hoje em dia os jornalistas têm várias possibilidades para solucionar essa dificuldade e também não cair na armadilha de pecar pelo excesso de fontes oficiais. Uma saída é buscar fontes alternativas, como de organizações não governamentais, associações e universidades, além da internet.

A falta de contexto também é um item que costuma causar distorções nas matérias ligadas à ciência. Muitas vezes fala-se sobre um estudo científico, sem que haja uma identificação se aquele é o início de uma pesquisa ou desdobramento de outra anterior. Nesse caso, muitos jornalistas se limitam a escrever aquilo que é repassado pelas fontes ou pelos *releases*. As informações ficam soltas e não fazem sentido para o cidadão comum. Conforme Fahnstock (2005), os profissionais que trabalham com a popularização científica precisam fazer um ajuste na informação, não podem confiar que o público irá reconhecer o significado daquele assunto sem uma contextualização.

As pesquisas expostas por Stocking (2005) trouxeram à tona outro elemento interessante: as reportagens sobre ciência tendem a dar mais ênfase no produto que no processo. Privilegiam os resultados em detrimento dos processos difusos ou até mesmo contraditórios que envolvem as pesquisas científicas. Não há discussões sobre os métodos da ciência e as incertezas científicas são obscurecidas. Segundo Burkett (1990) o campo científico, como qualquer outro empreendimento humano, também é marcado por falhas e equívocos e o jornalismo científico precisa ser crítico em relação a isso.

Por fim, os estudos também identificaram que as matérias produzidas pela mídia tendem a considerar a ciência como uma atividade triunfante, que encontrará repostas para todos os enigmas que

ainda preocupam a humanidade. Burkett (1990) explica que, rotineiramente, anuncia-se a cura de uma doença sem que as pesquisas tragam respostas conclusivas para tal fato. Muitas vezes, os feitos obtidos em laboratórios não podem ser repetidos nas linhas de produção e disponíveis ao grande público, sem que para isso levem-se alguns anos. Esse tipo de cobertura não ajuda os leitores a entenderem a verdadeira natureza da atividade científica. Como apontado por Calvo Hernando (2002), essa visão ufanista do campo científico impõe problemas como a confiança demasiada do público na ciência, apreciação das práticas nas quais a ciência é feita e disposição para financiar pesquisas científicas. A confiança cega no empreendimento científico pode surtir efeitos perigosos para a sociedade, como o de deixar nas mãos dos representantes políticos as decisões que podem influenciar todo o planeta.

Os trabalhos analisados por Stocking (2005) indicaram uma preponderância da cobertura jornalística que dá à ciência um caráter vigoroso. Mesmo assim, há os que defendem a perspectiva de que, na verdade, o jornalismo costuma fazer a ciência parecer incerta. Como explica a autora, em fóruns e outros eventos do gênero, alguns estudos sugerem que, em certos casos, os jornalistas fazem a ciência parecer mais incerta do que realmente é. Por isso, são identificados três elementos com os quais os jornalistas constroem uma imagem desconcertante da ciência: reversões inexplicáveis, mesmo peso para cientistas de primeira linha e secundários e mesmo peso para cientistas e não cientistas.

As reversões inexplicáveis se dão quando afirmações dotadas de certeza são seguidas por outras afirmações contraditórias, mas que também são dotadas de certeza. “Por exemplo, um estudo hoje aparentemente exato sobre o valor nutricional da manteiga parece contradizer o estudo de ontem sobre seus perigos nutricionais” (STOCKING, 2005, p.167). Conforme Christofoletti (2001), esses discursos contraditórios geram uma confusão informativa e deixam o leitor sem saber como pensar, agir, ou em que acreditar:

Não existe a preocupação por parte da imprensa de contrapor as teses, de contrastar os pontos de vista, de chocar as teorias para que o público tenha uma noção mais global do assunto, para que tenha um sentido mais amplo do contexto. Para que o leitor, ouvinte ou telespectador possa escolher uma tese para acreditar, para validar em seu juízo (p.50).

Outro fator que colabora para a legitimação da incerteza na ciência, de acordo com Stocking (2005), corresponde ao mesmo peso dado para cientistas de primeira linha e secundários. Coloca-se em grau de igualdade cientistas que possuem graus de aceitação científica distintos. Ao dar pesos iguais aos diferentes pontos de vista, os jornalistas concedem mais controvérsia e incerteza à ciência.

E o terceiro elemento encontrado nas matérias jornalísticas e que faz o campo científico parecer incerto, diz respeito ao mesmo peso dado a cientistas e a não cientistas. Para Tuffani (2005, p.66) “não se pode pôr em pé de igualdade qualquer profeta do Apocalipse ou excêntrico de turbante com critérios consistentes – sejam eles pesquisadores de outras áreas, membros de ONGs e até mesmo do mundo da política”. Este aspecto preocupa os cientistas que acreditam que pessoas que estão fora da comunidade científica não têm os conhecimentos necessários que legitimem tal autoridade.

Sendo assim, parece que o grande problema enfrentado pelos jornalistas de ciência diz respeito à concepção ufanista que esses profissionais ainda têm da natureza da atividade científica. O que acontece é que a comunidade jornalística está quase sempre alheia aos debates no campo da epistemologia da ciência e cria uma relação de submissão e reverência ao campo científico, tendo-o como um âmbito de verdades absolutas e incontestáveis. Apesar de filósofos da ciência como Thomas Kuhn e Paul Feyerabend retratarem a ciência como uma atividade influenciada pelo meio político, social e econômico na qual está inserida, muitos jornalistas ainda mantêm uma visão positivista do campo científico (NOVAES, 2008).

O deslumbramento em relação à ciência, como explica Oliveira (2005), é comum entre jovens jornalistas que, por inexperiência ou falta de conhecimento na área, têm receio de questionarem as fontes e de pedirem explicações quando as informações são confusas. E aí o resultado pode ser perigoso, já que o jornalista torna-se apenas um ‘papagaio’ que repete as informações passadas pelas fontes. Ou o que é

pior, enxergam a ciência de forma maniqueísta: ou como panacéia para todos os males ou como destruidora da natureza (OLIVEIRA, 2005, p.48). Segundo Horgan (2002), tanto pesquisadores quanto repórteres tendem a dar mais enfoque nas áreas da ciência com mais avanços. Esse tipo de abordagem faz a ciência parecer mais potente e vigorosa do que realmente é.

Como aponta França (2005), uma das premissas do jornalismo é que não existe informação neutra, objetiva e imparcial. Faz parte da atividade do jornalista mostrar as condições em que determinada descoberta se deu para que o leitor tome posição sobre aquele assunto. E essa característica deve fazer parte também do jornalismo voltado à ciência. O problema é que nem sempre é isso que ocorre. Muitos profissionais envolvidos na produção e divulgação de matérias de cunho científico têm a ideia de que a ciência precisa ser mostrada de forma bonita e agradável ao leitor. Escondem o fato de que a ciência também envolve polêmicas.

Outro problema encontrado na popularização científica é a transformação da ciência em espetáculo. Manchetes sensacionalistas e informações distorcidas são situações comuns na área. Segundo Ivanissevich (2005), isso decorre do fato de que a mídia tornou-se um negócio, e por isso não se deve esperar que ela divulgue a ciência por motivações altruístas. A forma como uma matéria é divulgada, pode garantir a audiência ou o lucro da empresa jornalística. Assim, ganham preferência reportagens que possam gerar interesse do público, e isso vale também para a ciência. Nessa busca, apela-se para o dramático, para o inusitado e o sensacionalista. É comum que matérias sejam ajustadas para que se tornem mais atraentes ao público. Ao trazer reportagens com promessas de grandes revoluções para o mundo, com pesquisas e resultados mirabolantes, o jornalismo ‘fisga’ o público e consequentemente obtém o que almeja: o lucro.

No jornalismo científico brasileiro parece haver ainda outro agravante: a valorização do noticiário internacional em detrimento da cobertura nacional. Em muitos grandes veículos as matérias se restringem às descobertas internacionais, amplamente divulgadas por agências, enquanto os avanços da ciência no país não ocupam espaço relevante.

Infere-se então que no processo da comunicação pública da ciência é fundamental interpretar e contextualizar a informação aproximando-a da realidade do leitor. Comunicar a ciência não se resume a montar o que Castelfranchi (2008) chama de um ‘colar de pérolas’, apenas com teorias e pesquisas de sucessos ou invenções

revolucionárias. Além de comunicar os fatos científicos, o jornalista precisa contextualizar e explicar de forma crítica, responsável e rigorosa os efeitos sociais, culturais, econômicos e políticos inerentes a qualquer pesquisa e descoberta científica.

Por isso, Calvo Hernando (2002) defende a desmistificação e humanização da ciência. Humanizar no sentido de mostrar que os cientistas não são super-heróis inacessíveis, mostrar que por trás das descobertas científicas existem seres humanos iguais a nós, com os quais podemos encontrar na rua ou contatar através de um e-mail. Negar essa desmistificação, para o autor, é compactuar e validar a imagem de que a ciência é um campo inacessível aos cidadãos comuns. Nesse ínterim, reafirma-se a necessidade do jornalismo científico informar a sociedade de modo que esta possa tomar decisões e se posicionar diante dos fatos.

Segundo Caldas (2004), a compreensão sobre o campo científico não pode mais se limitar ao conhecimento restrito dos conteúdos, mas abranger também informações de como se dá a produção, quais são os limites, dificuldades, perigos e as perspectivas estratégicas utilizadas com o uso da ciência. Conforme Burkett (1990), os repórteres precisam fazer o conhecimento científico ter certo significado para seu público-alvo. O jornalista precisa juntar os conhecimentos dispersos e fragmentados da ciência em uma unidade coerente para que o público tenha meios de avaliar as informações sem aceitar tudo de forma passiva.

O jornalista deve oferecer notícias que não sejam meras traduções do discurso científico, precisa dar uma imagem mais realista da ciência e não trabalhar de maneira ingênua, atuando como canal para a promoção de interesses pessoais. Para França (2005), os jornalistas precisam fazer menos divulgação e mais jornalismo.

1.5 O novo cenário da divulgação científica no século XXI

A divulgação científica nestas primeiras décadas do século XXI tem sido marcada por três fatores principais: i) crise do jornalismo científico nos meios tradicionais, ii) necessidade da ciência de se comunicar com o público iii) a internet centralizando-se como cenário de novas iniciativas de divulgação científica.

No que diz respeito ao jornalismo científico, a expansão da área nas décadas de 80 e 90 foi seguida por uma crise que se mantém até hoje

– e que também é observada nas empresas jornalísticas de modo geral²⁰. Na última década, o jornalismo científico tem sofrido grandes baixas em todo o mundo e especialmente nos Estados Unidos. Conforme artigo publicado em março de 2009 pelo repórter sênior da revista científica *Nature*, Geoff Brumfiel, está havendo uma emblemática mudança na forma como a ciência é encontrada na mídia. Em parte por causa de uma crise generalizada, principalmente nas receitas dos jornais. O artigo expõe resultados de uma pesquisa feita pela *Nature* com 493 jornalistas científicos e que aponta diversos problemas com os quais os profissionais têm se deparado nos últimos anos. De acordo com os dados, muitos empregos estão sendo perdidos e as cargas de trabalho daqueles que permanecem estão aumentando. Como consequência dessa crise, seções de jornais estão sendo fechadas, cortes de pessoal estão sendo feitos e a cobertura da ciência sendo reduzida. O problema, segundo as empresas, é a dificuldade de rentabilizar as seções de ciência.

²⁰ Relatório publicado em setembro de 2012 pelo Pew Research Center (<http://www.people-press.org/2012/09/27/in-changing-news-landscape-even-television-is-vulnerable/>) mostra, por exemplo, a queda de audiência dos noticiários nos meios de comunicação tradicionais dos Estados Unidos nos últimos 20 anos. A audiência média dos jornais caiu de 56% em 1991 para 29% em 2012, dos noticiários radiofônicos despencou de 54% em 1991 para 33% em 2012, e dos telejornais de 68% para 55% no mesmo período. Outro aspecto da crise inclui ainda a quedas no número de profissionais empregados. A estimativa do Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism (<http://stateofthemediamedia.org/2013/overview-5/>) era de que o número de profissionais empregados trabalhando em tempo integral nas redações de jornais em 2012 estava abaixo de 40 mil pela primeira vez desde 1978. De acordo com dados da Advertising Age, “os jornais dos Estados Unidos cortaram 109.500 postos de trabalho nos últimos cinco anos e as revistas 19.400. No mesmo período, os empregos em empresas de mídia na Internet, portais e motores de busca cresceu em 18.300” (ROWAN, 2010, pp.2-3).

Nos Estados Unidos - onde em 1989 cerca de 95 jornais tinham seções de ciência - e em outros lugares, a ascensão vertiginosa do campo foi apoiada por lucros flutuantes no setor de mídia. “O modelo de um jornal importante foi que eles fizeram a cobertura da ciência algo realmente sério”, afirma Deborah Blum, que ganhou um prêmio Pulitzer em 1992 por suas reportagens no *Sacramento Bee* sobre o uso de animais em pesquisa, e que agora leciona na Universidade de Wisconsin em Madison. Mas havia um problema com as seções de ciência, diz ela. “Elas não ganhavam dinheiro”. A maioria dos jornais estava disposta a apoiar as suas seções, mesmo com uma perda, porque a ciência era algo que se precisava ter. Hoje, em uma paisagem mais dura da mídia de massa, isso mudou. Nos Estados Unidos, as seções de ciência dos jornais foram fechadas: este mês o *The Boston Globe* parou de correr sua seção semanal de ciência e saúde (BRUMFIEL, 2009, p.2)²¹.

Editorial de março de 2009 da revista *Nature Neuroscience* também registra cortes de pessoal na área de ciência, tecnologia e meio ambiente em outros tradicionais meios de comunicação dos Estados Unidos, como na rede de televisão *CNN*, nos jornais *The New York Times*, *Los Angeles Times* e *Wall Street Journal*.

De acordo com o artigo de Geof Brumfiel, na *Nature*, a crise na Europa não alcançou o nível que atingiu nos Estados Unidos. Apesar de muitos jornais alemães realizarem cortes de pessoal, os jornalistas de

²¹ Tradução nossa. No trecho original: In the United States — where by 1989 some 95 newspapers had dedicated science sections — and elsewhere, the field's precipitous rise was supported by buoyant profits in the media sector. "The model of a major paper was that they did really serious science coverage," says Deborah Blum, who won a 1992 Pulitzer Prize for her reporting in the *Sacramento Bee* on the use of animals in research, and who now teaches at the University of Wisconsin at Madison. But there was a problem with the science sections, she says. "They didn't make money". Most papers were willing to support their sections, even at a loss, because science was the thing to have. Today, in a harsher mass-media landscape, that has changed. Across the United States, newspaper science sections have been shut down: this month *The Boston Globe* stopped running its weekly science and health section.

ciência têm se mantido, sobretudo porque eles são considerados muito importantes.

Porque os maiores jornais alemães, como o *Frankfurter Allgemeine Zeitung* têm seções de ciência, jornais menores estão dispostos a apoiar a sua própria cobertura de ciência, pelo menos por agora. Na França, o declínio das circulações também está criando problemas, de acordo com Stéphane Foucart, um escritor de ciência no *Le Monde*. Nos últimos seis meses, o *Le Monde* tem retomado sua cobertura de ciência. Jornais e emissoras de rádio no Reino Unido também estão sob pressão, e empregos de ciência e meio ambiente estão entre os que foram perdidos (BRUMFIEL, 2009, p.2)²².

Um banco de dados da mídia mantido pelo site de jornalismo *The Daily Climate*, mostra que o número de notícias publicadas sobre mudanças climáticas em 2012 caiu dois por cento em relação a 2011, mantendo a queda dos últimos três anos. Conforme análise do site, em 2012 7.194 jornalistas e comentaristas arquivaram 18.546 histórias, em comparação com 7.166 jornalistas que arquivaram 18.995 histórias em 2011.

No Brasil, o cenário não é diferente. A crise do jornalismo científico praticado nos meios tradicionais no país parece se manter nessas duas primeiras décadas do século XXI. Exemplo é o fechamento das seções e cadernos de ciência dos jornais impressos.

²² Tradução nossa. No trecho original: Because larger German papers such as *Frankfurter Allgemeine Zeitung* have science sections, smaller papers are willing to support their own science coverage, at least for now. In France, declining circulations are also creating problems, according to Stéphane Foucart, a science writer at *Le Monde*. In the past six months, *Le Monde* has scaled back its science coverage. Newspapers and broadcast outlets in the United Kingdom are also under pressure, and science and environmental jobs are among those that have been lost.

Alguns dos grandes jornais nacionais ou regionais criaram seções de ciência, especialmente após os anos 80. Nos últimos anos, embora algumas delas ainda sejam mantidas, houve uma redução perceptível em seu número. O espaço dedicado à ciência nos jornais é, no geral, bastante limitado e há ainda poucos jornalistas especializados em ciência (MOREIRA; MASSARANI, 2002, p.63).

Até 2012, por exemplo, a *Folha de S. Paulo* mantinha dois cadernos diários que, de modo geral, tratavam de temáticas de ciência - o caderno Ciência e o caderno Saúde -, cada um ocupando uma página inteira do jornal. Agora os dois estão fundidos em um só, o Caderno Ciência+Saúde, que possui apenas uma página.

No início de 2013 o jornalismo científico mundial sofreu mais uma grande baixa. Em janeiro foi divulgado o anúncio de desmantelamento da editoria de meio ambiente do *The New York Times*. Em entrevista à jornalista Katherine Bagley, do blog *Inside Climate News*²³, o editor responsável pela mudança no *The New York Times*, Dean Baquet, afirmou que os sete repórteres e os dois editores da equipe seriam redistribuídos por outras editorias na redação. A decisão, segundo ele, teria sido motivada por questões puramente estruturais. Baquet afirmou que, quando a editoria foi criada, o meio ambiente era visto como uma área singular e isolada. Hoje, conforme ele, as notícias ambientais têm implicações em diversas outras áreas, como negócios e economia e torna-se necessário ter pessoas trabalhando em diferentes editorias para poderem cobrir diferentes partes da história. A justificativa, com ênfase no caráter multidisciplinar dos assuntos ambientais, faz sentido, mas não elimina a preocupação de queda na força e consistência da cobertura de meio ambiente do jornal. Além disso, o anúncio do fechamento da editoria de meio ambiente do *The New York Times* se torna mais preocupante quando dados do *The Daily Climate* apontam que, entre os cinco maiores jornais diários dos Estados Unidos, o *The New York Times* publicou a maioria das matérias sobre mudanças climáticas e teve o maior aumento na cobertura em 2012.

Essa crise do jornalismo praticado nos meios tradicionais ocorre concomitantemente com a necessidade cada vez maior sentida pelos

²³ A entrevista completa está disponível no link: <http://insideclimateneeds.org/news/20130111/new-york-times-dismantles-environmental-desk-journalism-fracking-climate-change-science-global-warming-economy>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

cientistas de se comunicarem com o público e de fazerem a sociedade compreender melhor o campo científico. Isso se deve principalmente à criação do “movimento de compreensão pública da ciência”, na década de 1980. Como explica Miller (2005), em 1985, a *Royal Society* britânica publicou um relatório intitulado *The Public Understanding of Science* que também ficou conhecido como *Bodmer Report* - em virtude de ter sido escrito por Walter Bodmer, que era presidente da comissão e uma das principais personalidades científicas da Grã-Bretanha da época. A proposta do relatório era:

[...] Examinar a natureza e a extensão da compreensão pública da ciência no Reino Unido e sua adequação para uma democracia avançada; rever os mecanismos para efetuar a compreensão pública da ciência e da tecnologia e seu papel na sociedade; [e] considerar as restrições sobre os processos de comunicação e como eles podem ser superados (BODMER, 1985, *apud* GREGORY; MILLER, 2000, p.5)²⁴.

Uma das conclusões do relatório foi a de que, no mundo moderno, todos deveriam ter alguma compreensão da ciência. “Pela primeira vez o relatório da Royal Society destacou que os cientistas têm o dever de se comunicar com o público, revertendo as atitudes de torre de marfim/não-na-frente-das-crianças, adotadas em geral pelos cientistas britânicos no pós-guerra” (MILLER, 2005, pp.116-117). Seguindo recomendações do relatório, a *Royal Society* criou o *Committee on the Public Understanding of Science*, o CoPUS, um comitê interessado na divulgação científica e que estabeleceu diversos projetos e iniciativas para promover melhor a compreensão da ciência por parte do público. Iniciou-se então, o movimento de compreensão pública da ciência, que também foi adotado nos Estados Unidos e se espalhou pelo mundo (GREGORY; MILLER, 2000). As principais premissas do movimento eram que a sociedade deve entender a ciência e que os cientistas têm o dever de se comunicar com o público sobre o seu trabalho.

²⁴ Tradução nossa. No trecho original: to review the nature and extent of public understanding of science in the United Kingdom and its adequacy for an advanced democracy; to review the mechanisms for effecting public understanding of science and technology and its role in society; [and] to consider the constraints upon the processes of communication and how they might be overcome.

Essas perspectivas tornaram-se recorrentes na literatura acadêmica da área e têm sido cada vez mais enfatizadas nestas primeiras duas décadas do século XXI. Um editorial da revista *Nature Neuroscience* de março de 2009, por exemplo, salientou a crise enfrentada pelo jornalismo científico nas mídias tradicionais e como isso pode ser prejudicial à ciência, no que diz respeito ao número de material publicado e a qualidade da cobertura realizada. Por isso, convocou os cientistas a contribuírem para a cobertura precisa e significativa da ciência na imprensa popular, como forma de compensar o sério declive que está acometendo o jornalismo científico tradicional. De acordo com o editorial da revista, o sucesso dos cientistas ao realizarem a popularização científica pode fazer toda a diferença para o futuro da ciência como um todo.

Como poucos jornalistas se esforçam para cobrir o corpo cada vez maior de avanços científicos, os cientistas individuais podem estar mais envolvidos no incentivo a esta publicidade. Podemos promover ativamente a cobertura de notícias da ciência, encorajar histórias realistas sobre a experiência de cientistas de laboratório, ou explicar de forma clara e convincente como os avanços da ciência básica, fundamentalmente, estabelecem as bases para aplicações que beneficiam toda a sociedade. A neurociência é particularmente propícia para este tipo de troca por causa do interesse inerente do público pela forma como o cérebro funciona. Precisamos dar explicações claras sobre o trabalho que fazemos, pensar sobre o que poderia torná-lo interessante para o público e fazer um esforço para aumentar a comunicação com os jornalistas e o público geral. É uma oportunidade que não podemos dar ao luxo de perder (NATURE NEUROSCIENCE, 2009, p.235)²⁵.

²⁵ Tradução nossa. No trecho original: As fewer journalists struggle to cover the ever-increasing body of scientific advances, individual scientists can be more involved in encouraging this publicity. We can actively promote the coverage of science news, encourage realistic stories about the experience of bench scientists, or explain clearly and convincingly how basic science advances ultimately lay the groundwork for applications that benefit all of society. Neuroscience is particularly ripe for this kind of exchange because of the

Como consequência do movimento de compreensão pública da ciência, o público também tem sido cada vez mais considerado nos processos de comunicação científica. Isso se deve, de acordo com Vogt et al. (2006), porque hoje muitas decisões importantes para o trabalho dos cientistas são tomadas por pessoas que não fazem parte do campo científico. Elas podem estar na área política, econômica, empresarial, religiosa ou pertencerem a movimentos sociais. Por isso torna-se importante para a ciência se fazer entender por esses grupos. Assim, a comunicação pública da ciência adquiriu uma relevância estratégica em nossa sociedade.

[...] com as mudanças que estão ocorrendo no processo de transição para uma economia baseada no conhecimento, a soma da pesquisa, do desenvolvimento e da inovação torna-se também uma espinha dorsal. Neste contexto, parece claro que esses fatores não devem esquecer outra variável essencial para que esta reação socioeconômica funcione e nos converta em uma sociedade coesa e situada na primeira linha do século XXI: cidadãos preparados que entendam, acompanhem e sejam capazes de participar desta adaptação necessária e inevitável a um novo modelo econômico, social e até mesmo cultural, que configura a sociedade do conhecimento (SEMIR, 2010, p.72)²⁶.

public's inherent interest in the way the brain works. We need to give clear explanations of the work that we do, think about what might make it interesting to the public and make an effort to increase communication with journalists and the general public. It's an opportunity that we can't afford to miss.

²⁶ Tradução nossa. No trecho original: con los cambios que se están produciendo en el proceso de transición a una economía basada en el conocimiento, la suma de la investigación, del desarrollo y de la innovación se convierte además en un eje vertebrador. En este contexto, parece evidente que estos factores no deben olvidar otra variable esencial para que esta reacción socioeconómica funcione y nos convierta en una sociedad cohesionada y situada en la primera línea del siglo xxi: una ciudadanía preparada que entienda, acompañe y sea capaz de participar en esa necesaria e ineluctable adaptación al nuevo modelo económico, social e incluso cultural, que configura la sociedad del conocimiento.

Conforme corrobora Kouper (2010), a última tendência nos estudos sociais da ciência desafia a visão ultrapassada do Modelo de Déficit - que tem o público como um receptor que precisa ser informado e educado – e vê as pessoas não ligadas ao âmbito científico como capazes de contribuir para os debates da ciência.

Uma mudança de entendimento do público para o envolvimento público com a ciência tem sido caracterizada como uma ciência orientada para o cidadão ou uma ciência mais aberta, igualitária e participativa. Estas descrições objetivam reconhecer a importância das preocupações e perspectivas dos cidadãos e considerar o diálogo entre grupos de cientistas e cidadãos como sendo um elemento crucial das formas modernas de produção de conhecimento e de governança (KOUPEL, 2010, p.1)²⁷.

Assim, o movimento para a compreensão pública da ciência causou e vem causando mudanças no cenário da divulgação científica e fazendo novas exigências para os cientistas, jornalistas e o público em geral (GREGORY; MILLER, 2000). Os jornalistas científicos, afetados pela crise do jornalismo nos meios tradicionais, precisam buscar novos modelos de comunicação da ciência, enfatizando formas mais explicativas e interpretativas de divulgação científica. Pois, conforme defende Rowan (2010), jornalistas científicos articulados são cada vez mais necessários.

²⁷ Tradução nossa. No trecho original: A shift from public understanding to public engagement with science has been characterized as citizen-oriented science or a more open, egalitarian, and participatory science. These descriptions aim to acknowledge the importance of citizens' concerns and perspectives and consider the dialog between scientific and citizen groups to be a crucial element of the modern ways of knowledge production and governance.

Não há um dia em que a pauta da mídia tradicional não é dominada por uma grande história que exige alfabetização científica para explicar: sobre a mudança climática, o aumento da obesidade, modificação genética, superbactérias resistentes, os embriões híbridos humano-animal, vazamentos de petróleo, ou, muito mais importante, porque o seu iPhone 4 não está segurando um sinal. Somos todos agora consumidores de saúde, procurando assumir uma maior responsabilidade pessoal para o nosso bem-estar pessoal; [...] estamos colocando Stephen Hawking e Rebecca Skloot nas listas dos mais vendidos. Na política, há crescente escrutínio público que está exigindo que a política seja baseada em evidências (*Ibid.*, p.1)²⁸.

Além disso, os cortes de pessoal e o fechamento de seções de ciência em tradicionais veículos jornalísticos apontam para o risco de queda na qualidade da cobertura da área. A já citada pesquisa realizada pela *Nature*, com 493 jornalistas de ciência, revela que entre aqueles profissionais que permanecem em seus empregos, a carga de trabalho está aumentando. Os dados mostram que 59% dos jornalistas têm visto o número de itens em que trabalham em uma determinada semana aumentarem ao longo dos últimos cinco anos. Com o excesso de carga de trabalho, há o risco de se tomar atalhos, como confiar e depender cada vez mais dos materiais expedidos por assessorias de imprensa ao invés de se produzir histórias originais (ROWAN, 2010). Como os meios de comunicação tradicionais estão empregando menos pessoas para a cobertura da ciência, as assessorias de imprensa estão ganhando importância e empregando mais. Com isso, direta ou indiretamente, os cientistas e as instituições em que trabalham estão tendo mais influência do que nunca sobre o que o público lê sobre o seu trabalho. Há também

²⁸ Tradução nossa. No trecho original: There isn't a day when the mainstream news agenda isn't dominated by a major story that requires scientific literacy to explain: on climate change, rising obesity, genetic modification, bacteria-resistant superbugs, human-animal hybrid embryos, oil spills, or, far more significantly, why your iPhone 4 isn't holding a signal. We're all now health consumers, looking to take more personal responsibility for our personal wellbeing; we are calculating our personal carbon footprint; we're putting Stephen Hawking and Rebecca Skloot on the bestseller lists. In politics, there's growing public scrutiny that's demanding policy that is evidence-based.

uma tendência crescente de que cientistas verifiquem e apontem as deficiências e erros dos meios de comunicação na cobertura da ciência. E toda vez que isso acontece, a autoridade da imprensa convencional pode diminuir um pouco mais (*Ibid.*).

Em suma, os cientistas estão tendo um canal de comunicação cada vez mais aberto com o público, dependem cada vez menos de intermediários para comunicar o que eles estão fazendo e, por isso, precisam refletir mais sobre como estão divulgando a ciência. Pois da mesma forma que essa independência pode ser boa por garantir a comunicação direta com o público sem a intermediação dos meios de comunicação, também pode ser prejudicial à sociedade pela ausência do papel fiscalizador da mídia.

Embora seja difícil saber qual o efeito que esses cortes [no jornalismo científico] tiveram na compreensão do público sobre a ciência, o sentimento geral é de que a qualidade da cobertura da ciência na mídia convencional está em declínio – assim como a capacidade da mídia de desempenhar um papel fiscalizador na ciência, investigando a fraude ou outra conduta ilícita (NATURE, 2009)²⁹.

Enfim, neste novo cenário, cientistas e jornalistas disputam a atenção, o tempo e a confiança do público que precisa estar preparado para conhecer as novas regras do jogo (SEMIR, 2010), como a de tentar detectar interesses ilegítimos que podem estar por trás das novas formas de divulgação científica.

Diante desse contexto, a internet tem centralizado muitas iniciativas originais na área da popularização da ciência e parece subsidiar um novo cenário para a divulgação científica nessas primeiras décadas do século XXI, com diversos desafios e possibilidades. É o que discutiremos no próximo capítulo.

²⁹ Tradução nossa. No trecho original: Although it is difficult to know what effect these cutbacks have had on the public's understanding of science, the general feeling is that the quality of science coverage in the conventional media is declining — as is the media's ability to play a watchdog role in science, ferreting out fraud or other misconduct.

2 - DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA INTERNET

Una era de progreso científico debe ser una era de divulgación (Brinsley Le Poer Trench).

A crise que o jornalismo científico praticado nos meios de comunicação tradicionais – sobretudo na mídia impressa – vem enfrentando desde a década de 1990 tem sido acompanhada pela crescente quantidade de material ligado à ciência disponibilizado ao público no ciberespaço. O que se observa, é que a internet e as novas tecnologias de comunicação vêm provocando mudanças significativas na difusão da ciência. Uma das grandes características desse novo cenário é a comunicação no modelo todos-todos (LÉVY, 1999), que permite a qualquer pessoa produzir e publicar conteúdo na internet. Como explica Zago (2008), as ferramentas da web não só permitem que todo mundo possa se expressar, mas, também, ao menos em tese, que qualquer pessoa, mesmo que não disponha de formação específica, possa exercer uma atividade próxima ao jornalismo. É o que Lemos (2005) chama de liberação do polo emissor.

Para Semir (2010), o que está acontecendo atualmente é a generalização de uma oferta individualizada de informações e opiniões. Todos nós podemos ser emissores e receptores de informação. Para o autor, é preciso então acompanhar de perto a evolução desse processo que, em alguns casos, já ultrapassa a audiência dos jornais convencionais e tem um grande potencial de influência.

Conforme Zivkovic (2013), hoje tudo que se precisa é uma fonte de energia e alguns meios para se acessar a internet. O ato de publicação se resume ao clique no botão “publicar”. Segundo o autor, isso ainda deixa algumas pessoas fora da mídia, mas em comparação com 20 anos atrás, é muito maior o número de pessoas que têm acesso aos meios de produção das notícias. Os obstáculos ao acesso como dinheiro e habilidades técnicas são muito menores. “O novo ecossistema contém agora os mercados tradicionais e os indivíduos, ‘as pessoas antigamente conhecidas como público’, como jogadores iguais” (*Ibid.*)³⁰.

³⁰ Tradução nossa. No trecho original: The new ecosystem now contains both the traditional outlets and the individuals, “people formerly known as the audience”, as equal players.

A maneira tradicional pela qual o público tem acesso à informação tem sido substituída de forma acelerada por novas vias e suportes que as tecnologias de comunicação nos fornecem de maneira inimaginável até alguns anos atrás. O futuro da imprensa escrita parece comprometido, pelo menos para a maioria dos jornais. Os hábitos de consumo de notícias e entretenimento no rádio e na televisão estão mudando radicalmente, especialmente entre as gerações mais jovens. A Internet abre as portas para o acesso à cultura e ao conhecimento, com uma força aparentemente ilimitada. As redes sociais e o jornalismo cidadão substituem a indispensável intermediação, com a análise e hierarquização das informações que até então eram realizadas pelo jornalista (SEMIR, 2010, pp.49-50)³¹.

Assim, a mídia tradicional passa a dividir espaço com os usuários, que também podem produzir conteúdos através de sites, blogs próprios e outras redes sociais. Como explica Cunha (2008, p.4), “há atualmente uma audiência interessada em manifestar suas opiniões, suas percepções, independente de uma identificação com a atividade jornalística”. Nesse contexto, “o modelo de negócios em que mídias especializadas detinham o monopólio de produção e de distribuição de informações relativas à ciência passa, agora, a ser influenciado por um número desproporcional de iniciativas individuais” (CAREGNATO; SOUSA, 2010, p.57).

³¹ Tradução nossa. No trecho original: El modo tradicional por el que el público ha accedido a la información se sustituye de forma acelerada por nuevas vías y soportes que las tecnologías de la comunicación nos facilitan de manera insospechada hace apenas unos años. El futuro de la prensa escrita parece comprometido, por lo menos para una mayoría de diarios. Los hábitos en el consumo de noticias y entretenimiento en la radio y en la televisión están cambiando radicalmente, sobre todo entre las generaciones más jóvenes. Internet abre la puerta al acceso a la cultura y al conocimiento, con fuerza aparentemente ilimitada. Las redes sociales y el periodismo ciudadano sustituyen la indispensable intermediación, con el análisis y la jerarquización de la información, que hasta ahora realizaba el periodista.

No novo meio, os jornalistas não estão mais sozinhos na atividade de levar informações de ciência ao público. Agora, eles dividem espaço e a atenção do público com diversos outros atores que também difundem informação sobre o âmbito científico. Percebe-se então uma nova configuração da divulgação científica na internet. Com a liberação do polo emissor, observa-se a grande quantidade de sites e, sobretudo, blogs criados e mantidos por cientistas e suas instituições de pesquisa. Se até então os jornalistas detinham o poder de determinar a forma como as informações científicas chegariam ao público, agora as próprias fontes de informação têm a possibilidade de fazer isso.

No Brasil, conforme Porto (2012), a proliferação de iniciativas de divulgação científica no ciberespaço é visível desde 2004, através do surgimento de portais institucionais, suplementos de ciência em jornais online e sites de revistas de divulgação de ciência. Cita-se, como exemplo, a revista eletrônica *Com Ciência*³² do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo da Universidade Estadual de Campinas, os sites de revistas como *Ciência Hoje*³³ e a editoria online de ciência de jornais como *Folha de S. Paulo*³⁴.

A internet tem sido um ambiente propício para a multiplicação de iniciativas de divulgação científica. Devido a essa diversidade, Porto (2012), em sua tese de doutorado, propôs uma tipologia para o agrupamento dos sites de difusão científica, tendo em vista uma melhor visualização das maneiras como a difusão científica ocupa espaços na rede.

A primeira categoria proposta pela pesquisadora é a Disseminação e Divulgação de Ciência Institucional. De acordo com a autora, ela pode ser encontrada em sites mantidos por grupos de instituições de fomento à pesquisa ou por instituições de ensino superior. Nesses espaços são divulgadas as pesquisas realizadas ou fomentadas pela instituição, e até mesmo eventos e iniciativas ligadas ao desenvolvimento da ciência e tecnologia. Como exemplo cita-se a

³² Disponível em: <http://www.comciencia.br/comciencia/>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

³³ Disponível em: <http://cienciahoje.uol.com.br/>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

³⁴ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

Revista Ciência e Cultura da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência³⁵.

A segunda categoria criada pela pesquisadora é a Disseminação e Divulgação de Ciência em revistas e jornais de grande circulação e engloba os sites de revistas e jornais. Conforme Porto (2012), no Brasil, são poucas as iniciativas enquadradas nesta categoria. Temos os sites de revistas (Ex.: Galileu e Superinteressante) além das editorias online de ciência e saúde de jornais (Ex.: Folha de S. Paulo e O Globo).

A terceira e última categoria é a Disseminação e Divulgação de Ciência Independente (autopublicação). Esse tipo engloba os sites e blogs mantidos por profissionais que promovem a popularização da ciência. Como explica Porto (2012, p.76), “geralmente, são sites que se dedicam a uma área específica da ciência ou que buscam por meio de uma iniciativa individual cooperar para a difusão científica, usando esforço e financiamento próprio”. Aqui, os blogs assumem relevância importante e dentre as várias iniciativas de divulgação científica disponíveis na internet, têm a possibilidade de abranger ações inovadoras na comunicação da ciência com o público. Podem ser usados tanto pelos jornalistas, quanto pelos cientistas e pesquisadores.

Os blogs são, junto com os games, os chats e os softwares sociais, um dos fenômenos mais populares da cibercultura. Eles constituem hoje uma realidade em muitas áreas, criando sinergias e reconfigurações na indústria cultural, na política, no entretenimento, nas redes de sociabilidade, nas artes (LEMOS, 2005, p.8).

De acordo com Dias (2009), os blogs podem ser espaços representativos de visões diferentes sobre as temáticas de ciência, possibilitarem um diálogo mais frequente com o leitor e contribuir para a elevação do nível de conhecimento das pessoas sobre esses temas. Assim, eles podem ser grandes aliados no processo de divulgação científica.

³⁵ Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

2.1 O surgimento dos blogs

A palavra blog é a contração da expressão inglesa weblog. “Log significa diário, como o diário de um capitão de navio. Weblog, portanto, é uma espécie de diário mantido na internet” (HEWITT, 2007, p.9). Conforme Lemos (2009), o termo weblog teria sido usado pela primeira vez em 1997, pelo norte-americano Jorn Barger, no seu blog *Robot Wisdom*, para fazer referência a um conjunto de sites que reuniam e divulgavam links interessantes na web.

Naquela época [início da década de 90], os weblogs eram poucos e quase nada diferenciados de um site comum na web. Talvez por conta dessa semelhança, autores como David Winer considerem como o primeiro weblog o primeiro site da web, mantido por Tim BernersLee, no CERN. O site tinha como função apontar todos os novos sites que eram colocados no ar (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.28).

Outros autores (ORIHUELA, 2005; QUADROS, ROSA, VIEIRA, 2005) também consideram como o primeiro weblog a página “*What's New*” criada por Tim Berners Lee, em janeiro de 1992, para divulgar os projetos do *World Wide Web*.

Segundo Orihuela (2005), a base dos primeiros weblogs eram os links. Estes eram acompanhados de um pequeno comentário, um registro da navegação na web. Assim, os primeiros weblogs faziam uma espécie de filtragem para os leitores.

Os weblogs originais eram sites orientados por links. Cada um era uma mistura em proporções únicas de links, comentários, ensaios e pensamentos pessoais. [...] Muitos weblogs atuais seguem este estilo original. Seus editores apresentam links, tanto para locais pouco conhecidos da web como para notícias atuais que eles sentem que são dignas de nota. Esses links são quase sempre acompanhados por comentários do editor. [...] Normalmente, este comentário é caracterizado por um tom irreverente, às vezes sarcástico. Editores mais hábeis conseguem transmitir todas essas coisas em uma frase ou duas com as quais introduzem o link (tornando-os, como Halcyon apontou para mim, pioneiros na arte do micro conteúdo). Na verdade, o formato do blog típico, fornecendo apenas um espaço muito curto para se escrever uma mensagem, incentiva a concisão por parte do escritor (BLOOD, 2000, online)³⁶.

Ao destacar artigos, fornecer dados adicionais, comentários e pontos de vista alternativos, os blogueiros ajudavam a divulgar e interpretar as notícias. Os sarcasmos e comentários destemidos estimulavam os leitores a refletir e questionar os interesses das tradicionais fontes de informação e o conhecimento dos jornalistas. Como defende Blood (2000), os blogs não eram uma espécie de mídia independente, mas estavam empenhados em avaliar os fatos que eram apresentados através dos tradicionais meios de comunicação. “Ao

³⁶ Tradução nossa. No trecho original: The original weblogs were link-driven sites. Each was a mixture in unique proportions of links, commentary, and personal thoughts and essays [...]. Many current weblogs follow this original style. Their editors present links both to little-known corners of the web and to current news articles they feel are worthy of note. Such links are nearly always accompanied by the editor's commentary. [...] Typically this commentary is characterized by an irreverent, sometimes sarcastic tone. More skillful editors manage to convey all of these things in the sentence or two with which they introduce the link (making them, as Halcyon pointed out to me, pioneers in the art and craft of microcontent). Indeed, the format of the typical weblog, providing only a very short space in which to write an entry, encourages pithiness on the part of the writer.

escrever algumas linhas a cada dia, os editores do blog começam a redefinir a mídia como um esforço participativo público” (*Ibid.*)³⁷.

Nos blogs originais também não havia uma preocupação com a temática: “As pessoas, normalmente, dividiam com o usuário a sua lista de links favoritos de assuntos gerais ou temáticos. Todos, no entanto, com um só propósito, revelar os interesses pessoais do autor do blog” (QUADROS; ROSA; VIEIRA, 2005, p.5).

O problema, entretanto, é que nessa fase inicial era necessário conhecer a linguagem HTML para se criar um blog. Por isso, na maioria dos casos, eles eram escritos por pessoas que já tinham certo domínio sobre as novas tecnologias. “Em seus primórdios, tais serviços eram utilizados por designers e engenheiros de *software* cientes das potencialidades desta nova tecnologia” (ESCOBAR, 2007, p.6).

Mesmo com essa limitação, o termo blog teria ganhado visibilidade quando, em 1999, Cameron Barret escreveu um post³⁸ intitulado “Anatomia de um Blog” no *Camworld*, seu diário na Internet (BLOOD, 2000, *apud* QUADROS; ROSA; VIEIRA, 2005, p.3). Conforme Hewitt (2007), no mesmo ano, Cameron Barrett e outros dois pioneiros dos blogs, Jesse James Garrett e Peter Merholz, começaram a contar o número de blogs existentes e chegaram a uma lista de 23. A atratividade do formato, entretanto, logo teria ficado óbvia para muitos empreendedores e os blogs começaram a se multiplicar.

O ano de 1999 também foi um marco na história dos blogs por outro motivo: o surgimento das ferramentas de publicação.

Em 1999, a *Pitas* lançou a primeira ferramenta de manutenção de sites via web, seguida, no mesmo ano, pela *Pyra*, que lançou o *Blogger*. Esses sistemas proporcionaram uma maior facilidade na publicação e manutenção dos sites, que não mais exigiam o conhecimento da linguagem HTML e, por isso, passaram a ser rapidamente adotados e apropriados para os mais diversos usos. Além disso, a posterior agregação da ferramenta de comentários aos blogs também foi fundamental para a popularização do sistema (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.28).

³⁷ Tradução nossa. No trecho original: By writing a few lines each day, weblog editors begin to redefine media as a public, participatory endeavor.

³⁸ Posts são as mensagens publicadas nos blogs. Geralmente aparecem em ordem cronológica inversa (CAREGNATO, SOUSA; 2010).

A partir daí, a democratização da informação se tornou efetiva. “Uma multidão de editores individuais se lança a publicar no novo fórum público que a Internet oferece: o ciberespaço. Utilizam as novas tecnologias de informação para chegar até os confins da Rede a pessoas com os mesmos interesses, hobbies ou gostos” (VARELA, 2005, p.107)³⁹.

Conforme Blood (2000), como muitas pessoas começaram a publicar seus próprios blogs, vieram novas apropriações. Enquanto os primeiros blogs se caracterizavam por serem uma mistura de links, comentários e notas pessoais, com o surgimento das ferramentas de publicação e sua popularização, os blogs começaram a se configurar como uma espécie de diário pessoal. Passaram a ser atualizados diversas vezes por dia com registros dos pensamentos e ações dos blogueiros: algo sobre o trabalho, o final de semana ou uma rápida reflexão sobre algum assunto. Foram os chamados blogs do tipo ‘diário’ ou, então, confessionais, que, segundo Batista (2009, p.2), “são páginas usadas por seus autores para falar de si, seja de suas ações cotidianas ou de suas reflexões sobre o mundo. Muitas pessoas os comparam aos antigos diários íntimos, aqueles escritos a mão e guardados a sete chaves”.

Como conta Blood (2000), links levavam o leitor aos blogs de outros blogueiros. Conversas e discussões surgiram em volta dos temas postados, com blogueiros fazendo referência a outros blogs, seja para concordar ou discordar. Os blogs eram linkados na própria postagem ou listados na barra lateral, no que hoje se chama blogroll⁴⁰, como um resquício do formato original. Os blogueiros começaram a criar comunidades, a se posicionar nelas. A lista de blogs na barra lateral passou a ser uma forma de afirmarem o grupo a qual pertenciam. Os blogs deixaram de ser uma lista de links com comentários e notas pessoais e passaram a ser um espaço atualizado com frequência e cujos novos materiais eram postados no topo da página. “Esses blogs [do tipo ‘diários’] eram utilizados como espaços de expressão pessoal, publicação de relatos, experiências e pensamentos do autor. Ainda hoje,

³⁹ Tradução nossa. No trecho original: Multitud de editores individuales se lanzan a publicar en el nuevo foro público que ofrece Internet: el ciberespacio. Utilizan las nuevas tecnologías de publicación de la información para llegar hasta los confines de la Red a gente con sus mismos intereses, aficiones o gustos.

⁴⁰ “*Blogrolls* caracterizam-se como listas de *links* preferenciais, em geral, arroladas num dos lados da interface e que indicam relações com outros *blogs*, outras instituições ou outros temas” (CAREGNATO; SOUSA, 2010, p.58).

o uso do blog como um diário pessoal é apontado por muitos autores como o mais popular uso da ferramenta” (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.29).

Segundo Orihuela (2005), os blogs do tipo ‘filtro’ tornaram-se, então, uma minoria frente aos ‘diários’. Mas por pouco tempo ele se limitou a ser um diário pessoal, pois, com a popularização da internet e do uso dos blogs, “o que era inicialmente apenas um diário íntimo passou a ser, principalmente a partir do desenvolvimento das primeiras ferramentas de publicação gratuitas em 1999, tantas coisas quanto às plataformas de publicação do *blog* permitiam aos seus utilizadores” (FOLETTTO, 2009, p.14). Em 2000 havia milhares de blogs e dos mais variados tipos: orientados por tópicos e pontos de vista alternativos, com exames astutos da condição humana, jornais em forma reduzida, e do tipo caderno com anotações livres de ideias (BLOOD, 2000, online).

Outros fatores que contribuíram para a popularização dos blogs, segundo Amaral, Recuero e Montardo (2009), foram a escolha de weblog como a palavra do ano pelo *Merriam-Webster`s Dictionnary*, em 2004 e, sobretudo, a compra do *Blogger* pelo Google no mesmo ano. Para Antunez (2005), o *Blogger* se tornou o símbolo da revolução dos blogs:

A eficácia da página principal com slogans na parte superior que motivavam a criação de um weblog, a publicação de notícias sobre o emergente fenômeno blog, a lista de últimos atualizados, uma ideia iniciada por weblogs.com, que ajudava a consolidar o sentimento de comunidade, passando pela simplicidade do processo de registro (nick, senha, título do blog, URL e e-mail) e, por outro lado, o painel de administração com uma gama de opções de configuração superior, ou pelo menos melhor apresentadas que seus primeiros concorrentes, como a opção de exportar o blog para um domínio, foram fundamentais para estabelecer o Blogger como a iniciativa líder (*Ibid.*, p.58)⁴¹.

⁴¹ Tradução nossa. No trecho original: La eficacia de la portada con eslóganes en la parte superior que motivaban a la creación de un weblog, la publicación de noticias en torno al emergente fenómeno blog, la lista de últimos actualizados, idea iniciada por weblogs.com, que ayudava a consolidar el sentimiento de comunidad, pasando por la sencillez en el proceso de alta (nick, contraseña, título del blog, URL, y email); y por otro lado el panel de

Na década de 2000, os blogs ganharam uma dimensão ainda maior, sobretudo por acontecimentos que envolveram os EUA e que tiveram grande repercussão em todo o mundo. Entre eles, os ataques terroristas contra os norte-americanos coordenados pela organização fundamentalista islâmica Al-Qaeda em 11 de setembro de 2001 e a chamada Guerra do Iraque que começou em 2003 com a invasão daquele país liderada pelos Estados Unidos.

Os atentados de 11 de setembro impulsionaram o surgimento dos chamados blogs de guerra, que ganharam muita notoriedade e acesso durante a invasão do Iraque.

O surgimento dos blogs na cena pública ocorre após os ataques de 11 de setembro de 2001, quando muitas pessoas começam a dizer que elas estão vivas, a tentar encontrar parentes ou amigos ou comentar sobre o que veem e estão vivendo através dos blogs. Quando as bombas começaram a cair sobre Bagdá, um misterioso Salam Pax começou a contar suas histórias na web. *Where is Raed?* tornou-se um blog lido em todo o mundo por sua vívida descrição da vida em Bagdá atacada (VARELA, 2005, p.124)⁴².

Depois foi a vez dos blogs políticos, que ganharam força nas eleições presidenciais de 2004 dos Estados Unidos e marcaram outro grande salto na história dos blogs. Como conta Orihuela (2005, p.24)⁴³

administración con un abanico de posibilidades de configuración superior, o al menos mejor presentadas que sus primeros competidores, como la opción de exportar el weblog a un dominio, fueron decisivos para consolidarse como la iniciativa líder.

⁴²Tradução nossa. No trecho original: La aparición de las bitácoras en la escena pública se produce tras los atentados del 11 de septiembre de 2001, cuando muchas personas comienzan a decir que están vivos, a intentar encontrar amigos o familiares o a comentar lo que ven y han vivido a través de los blogs. Cuando las bombas comenzaron a caer sobre Bagdad, un misterioso Salam Pax comenzó a contar sus experiencias en la Red. *Where is Raed?* se convirtió en un blog leído en todo el mundo por su vívida descripción de la vida en el Bagdad atacado.

⁴³Tradução nossa. No trecho original: Las acreditaciones concedidas a blogueros durante las convenciones demócrata y republicana de 2004 en Estados Unidos marcan un hito de singular relevancia en el proceso de reconocimiento de los weblogs como actores mediáticos

“o credenciamento concedido aos blogueiros durante as convenções democrata e republicana de 2004 nos Estados Unidos foi um marco de singular importância no processo de reconhecimento dos weblogs como atores midiáticos”. Conforme Hewitt (2007), milhares de pessoas acessavam os blogs porque queriam mais do que poderiam oferecer a televisão, o rádio e os jornais. Elas buscavam uma visão do cenário político antes e depois dos debates, bem como uma análise continuada ao longo do confronto entre os candidatos.

Então se manifesta com força o espírito ativista da maioria dos blogs de hoje, um elemento que estava nas suas origens e que foi definindo um discurso político próprio enquanto os políticos e os partidos clássicos começaram a se expressar com força na blogosfera. Na campanha das primárias presidenciais dos EUA, páginas como Daily Kos, The Volokh Conspiracy, Instapundit, Political Animal, Buzz Machine, Wonkette e outros começaram a monitorar e condicionar o que os políticos diziam e faziam e como a mídia cobria isso (VARELA, 2005, p.125)⁴⁴.

Segundo Hewitt (2007, p. 10), “esses blogs levantaram grandes quantias para candidatos, mudaram o perfil da participação política do cidadão e alteraram o rumo da eleição presidencial de 2004”. Além disso, também mudaram a rotina dos grandes meios de comunicação. Após a eleição de 2004 nos Estados Unidos “surgiu então todo um universo de blogs políticos não só sobre política, mas necessariamente sobre a mídia” (*Ibid.*, p.10). Assim, a emergência dos blogs como fontes de informação provocou transformações não só no mercado jornalístico, mas, de forma mais ampla, nos processos de produção e difusão da informação (CHRISTOFOLETTI, LAUX, 2008, p.29).

⁴⁴Tradução nossa. No trecho original: Entonces se manifiesta con fuerza el espíritu activista de la mayoría de los blogs de actualidad, un elemento que ya estaba en sus orígenes y que se ha ido definiendo un discurso político propio al tiempo que los políticos y los partidos clásicos han comenzado a expresarse con fuerza en la blogosfera. En la campaña de las primarias presidenciales norteamericanas páginas como Daily Kos, The Volokh Conspiracy, Instapundit, Political Animal, Buzz Machine, Wonkette y otros comenzaron a vigilar y condicionar lo que hacían y decían los políticos e cómo lo cubrían los medios

O avanço tecnológico facilitou o acesso e permitiu que o público também contasse a sua versão sobre um determinado fato, garantindo o desenvolvimento dos blogs contemporâneos. Em outras palavras, os blogs informativos romperam com o Império Romano que vivia os meios de comunicação de massa para entrar num período quase feudal, onde há e poderá haver mais centros de força e influência (QUADROS; ROSA; VIEIRA, 2005, p.6).

No que diz respeito e essa relação entre os blogs e a mídia convencional, Alves (2006) distingue três fases. Na primeira, os tradicionais meios de comunicação viram o fenômeno dos blogs com menosprezo. Na segunda fase, passaram a temê-los. Cita-se como exemplo aqui o escândalo sexual envolvendo o ex-presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, e a sua estagiária, Monica Lewinsky:

O primeiro furo de reportagem de um blog, com repercussão internacional, ocorreu no dia 18 de janeiro de 1998, quando o jornalista norteamericano Matt Drudge noticiou o escândalo entre Bill Clinton e a estagiária Mônica Lewinsky no seu diário denominado de drudgereport.com. [...] Na época, grande parte da imprensa tradicional denominou esse blog de modo pejorativo, qualificando-o como “um panfleto digital” (QUADROS; ROSA; VIEIRA, 2005, p.4).

Passada a fase de temor em relação aos blogs, muitos veículos de comunicação começaram a entender o seu significado e adotá-los. Os meios tradicionais, acostumados a falar para as grandes massas e para grandes audiências foram pressionados a se reinventarem, já que seus públicos buscavam e produziam informações (CUNHA, 2008, p.4). “Até o *The New York Times*, que proibia qualquer colunista de manter um *blog* na área em que era responsável pela cobertura, decidiu, no segundo semestre de 2005, aderir a esse fenômeno” (QUADROS; SPONHOLZ, 2006, p.2).

No Brasil, em 2003 a *Folha Online* lançou o Diário de Bagdá na cobertura da Guerra do Iraque e, entre os anos de 2003 a 2005, o jornal *O Globo Online* criou blogs para todos os seus colunistas. Conforme Alves (2006), esses jornais entenderam que a internet abriu caminho

para uma gigantesca conversação e não queriam correr o risco de ficar fora dela. Atualmente, “muitos jornais incentivam seus jornalistas a terem blogs no site do jornal, adaptando a dinâmica e estilo dos blogs aos padrões jornalísticos. E muitos outros jornais hospedam em seus sites blogs de leitores” (*Ibid.*, p.18)⁴⁵.

Com o desenvolvimento de novas tecnologias, os blogs também começaram a se renovar e apresentar diversas variações, como audioblogs, fotoblogs, videoblogs e moblogs que priorizam o uso de áudio, de fotografia, de vídeo e de todos os recursos citados, com maior ou menor intensidade (QUADROS; SPONHOLZ, 2006).

Para Orihuela (2005), os blogs e, sobretudo, as ferramentas de publicação de blogs, causaram uma revolução na internet. Conforme Cunha (2008, p.6), eles “são a ferramenta que mais se aproxima da concepção original de uma web interativa e foram a primeira ferramenta a tornar mais fácil a publicação na internet”.

Nessa mesma perspectiva, há quem defenda que os blogs se constituem como o primeiro meio nativo da web:

⁴⁵Tradução nossa. No trecho original: Muchos periódicos estimulan a sus periodistas a tener blogs en el sitio del periódico, adaptando la dinámica y el estilo de los blogs a los criterios periodísticos. Y muchos otros periódicos abrigan en sus sitios blogs de sus lectores.

Mesmo que a World Wide Web tenha aberto no início dos anos noventa, e pela primeira vez na história da mídia, um canal para a publicação de informações em escala global, sem editores, o fato é que uma série de obstáculos se colocava entre o usuário médio e a publicação de conteúdo on-line: a codificação das páginas usando editores de HTML, a sua composição através de programas de design gráfico e sua publicação em servidores web com aplicações de transferência de arquivos (FTP). Os serviços de edição e publicação de blogs, como o Blogger, Blogia, Blogalia ou Bitacorae, resolvem de forma simples e intuitiva essas três barreiras técnicas e permitem ao usuário concentrar-se na tarefa de criação de conteúdo, tornando-a tão fácil quanto usar e-mail. Os weblogs são um meio originário da rede, possivelmente o primeiro meio nativo da Web (ORIHUELA, 2005, pp.14-15)⁴⁶.

Para Blood (2000), o blog foi a ferramenta que realmente possibilitou a democratização da comunicação:

⁴⁶ Tradução nossa. No trecho original: Aunque ya la World Wide Web había abierto a comienzos de los años noventa, y por primera vez en la historia de los medios, un cauce para la publicación de información a escala global sin editores, lo cierto es que una serie de obstáculos se interponían entre el usuario medio y la publicación de contenidos en línea: la codificación de las páginas usando editores de HTML, su composición mediante programas de diseño gráfico y su publicación en servidores web con aplicaciones de transferencia de ficheros (FTP). Los servicios de edición e publicación de weblogs, como Blogger, Blogia, Blogalia o Bitacorae, resuelven de un modo sencillo e intuitivo estos tres obstáculos técnicos y permiten al usuario concentrarse en la tarea de elaborar contenidos, haciéndola tan fácil como el uso del correo electrónico. Los weblogs son un medio originario de la red, posiblemente el primer medio nativo de la Web.

A promessa da web foi a de que todos pudessem publicar, que milhares de vozes poderiam florescer, comunicar, conectar. A verdade é que apenas as pessoas que sabiam como codificar uma página web puderam fazer com que suas vozes fossem ouvidas. Blogger, Pitas, e todo o resto têm dado às pessoas com pouco ou nenhum conhecimento de HTML a capacidade de publicar na web: falar, lembrar, sonhar e discutir em público, tão facilmente quanto enviar uma mensagem instantânea. Não podemos comparar seriamente a criação da World Wide Web em si com a disponibilidade de tecnologia gratuita que permite que qualquer pessoa com um navegador web expresse a sua visão única e irreproduzível para o resto do mundo ... não é? (*Ibid.*)⁴⁷.

Mas, afinal, o que tornou o blog um meio tão revolucionário? Quais são as suas características e vantagens em relação às mídias tradicionais?

2.2 Blogs: uma tentativa de definição

Devido à versatilidade e maleabilidade, os blogs, ao longo dos anos, foram apropriados das mais diversas formas e para os mais variados fins. Em virtude disso, eles podem ser abordados a partir de diferentes filiações teóricas. De acordo com Amaral, Recuero e Montardo (2009), existem diversas formas de definir um blog. As autoras elencam três: estrutural, funcional e como artefato cultural.

A primeira delas, a estrutural, é bastante comum e tem como base a estrutura da publicação resultante do uso do blog. De modo geral, nessa perspectiva, o blog é considerado uma ferramenta de publicação

⁴⁷ Tradução nossa. No trecho original: The promise of the web was that everyone could publish, that a thousand voices could flourish, communicate, connect. The truth was that only those people who knew how to code a web page could make their voices heard. Blogger, Pitas, and all the rest have given people with little or no knowledge of HTML the ability to publish on the web: to pontificate, remember, dream, and argue in public, as easily as they send an instant message. We can't seriously compare the creation of the World Wide Web itself with the availability of free technology that allows anyone with a web browser to express their unique, irreproducible vision to the rest of the world...can we?

que possui um formato muito específico. Dentro desse ponto de vista, Kouper (2010, p.2)⁴⁸ afirma que “blog é uma página da web atualizada com frequência que facilita a comunicação informal entre o autor do blog e seu público”. Para Recuero (2003, p.3, grifos no original), o blog “é baseado principalmente em dois aspectos: **microconteúdo**, ou seja, pequenas porções de texto colocadas de cada vez, e **atualização freqüente**, quase sempre, diária”.

Já Orihuela (2005, p. 18)⁴⁹ é mais minucioso:

O elemento principal de um blog são as anotações (histórias ou posts), dispostas em cronologia inversa (as mais recentes no topo), cada um das quais tem um endereço URL permanente (permalink), o que facilita a ligação de sites externos. As histórias podem ser arquivadas em ordem cronológica (por mês e ano) e tematicamente (por categoria) e geralmente há uma busca interna para facilitar sua localização.

Como é possível perceber, a quantidade de elementos da definição, dentro da perspectiva estrutural, pode variar muito. E muitas também são às críticas a essas definições. No que diz respeito à frequência de atualização pode-se questionar, por exemplo, o quanto um blog deve ser atualizado para ser classificado como tal. E caso ele deixe de ser atualizado, não pode mais ser considerado blog?

Como defende Escobar (2007, p.9), “os blogs não possuem periodicidade determinada para atualizações. As publicações podem ser feitas a qualquer momento, também segundo a vontade do blogueiro, que tanto pode postar várias vezes ao dia quanto ficar dias, semanas ou meses sem disponibilizar conteúdo novo”. Conforme Amaral, Recuero e Montardo (2009, p.30), por conta dessas discussões, muitos autores preferem simplificar ao máximo a concepção da estrutura de um blog. Barbosa (2003, p.1) propõe que, de modo geral, o blog é um “website

⁴⁸Tradução nossa. No trecho original: Blog is a frequently updated webpage that facilitates informal communication between the author of the blog and its audience

⁴⁹Tradução nossa. No trecho original: El principal elemento de una bitácora son las anotaciones (historias o posts), ordenadas según cronología inversa (las más recientes arriba), cada una de las cuales tiene una dirección URL permanente (permalink), lo que facilita su enlace desde sitios externos. Las historias pueden archivar-se cronológicamente (por meses y años) y temáticamente (por categorías) y suele existir un buscador interno para facilitar su localización.

extremamente flexibilizado com mensagens organizadas em ordem cronológica reversa e com uma interface de edição simplificada, através da qual seu autor pode inserir novos posts sem a necessidade de escrever qualquer tipo de código em HTML”.

Outra forma de definir o blog, segundo Amaral, Recuero e Montardo (2009), é de maneira funcional. Os defensores dessa perspectiva veem os blogs a partir de sua função como meio de comunicação. Para Orihuela (2005), por exemplo, o blog é um meio de comunicação que facilita a interação de grupos geograficamente separados e que devolve ao cidadão o poder da comunicação pública e da circulação de informações. Marlow (2004, p.3)⁵⁰ também destaca o blog por seu caráter conversacional:

Weblogs são uma conversação massivamente descentralizada onde milhões de autores escrevem para o seu próprio público; a conversa surge no momento em que webloggers leem uns aos outros e são influenciados por pensamentos uns dos outros. É por meio do constante processo de leitura, escrita e referência que os autores conhecem uns aos outros em um nível informal.

Para esses autores, o blog é visto prioritariamente por sua função comunicativa. Há ainda uma terceira definição que compreende os blogs como artefatos culturais:

⁵⁰ Tradução nossa. No trecho original: Weblogs are a massively decentralized conversation where millions of authors write for their own audience; the conversation arises as webloggers read each other and are influenced by each others' thoughts. It is through the constant process of reading, writing and referencing that authors come to know each other at an informal level.

Um artefato cultural, para evitar qualquer confusão, pode ser claramente definido como um repositório vivo de significados compartilhados produzido por uma comunidade de ideias. Um artefato cultural é um símbolo de comunhão (no sentido não violento, não religioso da palavra) pertencimento e posse. Um artefato cultural se torna infinitamente mutável e gera muitas auto referências e narrativas que são definidas mutuamente em vez de se criar uma narrativa linear mestre. [...] Os Blogs, se encarados como artefatos culturais, podem revelar diferentes ideias a respeito de por que as pessoas blogam e quais são os motivos do meio - ciberespaço - que elas herdam (SHAH, 2008, p.8)⁵¹.

Conforme Amaral, Recuero e Montardo (2009), se vistos como artefatos culturais, os blogs são apropriados pelos usuários e constituídos através de marcações e motivações. Assim, “eles são o repositório das marcações culturais de determinados grupos e populações no ciberespaço, nos quais é possível, também, recuperar seus traçados culturais” (p.32).

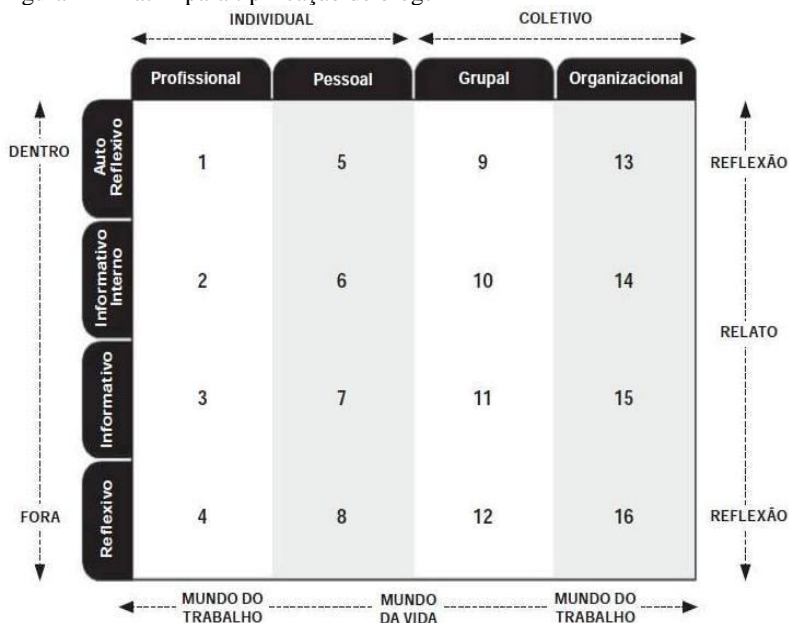
Essas definições nos ajudam a entender como os blogs são abordados pela literatura especializada. Mas existem diversos outros estudos que apresentam classificações de blogs, na tentativa de compreender esse fenômeno. Recuero (2003) categoriza os blogs de acordo com a natureza dos conteúdos. Para a autora, eles podem ser diários eletrônicos (weblogs atualizados com pensamentos, fatos e ocorrências da vida pessoal de cada indivíduo), publicações eletrônicas (weblogs que se destinam principalmente à informação) e publicações mistas (aquelas que misturam posts pessoais sobre a vida do autor e posts informativos).

⁵¹ Tradução nossa. No trecho original: A cultural artefact, to avoid any confusion, can be clearly defined as a living repository of shared meanings produced by a community of ideas. A cultural artefact is a symbol of communal (in the non-violent, non-religious sense of the word) belonging and possession. A cultural artefact becomes infinitely mutable and generates many selfreferencing and mutually defining narratives rather than creating a master linear narrative.[...] Blogs, if looked upon as cultural artefacts, can reveal different ideas as to why people blog and what are the motifs of the medium – cyberspace - that they inherit.

Já Quadros, Rosa e Vieira (2005) propõem uma categorização mais ampla. Segundo as autoras, os blogs podem ser diários pessoais (em que seu controle é individual), coletivos (em que mais de uma pessoa pode postar e editar), instrutivos (podem ser individuais ou coletivos e têm o objetivo de compartilhar informação e ampliar conhecimento), informativos (podem ser feitos de forma individual ou em grupo e podem contemplar assuntos gerais ou específicos). Independente do tema podem ser ainda analíticos, opinativos, noticiosos ou um mix de um ou mais estilos) e mistos (posts são pessoais e informativos e possuem características dos outros diários apresentados).

Primo (2010) vai ainda mais longe e, observando aspectos como número de redatores (e suas relações), impacto de condicionamentos profissionais, além do estilo dos textos (reflexivos ou simplesmente informativos), propõe uma matriz de 16 gêneros de blogs:

Figura 2 – Matriz para tipificação de blogs



Fonte: Primo (2010)

Na definição de Primo (2010), existem quatro categoriais gerais: profissional, pessoal, organizacional e grupal.

O blog profissional é individual e escrito por uma pessoa com especialização em determinada área, na qual atua profissionalmente, e cujos posts enfocam justamente essa atividade. Não importa aqui se este profissional possui educação formal em sua área de atuação. Já o blog pessoal é caracterizado por ser uma produção individual, “mas que se diferencia dos *blogs* profissionais, por não ser guiada por objetivos e estratégias bem definidos e em consonância com o trabalho do autor” (PRIMO, 2010, p.136). Nesse caso, os blogueiros são motivados, sobretudo, pelo prazer de expressar-se e interagir com os outros. Assim, a escrita é regida pelos interesses pessoais.

Os blogs grupais, por sua vez, são produzidos por pelo menos duas pessoas e o foco é voltado para temas que são do interesse do grupo.

Um grupo pode ser formado em virtude de uma amizade, laços familiares, interesses comuns (fãs de uma banda ou cineasta, *gamers*, colecionadores etc.), filiação compartilhada (colegas de curso, por exemplo), e de outras razões que aproximam as pessoas. No entanto, os laços que unem esses interagentes não apresentam a mesma formalidade das relações em uma organização. Lideranças e reputações no grupo são construídas interacionalmente, em virtude das ações e comportamentos no tempo, e não em virtude de cargos, metas alcançadas, pontualidade ou outros parâmetros típicos das organizações (*Ibid.*, p.138).

Por fim, os blogs organizacionais são aqueles “cujos *posts* e interações são sobredeterminados pela formalização das relações e sistematização das forças de trabalho em busca de objetivos que delimitam e direcionam a atuação de cada participante do processo” (*Ibid.*, p.140). Assim, quem escreve nesse tipo de blog, escreve em nome da organização. As ações dos participantes nesses blogs não são motivadas por desejos individuais ou pessoais, mas em virtude das estratégias e metas da organização.

Conforme a tipologia de Primo (2010), cada um desses quatro gêneros (profissional, grupal, organizacional e pessoal) pode se dividir ainda em mais quatro subgêneros: autorreflexivo, informativo interno, informativo e reflexivo.

Como se observa, é difícil estabelecer uma classificação ou um conceito fechado para a palavra blog, já que “há uma imensa variedade

de tipos de blog, com conteúdos e finalidades diferentes” (BATISTA, 2009, p.2). Mesmo com essa grande diferenciação na definição e classificação, existem alguns traços que são bastante peculiares aos blogs e que perpassam a maioria das considerações sobre esse novo meio.

Uma dessas características é o forte caráter de personalização. Como explicam Christofolletti e Laux (2008, p.32), “o *blog* nasce como diário virtual, como bloco de notas na web com alto teor personalista, como a possibilidade eletrônica e instantânea de exacerbação do eu, do *self*”. Mesmo os blogs originais, que eram baseados em links, também tinham um forte teor de personalização, pois, segundo descrição de Blood (2000, online)⁵², “cada um era uma mistura em proporções únicas de links, comentários, ensaios e pensamentos pessoais”. Até mesmo aqueles que não são diários pessoais possuem essa característica, já que a personalização de seu autor é expressa a partir das escolhas de publicação (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.33).

Orihuela (2005, p.23)⁵³ concorda:

Uma das características básicas do weblog como meio é que ele consegue fazer quase totalmente transparente o processo de publicação na Rede e praticamente simultâneo com a escrita. Essas características se traduzem na informalidade, espontaneidade e o caráter pessoal, por vezes íntimo, do estilo dominante nos blogs.

Outra forte característica dos blogs é a possibilidade de interatividade ou conversa entre blogueiros e leitores ou entre blogueiros. Conforme Marlow (2004), além de ser uma inovação na publicação pessoal, os blogs também geraram uma nova forma de interação social na web: uma conversa massivamente distribuída, mas completamente conectada que cobre todos os temas imagináveis de interesses. Para Varela (2005), o núcleo central da potência e do atrativo dos blogs é que eles criam, animam e guiam as conversas na internet. E

⁵²Tradução nossa. No trecho original: Each was a mixture in unique proportions of links, commentary, and personal thoughts and essays

⁵³Tradução nossa. No trecho original: Una de las características básicas del weblog como medio es que consigue hacer casi totalmente transparente el proceso de publicación en la Red y prácticamente simultáneo con la escritura. Estos rasgos se traducen en la informalidad, la espontaneidad y el carácter personal, a veces íntimo, del estilo dominante en los blogs.

as conversas são estimuladas porque os blogs têm o poder e a possibilidade de discorrer sobre temas locais e problemas cotidianos dos cidadãos e que os grandes meios de comunicação muitas vezes não conseguem abordar.

A maioria dos blogs tem nano audiências, públicos muito limitados, que apesar de seu tamanho, criam e fortalecem redes sociais. São audiências mínimas, mas altamente interligadas. Comunidades com uma forte coesão estabelecida por interesses comuns e pela participação em uma conversa sobre o conteúdo e as informações disponíveis nos blogs e nas fontes que são utilizadas como referência (*Ibid.*, pp.112-113)⁵⁴.

Essa característica dos blogs pode ter sido fundamental para sua popularização. Segundo Alves (2006), como muitos veículos jornalísticos estavam se distanciando cada vez mais de suas audiências, transformando sua comunicação em um monólogo, os blogs preencheram essa lacuna. Como defendem Quadros e Sponholz (2006, p.3), o “*blog* tornou-se popular entre os seus usuários justamente pela facilidade em disponibilizar conteúdo e, sobretudo, por permitir tratar de assuntos de interesses desse público de modo bastante informal”.

A ferramenta de comentários é um dos recursos mais importantes para o desenvolvimento de conversações em blogs. Conforme Batista (2009, p.3), o comentário feito pelo leitor trouxe um grande diferencial. “Há uma interação que não havia antes: o autor passa a ter um retorno sobre o que escreve. E, muitas vezes, é instigado a escrever motivado por comentários postados na página”. É claro que o fato de um blog disponibilizar a ferramenta de comentários não significa que há interação entre o blogueiro e o leitor, já que esses comentários podem ser ignorados, editados ou descartados (QUADROS; SPONHOLZ, 2006). Além disso, as discussões podem variar de comentários bem

⁵⁴Tradução nossa. No trecho original: la mayoría de los blogs tienen nanoaudiencias, públicos muy limitados que a pesar de su tamaño crean y potencian redes sociales. Son audiencias mínimas pero muy interconectadas entre sí. Comunidades con una fuerte cohesión establecida por unos intereses comunes y la participación en una conversación sobre los contenidos y la información disponible en las bitácoras y en las fuentes que se usan como referencia.

humorados ou agressivos a refutações complexas e contribuições bem escritas (WILKINS, 2008).

Normalmente a conversação se desenvolve a partir das reações ao *post* original. Contudo, nada impede que a conversa tome outros rumos ou mesmo que se publique comentários fora de contexto. Vários assuntos podem ser discutidos ao mesmo tempo, mesmo aqueles sem nenhuma relação com o *post* original. Uma conversação pode ainda ir além dos comentários de um certo blog, espalhando-se e ampliando-se através de *posts* em outros blogs e de seus respectivos comentários. É como se a conversação “escorresse” por entre diversos blogs. Percebe-se aí o caráter “viral” da conversação mediada por blogs (PRIMO; SMANIOTTO, 2006, p.5).

Assim, apesar das grandes diferenças no que diz respeito às perspectivas teóricas e classificações de blogs, pode-se considerar que eles são um novo meio de comunicação caracterizados por uma estrutura diferenciada e pelo forte caráter de conversação e personalização.

2.3 Os blogs de ciência

Dentro desse contexto de explosão dos blogs nas últimas décadas, é expressivo o número de blogs que se dedicam à ciência. De acordo com dados do Technorati, a mais conhecida e utilizada ferramenta para indexar blogs, existem atualmente cerca de 12.800 blogs relacionados à tag ciência. Para Wilkins (2008), os blogs de ciência são blogs cujo foco ou intenção principal é divulgar ou comentar sobre a ciência.

Diferentes designações vêm sendo adotadas quanto aos blogs que têm como tema a ciência, a exemplo de academic weblogs (LUZÓN, 2008); science blogs (ZIVKOVIC, 2006) e k-blogs (HERRING et al., 2004). São denominações relacionadas com blogs de indivíduos vinculados à academia (professores, pesquisadores, editores científicos, alunos de pós-graduação), que possuem determinado nível de competência para disseminar informações ou que se referem à área específica do conhecimento (CAREGNATO; SOUSA, 2010, p.59).

Conforme Brumfiel (2009), os blogs e sites de ciência estão crescendo rapidamente em número e leitores. Alguns são obras de amor, outros são subsidiados filantropicamente e há aqueles que tentam funcionar como negócios. Eles podem ser usados das mais diversas formas – devido às potencialidades tecnológicas – e para os mais diversos fins – conforme os interesses dos blogueiros. Como explica Kouper (2010), o blog de ciência é visto como uma poderosa ferramenta que pode se tornar um novo modelo de jornalismo científico e também ser usada por instituições acadêmicas e cientistas para divulgar informações e facilitar conversas sobre ciência.

No que tange ao jornalismo científico, os blogs podem funcionar de diversas maneiras. Como muitos jornais e revistas impressas não conseguem mais sustentar suas seções de ciência, pode ficar cada vez mais difícil para os jornalistas encontrarem veículos de comunicação dispostos a cobrir regularmente a área ou financiar grandes investigações que envolvam o campo científico. Os blogs podem ser uma ferramenta alternativa para que esses profissionais possam continuar cobrindo a ciência de uma maneira muito mais livre. Além disso, os jornalistas podem transferir para a blogosfera a credibilidade que adquiriam na grande mídia e obterem maior notoriedade.

Estes últimos [os jornalistas], de alguma forma, se dirigem à blogosfera atraídos pela facilidade de operacionalidade dos sistemas, pela instantaneidade e liberdade que caracterizam os *blogs* e também por uma certa utopia profissional: o *blog* pode ser o caminho para a mídia individual de cada um, a mídia de um homem só. Jornalistas voltam suas cabeças para os *blogs* também devido ao estrondoso sucesso desse fenômeno informacional. Em algumas medidas, certos jornalistas até conseguem transferir parte de seu capital simbólico (credibilidade acumulada em anos na mídia tradicional) para suas investidas na blogosfera, obtendo resultados muito interessantes. Quem busca essas formas de ascensão — inclusive jornalistas com pouca notoriedade — pode lançar mão da sistemática dos novos modos de reputação, como se servissem de um atalho no caminho da construção da confiabilidade (CHRISTOFOLETTI; LAUX, 2008, pp.46-47).

Nos blogs, os jornalistas podem fazer denúncias, alertas e/ou matérias que seriam censuradas nos veículos de comunicação convencionais. A blogosfera pode dar vazão a ideias que não seriam publicadas no jornal ou a discussões que são ignoradas pela grande mídia (Ibid., p.39). Assim, os blogs podem oferecer uma cobertura mais inteligente e aprofundada da ciência, podem contribuir “para o incremento do senso crítico do leitor e para elevação do nível de conhecimento das pessoas sobre esses temas” (DIAS, 2009, p.179). Os blogs de jornalistas podem auxiliar o público a discernir o que, na grande rede, é informação valiosa e aquela que é enganosa. Podem ajudar a avaliar, inclusive, o que é publicado pelos cientistas. Podem servir como um excelente serviço de verificação dos fatos quando a grande mídia ou os periódicos revisados por pares tenham perdido ou negligenciado alguma coisa (ROWAN, 2010).

É preciso lembrar que mesmo com a liberação do polo emissor e possibilidade de diversas pessoas divulgarem informações de ciência, jornalistas científicos continuam sendo essenciais no processo de divulgação científica. Conforme Rowan (2010), rotineiramente nos defrontamos com informações difíceis, polêmicas e/ou confusas advindas do campo científico que exigem contextualização e averiguação. Precisamos dos jornalistas, que são profissionais que têm

habilidades, técnicas e conhecimentos necessários, para trabalhar com matérias ou temas difíceis que exijam grande capacidade de apuração e investigação. Os jornalistas de ciência têm uma especialização para a qual há uma grande demanda do público e se sentem estimulados por isso. “Uma pesquisa realizada na Conferência Mundial de Jornalistas Científicos em Londres no ano passado descobriu que dois terços esperam no futuro tornar a ciência e a tecnologia mais interessantes e 60% acham que a escrita da ciência é o campo mais emocionante do jornalismo” (*Ibid.* p.1)⁵⁵.

Os jornalistas científicos, entretanto, precisam se adaptar para não desaparecer neste novo cenário da comunicação. Com a liberação do polo emissor, crescimento do número de pessoas que divulgam informações sobre ciência em blogs e profissionalização da blogosfera, muitos blogueiros poderão tornar-se tão hábeis quanto os jornalistas.

Você [jornalista] pode usar suas habilidades profissionais especiais - para a investigação obstinada, para contar histórias narrativas, para reunir pesquisas díspares na construção de um todo coerente - para suprir algo que o blogueiro, ou, o tweeter, ou o departamento de relações públicas da empresa farmacêutica, não pode fazer (ROWAN, 2010, p.2)⁵⁶.

Ou seja, os blogs não precisam ser vistos como uma ameaça. Eles podem ser também uma oportunidade para aqueles jornalistas que se preocupam em exercer seu papel social. Eles podem preencher as lacunas deixadas pela grande mídia e melhorar nosso conhecimento sobre o campo científico. Entretanto, há que ter cuidados para que o jornalismo não migre para a blogosfera práticas já cristalizadas nos meios de comunicação tradicionais. Pois algumas apropriações dos blogs de ciência podem limitar sua capacidade de personalização, conversação e interatividade. No uso pelos jornalistas, pode haver

⁵⁵Tradução nossa. No trecho original: a survey conducted at last year's World Conference of Science Journalists in London found that two-thirds expect the future to bring more interesting science and technology, and 60 percent think that science writing is the most exciting field of journalism

⁵⁶Tradução nossa. No trecho original: If you can use your special professional skills -- for dogged investigation, for narrative storytelling, for linking together disparate research to build a coherent whole -- to supply something that the blogger, or the tweeter, or the pharmaceutical firm's PR department, can't do.

situações em que o blog torna-se uma mera transposição de uma coluna já existente no jornalismo impresso ou casos em que a estrutura gigantesca que o blog adquire o faz perder em personalização (FOLETTTO, 2009, p.14).

Precisamos buscar novos modelos de jornalismo, e oferecer novos formatos nos novos meios de comunicação que permitam uma via para a participação do público, e que o conteúdo gerado pelo usuário possa influenciar e melhorar o conteúdo produzido profissionalmente (SEMIR, 2010, p.75)⁵⁷.

Os blogs podem funcionar ainda de outra forma para o jornalismo: como fonte de notícias. Pesquisa realizada pela Nature com 493 jornalistas científicos detectou, por exemplo, que os blogs têm sido bastante usados como fonte de informações e de pautas para a mídia tradicional (BRUMFIEL, 2009). Jornalistas vinculados aos veículos convencionais estão olhando cada vez mais para esses meios para encontrar ideias de histórias. Tal prática, entretanto, tem exigido novos cuidados das empresas de comunicação.

Em outubro de 2010, a emissora pública de rádio e televisão britânica BBC divulgou a nova edição de diretrizes editoriais que incorporou orientações sobre conteúdo online e sobre o uso das mídias sociais e conteúdos gerado pelos usuários (BARTLETT, 2010). No manual, a emissora fala sobre o novo panorama na comunicação, adverte seus jornalistas sobre os perigos do jornalismo cidadão e pede a eles extremo cuidado na publicação de conteúdos disponibilizados pelos usuários ou que procedem das redes sociais (SEMIR, 2010):

⁵⁷Tradução nossa. No trecho original: Hay que buscar nuevos modelos de periodismo, y ofrecer nuevos formatos en los nuevos medios de comunicación que permitan una vía para la participación del público, y que el contenido generado por los usuarios pueda influir y mejorar el contenido producido profesionalmente.

A nova tecnologia tem apresentado novas oportunidades para jornalistas e criadores de programa, oferecendo uma facilidade sem precedentes de acesso a conteúdo potencial. Mas também apresenta uma série de novos desafios: buscamos atender às demandas e expectativas do público, que agora têm a capacidade de procurar uma variedade semelhante de conteúdo diretamente na internet, como e quando isso for de interesse - e simultaneamente prestar a devida atenção a qualquer privacidade ou outras considerações éticas, se optarmos por republicar esse conteúdo para grandes audiências [...]. O crescimento dos meios de comunicação social criou, sem dúvida, uma geração de pessoas que estão dispostas a tornar as informações pessoais sobre si mesmas disponíveis on-line, e grande parte da informação pode ser considerada como tendo sido colocada em domínio público -, mas o fato de que o material foi colocado em domínio público não nos dá necessariamente o direito de explorar a sua existência, desconsiderando as consequências (BBC, 2010)⁵⁸.

Ainda de acordo com o guia, os profissionais da empresa devem tirar proveito de toda a gama de conteúdo gerado pelo usuário, desde que cumpra os propósitos públicos da emissora e coincida com as normas que os usuários esperam da BBC na internet.

⁵⁸ Tradução nossa. No trecho original: New technology has presented new opportunities for journalists and programme makers, offering an unprecedented ease of access to potential content. But it also presents a range of new challenges: we seek to meet the demands and expectations of audiences who now have the ability to seek out a similar range of content directly on the internet as and when it becomes of interest - whilst simultaneously paying due regard to any privacy or other ethical considerations if we choose to re-publish that content to large audiences. [...] The growth of social media has undoubtedly created a generation of people who are willing to make personal information about themselves available online, and much of that information may be considered to have been placed in the public domain - but the fact that material has been placed in the public domain does not necessarily give us the right to exploit its existence, disregarding the consequences.

As audiências, segundo Rowan (2010, p.8)⁵⁹, podem ser um trunfo para o jornalismo:

A multidão é um trunfo espantosamente poderoso para jornalistas, se usado de forma inteligente - tome como o *The Guardian* pediu aos seus usuários para ajudar a analisar as despesas dos deputados britânicos do Parlamento. Ou como um filme amador da morte de um manifestante nos protestos do G20 em Londres tornou-se uma grande notícia.

Mas ao invés de serem apenas reféns e coadjuvantes neste novo cenário, as próprias empresas jornalísticas podem criar seus blogs, impulsionando conversas que não acontecem em outros veículos da empresa. Conforme Rowan (2010), muitos blogueiros independentes não conseguem realizar a divulgação ou cobertura de temáticas de ciência de forma tão eficaz quanto as grandes empresas jornalísticas. “Eles provavelmente não têm a experiência que essas empresas têm e, certamente, não possuem os recursos para acompanhar uma investigação ao longo do tempo e da distância, como os melhores jornais e estações de televisão podem fazer” (*Ibid.*, p.4)⁶⁰.

E para que atraíam a atenção do público na blogosfera, é preciso que busquem novas formas de comunicação, mais baseadas no diálogo e debate com as suas audiências. A alternativa pode ser testar novas formas, priorizando a interpretação e o contexto, incentivando a interação e participação do público já que isso pode diferenciar os jornalistas dos demais blogueiros. Enfim, os jornalistas científicos precisam adicionar valor à internet e se envolver com a nova realidade. Precisam ter uma marca em meio à desordem online.

No que diz respeito ao uso pelos cientistas e instituições científicas, os blogs também oferecem uma ampla gama de possibilidades. Como citado no capítulo anterior, o público tem sido considerado cada vez mais importante nos processos de comunicação da

⁵⁹ Tradução nossa. No trecho original: The crowd is an amazingly powerful asset to journalists, if used smartly -- take how the *Guardian* asked its users to help analyse the expenses of British Members of Parliament. Or how amateur film of a protestor's death at the G20 protests in London became major news.

⁶⁰ Tradução nossa. No trecho original: They probably don't have the experience you have, and certainly not the resources to track an investigation over time and distance, as the best newspapers and broadcast organisations can.

ciência. Um dos motivos é que hoje muitas decisões cruciais para o trabalho dos cientistas são tomadas por pessoas que não fazem parte do campo científico (VOGT et. al., 2006). Assim, a ciência precisa se comunicar com a sociedade.

Tem havido um avanço na sensibilidade científica para comunicar e divulgar conhecimentos e é muito importante que se considere a comunicação científica como uma necessidade funcional no contexto global, dado o caráter democrático da sociedade do conhecimento. [...] A disseminação da cultura científica tornou-se assim o catalisador indispensável da citada reação em cadeia que deve nos levar a uma sociedade do conhecimento coesa (SEMIR, 2010, p.65)⁶¹.

E os blogs, pelas características já apresentadas, podem ser uma ferramenta útil para essa aproximação com a sociedade. Como explica Brumfiel (2009), essa divulgação não é nova, mas ao contrário dos livros e palestras, os blogs de ciência operam com uma rápida reviravolta que mais se assemelha a dos meios de comunicação tradicionais. Segundo Bonetta (2007), os blogs são uma das ferramentas mais recentes que os cientistas podem usar para comunicar suas ideias para outros cientistas e para o público em geral. As páginas mais bem sucedidas estão atraindo centenas de milhares de visitantes a cada mês. Muitos desses blogs foram iniciados por cientistas que simplesmente queriam levar ao público informações sobre suas pesquisas (BRUMFIEL, 2009).

Nos blogs, os cientistas têm a possibilidade de disponibilizarem informações ao público sem ter que passar pelo crivo da grande mídia. O que eliminaria as constantes queixas da comunidade científica quanto aos problemas enfrentados no contato com jornalistas e veículos de comunicação. Peters et. al. (2008), por exemplo, realizou entre 2005 e 2006 uma pesquisa por e-mail com cientistas dos Estados Unidos,

⁶¹ Tradução nossa. No trecho original: Ha habido un avance en la sensibilidad científica por comunicar y divulgar conocimientos y es muy significativo que se considere a la comunicación científica como una necesidad funcional en el contexto mundial, dado el carácter democrático de la sociedad del conocimiento. [...] La diseminación de la cultura científica se ha convertido así en el indispensable catalizador de la citada reacción en cadena que nos debe llevar a una cohesionada sociedad del conocimiento.

Japão, Alemanha, Reino Unido e França para investigar e comparar as interações desses profissionais com os meios de comunicação. A amostra foi constituída de 648 epidemiologistas e 706 pesquisadores de células-tronco que haviam publicado durante os anos de 2002 e 2004 em revistas e jornais. Na média de todos os países, a taxa de resposta foi de 43%. Conforme os resultados, 46% dos entrevistados perceberam os contatos com os meios de comunicação como um impacto ‘na maior parte positivo’ enquanto apenas 3% perceberam esse impacto como ‘na maior parte negativo’. Entretanto, muitos cientistas salientaram a insegurança e falta de controle que sentem ao interagirem com a mídia. Nove entre 10 entrevistados identificaram o ‘risco de citação incorreta’ em matérias como um fator que pode desestimular o contato com o jornalista e oito entre 10 afirmaram que a ‘imprevisibilidade dos jornalistas’ também pode ser um problema.

Assim, além de dar mais liberdade e independência aos cientistas, os blogs também podem ser um meio propício para a popularização da ciência e maior aproximação entre cientistas e o público e entre os próprios cientistas.

Com 39% dos usuários de Internet americanos lendo pelo menos um dos mais de 112 milhões de blogs na Internet, os blogs representam um meio de dispersão de informações com um poder sem precedentes. [...] Um dos blogs mais populares de ciência, Pharyngula, começou como uma ferramenta de ensino em sala de aula e agora registra mais de 1,5 milhões de visitantes e milhares de comentários novos a cada mês (<http://scienceblogs.com/pharyngula/>). O blog tem como objetivo fornecer um ponto de encontro universal e interativo para compreender e discutir o desenvolvimento evolutivo, e é liderado pelo professor de biologia Morris, da Universidade de Minnesota. A popularidade do Pharyngula demonstra como um pequeno blog pode crescer rapidamente no número de leitores e incentivar aqueles preocupados com a alfabetização científica na América (BATTS; ANTHIS; SMITH, 2008)⁶².

⁶²Tradução nossa. No trecho original: With 39% of American Internet users reading at least one of the over 112 million blogs on the Internet, blogs represent a means of information dispersal with unprecedented power. [...] One

Outra vantagem é que, enquanto muitos artigos acadêmicos são inacessíveis à maioria da população não só pela linguagem técnica, mas porque precisam ser pagos, os blogs de ciência, por outro lado, são de livre acesso e interativos (*Ibid.*). Assim, os blogs podem gerar discussões e debates online sobre temas atuais que a grande mídia e/ou a literatura científica negligenciam ou que a sociedade não tenha conhecimento suficiente. Os cientistas podem publicar um tema dentro de um contexto muito mais rico, de uma forma mais interpretativa.

Os blogs são uma importante ferramenta de comunicação para a comunidade científica, pois também pode forçá-la a pensar sobre sua atividade de forma mais clara (BONETTA, 2007). O próprio exercício da escrita pode ajudar os cientistas a expor melhor seus trabalhos para o grande público. E essas discussões levantadas nos blogs podem avançar para a mídia tradicional.

Além disso, os blogs podem oferecer um espaço rápido para revisão pública da pesquisa. Como relatam Batts, Anthis e Smith (2008), em 2005, o pós-doutor e blogueiro do *De Rerum Natura*⁶³, Reed Cartwright, não concordou com as conclusões de um artigo publicado na *Nature* e postou em seu blog o que ele argumentou ser uma interpretação mais provável dos dados. O pesquisador da Universidade de Washington, Luca Comai, estava prestes a publicar uma carta para o editor da *Nature* defendendo a mesma hipótese alternativa quando ele leu o blog de Cartwright. No final das contas, Reed e Luca expuseram seus pontos de vista em um artigo publicado em coautoria na revista científica *Plant Cell*⁶⁴.

Conforme Orihuela (2005), apesar da absoluta liberdade que pode existir nos blogs, eles estão sujeitos a um rígido sistema de revisão por pares. Dessa forma, tudo que se publica está permanentemente submetido ao escrutínio dos demais. E isso pode ser positivo, já que os leitores, às vezes, também podem oferecer referências que o blogueiro

of the most popular science blogs, Pharyngula, began as a classroom teaching tool and now logs over 1.5 million visitors and thousands of new comments each month (<http://scienceblogs.com/pharyngula/>). The blog aims to provide a universal, interactive rallying point for understanding and discussing evolutionary development, and is led by a professor of biology at the University of Minnesota, Morris. Pharyngula's popularity demonstrates how a small blog can rapidly skyrocket in readership and should encourage those concerned about science literacy in America.

⁶³ Disponível em: <http://dererumnatura.us/>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

⁶⁴ Artigo disponível em: <http://www.plantcell.org/content/17/11/2856>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

não poderia ter encontrado de outra forma, sobretudo no que diz respeito a campos interdisciplinares (WILKINS, 2008).

Os blogs escritos por cientistas podem corrigir informações erradas e/ou distorcidas pelos meios de comunicação convencionais. Eles podem funcionar como um observatório da mídia. “Os *blogs* ajudam a questionar a objetividade jornalística, o equilíbrio do noticiário, a qualidade de apuração das informações” (CHRISTOFOLETTI; LAUX, 2008, p.39).

Segundo Batts, Anthis e Smith (2008), como muitos blogueiros de ciência são cientistas praticantes ou especialistas em seu campo, eles podem fornecer uma ponte educacional única entre a academia e o público e difundir importantes descobertas experimentais em um formato acessível e interativo. “Uma opinião de especialista, uma ampla gama de temas e uma personalidade distinta são qualidades que os leitores parecem valorizar em um blog” (BONETTA, 2007, p.443)⁶⁵. Todos esses aspectos podem trazer vantagens aos blogs escritos pelos cientistas.

O potencial de tais iniciativas é provavelmente muito alto, uma vez que a credibilidade da comunidade científica e médica é alta entre a população, ao mesmo tempo em que é bem conhecida a pouca confiança que a comunidade jornalística recebe do público em geral (estamos falando em ambos os casos em termos gerais e, como resultado de dados coincidentes obtidos em vários estudos que têm sido realizados sobre a credibilidade das diversas profissões) (SEMIR, 2010, p.61)⁶⁶.

Para as instituições científicas, os blogs também podem ser de grande valia.

⁶⁵Tradução nossa. No trecho original: An expert opinion, a wide range of topics, and a distinct personality are qualities that readers seem to value in a blog.

⁶⁶Tradução nossa. No trecho original: El potencial de este tipo de iniciativas probablemente es muy alto, puesto que la credibilidad de la comunidad científica y médica es elevada entre la población, mientras que es bien conocida la poca confianza que la comunidad periodística recibe del gran público (estamos hablando en ambos casos en términos generales y como resultado de los datos coincidentes obtenidos en muchas encuestas que se han realizado sobre la credibilidad de las diferentes profesiones)

Como parte de uma próspera comunidade científica online sustentada pela conectividade, imediatismo, interatividade e acesso sem precedentes, os blogueiros podem ajudar as instituições acadêmicas a tirar proveito de uma poderosa ferramenta para a disseminação de informações científicas e facilitação de conversas sobre ciência. Além de fornecer uma ponte entre a comunicação científica e os públicos, os blogs institucionais poderiam facilitar a colaboração de cientistas separados por distâncias tão pequenas como alguns edifícios ou tão grandes quanto o Oceano Pacífico. [...] Ao iniciar conversas francas e de mente aberta sobre objetivos comuns, blogs e instituições podem trabalhar juntos para melhorar a qualidade e alcance da conversa global em curso sobre ciência que todos nós participamos e dependemos (BATTS; ANTHIS; SMITH, 2008)⁶⁷.

Um exemplo de instituição que modificou a sua presença na web e que serve de modelo de como usar os blogs como aliados e como ferramentas educativas é a Universidade de Stanford, nos Estados Unidos. A instituição possui o *Stanford Blog Directory*⁶⁸, um diretório que inclui links para blogs de alunos, professores e funcionários da Stanford. Atualmente o diretório conta com mais de 250 blogs. Essa configuração beneficia tanto a universidade, que recebe publicidade gratuita para o trabalho de seus pesquisadores, quanto os blogueiros, que têm um público leitor embutido canalizado diretamente a partir da página da instituição na internet (*Ibid.*, 2008).

⁶⁷Tradução nossa. No trecho original: As part of a thriving online scientific community sustained by unprecedented connectivity, immediacy, interactivity, and reach, bloggers can help academic institutions take advantage of a powerful tool for the dissemination of scientific information and facilitation of conversations about science. In addition to providing a bridge between science communication and the public, institutional blogs could facilitate collaborations of scientists separated by distances as small as a few buildings or as large as the Pacific Ocean. [...] By initiating frank and open-minded conversations about shared goals, blogs and institutions can work together to advance the quality and scope of the ongoing global conversation about science we all participate in and depend upon.

⁶⁸Disponível em: <http://blog.stanford.edu/>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

As universidades também podem incentivar seus grupos de pesquisas ou institutos a criarem os próprios blogs. O *The Berkeley Lab Energy and Environmental Research Blog*⁶⁹, um blog conjunto entre o Departamento de Energia dos EUA e do laboratório de Berkeley da Universidade da Califórnia, apesar de apresentar uma interface bastante rudimentar, é um exemplo de parceria entre uma agência de governo e uma instituição de ensino superior. A proposta do blog é fornecer notícias e pesquisas sobre mudanças climáticas e de energia.

O *The Oxford Internet Institute*⁷⁰, que estuda implicações sociais da internet, também possui uma rede de blogs que são escritos por alunos e colegas do instituto. Conforme Batts, Anthis e Smith (2008), mesmo que os posts apareçam na página principal do site do instituto – que está em uma URL da *University of Oxford* – os afiliados podem alimentar o blog sem passar por qualquer moderação. Ou seja, há uma liberdade intelectual para os autores dos blogs filiados.

Outro exemplo é o site *Futurity*⁷¹ que foi criado em 2009 com a proposta de ser uma resposta ao declive da cobertura jornalística da ciência (SEMIR, 2010). A página apresenta as pesquisas e descobertas de cientistas que estão em universidades dos Estados Unidos, Reino Unido, Canadá e Austrália. Conforme descrição do site, a proposta é compartilhar notícias das pesquisas diretamente com o público.

Este portal é um exemplo das mudanças que a comunicação social da ciência e da medicina está experimentando. Uma abordagem que está cada vez mais difundida e que se caracteriza pelo fato de que os produtores de conhecimento entram em contato diretamente com o público através de vários canais oferecidos hoje em dia pela rede, sem a necessidade de que os meios de comunicação atuem como intermediários (*Ibid.*, p.61)⁷².

⁶⁹ Disponível em: <http://bleer.lbl.gov/>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

⁷⁰ Disponível em: <http://www.oii.ox.ac.uk/>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

⁷¹ Disponível em: <http://www.futurity.org/>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

⁷² Tradução nossa. No trecho original: Este portal es una muestra del cambio que está experimentando la comunicación social de la ciencia y la medicina. Un planteamiento que cada vez está más extendido y que se caracteriza por el hecho de que los productores del conocimiento contactan directamente con el público a través de los diversos canales que ofrece hoy en día la red, sin requerir de los medios de comunicación para que actúen como intermediarios.

Para a instituição, a criação ou a hospedagem de blogs ou rede de blogs pode alavancar a sua missão pedagógica. Já para os blogueiros, o fato do blog estar vinculado a uma instituição acadêmica pode melhorar a sua legitimidade e alcance. Ou seja, ambos se beneficiam com essas parcerias.

Essas iniciativas também podem ter outra vantagem: incentivar nos jovens a vocação para a carreira científica. “Embora apenas uma pequena percentagem de 38% dos jovens de 12 a 17 anos que leem blogs pode estar lendo blogs de ciência, os blogs claramente têm o potencial de atingir uma faixa etária onde a excitação sobre a futura carreira na ciência poderia ser inflamada” (BATTIS; ANTHIS; SMITH, 2008)⁷³. Já para a mídia, os blogs de cientistas e de instituições científicas, além de oferecerem especialização de graça, também podem se transformar em fonte de informações.

Mas há alguns aspectos que podem inibir a entrada ou a permanência de cientistas na blogosfera. Um deles é a natureza da própria blogagem. Os cientistas estão acostumados com os padrões rígidos do discurso científico, em que se busca um alto grau de padronização e demonstração (CORACINI, 1991). Não há espontaneidade, já que o discurso científico obedece a leis. Estas seriam as normas de apresentação impostas pela comunidade científica. O enunciador precisa seguir essas regras para que seu material seja aceito pela comunidade científica. Uma das mais legitimadas é o uso da linguagem na terceira pessoa. Tudo isso para fazer transparecer a objetividade e imparcialidade científica.

Nos blogs, entretanto, espera-se que os cientistas não apresentem apenas dados brutos, mas interpretação, um ponto de vista e, sobretudo, uma linguagem mais informal, descontraída e clara. “Em outras palavras, em vez de se concentrar em explicar detalhes técnicos de questões científicas, cientistas devem definir argumentos de forma que coincidam com as ‘premissas e valores fundamentais’ do público” (BONETTA, 2007, p.444)⁷⁴. E este pode ser um grande desafio para a comunidade científica.

⁷³Tradução nossa. No trecho original: Although only a small percentage of the 38% of 12- to 17-year-olds who read blogs may be reading science blogs, blogs clearly have the potential to reach an age group where excitement about a future career in science could be ignited

⁷⁴Tradução nossa. No trecho original: In other words, instead of focusing on explaining the technical details of scientific issues, scientists should define

Outra desvantagem para os cientistas é que eles podem se perder na vastidão da blogosfera. Profissionais que já têm visibilidade por aparecerem na grande mídia podem levar essa notoriedade para a blogosfera. Alguns até têm seus blogs hospedados em sites ou portais de grandes veículos comunicação. Mas para aqueles que não possuem esse vínculo, ganhar notoriedade pode ser muito mais difícil. Uma opção é se integrar a metablogs⁷⁵ ou sites que agrupam blogs. Conforme Zivkovic (2013), isso pode alavancar a visibilidade de um blog e reduzir a pressão sobre os blogueiros para publicar material novo com alta frequência, já que coletivamente o grupo vai produzir abundância de material inédito todo dia.

Entretanto, o maior impedimento para os cientistas blogarem pode ser o tempo. “Segundo a maioria dos blogueiros, pode-se levar de 30 minutos a um par de horas para pesquisar e compor as postagens. Isso pode não parecer muito, exceto que um fator crítico para o sucesso de um blog é que as mensagens sejam atualizadas com frequência, de preferência, pelo menos, uma vez por dia” (BONETTA, 2007, p.444)⁷⁶. A questão é que, para muitos cientistas, a blogagem se torna apenas um passatempo, uma atividade esporádica, sem frequência de atualização. Mas, conforme Zivkovic (2013), torna-se importante encontrar ou determinar um ritmo, decidir se você vai postar algo em seu blog todos os dias, todas as semanas ou meses e cumpri-lo. O importante é não permitir ao leitor a sensação de abandono.

Torna-se fundamental lembrar também que a entrada de cientistas e de instituições científicas na blogosfera pode apresentar perigos para o grande público e nem sempre é motivada por interesses sociais ou educacionais.

arguments in a way that resonates with the public’s “core values and assumptions.”

⁷⁵Blogs destinados a agrupar ou hospedar blogs.

⁷⁶Tradução nossa. No trecho original: According to most bloggers, posts can take 30 minutes to a couple of hours to research and compose. That may not seem like much, except that a critical factor for a blog’s success is that posts are updated frequently, ideally at least once a day.

Por exemplo, um objetivo bastante comum e, embora legal, nem sempre explicitado, é que por trás de uma ação como esta se busca também promover as universidades e centros de pesquisa envolvidos aproveitando esta nova forma de comunicação institucional online. Às vezes, a organização científica ou médica por trás do site, não só procura promover-se, mas também pretende angariar clientes, divulgar informações em seu próprio interesse, buscar financiamento para seus projetos. O usuário se defronta diretamente com certas informações e nem sempre, insistimos, estão claras as regras do jogo. A objetividade absoluta não existe, sem dúvida, nem no jornalismo, nem tão pouco e, muito menos, no mundo da comunicação institucional (SEMIR, 2010, p.62)⁷⁷.

Muitos blogs escritos por cientistas podem reafirmar o modelo de déficit da comunicação da ciência, bem como apresentar o âmbito científico como um campo superior, que não pode ser acessado por leigos. Podem apenas defender interesses próprios e oferecer pontos de vistas distorcidos. Como há absoluta liberdade de escrita, alguns blogs de ciência podem ser meramente apologéticos, tratarem de pseudociência, charlatanismo ou serem tendenciosos ideológica e politicamente.

Assim, a entrada dos cientistas no mundo dos blogs pode ser tanto positiva - por permitir um contato direto entre as fontes de informação e a sociedade - como negativa, já que há a perda do papel regulador que deveria ou poderia exercer o jornalismo. E aí, cabe ao leitor tentar distinguir ou identificar essas facetas e interesses. “Os locais

⁷⁷Tradução nossa. No trecho original: Por ejemplo, un objetivo bastante común y, aunque lícito, no siempre explicitado, es que detrás de una acción como ésta se busca también promocionar a las universidades y centros de investigación que participan aprovechando esta nueva vía de comunicación institucional on line. En ocasiones, la organización científica o médica que está detrás del portal no solo busca promocionarse, sino que pretende buscar clientes, difundir informaciones en su propio interés, buscar financiación para sus proyectos... El usuario se enfrenta directamente a determinada información y no siempre están claras, insistimos, las reglas del juego. La objetividad absoluta no existe, sin duda, en el periodismo, pero tampoco, ni mucho menos, en el mundo de la comunicación institucional.

que continuam a distribuir informações interessantes tendem a sobreviver, mas no final, cabe a cada leitor encontrar os blogs que gosta e confia” (WILKINS, 2008, p.413)⁷⁸.

Em suma, há várias razões para que jornalistas e cientistas comecem ou continuem a blogar. A primeira delas e, talvez, a principal, pode ser a preocupação com a popularização da ciência. Em comparação com as formas tradicionais de comunicação encontradas em jornais, revistas, rádio e televisão, o blog tem a vantagem de ser mais íntimo, informal e interativo. Permite uma maior aproximação com o público. Conforme Wilkins (2008), blogar é também uma forma de desmistificar a ciência. Para o autor, o público leigo geralmente é mal preparado para interpretar o que recebe sobre ciência e os blogueiros podem desempenhar um papel crucial nesse sentido. Podem apresentar as informações em um contexto mais aprofundado, corrigindo e incitando a reflexão. Podem discutir também as políticas científicas e outros tópicos que não costumam aparecer nas convencionais formas de divulgação da ciência. Em suma, os blogs podem funcionar como:

Um filtro social de opiniões e notícias, um sistema de alerta precoce para os meios de comunicação, um sistema de controle e crítica da mídia, um fator de mobilização social, um novo canal para fontes convertidas em meios, um novo formato aplicável nas versões eletrônicas dos meios tradicionais para coberturas de continuidade, catástrofes ou acidentes, um gigantesco arquivo que funciona como memória da Web, o alimento privilegiado dos buscadores por sua constante renovação e sua alta densidade de links de entrada e de saída e, finalmente, a grande conversação de múltiplas comunidades cujo âncora comum é o conhecimento compartilhado (ORIHUELA, 2005, pp.26-27)⁷⁹.

⁷⁸ Tradução nossa. No trecho original: Sites that continue to deliver interesting reports will tend to survive, but ultimately it is up to each blog reader to find the blogs they like and trust.

⁷⁹ Tradução nossa. No trecho original: un filtro social de opiniones y noticias, un sistema de alerta temprana para los medios, un sistema de control y crítica de los medios, un factor de movilización social, un nuevo canal para las fuentes reconvertidas en medios, un nuevo formato aplicable en las versiones electrónicas de los medios tradicionales para coberturas de continuidad, catástrofes y accidentes, un gigantesco archivo que opera como memoria de la

Mas será que os blogs têm sido usados em todas as suas potencialidades?

2.4 O panorama atual

Pesquisas e estudos recentes nos ajudam a entender como os blogs têm sido usados e apropriados por jornalistas e cientistas. Em uma tentativa de compreender as práticas atuais dos blogs de ciência e fornecer uma visão sobre o papel desses na promoção de formas mais interativas de comunicação científica, Kouper (2010), através de uma combinação de técnicas quantitativas e qualitativas de análise de conteúdo, realizou o exame de 11 blogs. Os resultados a que o pesquisador chegou sugerem que os blogs de ciência são heterogêneos em muitos aspectos. No que tange à autoria, por exemplo, todos os blogueiros analisados estavam de alguma forma relacionados com a ciência, mas a natureza da relação era bastante diversificada. Alguns autores eram estudantes de pós-graduação especializados em determinadas áreas, outros eram pesquisadores, professores, escritores de ciência ou jornalistas.

Uma sondagem pelos três principais metablogs de ciência brasileiros – Science Blogs Brasil, Anel de Blogs Científicos e Roda de Ciência – que juntos aglutinam 245 blogs, também mostra como os blogs brasileiros são apropriados por pessoas de diversas áreas. Cerca de 40% de todos os 245 blogs referenciados nos três metablogs são escritos por cientistas, pesquisadores, pós-graduados e profissionais de alguma área ligada à ciência e apenas 4% são escritos por jornalistas. Em 39% dos casos não é possível identificar a atuação profissional do autor, e os outros 17% são escritos por profissionais de áreas não ligadas à ciência, estudantes, professores ou são institucionais.

A heterogeneidade, de acordo com a pesquisa de Kouper (2010), também pode ser observada no que tange: i) às fontes de informações ou de inspiração e temas (os autores se baseiam em sua experiência pessoal, notícias e comentários de outros meios de comunicação, incluindo outros blogs e trabalhos de pesquisa); ii) tópicos (os blogs de ciência cobrem uma variedade de questões e temas que vão além da ciência); iii) modos de comunicação (notícia, anúncio, resumo de

Web, el alimento privilegiado de los buscadores por su renovación constante y su alta densidad de enlaces de entrada y de salida, y, finalmente, la gran conversación de múltiples comunidades cuyo anclaje común es el conocimiento compartido.

documentos, explicação, críticas, opiniões e avaliações); iv) e modos de participação dos leitores (que podem dar contribuição para o tema, fazer o desvio do tópico, expressarem atitudes e emoções ou tentar influenciar as ações dos outros).

Outro dado interessante da pesquisa de Kouper (2010) é que os leitores de blogs de ciência também têm alguma relação com a ciência, ou seja, não são exatamente leigos. A análise global de comentários feita pelo pesquisador demonstrou que os leitores que se dedicam a comentar nos blogs estão quase sempre associados de alguma maneira com a ciência. Eles são estudantes de graduação, professores, pós-doutores e pesquisadores de diversas áreas científicas e de investigação. Isso pode se dar, de acordo com as conclusões de Kouper (2010), porque muitos blogs são destinados àqueles leitores que compartilham da mesma cultura que o autor e, por isso, criam uma barreira que pode impedir outras pessoas de participarem das conversas.

No que tange às conversações nos blogs examinados, constatou-se que os blogueiros alternam explicações e comentários críticos com opiniões pessoais, republicação de conteúdo de outras fontes, observações bem-humoradas e sarcásticas. Leitores respondem com ações semelhantes e oferecem rápidos julgamentos pessoais, observações ofensivas e sarcásticas, além de detalhes pessoais.

Assim, o pesquisador concluiu que os blogs de ciência são muito heterogêneos para serem entendidos como um gênero emergente de comunicação da ciência.

Em sua atual multiplicidade de formas e conteúdos, os blogs de ciência apresentam um desafio ao invés de uma oportunidade para o envolvimento do público com a ciência. Falta de convenções de gênero, o que para o público se traduz em expectativas quebradas e incerteza, impede o desenvolvimento de leitores estáveis e a participação do grande público, que também pode ser muito heterogêneo (KOUPEL, 2010, p.8)⁸⁰.

⁸⁰Tradução nossa. No trecho original: In their current multiplicity of forms and contents science blogs present a challenge rather than an opportunity for public engagement with science. Lack of genre conventions, which for the audience translates into broken expectations and uncertainty, impedes the development of stable readership and participation from the larger public, which may also be very heterogeneous.

Com a proposta de investigar as características estruturais dos blogs científicos brasileiros, Caregnato e Sousa (2010) realizaram uma análise de 146 blogs do metablog brasileiro Anel de Blogs Científicos. De acordo com as categorias criadas pelos autores, do total de blogs investigados, 77 (52,74%) são de acadêmicos - isto é, indivíduos agora, ou antes, vinculados a um processo de formação acadêmica -, 12 (8,22%) são de jornalistas, 37 (25,34%) são de leigos e 20 blogueiros (13,7%) não informam sua formação (CAREGNATO, SOUSA, 2010, p.65).

Em um segundo momento da pesquisa, Caregnato e Sousa (2010) aprofundam a análise sobre 23 blogs de cientistas, a fim de quantificar a incidência de interações por meio de comentários, as extensões das postagens e os objetivos a que os pesquisadores se propõem ao lançar mão destes novos recursos. O estudo aponta dados interessantes. Em relação à frequência de atualização das postagens não foram registradas atualizações diárias. No que diz respeito ao tamanho do último post de cada blog, verificou-se uma média de 4.042 caracteres, com oscilação bastante significativa. O menor post tinha somente 98 caracteres e o maior 22.329. Confirma-se, também nesta pesquisa, a heterogeneidade observada por Kouper (2010) em relação ao formato das publicações dos blogs.

Outro dado a se destacar, é que os comentários não se configuraram como elemento em evidência nos blogs de ciência escritos por pesquisadores.

Os comentários, como forma de participação e retroalimentação dos *blogs*, surpreendentemente, parecem não representar seu elemento mais importante. Registram-se 25 comentários aos 23 *posts* da amostra em distribuição bastante desigual: um deles, 11 comentários; um outro, cinco; outro mais, três; um recebeu dois; quatro deles, um só comentário; os demais, nenhum. Evidentemente, a seleção do *post* mais recente para este tipo de contagem não é a mais ilustrativa se a distância entre a data de postagem e a data de coleta for muito pequena (CAREGNATO; SOUSA, 2010, p.71).

Assim, pode ser que os blogs estejam sendo usados mais como repositório de informação do que como um meio de interação e conversação. Por fim, conforme Caregnato e Sousa (2010), em sete

blogs - dos 23 analisados - não foi possível encontrar sua proposta de forma explícita. Em três a divulgação da ciência aparece como objetivo central e em apenas um a comunicação de resultados de pesquisa é mencionada como propósito (*Ibid.*, p.71).

No que se refere aos usos dos blogs pelos jornalistas, a pesquisadora brasileira Heloiza Dias realizou uma análise de três blogs de ciência vinculados à mídia impressa e de um blog independente, com a proposta de identificar algumas das principais características atuais dos blogs jornalísticos brasileiros voltados a assuntos de ciência e meio ambiente. De acordo com a autora, a pesquisa revelou que os blogs jornalísticos sobre ciência e meio ambiente:

[...] funcionam de maneira semelhante a outros blogs temáticos (não Diários), ou seja, de modo geral, seus posts partem da publicação de informações já veiculadas na mídia tradicional, que podem ou não ser enriquecidas com novas informações coletadas pelos bogueiros junto a suas fontes ou com comentários postados por colaboradores e leitores (DIAS, 2009, pp.198-199).

O que se notou, segundo Dias (2009), é que blogs que apenas reproduzem material divulgado por outros meios de comunicação e não proporcionam reflexões e análises sobre as postagens têm respostas menos expressivas dos leitores. Aspecto que, para a autora, pode ser uma das razões práticas que explique o baixo número de comentários postados pelos leitores dos blogs analisados.

Em outras palavras, na maioria das vezes, reproduzir uma notícia ou nota meramente informativa em um blog [...] não é suficiente para suscitar um debate consistente e esclarecedor sobre determinado assunto. [...] é preciso que o jornalista vá além do modelo tradicional de construção da notícia (respondendo apenas às questões do lide) e forneça ao leitor do blog mais do que informação útil e prática sobre os assuntos tratados, subsídios para que ele possa compreender o tema e refletir sobre a importância dele em seu cotidiano (DIAS, 2009, p.200).

Além disso, segundo ela, o assunto postado, a abordagem do tema, a maneira como o jornalista se posiciona diante do mesmo e a linguagem e estrutura do blog são outros fatores que influenciam o comportamento do leitor. “Os assuntos que mais receberam manifestações dos leitores foram aqueles mais próximos do dia a dia das pessoas [...]” (*Ibid.*, pp.199-200).

Olhando os dados das pesquisas apresentadas é possível observar alguns resultados similares. O primeiro deles é o baixo número de jornalistas que fazem uso de blogs (CAREGNATO; SOUSA, 2010). Um segundo aspecto a se destacar é que os blogs de ciência parecem ser bastante heterogêneos no que diz respeito ao formato das publicações (KOUPEL, 2010; CAREGNATO, SOUSA, 2010). E, por fim, e talvez mais surpreendente, é que os blogs não têm sido utilizados como um meio de interação e conversa. Os posts registram uma média baixa de comentários e muitos sequer recebem comentários (DIAS, 2009; CAREGNATO, SOUSA, 2010).

Uma explicação para o pequeno número de comentários nos blogs constatado nas pesquisas de Caregnato e Sousa (2010) e Dias (2009) pode ser a ausência de uma frequência de atualização nos blogs de ciência ou até mesmo o abandono dos mesmos pelos blogueiros. Outra justificativa pode ser a de que o público ainda não vê os blogs como um espaço de conversação, não se sente atraído ou até mesmo preparado para participar das discussões.

Em suma, as pesquisas sobre blogs de ciência feitas por Dias (2009), Kouper (2010), Careganto e Sousa (2010) assinalam que, mesmo sendo tão aclamados como uma eficaz ferramenta de divulgação científica, os blogs ainda são pouco eficientes em promover o engajamento público com a ciência.

Diante desses resultados é importante ressaltar novamente que os blogs – juntamente com outras Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) -, são ferramentas que podem ser usadas tanto para facilitar um maior envolvimento dos cidadãos nos debates sobre a ciência como para reforçar o tradicional modelo de déficit de comunicação científica (KOUPEL, 2010). A liberação do polo emissor causada pela internet e a democratização da comunicação motivada pelos blogs não implica necessariamente uma melhora na divulgação do campo científico. Os blogs podem tanto enriquecer a divulgação científica como reforçar antigos problemas da comunicação pública da ciência. Podem ser apropriados por pessoas que estejam interessadas em melhorar a compreensão do público sobre temas científicos ou por pessoas mal intencionadas que divulgam informações distorcidas.

Assim, a generalização da oferta individualizada de informação de ciência (SEMIR, 2010) na grande rede pode tanto informar, quanto desinformar.

Diante desse contexto, nossa proposta foi investigar a dinâmica da divulgação científica em quatro blogs de jornalistas e cientistas brasileiros para buscar compreender melhor a atuação dos blogs nesse novo cenário da divulgação científica do século XXI.

3 - PERCURSO METODOLÓGICO

*A centopéia caminhava bem contente,
Até que o sapo de brincadeira perguntou:
“Diga-me, qual pata vai antes e qual vem
depois?”*

*Isso perturbou de tal maneira sua mente
Que, dentro da vala, quedou prostrada,
Pensando em como caminhar (Edmund Craster)*

Neste capítulo, apresentamos o percurso metodológico traçado durante toda a pesquisa. Com o intuito de investigar a dinâmica da divulgação científica em blogs de jornalistas e cientistas brasileiros, optamos por um estudo descritivo-analítico através da combinação de técnicas qualitativas e quantitativas.

Apesar da aparente dicotomia entre análises quantitativa e qualitativa, conforme Lopes (2010), é cada vez maior a dificuldade em fixar limites precisos entre elas:

Apesar de cada uma ter sua lógica implícita, não se pode esquecer que as operações quantitativas se apóiam em dados qualitativos originalmente coletados e logo transformados. [...] À quantificação costuma suceder o “retorno” à qualificação dos dados, agora num nível que não é mais o do “real-concreto”, mas o de uma primeira abstração promovida pela análise descritiva (LOPES, 2010, p.154).

Ou seja, não há oposição entre as análises quantitativa e qualitativa, mas sim uma complementaridade ou, então, circularidade. Assim, nesta pesquisa, optamos por combinar técnicas das duas naturezas para dar conta do objeto de estudo e obtermos os melhores resultados.

3.1 Procedimentos metodológicos

Durante todo o percurso da dissertação realizamos a revisão de literatura, já que ela é “uma atividade contínua e constante em todo o trabalho acadêmico e de pesquisa, iniciando com a formulação do problema e/ou objetivos do estudo e indo até a análise dos resultados” (STUMPF, 2009, p.52).

Entre setembro de 2012 e julho de 2013 observamos de modo não sistemático vários blogs de jornalistas e cientistas que se propunham realizar divulgação científica. Nesse período, procurou-se conhecer o maior número de blogs de ciência possível. As páginas foram observadas tanto para nos aproximarmos do objeto de estudo, quanto para escolher os blogs que seriam analisados nesta dissertação.

Durante a observação não sistemática foi possível notar que, além dos blogs de ciência que eram escritos por jornalistas e cientistas de modo independente, existiam aqueles que também eram individuais, mas hospedados em sites de grandes veículos de comunicação ou portais de notícias. Dessa forma, para investigar a dinâmica da divulgação científica em blogs de jornalistas e cientistas brasileiros decidiu-se que seria necessário selecionar quatro tipos de blogs:

(i) um blog de ciência escrito por cientista de modo independente;
(ii) um blog de ciência escrito por jornalista de modo independente;

(iii) um blog de ciência escrito por cientista e vinculado a grande veículo de comunicação ou portal de notícias;

(iv) um blog de ciência escrito por jornalista e vinculado a grande veículo de comunicação ou portal de notícias.

A partir daí, precisaríamos selecionar um blog representativo de cada tipo para posterior análise. De acordo com a literatura acadêmica referida, o universo de estudo de partida contemplaria todos os blogs brasileiros de divulgação científica escritos por jornalistas e cientistas. Mas devido à dificuldade de se mensurar o tamanho da blogosfera brasileira e à inexistência de estudos que identifiquem o número total de blogs brasileiros de ciência escritos por jornalistas e cientistas, decidiu-se definir o metablog Science Blogs Brasil⁸¹ como universo de estudo para escolha dos blogs de ciência independentes.

O Science Blogs foi lançado em janeiro de 2006, com mais de 40 blogs, e hoje é a maior rede de blogs de ciências do mundo. Conforme descrição do metablog, o Science Blogs entrou em 2013 com mais de 129 blogs em inglês e duas redes irmãs: o Science Blogs Alemanha, com 25 blogs, e o Science Blogs Brasil, que atualmente aglutina 45 blogs.

O Science Blogs Brasil nasceu em agosto de 2008, com o nome de Lablogatórios, fruto da iniciativa dos cientistas Atila Iamarino e Carlos Hotta. Segundo informações disponíveis na versão brasileira do metablog, três anos depois Hotta deixou a comunidade,

⁸¹ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/>.

assumindo o seu lugar o profissional de marketing digital Kentaro Mori, que em conjunto com Iamarino, expandiu a rede de blogs também a uma empresa de comunicação especializada em divulgação científica. Em 2013, o biólogo Rafael Soares se tornou o terceiro administrador do metablog. A proposta da rede Science Blogs Brasil é disponibilizar um espaço onde seja possível discutir e popularizar a ciência de forma aberta e inspiradora:

Em uma época onde temas como mudanças climáticas, biocombustíveis, AIDS, doenças tropicais, células-tronco e tantos outros temas crucialmente relevantes à sociedade são discutidos diariamente, a divulgação científica se faz cada vez mais necessária. *ScienceBlogs Brasil* tem o desafio adicional de discutir e popularizar Ciência em um país em desenvolvimento no qual o analfabetismo científico predomina (SCIENCE BLOGS BRASIL, 2011).

Levou-se em consideração basicamente seis critérios para a escolha dos dois blogs independentes dentro do Science Blogs Brasil: 1) o blog ser escrito em português e estar inserido na blogosfera brasileira; 2) ter acesso livre ao seu arquivo; 3) haver espaço para comentários dos usuários; 4) ter pelo menos um post em 2013; 5) ser individual; 6) ser possível identificar nome do autor e atuação profissional. Sendo assim, foram selecionados o blog Xis-Xis⁸², escrito pela jornalista Isis Nóbile Diniz, e o blog Rainha Vermelha⁸³, escrito pelo biólogo Atila Amaral.

a) **Blog independente escrito por jornalista: Xis Xis**

O blog Xis Xis, da jornalista Isis Nóbile Diniz, foi selecionado por ser o único, dentre os 45 blogs do Science Blogs Brasil, a atender todos os critérios de seleção da pesquisa para esta categoria. O blog foi criado em 2008, por iniciativa da autora e sob o endereço xixxis.wordpress.com. “Eu sempre fui apaixonada por ciência. Era o jeito de eu falar sobre o que gostava e até entrar mais na área – o blog coincidiu com o fim de uma especialização em divulgação científica que cursei”⁸⁴. O objetivo da página, conforme a autora, era desmistificar a

⁸² Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xixxis/>.

⁸³ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/>.

⁸⁴ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 17 de fevereiro de 2014, via chat do Gmail. Ver apêndice B.

ciência e mostrar para as pessoas a importância do campo científico. Em 2009 Isis foi convidada para integrar o Science Blogs Brasil e o blog migrou para lá, sob novo endereço: scienceblogs.com.br/xixxis/. “Achei que unidos nós poderíamos alcançar mais gente, mais leitores. [...] A ideia era unirmos os esforços e mostrarmos juntos a ciência”⁸⁵. Todo o conteúdo do antigo blog do Wordpress foi migrado e a página foi tirada do ar. Segundo Isis, atualmente a proposta do blog Xis Xis tem sido apresentar textos críticos e analíticos sobre tudo que esteja relacionado à ciência: viagens, dúvidas diárias, sobras de matérias que ela produziu para outros meios de comunicação, pesquisas que considera interessantes. A blogueira afirma que procura escrever os textos em uma linguagem bastante simples para atingir o maior número de pessoas possível. A página recebe atualmente cerca de 400 visitas diárias, o que daria uma média de 12 mil mensais.

Figura 3 – Página principal do blog independente Xis Xis

The image shows the homepage of the Xis Xis blog. At the top, there is a navigation bar with the ScienceBlogs logo and the text "Ciência, Cultura, Política". Below this is the blog's title "Xis Xis" in large, stylized letters. The main content area features a featured article titled "Teriam os buracos negros cinquenta tons de cinza?". The article's metadata includes the publication date "17 de fev de 2014", the author "Isis Nobília Diniz", and the number of comments "1 Comentário". The article text begins with "Olá! Minha vida está quase um buraco negro – ou não, dependendo da definição de buraco negro que você escolher. Estou para postar aqui informações incríveis que obtive com dois especialistas (e com muuuuita leitura) para escrever a matéria 'Buracos nem tão negros assim', publicada na revista Época - [leia! leia! leia na íntegra!](#) – e que não couberam na revista. Antes tarde do que nunca, devolvo as informações sobre o que é o temido corpo celeste (pegou a piada infame? leia a matéria e as informações abaixo para entender o trocadilho)". Below the text is a small image of a black hole with labels "S2", "location of black hole", and "0.22'' (10 light days)". To the right of the main article is a sidebar with a post titled "coisas de mulherzinha" under the category "Ciência, meio ambiente e comportamento...". Below this is a photo of a woman standing in a forest.

Fonte: Imagem coletada pela autora⁸⁶

⁸⁵ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 17 de fevereiro de 2014, via chat do Gmail. Ver apêndice B.

⁸⁶ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xixxis/>. Acesso em 8 de março de 2014.

b) Blog independente escrito por cientista: Rainha Vermelha

O blog Rainha Vermelha, além de atender a todos os critérios de seleção estabelecidos, foi escolhido por ser escrito pelo cientista Atila Iamarino, que ao longo de sua carreira profissional tem realizado diversas ações de divulgação científica. Atila, junto com outro cientista, foi um dos fundadores do Science Blog Brasil, por isso acredita-se que o seu blog seja representativo desta categoria, já que é escrito por um cientista que demonstra interesse e preocupação com a divulgação da ciência por meio de blogs. O blog foi criado com o nome de Transferência Horizontal, em 2007, época em que Atila entrou na pós-graduação. Como, nesse período, o autor não podia dar aulas, a página se transformou em uma ferramenta para que ele pudesse falar e ter contato com outras áreas de interesse em Biologia⁸⁷. Em agosto de 2008, Atila, junto com o biólogo Carlos Hotta, criou o Lablogatórios, uma espécie de condomínio de blogs de Ciências. A partir daí, o blog Transferência Horizontal passou a se chamar Rainha Vermelha. “Nós começamos então com o Lablogatórios. Quando ele estava três dias no ar, recebemos e-mail do pessoal do scienceblogs.com – que é a rede mundial – e eles nos convidaram para representá-los em português”⁸⁸. Cerca de seis meses depois, em março de 2009, o Science Blogs Brasil entrou no ar e o Rainha Vermelha migrou pra lá. Conforme o autor, o blog atualmente tem se concentrado em tratar de questões ligadas à evolução, microbiologia, divulgação científica, comunicação da ciência e métricas. A proposta, segundo Atila, é escrever os textos em uma linguagem popular, acessível e para um leitor que tenha “um nível de ciência compatível com o fim do colegial, mais ou menos, ensino médio”⁸⁹. A página tem recebido cerca de 20 mil visitas mensais.

⁸⁷ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 11 de março de 2014, via Skype. Ver apêndice C.

⁸⁸ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 11 de março de 2014, via Skype. Ver apêndice C.

⁸⁹ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 11 de março de 2014, via Skype. Ver apêndice C.

Figura 4 – Página principal do blog independente Rainha Vermelha

scienceblogs.com.br/rainha/

La conversaci... Search Twitter / Busca Ava...

ScienceBlogs Brasil Universo Terra Vida Humanidade Tudo Mais Busca na Rede ScienceBlogs Brasil

S^b ScienceBlogs™
Ciência, Cultura, Política

Rainha Vermelha

HOME

Salvemos todos os bichos fofos

PUBLICADO 18 de out de 2013
ESCRITO POR Atila
DISCUSSÃO 8 Comentários
CATEGORIAS comportamento, Genol, Política acadêmica

Ontem e hoje (talvez um pouco antes, mas não estava acompanhando) houve uma enorme comoção em torno do Instituto Royal, que realiza testes em animais para a indústrias farmacêuticas e cosméticas, onde supostamente teria ocorrido maus tratos a animais. Supostamente por que houve denúncias, mas não foi constatada evidência de maus tratos, [segundo o que li aqui](#). Supostamente por que muita gente estava acusando o local de maus tratos, ao ponto de invadirem o instituto e libertarem os cachorros de lá, sem evidências.

Então, aproveitando o puxão de orelha do Luiz Bento hoje de tarde, vou juntar aqui o que escrevi a respeito no Twitter e deixar minha opinião sobre o tema, mais na ordem argumentativa do que cronológica. Não quero entrar na discussão de que se animais devem ou não ser usados para testar medicamentos, isso já foi muito bem discutido em outros lugares (e aos que fizeram isso, desculpem minha pressa e a falta de links). Quero só mostrar como, uma vez que o uso de animais pela pesquisa é algo legítimo, que acontece dentro da lei, interferir com isso pode ser mais prejudicial aos bichos que estão tentando proteger. E como um lugar que opere com ética pode causar os mesmos sustos que este instituto causou.

E desculpem o código marromeno do Storify, foi o jeito que arrumei de tacar tudo

Fonte: Imagem coletada pela autora⁹⁰

páginas

- Lista de livros que estou "vendendo"
- O que é Rainha Vermelha?

busca

Busque neste blog

quem sou

Na escolha dos dois blogs de ciência vinculados a grandes veículos de comunicação ou portal de notícias também foram utilizados os seguintes critérios: 1) o blog ser escrito em português e estar inserido na blogosfera brasileira; 2) ter acesso livre ao seu arquivo; 3) haver espaço para comentários dos usuários; 4) ter pelo menos um post em 2013; 5) ser individual; 6) ser possível identificar nome do autor e atuação profissional. Dessa forma, foram selecionados os blogs Mundo Sustentável⁹¹, do jornalista André Trigueiro, e o Blog do Doutor Jairo Bouer⁹², do médico psiquiatra Jairo Bouer.

c) Blog vinculado a grande veículo de comunicação ou portal de notícias escrito por jornalista: Mundo Sustentável

O blog Mundo Sustentável foi escolhido por estar hospedado em um dos maiores portais de notícias do Brasil no que tange à audiência, o G1. De acordo com dados divulgados pela ComScore, o portal recebeu

⁹⁰ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/>. Acesso em 8 de março de 2014.

⁹¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/>

⁹² Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>

uma média de 49,1 milhões de visitantes únicos por mês no ano de 2013⁹³. Além disso, o autor, André Trigueiro, é jornalista da TV Globo e comentarista da Rádio CBN. É editor-chefe do programa Cidades e Soluções, da Globo News, e colaborador voluntário da Rádio Rio de Janeiro. Conforme perfil disponível no site Mundo Sustentável⁹⁴, durante 16 anos foi âncora e repórter do Jornal das Dez da Globo News e desde abril de 2012 vem atuando como repórter do Jornal Nacional e colunista do Jornal da Globo, onde apresenta o quadro ‘Sustentável’. Ou seja, além do blog estar hospedado em um grande portal de notícias, o autor tem grande vínculo aos meios de comunicação tradicionais.

Segundo Trigueiro, o blog Mundo Sustentável foi criado em 2012, fruto de um convite do G1 para que ele ocupasse esse espaço como colunista do portal. O blog é escrito pelo jornalista, que conta com o apoio de uma equipe de São Paulo – onde está a sede do site - na administração e atualização da página. A proposta do blog, conforme Trigueiro, é refletir “sobre os rumos da humanidade, da civilização, o risco do ecocídio, [...] e tentar, então, não apenas denunciar o que nos parece ser problema, mas sinalizar rumo e perspectiva”⁹⁵. O objetivo é que os textos sejam claros e objetivos para que possam ser compreendidos “por pessoas de todas as classes e de todos os níveis de renda e cultural”.

O jornalista não tem conhecimento do número de visitas mensais que a página recebe. Em 10 de março de 2014, um post no blog anunciava que, a partir daquela data, o endereço da página mudaria e as novas postagens estariam em g1.globo.com/natureza/blog/mundo-sustentavel. O blogueiro, entretanto, na entrevista realizada, também não tinha conhecimento sobre essa mudança.

⁹³

Disponível

em:

<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2013/11/05/Os-dez-sites-campeoes-de-audiencia-no-Brasil.html>. Acesso em 2 de fevereiro de 2014.

⁹⁴ Disponível em: <http://www.mundosustentavel.com.br/>

⁹⁵ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 14 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice E.

Figura 5 – Página principal do blog vinculado Mundo Sustentável

g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2014/03/05/lixo-que-te-queiro-longe/

La conversaci... Search Twitter / Busca Ava...

globo.com notícias esportes entretenimento videos ASSINE JÁ CENTRAL E-MAIL ENTRAR >

G1 Mundo Sustentável
André Trigueiro fala sobre sustentabilidade e meio ambiente

rss do blog



Lixo que te quero longe

qua, 05/03/14 por andre trigueiro | categoria Sem categoria | tags greve dos garfs, lixo, rio de janeiro



Fonte: Imagem coletada pela autora⁹⁶

busca no blog

Perfil

Pós-graduado em gestão ambiental pela COPPE/UFRJ e professor de jornalismo ambiental da PUC RJ, André Trigueiro é jornalista da TV Globo e comentarista da Rádio CBN. Aqui, ele fala sobre os principais desafios e entraves do desenvolvimento sustentável e da preservação do meio ambiente. O endereço do blog Mundo Sustentável mudou. As novas postagens estarão em <http://g1.globo.com/natureza/blog/mundo-sustentavel/>

Colunistas

Altieres Rohr
Alysson Muotri

d) Blog vinculado a grande veículo de comunicação ou portal de notícias escrito por cientista: Blog do Doutor Jairo Bouer

O Blog do Doutor Jairo Bouer foi escolhido por estar hospedado no UOL, que no ano de 2013 recebeu uma média mensal de 56,9 milhões de visitantes únicos⁹⁷ e que vem se consolidando como o maior portal de notícias do país. Além disso, o psiquiatra Jairo Bouer tem constantes aparições na mídia tradicional. É conhecido pelos programas na TV (quadros no ‘*Fantástico*’ da Rede Globo e no Canal Futura, da Fundação Roberto Marinho) e em diversas rádios brasileiras. Escreve há anos para o jornal *O Estado de São Paulo*, além de colaborações em revistas e sites. Já passou pela TV Cultura, MTV Brasil, SBT e Record. Como se percebe, o médico, assim como o jornalista André Trigueiro, também tem grande vínculo aos meios de comunicação tradicionais.

⁹⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/>. Acesso em 8 de março de 2014.

⁹⁷ Disponível no link: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2013/03/11/R7-passa-terra-no-ranking-dos-portais>. Acesso em 2 de fevereiro de 2014.

Segundo Jairo, o blog foi criado em 2009, fruto de um contrato que, na época, ele assinou com o UOL. “Quer dizer, ele só existiu porque, na verdade, o UOL pediu pra gente também ser um dos colunistas, um dos blogueiros da área de saúde deles”⁹⁸. Conforme a postagem de apresentação do blog, a proposta era escrever com regularidade sobre saúde e comportamento. “A ideia desse espaço é trazer e comentar as notícias mais quentes nessa área, repercutir informações importantes e abrir um fórum de debates e discussões sobre temas polêmicos”⁹⁹. Entretanto, com o decorrer do tempo, o blog passou a espelhar fielmente o conteúdo publicado na seção ‘notícias/atualidades’ do site Dr. Jairo Bouer¹⁰⁰ que o médico também possui no UOL. “Como a gente já publicava bastante coisa na sessão ‘atualidades/notícias’ do site, acabava que a gente não tinha tempo e nem material para publicar conteúdos originais no blog. E a gente acabava espelhando a sessão ‘atualidades/notícias’ nesse blog do UOL”¹⁰¹.

O blogueiro não tem conhecimento do número de visitas mensais que a página recebe. Conforme Jairo, as atividades do blog – assim como as do site Dr. Jairo Bouer - foram paralisadas no segundo semestre de 2013, para redefinição da função da página. Segundo o médico, ainda em 2014 seria lançado um novo site que integraria todos os conteúdos que ele produz atualmente para diversos meios, inclusive os do blog. Como explicou ele, esta plataforma estaria conectada também a redes sociais como Facebook e Twitter. “A ideia é que a hora que o site estiver funcionando, o blog do UOL também passe a funcionar como uma ferramenta de alimentação do site e da *fanpage* [no Facebook] e que ele foque mais na questão de notícia, informação/opinião, essa coisa informativa”¹⁰².

A nova plataforma entrou no ar em 20 de março de 2014 e sob o mesmo endereço do antigo site Dr. Jairo bouer¹⁰³.

⁹⁸ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 13 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice D.

⁹⁹ Disponível em: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/arch2009-04-05_2009-04-11.html. Acesso em 2 de fevereiro de 2014.

¹⁰⁰ Disponível em: <http://doutorjairo.uol.com.br/>

¹⁰¹ Entrevista concedida à autora no dia 13 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice D.

¹⁰² Entrevista concedida à pesquisadora no dia 13 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice D.

¹⁰³ Disponível em: <http://doutorjairo.uol.com.br/>.

Figura 6 – Página principal do blog vinculado Doutor Jairo Bouer

drjairobouer.blog.uol.com.br

UOL Assine 0800 703 3000 SAC Bate-papo E-mail BOL Notícias Esporte Entretenimento Mulher Rádio TV UOL Shopping

UOL Mulher

Garoto e Garota Fitness

Bem-Estar

Ciência

Dieta e Boa Forma

Gravidez e Bebês

Meio Ambiente

Saúde de A a Z

Sexualidade

Blogs

Calculadoras

Fotos

Infográficos

Testes

Últimas Notícias

Vídeos

Fale com UOL Ciência e Saúde

Especiais

Ônibus Espaciais

Clipe Suína

Primeiros Socorros

COP-16

COP-17

Blog do Doutor Jairo Bouer

17/07/2013

HC faz pesquisa em compulsão sexual

O Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo está em busca de voluntários para uma pesquisa sobre compulsão sexual. Homens de 26 a 65 anos, homo ou heterossexuais, que não apresentem compulsão sexual poderão participar do estudo.

A ideia é que as avaliações psiquiátricas desses voluntários sejam comparadas a de pacientes com compulsão sexual. Os interessados devem enviar um email para lse.ipq.hc@gmail.com ou ligar para 11 99922-2198. Mais informações no site www.compulsaosexual.com.br.

Escrito por Jairo Bouer as 22h57

Comente Enviar este post Link Compartilhe

O espaço de comentários do blog do Dr. Jairo Bouer pode ser moderado. [Regras de uso](#)

Busca

O Autor

Jairo Bouer é médico formado pela Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, com residência em psiquiatria no Instituto de Psiquiatria da USP. A partir do seu trabalho no Projeto Sexualidade do Hospital das Clínicas da USP (Prosex), passou a focar seu trabalho no estudo da

Fonte: Imagem coletada pela autora¹⁰⁴

A partir da escolha dos objetos empíricos, dividimos a pesquisa, para fins esquemáticos, em três momentos. A primeira etapa foi constituída pela observação sistemática dos quatro blogs, seleção do *corpus* e aplicação de um protocolo metodológico por nós criado - tendo como base o protocolo de Análise de Cobertura Jornalística proposto por Silva e Maia (2001) e as pesquisas de Kouper (2010). A segunda diz respeito às entrevistas em profundidade com os autores dos blogs selecionados. A terceira foi composta pela análise dos dados e informações obtidas por meio da observação sistemática dos objetos empíricos, entrevistas dos blogueiros e da aplicação do protocolo metodológico.

3.1.1 Etapa 1 - Observação sistemática, seleção do *corpus* e aplicação do protocolo metodológico

Após a definição dos objetos empíricos da pesquisa, que ocorreu no mês de julho de 2013, realizamos a observação sistemática das

¹⁰⁴ Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>. Acesso em 8 de março de 2014.

postagens publicadas nos blogs Rainha Vermelha, Xis Xis, Mundo Sustentável e Blog do Doutor Jairo Bouer e dos comentários recebidos pelas postagens, a fim de começarmos a compreender melhor como se dava a dinâmica da divulgação das informações de ciência nesses blogs.

Como poderia haver discrepância muito grande na frequência de atualização dos blogs, decidiu-se que o *corpus* da pesquisa seria composto pelos 20 posts mais recentes de cada blog anteriores ao dia 1 de outubro de 2013 e os comentários relacionados a esses *posts*.

Concomitantemente com a observação sistemática dos blogs, começamos a refletir de modo mais incisivo sobre os procedimentos metodológicos que iríamos utilizar para proceder a análise nos objetos empíricos selecionados. Durante o percurso de busca e construção de um procedimento que se adequasse aos nossos objetivos, nos deparamos com o protocolo de Análise de Cobertura Jornalística proposto por Silva e Maia (2011), que nos pareceu bastante alinhado com os pressupostos teórico-metodológicos adotados nesta pesquisa e que, de forma adaptada, poderia dar conta do objeto de estudo desta dissertação.

O protocolo, que foi originalmente pensado para textos jornalísticos impressos, passou por aperfeiçoamentos gradativos para que pudesse atender as necessidades desta pesquisa. Realizamos um pré-teste com o protocolo metodológico no mês de novembro de 2013, com a aplicação do mesmo sobre o *corpus* do blog Mundo Sustentável - ou seja, os 20 posts mais recentes desse blog anteriores ao dia 1 de outubro de 2013 e os comentários relacionados a esses posts. A partir do pré-teste, novas mudanças foram feitas para que o protocolo ganhasse a versão final.

Entre os dias 13 e 17 de janeiro de 2014 aplicamos, então, o protocolo metodológico nos quatro blogs selecionados. Foram coletadas 80 postagens e os 789 comentários referentes a essas postagens. O protocolo proposto por Silva e Maia (2011), bem como as adaptações por nós realizadas no protocolo serão detalhados mais adiante.

3.1.2 Etapa 2 – Entrevista em profundidade com os blogueiros

Após a aplicação do protocolo metodológico foram realizadas entrevistas em profundidade com cada um dos quatro blogueiros responsáveis pelos blogs selecionados. A proposta era compreender melhor como funcionava a produção e administração dos blogs de ciência.

Conforme Duarte (2008, p.63):

A entrevista em profundidade não permite testar hipóteses, dar tratamento estatístico às informações, definir a amplitude ou quantidade de um fenômeno. [...] Seu objetivo está relacionado ao fornecimento de elementos para compreensão de uma situação ou estrutura de um problema. Deste modo, como nos estudos qualitativos em geral, o objetivo muitas vezes está mais relacionado à aprendizagem por meio da identificação da riqueza e diversidade, pela integração das informações e síntese das descobertas do que ao estabelecimento de conclusões precisas e definitivas.

As entrevistas foram do tipo semiabertas, partindo de um roteiro base. Nesse modelo de entrevista, “o pesquisador faz a primeira pergunta e explora ao máximo cada resposta até esgotar a questão. [...] Cada questão é aprofundada a partir da resposta do entrevistado, como um funil, na qual perguntas gerais vão dando origem a específicas” (DUARTE, 2008, p.66).

Assim, é comum que a lista de questões seja adaptada no decorrer das entrevistas e que o pesquisador comece com um roteiro e termine com outro, com algumas diferenças. Foi o que aconteceu nesta pesquisa. No decorrer das entrevistas, o roteiro base passou por alterações, sendo que cada uma das entrevistas apresenta alguns aspectos que a diferencia das demais.

As entrevistas com os blogueiros foram realizadas de três formas: via chat do Gmail, Skype e telefone, entre os meses de fevereiro e março de 2014. Elas estão disponíveis nos apêndices deste trabalho.

3.1.3 Etapa 3 – Análise dos dados

A terceira etapa da pesquisa consistiu na sistematização e análise dos dados e informações obtidas na observação dos objetos empíricos, entrevistas dos blogueiros e na aplicação do protocolo metodológico.

Conforme Alves-Mazzotti e Gewandzsnajder (2004, p.170):

Isto se faz através de um processo continuado em que se procura identificar dimensões, categorias, tendências, padrões, relações, desvendando-lhes o significado. Este é um processo complexo, não-linear, que implica um trabalho de redução, organização e interpretação dos dados que se inicia já na fase exploratória e acompanha toda a investigação.

Para Lopes (2010, p.149), a análise se divide em dois momentos: descrição e interpretação. Como explica a autora, a descrição é o primeiro passo da análise e constitui-se por procedimentos técnicos que envolvem a organização, crítica e classificação dos dados coletados. Já a interpretação envolve a teorização dos dados empíricos dentro da perspectiva teórica adotada na pesquisa e, “com ela a pesquisa atinge a condição própria de cientificidade” (*Ibid.*, p.151).

Assim, primeiramente procedemos a organização e sistematização dos dados coletados durante a pesquisa, com o propósito de “identificar e selecionar fatos de significação para o tratamento analítico ulterior” (LOPES, 2010, p.149). Depois, partindo do referencial teórico adotado neste trabalho, interpretamos e teorizamos os dados com vistas a responder como se dá a dinâmica da divulgação científica em blogs de jornalistas e cientistas brasileiros.

3.2 O protocolo metodológico de Análise de Cobertura Jornalística

Conforme Silva e Maia (2011), o protocolo metodológico de Análise de Cobertura Jornalística surge como mais uma opção metodológica nas pesquisas em jornalismo, em alternativa às tradicionais Análise de Conteúdo e Análise de Discurso.

Com o objetivo de chamar a atenção para a pertinência de abordagens menos fracionárias do jornalismo como objeto de estudo, queremos dar relevo aqui à construção do acontecimento jornalístico pelas estratégias e técnicas de apuração e composição visíveis no texto. Para isso estamos propondo um protocolo metodológico de análise de cobertura jornalística em textos impressos, capaz de mostrar a viabilidade de se investigar no produto publicado elementos do processo de elaboração do acontecimento como notícia, um método de investigação complementar aos estudos de *newsmaking* realizados nas redações e às análises de conteúdo e de discurso dos textos (*Ibid.*, p.21).

A proposta do protocolo é estudar a produção a partir do produto e, por isso, exige a adoção de uma perspectiva teórico-metodológica mais aberta do modelo de processo jornalístico, em que produção, produto e recepção não sejam tomados como categorias estanques.

O pressuposto central do trabalho das autoras é que: [...] muito do explicável dos acontecimentos publicados na imprensa poderia ser investigado não exclusivamente nas narrativas produzidas, mas também no que poderíamos chamar de narrativas da própria produção do acontecimento jornalístico (SILVA; MAIA, 2011, p.19).

Partindo desta perspectiva, o acontecimento jornalístico pode ser analisado por meio das marcas que o processo de produção da notícia deixa no produto. Ou seja, o texto publicado pode revelar aspectos do processo produtivo, o que torna viável estudar “como em um único ponto do circuito escolhido como objeto de trabalho podemos localizar informações que mostrem os demais” (SILVA, 2008, p.7).

Isso não quer dizer, entretanto, que tudo está no texto, que todos os aspectos implicados no processo produtivo podem ser acessados através do produto.

Após ser recortado como produção, o objeto jornalismo continua a desdobrar-se em diferentes esferas de análise. [...] Por isso frisamos que, ao reconstituir, através dos indícios deixados no produto pronto, o caminho percorrido pelo jornalista e pelo veículo para apurar e relatar as informações, dando forma ao acontecimento, o método que propomos se limita a observar somente as estratégias de cobertura expressas no material jornalístico publicado. Por isso, a eficácia do protocolo metodológico varia em proporção direta à manifestação do *modus operandi* no próprio produto analisado. Esse atrelamento sinaliza, a um só tempo, para uma fragilidade metodológica: a dependência do grau de exposição do processo produtivo no próprio texto. E para uma de suas forças: a propriedade para fomentar debates acerca (a) da utilização de procedimentos sistemáticos na apuração de informações e (b) da explicitação de tais procedimentos segundo as regras da transparência e da verificação, que servem tanto à pesquisa como ao ensino do jornalismo (SILVA; MAIA, 2011b, pp.40-41).

Sendo assim, conforme sugerem as autoras, o protocolo pode ser utilizado para analisar como um veículo jornalístico estrutura a cobertura de assuntos em geral ou acontecimentos específicos, através das marcas de apuração e composição da matéria jornalística e pode ser utilizado também para comparar essas marcas em diferentes veículos, seja sobre um caso no momento presente ou de processos produtivos do passado. “O protocolo, ao final, ajuda também a identificar e tipificar especificidades da atividade jornalística, mapeando tendências e possíveis lacunas na obtenção, averiguação e apresentação das informações” (*Ibid.*, p.39).

O protocolo de Análise de Cobertura Jornalística proposto por Silva e Maia (2011) divide-se em três níveis analíticos: (1º) marcas da apuração; (2º) marcas da composição do produto; e (3º) aspectos da caracterização contextual. Segundo as autoras, cada um dos níveis analíticos toma o objeto de estudo a partir de uma lente diferente. Explanaremos a seguir, de modo detalhado, cada um deles:

1º Nível – Marcas da Apuração

O primeiro nível, denominado de ‘Marcas da Apuração’, funciona como uma teleobjetiva e “recai exclusivamente sobre a matéria jornalística – tomada de forma isolada-, explorando indícios do método de apuração e da estratégia de cobertura em *close-up*” (*Ibid.*, p.27). Nesse nível, são analisados os seguintes aspectos, conforme definição e descrição de Silva e Maia (2011):

(1) Assinatura: local (repórter da matriz da redação), correspondente, enviado especial, colaborador, agência de notícias, não assinado;

(2) Local de apuração/acesso do jornalista ao local do acontecimento: busca-se vestígios desse item na observação geral da notícia, mas a assinatura (item um) pode ajudar:

- **Interno (redação) ou indefinido:** quando não há, no texto, indícios de que o jornalista tenha se deslocado para o local do acontecimento;
- **Externo:** quando o jornalista faz a apuração *in loco*. Trata-se do local específico do acontecimento ou da cidade, estado, país ou continente em que o fato ocorre.

(3) Origem da informação: trata das fontes consultadas. Como há inúmeras formas de classificá-las, sugere-se aqui uma tipificação que mescla três critérios principais: a forma como a informação foi obtida (direta ou indiretamente); a natureza das fontes (humana, documental ou eletrônica); e a posição das fontes no contexto dos acontecimentos (no caso de fontes humanas), ou seja, o lugar a partir do qual a fonte fala para dar informações. Ressalta-se a importância de se procurar também traços de material fornecido pelas assessorias de imprensa e registrar se o jornalista-narrador também atua como fonte ao utilizar informações colhidas por observação própria.

(a) Informações de primeira mão: são obtidas diretamente pelos autores do texto e podem ser fornecidas por fontes de naturezas diversas (inclusive por meio de declarações públicas em coletivas de imprensa e eventos em geral), entre as quais destacam-se:

- **Fontes do poder público:** gozam do *status* de Estado – são ligadas diretamente aos três poderes, ao Ministério Público ou a autarquias (ex.: polícia, exército, deputado, prefeito, Ibama,

Funai, IBGE e Petrobrás). (Não incluídas as assessorias de imprensa, advogados ou familiares que representam ou falam em nome destas fontes);

- **Fontes institucionais:** são ligadas a empresas privadas, hospitais, associações, ONGs, partidos políticos, movimentos sociais, sindicatos, fundações etc., que estão envolvidas nos acontecimentos. (Também não inclui assessorias de imprensa, advogados ou familiares que representam ou falam em nome destas fontes);
- **Fontes cidadãos:** pessoas que testemunham fatos, fornecem informações ou dão sua opinião na condição de cidadãos afetados pelos acontecimentos;
- **Fontes especializadas/comentadores:** especialistas ou pessoas com autoridade para dar sua opinião sobre o assunto, interpretar os acontecimentos e fornecer informações que ajudam a contextualizar os fatos, tais como pesquisadores de universidades e centros de pesquisa;
- **Assessoria de imprensa:** profissionais especializados e autorizados a falar com os jornalistas em nome de uma pessoa ou instituição;
- **Fontes não convencionais:** a informação pode ser claramente identificada como sendo de uma fonte específica, mas sua identidade não é revelada. Caso de fontes anônimas, que caracteriza o uso do *off*.
- **Recursos alternativos** (câmera escondida, disfarce, infiltração etc.): embora não constituam uma fonte propriamente dita, tornam possível ao jornalista ter um acesso direto, minimamente mediado, às informações.

(b) **Informações de segunda mão:** são obtidas por terceiros e reproduzidas pelos autores do texto. Geralmente são fornecidas por:

- **Agências de notícias:** quando não se publica o texto da agência na íntegra, mas utilizam-se informações repassadas por ela.
- **Outros veículos jornalísticos:** informações extraídas de textos publicados em outros veículos.
- **Publicações científicas:** informações de caráter científico retiradas de publicações legitimadas pela comunidade científica.
- **Documentos impressos e eletrônicos:** estatísticas, bases de dados, documentos públicos, pessoais e institucionais, arquivos históricos etc.;

- **Ciberespaço:** informações obtidas na internet, que podem ou não ser respaldadas por uma instituição ou instância do poder público e podem ou não ser imputadas a uma pessoa específica (sites ou blogs);
- **Reedição:** quando se utilizam informações de segunda mão de origens diversas, especialmente de agências de notícias ou de outros veículos, para produzir um texto próprio;
- **Republicação:** publicação de conteúdo de outros veículos, como é o caso da Carta Capital, que publica textos produzidos da revista inglesa *The Economist*.

2º nível – Marcas da composição do produto

Já o segundo nível do protocolo “corresponde a uma lente *normal*, de alcance médio, pois que oferece uma visão um pouco mais aberta do objeto, agora enfocando não só o texto, mas o conjunto amplo do produto, como localização na página, diagramação, foto etc.” (SILVA; MAIA, 2011, p.27). Nesse nível são analisados os seguintes aspectos, conforme definição e descrição de Silva e Maia (2011):

(4) Gênero jornalístico/natureza do texto informativo: nota, notícia, fotonotícia/fotolegenda, entrevista, reportagem, reportagem especial/dossiê.

(5) Localização do texto no veículo/destaque: página ímpar ou par (quadrante superior direito/esquerdo, inferior direito/esquerdo; metade superior ou inferior; página inteira; várias páginas (quantas)), editoria/caderno ou seção, manchete, chamada de capa ou apenas texto.

(6) Recursos visuais/adicionais: próprios, de agência de notícias, de assessoria de imprensa ou de outra fonte (conforme a classificação do item 3); gráfico, tabela, boxe, infográfico, imagem não fotográfica (como ilustrações e montagens), fotografia.

3º nível – Aspectos do contexto da publicação

Por fim, o terceiro nível “atua como uma *grande angular* – não capta detalhes, mas oferece um plano geral do objeto, captando aspectos da dimensão organizacional e do contexto sócio-histórico-cultural em que se insere a produção jornalística” (SILVA; MAIA, 2011, p.27).

Aqui são analisados os seguintes aspectos, conforme definição e descrição de Silva e Maia (2011):

(7) Caracterização contextual

- **Contexto interno:** caracterização visual, editorial e organizacional do veículo/empresa. Pode incluir aspectos como perfil da redação, rotinas produtivas, orientações editoriais expressas, tiragem, área de abrangência, estrutura de produção própria, público-alvo, formato do produto, se produto segmentado/dirigido;
- **Contexto externo:** caracterização do tema/acontecimento/assunto específico da cobertura e da conjuntura sócio-histórico-cultural envolvente.

De acordo com Silva e Maia (2011), o protocolo foi pensado para textos jornalísticos impressos e informativos. Dessa forma, para utilização nesta pesquisa, havia a necessidade de adaptá-lo para o meio online, levando sempre em consideração as características/potencialidades dos blogs. Durante a adequação do protocolo se atentou também para o fato de que este estudo não abrangia apenas blogs de jornalistas, mas também de cientistas. Ou seja, envolvia profissionais que estão inseridos em campos diferentes, e que possuem *habitus e* valores diferentes (BOURDIEU, 1997). Portanto, o protocolo deveria conter categorias analíticas que se aplicassem às duas práticas sociais: jornalismo e ciência. A pesquisa, aliás, se justifica exatamente por buscar identificar, sistematizar e comparar as ações dos profissionais desses dois diferentes campos sociais quando situadas em um mesmo ambiente – a internet – e com o mesmo propósito: difundir informações advindas da ciência.

Diante desses aspectos, para esta pesquisa foram utilizados de forma adaptada o primeiro e o segundo nível do protocolo de Análise de Cobertura Jornalística (ACJ) proposto por Silva e Maia (2011), e o terceiro nível ‘aspectos do contexto da produção’ foi substituído pelo nível ‘circulação das informações’. A seguir, detalhamos todas as mudanças realizadas.

a) Adaptações realizadas no primeiro nível do protocolo: marcas da apuração das informações

A primeira adaptação realizada no nível 1 do Protocolo de Análise de Cobertura Jornalística (ACJ) diz respeito à própria

terminologia que o define. Ao invés de mantermos a nomenclatura ‘marcas da apuração’, como propuseram Silva e Maia (2011), decidimos substituí-la pela expressão ‘marcas da obtenção’ das informações, por entender que o termo apuração está muito atrelado ao sistema de produção jornalístico.

A categoria ‘assinatura’, por sua vez, foi excluída, já que os blogs analisados nesta pesquisa eram individuais. Além disso, caso os materiais publicados não fossem de autoria do dono do blog, seria possível identificar e registrar essa informação na categoria ‘redação do texto’, que explicaremos mais adiante.

A categoria ‘local de apuração/acesso do jornalista ao local do acontecimento’ também foi excluída já que está ligada à prática jornalística de apuração e cobertura de acontecimentos noticiosos e não poderia ser aplicada nesta pesquisa, já que os materiais publicados nos blogs, sejam eles escritos por cientistas ou jornalistas, não precisam obedecer às lógicas dos procedimentos jornalísticos e não estão necessariamente atrelados à cobertura de acontecimentos jornalísticos, conforme define Rodrigo Alsina (2009). Além disso, os conteúdos dos blogs podem ser escritos e publicados de qualquer local e os blogueiros não precisam ter um local físico específico para realizarem a atividade de blogagem, o que torna inviável a aplicação das variáveis ‘interno’ e ‘externo’.

Na categoria ‘origem da informação’ foram realizadas algumas alterações também: (i) Na lista das fontes de primeira mão se acrescentou a variável ‘autor do texto atua como fonte’, para se referir aos casos em que o texto se originou de alguma experiência vivida pelo autor ou, quando no decorrer de algum texto, o autor expõe experiências, conhecimentos pessoais ou conteúdo por ele produzido para contribuir com o tema abordado; (ii) Na lista das fontes de segunda mão, acrescentou-se as variáveis ‘outro blog’ - para que fosse possível especificar quando os autores dos textos utilizavam outros blogs como fontes de informação - e ‘livro’; (iii) Além das categorias ‘de primeira mão’ e ‘de segunda mão’ acrescentou-se a categoria ‘não identificável’, para aqueles casos em que não era possível identificar no texto a fonte que pudesse ter dado origem ao conteúdo; (iv) Criou-se o tópico ‘detalhamento da origem da informação’ para que pudéssemos especificar todas as fontes de informação utilizadas na postagem; (v) As variáveis ‘reedição’ e ‘republicação’ que se encontram na lista das fontes de segunda mão no protocolo proposto por Silva e Maia (2011) foram excluídas para se transformarem em variáveis de uma nova categoria por nós criada: a ‘redação do texto’, cuja proposta era

identificar se o conteúdo havia sido escrito na íntegra pelo jornalista/cientista (redação própria), se parte do conteúdo havia sido retirada de outro local e parte escrita/complementada pelo jornalista/cientista (redação híbrida) ou se houve publicação, na íntegra, de conteúdo de outros veículos/locais (republicação).

Para uma melhor compreensão das adaptações realizadas no nível um do protocolo proposto por Silva e Maia (2011), veja o quadro abaixo (Quadro 1). O que foi excluído está destacado em tachado e os acréscimos foram destacados em negrito:

Quadro 1 - Adaptações feitas ao nível 1 do protocolo criado por Silva e Maia (2011):

Protocolo Silva e Maia (2011)	Protocolo nosso
Nível 1 - Marcas da apuração das informações	Nível 1 - Marcas da obtenção das informações
(1) Assinatura	(1) Assinatura
(2) Local da apuração - Interno - Externo	(2) Local da apuração - Interno - Externo
(3) Origem da informação (a) Informações de primeira mão: - Fontes do poder público, - Fontes institucionais - Fontes cidadãs - Fontes especializadas - Assessoria de imprensa - Fontes não convencionais - Recursos alternativos (b) Informações de segunda mão - Agências de notícias - Outro veículo jornalístico - Publicações científicas - Documentos impressos/eletrônicos - Ciberespaço - Reedição - Republicação	(1) Origem da informação (a) Informações de primeira mão: - Fontes do poder público, - Fontes institucionais - Fontes cidadãs - Fontes especializadas - Assessoria de imprensa - Fontes não convencionais - Recursos alternativos + Autor do texto atua como fonte (b) Informações de segunda mão - Agências de notícias - Outro veículo jornalístico - Publicações científicas - Documentos impressos/eletrônicos - Ciberespaço - Reedição - Republicação + Outro blog + Livro (c) Não identificável
	Detalhamento da origem da informação
	(2) Redação do texto - Própria - Híbrida - Republicação

Fonte: organização da autora.

b) Adaptações realizadas no segundo nível do protocolo: marcas da composição do produto

No segundo nível do protocolo, a categoria ‘gênero jornalístico/natureza do texto informativo’, por tratar de gêneros referentes ao texto jornalístico, foi substituída pela categoria ‘conteúdo do post’, para que pudéssemos investigar que tipo de conteúdo os posts dos blogs de ciência publicavam.

Para criação das variáveis, tomamos como base os estudos de Kouper (2010). Com a proposta de compreender as práticas atuais dos blogs de ciência e fornecer uma visão sobre o papel deles na promoção de formas mais interativas de comunicação científica, a pesquisadora analisou posts e comentários de 11 blogs que escreviam sobre ciência e tecnologia. E no que diz respeito à forma como os conteúdos eram apresentados nesses blogs, Kouper (2010) descobriu que as postagens costumavam conter: informação, análise, opinião, avaliação, explicação, crítica, interpretação, partilha de experiências pessoais e declaração de posição. Adotamos então, nesta pesquisa, os modos de comunicação definidos por Kouper (2010) e incluímos ainda no nosso protocolo a variável “anúncio/publicidade” para os casos de posts patrocinados. Assim, através dessas variáveis seria possível testar uma das nossas hipóteses: a de que, sendo os blogs caracterizados, principalmente, pela flexibilidade e personalização, espera-se que os conteúdos divulgados nessas páginas não se resumam ao aspecto informativo, mas mesclam também aspectos pessoais, analíticos, opinativos ou interpretativos, suscitando o debate entre blogueiro e leitores e entre leitores.

A categoria ‘localização do texto no veículo/destaque’ foi excluída porque se aplicava a textos impressos. A categoria ‘recursos visuais/adicionais’ foi mantida acrescentando-se a ela as variáveis ‘vídeo’ e ‘áudio’, que poderiam aparecer no ambiente online. No que diz respeito à identificação da origem do recurso audiovisual, além das variáveis ‘primeira’ e ‘segunda’ mão, acrescentou-se a variável ‘não identificável’, para aqueles casos em que não fosse possível identificar a origem do recurso audiovisual.

Veja abaixo as alterações feitas no nível 2 do protocolo pensado por Silva e Maia (2011). O que foi excluído está destacado em tachado e os acréscimos foram destacados em negrito.

Quadro 2 - Adaptações feitas ao nível 2 do protocolo criado por Silva e Maia (2011):

Protocolo Silva e Maia (2011)	Protocolo nosso
Nível 2 - Marcas da composição do produto	Nível 2 - Marcas da composição dos posts
(b) Gênero jornalístico/natureza do texto informativo: - Nota - Notícia - Fotonotícia/fotolegenda - Entrevista - Reportagem - Reportagem especial/dossiê	(4) Gênero jornalístico/natureza do texto informativo: - Nota - Notícia - Fotonotícia/fotolegenda - Entrevista - Reportagem - Reportagem especial/dossiê
	(3) Conteúdo do post: - Informação - Análise - Opinião - Avaliação - Explicação - Crítica - Interpretação - Partilha de experiências pessoais - Declaração de posição - Anúncio/publicidade
(5) Localização do texto no veículo/destaque: página ímpar ou par, quadrante superior direito/esquerdo, inferior direito/esquerdo, metade superior ou inferior, página inteira, várias páginas (quantas), editoria/caderno ou seção, manchete, chamada de capa ou apenas texto	(4) Localização do texto no veículo/destaque: página ímpar ou par, quadrante superior direito/esquerdo, inferior direito/esquerdo, metade superior ou inferior, página inteira, várias páginas (quantas), editoria/caderno ou seção, manchete, chamada de capa ou apenas texto
(6) Recursos visuais/adicionais (a) - Próprios - Segunda mão (b) - gráfico - tabela - boxe - infográfico - imagem não fotográfica - fotografia	(4) Recursos audiovisuais (a) - Próprios - Segunda mão + Não identificável (b) - gráfico - tabela - boxe - infográfico - imagem não fotográfica - fotografia + vídeo + áudio

Fonte: organização da autora.

c) Adaptações realizadas no terceiro nível do protocolo: aspectos do contexto de produção

Conforme Silva e Maia (2011, p.27), os dois primeiros níveis constituem a espinha dorsal do protocolo, vistos que são fundamentais para a análise do processo produtivo a partir do produto e podem ser suficientemente contemplados por meio da definição de categorias. O terceiro e último nível é complementar, já que tem por objetivo contextualizar os dados obtidos nos níveis 1 e 2, além de requerer a combinação com outros métodos, como *newsmaking* tradicional ou *survey*.

Sendo assim, nesta pesquisa, mantivemos os dois primeiros níveis com algumas adaptações e substituímos o terceiro nível. Ao invés de investigarmos aspectos do contexto da produção, conforme proposto por Silva e Maia (2011), decidimos que para dar conta do objeto de estudo proposto nesta dissertação seria muito mais pertinente entender como se constituía a circulação das informações nos blogs de ciência.

Conforme Foletto, 2009, p.102:

A circulação do produto jornalístico vai completar um processo que, começando na apuração, só ganha existência plena quando circula e ativa as relações entre os indivíduos, contribuindo assim para estimular o processo de conversação necessário para que possa se constituir enquanto um produto social.

O mesmo se pode dizer da divulgação científica. Ela só vai fazer sentido se os conteúdos produzidos chegarem ao público, se forem disseminados e tiverem efeitos sociais (CALVO HERNANDO, 2002; OLIVEIRA, 2005).

Sendo assim, para compreendermos como se dava a dinâmica da divulgação científica nos blogs de ciência, seria preciso entender os mecanismos desenvolvidos pelos blogueiros para disseminar os conteúdos produzidos e investigar se os blogs de ciência efetivamente promoviam uma comunicação da ciência mais aberta e participativa, fazendo uso dos sistemas de circulação disponíveis na rede. Afinal, “a Internet liberou o polo de emissão. Todos podemos ser jornalistas doravante, e qualquer um pode publicar. Mas se isso é verdade, também deve ser verdade que todos têm que se tornar jornaleiros, uma idéia que, convenhamos, é muito menos glamorosa” (PALÁCIOS, 2008, p.1).

Por isso, decidimos que o nível três, ‘aspecto do contexto de produção’, proposto por Silva e Maia (2011), seria substituído nesta pesquisa pelo nível ‘marcas da circulação’. Mesmo assim, a ideia de entender o contexto da produção das informações, conforme sugeriram Silva e Maia (2011), não foi totalmente abandonada neste estudo. Para isso, conforme já mencionado, foram realizadas entrevistas em profundidade com os autores dos blogs selecionados, com vistas a compreender melhor como se dava a produção e administração dos blogs de ciência.

Para construção das categorias e variáveis do terceiro nível do protocolo por nós proposto, foi preciso levar em consideração as especificidades dos sistemas de circulação da internet em relação àqueles utilizados pelos tradicionais meios de comunicação.

Como explica Foletto (2009, p.103-104), antes do advento da internet:

O alto custo para manter um sistema de distribuição permitia uma divisão assimétrica do poder entre as empresas, que detinham o capital, os jornalistas, que ofereciam sua força de trabalho para a produção, e os demais cidadãos, que se constituíam como a audiência consumidora do produto final. Este esquema se submetia a uma arquitetura central e hierárquica, onde poucos escolhiam o que muitos iam consumir.

Conforme Machado (2000, p.304), a arquitetura das redes digitais, ainda que não suponha o fim da hierarquia, comporta uma multiplicidade de emissores e uma horizontalidade muito mais acentuada. “A internet permite aos seus usuários que fujam de uma única rede central de informações, que as distribui conforme pacotes pré-determinados de dados escolhidos por jornalistas conforme uma série de critérios e constrangimentos de toda a espécie” (FOLETTTO, 2009, p.104). Agora há múltiplos centros de produção.

Sendo assim, os sistemas de circulação na rede se diferenciam dos tradicionalmente utilizados nos meios de massa, sobretudo por serem mais descentralizados. Na blogosfera, por exemplo, a circulação vai acontecer de forma muito mais democrática e flexível. “O blog – e a internet de um modo geral – abre espaço pra que várias pessoas escrevam, é mais democrático” (SCHITTINE, 2004, p.165).

A posição central, - condição necessária para a efetiva circulação da informação e para a visibilidade do nodo entre os buscadores (ORIHUELA, 2005, p. 74)¹⁰⁵, pode ser obtida sem que o blogueiro tenha que fazer altos investimentos financeiros ou técnicos, bastando para isso que ele ative relações entre os participantes da blogosfera (FOLETTTO, 2009, p.107-108).

Machado (2006, p.21-22) adota perspectiva semelhante e, para ele, na blogosfera “a produtividade da informação vai depender da capacidade que tenha de circular e de ativar relações entre os participantes do sistema”. E uma das formas mais comuns de ativar relações na blogosfera foi, e ainda é, através dos links.

Como citado no capítulo 1 desta dissertação, os primeiros weblogs se constituíam de páginas que compartilhavam links e pequenos comentários. Assim, a circulação dos conteúdos “se dava de modo espontâneo, através dos links e comentários que os blogueiros estabeleciam entre si. [...] o ato de linkar um outro blog se dava naturalmente; tal qual amigos que trocam informações e através delas conhecem mais amigos” (*Ibid*, p.106).

Os links se estabeleceram então, desde o início, como elo fundamental de circulação dos blogs. Conforme Bruns (2005, p.180):

Enquanto muitas páginas tradicionais e estáticas consistem de links para sites favoritos do seu autor, o que é significativo no blog é a facilidade com que os blogueiros podem adicionar links atualizados para informações externas e incorporar esses links nas postagens do blog – fazer isto é então definido como a prática do Blogging¹⁰⁶.

¹⁰⁵ ORIHUELA, José Luís. Los weblogs y su identidad como cibermedios. In: SALAVERRÍA, Ramón. (org.) **Cibermedios** – El impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla: Comunicación Social, 2005.

¹⁰⁶ Tradução nossa. Trecho no original: “While even many traditional, static homepages frequently consisted of links to their creator's favorite sites, what is significant about blog is the ease with which bloggers can add up-to-date links to outside information and embed such links in their blog entries – to do so is a defining practice of Blogging”

Sendo assim, a primeira categoria por nós criada para compreender a circulação das informações nos blogs de ciência diz respeito à utilização de links nas postagens. Nessa categoria será identificado: i) se houve utilização de links; ii) caso tenha havido a utilização, em que quantidade; iii) e com que função ele foi usado: a) menção à origem da informação, b) indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o assunto, c) página na internet de instituição/local/pessoa citada no post ou se d) o link direcionava para uma página não mais disponível. Essas variáveis foram criadas com base na observação sistemática desempenhada nos objetos empíricos e no pré-teste realizado com o protocolo metodológico em novembro de 2013. Elas foram definidas da seguinte maneira:

Quadro 3 – Tipos de uso dos links nos posts

Menção à origem da informação	Link direciona para página em que o autor do texto obteve a informação
Indicações de outros materiais/fontes de informação sobre o assunto	Link direciona para páginas que contenham informações/materiais adicionais sobre o tema da postagem
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post	Link direciona para página de instituição, entidade, ONG, projeto, país, estado, cidade ou pessoa citada na postagem
Página não disponível	Link direciona para uma página que não pode mais ser acessada

Fonte: Organização da autora.

Achou-se pertinente criar ainda o tópico ‘Páginas para as quais os links direcionam’ para que pudéssemos listar todas as páginas direcionadas pelos links.

A segunda categoria desse nível diz respeito aos comentários dos leitores nas postagens, outra forma poderosa de circulação das informações dos blogs de ciência. Conforme explanado no capítulo 2 desta dissertação, a ferramenta de comentários foi um dos fatores fundamentais, senão o principal, para a popularização dos blogs (VARELA, 2005). Foi o que diferenciou os blogs das formas tradicionais de comunicação encontradas em jornais, revistas, rádio e televisão (BATISTA, 2009, p.3).

Os sistemas de comentários existentes nos blogs criam e guiam conversas, permitem uma aproximação e interação maior com o público e “são muito importantes para a criação de uma comunidade entre o

blogger e os seus leitores” (BARBOSA; GRANADO, 2004, p.47). Ou seja, são essenciais para a circulação das informações na blogosfera.

Portanto, na categoria ‘comentários dos leitores’, por nós criada, será identificado: i) se houve ou não comentários dos leitores na postagem; ii) caso houve comentários, qual foi a quantidade e; iii) de que forma foi a participação dos leitores através dos comentários.

Para criarmos as variáveis das formas de participação dos leitores nos comentários tomamos como base, novamente, os trabalhos de Kouper (2010). Ao realizar a pesquisa com os 11 blogs de ciência para investigar a função dessas páginas na promoção de formas mais interativas de comunicação da ciência, a autora chegou a quatro grandes grupos ou modos de participação dos leitores através dos comentários: contribuição para o tema, expressão de atitudes e emoções, tentativas de influenciar as ações dos outros e desvio do tópico.

Ao aplicarmos as categorias propostas por Kouper (2010) no pré-teste realizado em novembro de 2013, no *corpus* do blog Mundo Sustentável, percebeu-se duas questões: i) havia comentários que faziam correção à postagem e, por isso, acrescentamos ao nosso protocolo a variável ‘correção à postagem’ como mais um modo de participação dos leitores; ii) era muito comum aparecerem dois modos de participação em um mesmo comentário. Por isso, criamos também a variável ‘composto’ para incluir os casos em que duas formas de participação apareciam em um comentário. Algumas vezes identificou-se até três modos de participação em uma única manifestação do leitor. Nestes casos, o comentário foi classificado de acordo com os dois modos de participação mais evidentes.

As definições dos modos de participação dos leitores estão no quadro a seguir:

Quadro 4 – Modos de participação dos leitores nos comentários

Contribuição para o tema	Argumento, explicação, esclarecimento, pergunta ou indicação de outros materiais sobre o assunto
Desvio do tópico	Digressão, insulto, autopromoção, comentário relacionado a outra postagem do blog, tentativa de contato com o autor para realização de palestras ou eventos, sanar dúvidas relacionadas a outros assuntos que não ligados ao tema da postagem ou pedir ajuda
Expressão de atitudes e emoções	Aprovação ou reprovação do conteúdo publicado, parabenização, gratidão, arrependimento ou compartilhamento de experiências pessoais
Tentativa de influenciar a ação dos outros	Conselhos, sugestões, recomendação, pedido ou proposta
Correção à postagem	Correções que vão desde erros gramaticais a imprecisões informativas
Composto	Contribuição para o tema + desvio do tópico Contribuição para o tema + expressão atitudes e emoções Contribuição para o tema + tentativa de influenciar a ação dos outros Contribuição para o tema + correção à postagem Desvio do tópico + expressão atitudes e emoções Desvio do tópico + tentativa de influenciar a ação dos outros Desvio do tópico + correção à postagem Expressão atitudes e emoções + tentativa de influenciar a ação dos outros Expressão atitudes e emoções + correção à postagem Tentativa de influenciar a ação dos outros + correção à postagem

Fonte: organização da autora.

Para um melhor entendimento das categorias de análise propostas acima, vamos ilustrá-las a partir dos exemplos coletados nos quatro blogs analisados:

Contribuição para o tema: A figura 7 é um exemplo de comentário que contribui para o tema da postagem ‘Por que sabonete bactericida é inútil’¹⁰⁷, do dia 31 de outubro de 2011, do blog Rainha

¹⁰⁷ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/10/por-que-sabonete-bactericida-e-inutil/#comments>. Acesso em 8 de abril de 2014.

Vermelha. O post trata da eficácia dos sabonetes bactericidas. O comentário feito pelo leitor traz mais esclarecimentos sobre o assunto abordado.

Figura 7 – Exemplo de contribuição para o tema

rafael

31 de outubro de 2011 às 8:02

Diria que este nem é o maior problema de usar sabonetes superpotentes. Nossa flora bacteriana é importantíssima para nós proteger de patógenos, se você destrói essa barreira certamente ficará mais susceptível a uma gama de doenças. Muitas mulheres tem aumento de infecções urinárias pois destroem sua flora endógena da vagina. O adequado seria usar um sabonete especialmente formulado para essa região...

Abraços

Fonte: Imagem coletada pela autora¹⁰⁸

Desvio do tópico: o exemplo abaixo (figura 8) mostra um comentário feito por uma leitora no post “Por que o Rio decidiu multar quem joga lixo no chão?”¹⁰⁹, do dia 10 de abril de 2013, publicado no blog Mundo Sustentável. Ao invés de se ater ao tema tratado na postagem - a decisão da Prefeitura do Rio de Janeiro de multar quem fosse flagrado jogando lixo no chão -, a leitora usa o espaço para pedir ajuda do blogueiro em uma campanha de arrecadação de dinheiro:

¹⁰⁸ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/10/por-que-sabonete-bactericida-e-inutil/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹⁰⁹ Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/04/10/por-que-o-rio-decidiu-multar-quem-joga-lixo-no-chao/>. Acesso em 08 de abril de 2014.

Figura 8 – Exemplo de desvio do tópico

¹⁰³

Cassia Moraes:

4 junho, 2013 as 16:40

André, boa tarde!

Meu nome é Cassia, tenho 23 anos e pesquiso e trabalho com questões socioambientais, como mudanças climáticas, segurança alimentar e erradicação da pobreza.

Esse ano, eu fui aprovada no Master in International Affairs (concentração em meio ambiente) de Columbia e no MA in Global Environmental Policy, da American University, dois dos 10 melhores cursos de Relações Internacionais do mundo.

Depois de meses correndo atrás de bolsas e patrocínio para conseguir cobrir os custos, ainda falta no mínimo R\$70.000 para eu conseguir pagar as despesas necessárias e tirar o meu visto de estudante.

Por isso, decidi lançar uma campanha de crowdfunding para arrecadar a quantia que falta. A campanha está disponível no site <http://cassiamoraes.com/> e deve durar cerca de dois meses.

Se você puder, me ajude a divulgar a campanha!

Um grande abraço!

Cassia Moraes

Fonte: Imagem coletada pela autora¹¹⁰

Expressão de atitudes e emoções: a figura 9 mostra dois exemplos de comentários que expressam atitudes e emoções. Nesses comentários, os leitores parabenizam o blogueiro Atila Iamarino e aprovam o conteúdo do post ‘A aranha mais nerd’¹¹¹, publicado no dia 03 de janeiro de 2013, no blog Rainha Vermelha.

¹¹⁰ Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/04/10/por-que-o-rio-decidiu-multar-quem-joga-lixo-no-chao/>. Acesso em 08 de abril de 2014.

¹¹¹ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/01/aranha-ner/>. Acesso em 08 de abril de 2014.

Figura 9 – Exemplo de expressão de atitudes e emoções

Flávio Mendes

7 de janeiro de 2013 às 20:59

Ótimo texto! Incrível o comportamento dessas aranhas.

Responder ?

Eduardo Poloni

9 de novembro de 2013 às 11:42

Muito interessante o post, sempre curti essa família de aranhas. Parabéns!!!

Responder ?

Fonte: Imagem coletada pela autora¹¹²

Tentativa de influenciar a ação dos outros: para exemplificar este caso, trouxemos um comentário feito à postagem ‘Reduzir IPI de carro é miopia econômica’¹¹³, do dia 1 de abril de 2013, do blog Mundo Sustentável. O post trata do anúncio do governo sobre mais uma prorrogação de IPI reduzido para carros zero e, no comentário, o leitor faz uma recomendação ao blogueiro e aos demais leitores:

Figura 10 – Exemplo de tentativa de influenciar a ação dos outros

8

Miquelangelo - MG:

1 abril, 2013 as 9:25

Só tenho uma coisa a dizer André: Não comprem carros novos no Brasil. Se voce já tem um, fique com ele. Se não tem, compre um usado! A natureza agradece e seu bolso também!

Fonte: Imagem coletada pela autora¹¹⁴

¹¹² Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/01/aranha-ner/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹¹³ Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/04/01/reduzir-ipi-de-carro-e-miopia-economica/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹¹⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/04/01/reduzir-ipi-de-carro-e-miopia-economica/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

Correção à postagem: A figura 11 traz um exemplo de correção feita por um leitor sobre uma informação contida na postagem ‘Você sabia que existe a aurora austral?’¹¹⁵, publicada no dia 02 de setembro de 2013, no blog XisXis:

Figura 11 – Exemplo de correção à postagem

Hugo
2 de setembro de 2013 às 16:56
o Japão não fica no hemisfério sul... mas blz.

Fonte: Imagem coletada pela autora¹¹⁶

Composto: A figura abaixo (figura 12) mostra um exemplo de comentário composto feito ao post ‘Por que se chama Terra do Fogo’¹¹⁷, publicado no dia 27 de setembro de 2013, no blog Xis Xis. No comentário, o leitor compartilha uma experiência pessoal (expressão de atitudes e emoções) – a viagem que também fez à Patagônia - e faz um questionamento para a autora do texto (contribuição para o tema).

Figura 12 – Exemplo de comentário composto

Vinícius Maciel Hoff
27 de setembro de 2013 às 21:25
Olá Isis
Fui pra Patagônia no início do ano e toda a região é realmente espetacular.
Tenho uma dúvida que talvez você saiba responder. Eu fui para lá de ônibus, no caminho ficamos horas passando pelo deserto e em alguns momentos vimos cavalos soltos por lá, aparentemente longe de tudo. Sabe dizer se esses eram cavalos selvagens? E se eram, qual seria a origem deles?

Em El Calafate no falaram de boys selvagens que existem lá por perto, não lembro direito a história, mas parece que eles foram abandonados pelos primeiros colonizadores e acabaram se desenvolvendo isolados na região.

Fonte: Imagem coletada pela autora¹¹⁸

¹¹⁵ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/voce-sabia-que-existe-a-aurora-austral/#comments>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹¹⁶ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/voce-sabia-que-existe-a-aurora-austral/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹¹⁷ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/por-que-se-chama-terra-do-fogo/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹¹⁸ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/por-que-se-chama-terra-do-fogo/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

Por fim, a última categoria do nível três do nosso protocolo metodológico diz respeito à interferência do autor do blog na ferramenta comentários. Acredita-se que é fundamental identificar se os autores dos blogs realizam essa interação com os leitores para compreender se os blogs de ciência realmente alcançam formas mais interativas de comunicação da ciência. “A troca com o público é uma das coisas mais importantes, é necessário responder aos seus comentários, se basear neles para escrever um novo texto. Estabelecer um diálogo com os leitores é a melhor maneira de se manter vivo em sua memória” (SCHITTINE, 2004, p.150).

Por isso, na categoria ‘interferência do autor nos comentários’ será identificado: i) se houve ou não interferência do autor do blog nos comentários; ii) caso houve interferência, qual foi a quantidade e, por fim; iii) de que forma foi a interferência do autor do blog. As variáveis para identificar as formas de interferência do autor do blog nos comentários foram as mesmas utilizadas para identificar as formas de participação dos leitores nos comentários, com base em Kouper (2010): contribuição para o tema, desvio do tópico, expressão de atitudes e emoções, tentativa de influenciar a ação dos outros, correção à postagem e composto. Criou-se ainda a categoria ‘resposta a leitor’ para que pudéssemos identificar os casos específicos em que o autor do blog estaria respondendo a comentários dos leitores.

Quadro 5 – Modos de participação do autor do blog nos comentários dos leitores

Contribuição para o tema	Indicação de outros materiais sobre o assunto, argumento, explicação, esclarecimento ou pergunta que não estejam relacionados diretamente a comentário de algum leitor
Desvio do tópico	Digressão, insulto, autopromoção, comentário relacionado à outra postagem do blog
Expressão de atitudes e emoções	Aprovação/reprovação, parabenização, gratidão, arrependimento ou compartilhamento de experiências pessoais
Tentativa de influenciar a ação dos outros	Conselhos, sugestões, recomendação, pedido ou proposta
Correção à postagem	Correções que vão desde erros gramaticais a imprecisões informativas
Resposta a leitor	Resposta a comentário dos leitores
Composto	Contribuição para o tema + desvio do tópico Contribuição para o tema + expressão atitudes/emoções Contribuição para o tema + tentativa de influenciar ação Contribuição para o tema + correção à postagem Contribuição para o tema + resposta a leitor Desvio do tópico + expressão atitudes e emoções Desvio do tópico + tentativa de influenciar a ação dos outros Desvio do tópico + correção à postagem Desvio do tópico + resposta a leitor Expressão atitudes e emoções + tentativa de influenciar ação Expressão atitudes/emoções + correção à postagem Expressão de atitudes/emoções + resposta a leitor Tentativa de influenciar ação + correção à postagem Tentativa de influenciar ação+ resposta a leitor Correção à postagem + resposta a leitor

Fonte: organização da autora.

Sendo assim, o terceiro nível do nosso protocolo metodológico ficou assim organizado:

Quadro 6 – Terceiro nível do protocolo metodológico

Protocolo nosso – Nível 3
Marcas da circulação das informações
5. Uso de link no post: () Sim () Não
(a) Quantidade:
(b) O link serve para: <input type="checkbox"/> Menção à origem da informação <input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o assunto <input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post <input type="checkbox"/> Página não disponível
Páginas para as quais os links direcionam:
6. Comentário dos leitores: () Sim () Não
(a) Quantidade:
(b) Modos de participação: - Contribuição para o tema - Desvio do tópico - Expressão de atitudes e emoções - Tentativa de influenciar a ação dos outros - Correção à postagem - Composto
7. Interferência do autor do blog nos comentários: () Sim () Não
(a) Quantidade:
(b) Modos de interferência do autor do blog nos comentários: <input type="checkbox"/> Contribuição para o tema <input type="checkbox"/> Desvio do tópico <input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções <input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros <input type="checkbox"/> Correção à postagem <input type="checkbox"/> Resposta a leitor <input type="checkbox"/> Composto

Fonte: Organização da autora.

Por fim, apresentamos então a estrutura completa de nosso protocolo metodológico. Além dos três níveis, criamos um cabeçalho com dados gerais de cada postagem (como título, data da postagem, tema e total de caracteres da postagem) para que fosse possível identificar aspectos como média de frequência de atualização dos blogs, temas que mais aparecem e média de tamanho dos posts:

Quadro 7 – Protocolo metodológico adotado

Blog:		
Título da Postagem:		
Data:		
Tema:		
Caracteres com espaço:		
<u>Marcas da obtenção das informações</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
() Fontes do poder público	() Agência de notícia	
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãos	() Outro blog	
() Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos e eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Livro	
() Recursos alternativos	() Ciberespaço	
() Autor do texto atua como fonte		
Detalhamento da origem da informação		
2. Redação do texto		
() Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
<u>Marcas da composição dos posts</u>		
3. Conteúdo do post		
() Informação		
() Análise		
() Opinião		
() Avaliação		
() Explicação		
() Crítica		
() Interpretação		
() Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/publicidade		
4. Recursos áudio/visuais		
() Sim	() Não	
4a) Quantidade:		
4b) Origem		

<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
4c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação das informações			
5. Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
5a) Quantidade:			
5b) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o assunto			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
Páginas para as quais os links direcionam			
6. Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6b) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
7. Interferência do autor do blog nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Resposta a leitor			
<input type="checkbox"/> Composto			

Fonte: Organização da autora.

4 - A DINÂMICA DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NOS BLOGS DE JORNALISTAS E CIENTISTAS: RESULTADOS E DISCUSSÕES

*Si tus proyectos son para un año, siembra el
grano;
si son para diez, planta un árbol;
y si alcanzan un siglo, instruye al pueblo.*

*Sembrando una vez el grano, cosecharás una vez;
plantando un árbol, cosecharás diez veces;
instruyendo al pueblo, cosecharás cien (Kouang-tzu).*

Após explanarmos sobre os aspectos históricos, contemporâneos e conceituais relativos à divulgação científica e ao jornalismo científico e apresentarmos os procedimentos metodológicos adotados durante o processo de pesquisa, iremos, neste capítulo, descrever e analisar a dinâmica da divulgação científica nos quatro blogs de ciência selecionados para este estudo - Mundo Sustentável, Xis Xis, Doutor Jairo Bouer e Rainha Vermelha - a partir das marcas de obtenção, composição e circulação das informações postadas.

São perguntas que tentarão ser respondidas neste capítulo: como pode ser caracterizada a dinâmica da divulgação científica em blogs de jornalistas e cientistas brasileiros? Em que aspectos a dinâmica da divulgação científica em blogs de cientistas se diferencia ou se assemelha à dinâmica dos blogs de jornalistas? Será que os blogs de ciência hospedados em grandes veículos de comunicação ou portal de notícias possuem dinâmica distinta dos blogs independentes?

Antes de adentrarmos especificamente nos três níveis que, esquematicamente, caracterizam a dinâmica da divulgação científica nos blogs - obtenção, composição e circulação das informações -, iremos abordar alguns aspectos gerais identificados a partir das informações catalogadas no cabeçalho do protocolo metodológico e da observação em profundidade realizada durante a pesquisa.

Conforme já mencionado no capítulo anterior, entre os dias 13 e 17 de janeiro de 2014 foram coletadas as 20 postagens mais recentes de cada blog anteriores ao dia 1 de outubro de 2013 e os comentários relacionados a essas postagens, totalizando 80 postagens e 759 comentários.

Como podemos ver na tabela abaixo (tabela 1), o período de publicação das postagens variou bastante entre os blogs:

Tabela 1 – Período de publicação das 20 postagens mais recentes de cada blog

	Blogs	Período das 20 postagens mais recentes	Total de dias entre a primeira e a última postagem coletada	Média da frequência de atualização
Blogs vinculados	Mundo Sustentável	27/09/13 a 03/12/12	298	1 post a cada 15 dias
	Doutor Jairo Bouer	17/07/13 a 13/03/13	126	1 post a cada 6 dias
	Blogs independentes	Xis Xis	30/09/13 a 24/05/13	129
	Rainha Vermelha	30/05/13 a 31/10/11	576	1 post a cada 29 dias

Fonte: Organização da autora

Mesmo que os blogs Xis Xis e Doutor Jairo Bouer tenham apresentado uma média de frequência de atualização idêntica e muito menor que os outros dois blogs, o que se observou é que, de modo geral, nenhum dos blogs possui regularidade na publicação de postagens. Eles podem passar por momentos de mais atualização e outros de inatividade. Um autor pode publicar duas postagens no mesmo dia e, depois, ficar meses sem publicar.

No caso do blog Rainha Vermelha, por exemplo, o post mais recente anterior ao dia 1 de outubro de 2013 era de 30 de maio do mesmo ano. Ou seja, já eram 123 dias, ou, aproximadamente, quatro meses sem postagem nova no blog. Em compensação, no mês de setembro de 2012 o autor do blog havia publicado quatro posts entre os dias 12 e 27, o que significa quatro posts em 15 dias. Situações semelhantes foram encontradas nos outros três blogs.

E isso pode ser explicado por um fator que vai influenciar toda a dinâmica da divulgação científica nos blogs: eles se constituem como atividade secundária na vida dos seus autores e não como a principal ocupação profissional.

Nas entrevistas realizadas com os autores dos quatro blogs selecionados, constatou-se que, em todos os casos, as páginas já nasceram sendo uma atividade complementar na vida dos blogueiros. Os

blogs Doutor Jairo Bouer e Mundo Sustentável, por exemplo, foram criados a pedido dos portais aos quais o médico Jairo Bouer e o jornalista André Trigueiro já tinham vínculos profissionais. Como esses autores, naquele momento, já possuíam outras ferramentas de divulgação de seus trabalhos – como site e programas em rádio ou TV - os blogs não foram usados, desde o seu início, como principal meio de comunicação com o público.

Os dois blogs independentes analisados nesta pesquisa – Xis e Xis Rainha Vermelha -, apesar de terem sido criados por iniciativa dos seus autores, também consistiam em atividades secundárias para seus blogueiros na época em que foram gestados. Quando o blog Xis Xis surgiu, a jornalista Isis Nóbile Diniz já trabalhava em uma revista e fazia trabalhos *freelancers*. O blog Rainha Vermelha, por sua vez, foi criado em 2007, quando seu autor, o biólogo Atila Iamarino, entrou na pós-graduação.

É comum encontrar blogs de ciência que se configuram como uma atividade esporádica na vida de seus autores. Em muitos casos, eles são criados mesmo como uma válvula de escape para que os blogueiros possam fugir do *stress* da rotina profissional e escrever sobre aquilo que gostam.

Além disso, a blogagem de ciência não costuma se constituir como uma ocupação rentável. Seja porque muitos autores não sabem, não se interessam ou não querem monetizar seus blogs ou porque nem sempre as páginas costumam atrair muita publicidade ou patrocínio.

Conforme justifica o biólogo Atila Iamarino¹¹⁹, autor do blog Rainha Vermelha e administrador do Science Blogs Brasil:

¹¹⁹ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 11 de março de 2014, via Skype. Ver apêndice C.

Se você for ver blogs de moda, especialmente moda, mas também blogs de conteúdo mais popular, eles têm uma demanda por conteúdo pago, em que a pessoa vai ser paga para comentar ou resenhar alguma coisa. No Science Blogs é muito raro recebermos esse tipo de proposta para o pessoal fazer conteúdo pago. Que, hoje em dia, é onde está a maior parte do dinheiro para blogs, porque quem quer simplesmente pagar por impressões, vai no Facebook e vende os anúncios lá por centavos. Não precisa negociar com cinquenta, cem blogs individualmente para conseguir um alcance que ele consegue com o serviço automatizado do Facebook. Então as pessoas, hoje em dia, buscam muito mais os blogs para ter um post pago, ou um conteúdo lá dentro resenhado ou comentado. E dentro de ciência, não tem muita demanda para isso.

Assim, muitos blogs de ciência se configuram mesmo como um *hobby*, uma atividade de lazer, uma ocupação que é realizada simplesmente pelo amor ao tema ou por amor à atividade de blogagem.

Em razão disso, os blogs não costumam passar por um processo de planejamento. As postagens vão ser publicadas, sobretudo, quando o blogueiro tiver tempo para isso. Muitos autores até criam as páginas com a intenção de fazer publicações diárias, mas acabam desistindo dessa ideia no decorrer do percurso. É comum os blogs de ciência iniciarem suas atividades com uma frequência de postagem bastante intensa e, depois, se tornarem menos atualizados.

De acordo com a jornalista responsável pelo blog independente Xis Xis, Isis Nóbile Diniz¹²⁰, quando criou o blog, em 2008, ela procurava publicar todo dia e dedicava cerca de dez horas semanais para administração e atualização da página. Hoje, não consegue dispensar mais o mesmo tempo para a atividade:

¹²⁰ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 17 de fevereiro de 2014, via chat do Gmail. Ver apêndice B.

Direta ou indiretamente, por meio do blog, eu dei cursos, palestras, consegui empregos novos. Hoje, trabalho na comunicação da ONG Iniciativa Verde e coordeno a comunicação do projeto Plantando Águas, patrocinado pela Petrobras, de R\$ 2,7 milhões. Além disso, faço trabalhos freelancers. Parece bobo, mas depois de casar também tenho que dedicar um tempo para a casa (rs). Assim, sobra pouco tempo para o blog. [...] Acabo tendo que priorizar outras questões profissionais e pessoais.

Além das ocupações pessoais e profissionais – que podem surgir também em decorrência da atividade realizada no blog - os blogueiros podem ser abatidos pelo cansaço ou desânimo, o que leva muitos blogs a serem abandonados.

Uma observação feita sobre os 245 blogs existentes nos três principais metablogs brasileiros – Science Blogs Brasil, Anel de Blogs Científicos e Roda de Ciência - entre os dias 08 e 14 de maio de 2013 para produção de um artigo mostrou, por exemplo, que até aquela data, aproximadamente 57% ou, 139 blogs, ainda não haviam publicado post em 2013.

A falta de atualização frequente pode ser decisiva para a não fidelização de leitores nos blogs de ciência, já que ela se constitui como uma das principais vantagens dos blogs se comparados a outras publicações na web (BARBOSA; GRANADO, 2004, p.44). Muitos blogueiros são cientes da importância da atualização regular, mas não conseguem dispensar mais tempo para a blogagem, que segue sendo uma atividade secundária em suas rotinas. Como justifica o jornalista e blogueiro André Trigueiro¹²¹:

¹²¹ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 14 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice E.

Eu não sou só blogueiro. Eu sou repórter da TV Globo, eu sou editor chefe de um programa na Globo News, eu sou colunista do Jornal da Globo, eu dou aula na PUC, num curso que eu criei há 10 anos exatamente, eu sou colunista da rádio CBN. Então, para mim, é importante na dinâmica das minhas rotinas profissionais ter esse equilíbrio do consumo de tempo/energia, sabendo aonde haverá um compromisso regular de trabalho e, para isso a remuneração pode vir a ser algo importante, e onde meu compromisso é sazonal, onde eu não tenho compulsoriamente a demanda de produzir algo. É o caso do G1.

Outro aspecto geral que foi possível constatar em relação aos blogs de ciência é que eles abordam uma variedade enorme de assuntos. O conteúdo temático dos quatro blogs de ciência examinados nesta pesquisa é apresentado como uma nuvem de palavras chave na figura a seguir (figura 13). O tamanho da fonte corresponde à frequência com que determinado tópico apareceu nos blogs (isto é, quanto maior a fonte, mais frequente foi o tema nas postagens).

Figura 13 – Nuvem de palavras com temas encontrados nas postagens



Fonte: organização da autora.

Como pode ser observado na figura acima, os blogs abordam uma variedade de questões e temas que vão além da ciência. As postagens podem abranger assuntos ligados à política - como a nomeação do embaixador brasileiro Luiz Alberto Figueiredo ao cargo de Ministro de Relações Exteriores, ocorrida em agosto de 2013 - ou até mesmo à religião - como a visita do Papa Francisco ao Brasil em julho de 2013. Podem incluir ainda questões como homossexualidade, suicídio e presentes natalinos. Entretanto, a maioria desses tópicos é trazida à tona porque possuem alguma ligação com a ciência ou porque os autores decidem abordá-los a partir de uma perspectiva que interessa ao campo científico.

Essa diversidade nos temas tratados pode ser destacada como um aspecto positivo nos blogs de ciência, pela possibilidade de atrair um público bastante amplo – já que os leitores podem chegar ao blog não porque ele é um blog de ciência, mas por meio de uma postagem específica - e desmistificar o campo científico, ao tornar visível que ele não abrange somente conhecimento ligado apenas às chamadas ciências duras como a Física e a Química, mas que pode auxiliar a compreender diversos fenômenos do dia a dia, inclusive os sociais, como as manifestações de rua ocorridas no Brasil em 2013.

Além disso, essa abrangência nos temas abordados pelos blogs pode ajudar as pessoas a entenderem que a ciência não é um campo puro e autônomo em relação à sociedade, mas que ela também está atrelada a questões políticas, econômicas e sociais. Ou seja, pode contribuir para uma visão mais sistêmica e menos fragmentada da ciência e do mundo em que vivemos (CASTELFRANCHI, 2008; NOVAES, 2008).

E essa variedade observada no tema das postagens dos blogs de ciência analisados pode ser explicada pela diversidade de formas pelas quais uma postagem pode ser originada.

4.1 Marcas da obtenção das informações nos blogs de ciência

4.1.1 Origem da informação

Em busca de inspiração e temas para suas postagens, os blogueiros de ciência podem se basear nas mais variadas fontes de informação. Os posts podem ser fruto de algo curioso, pitoresco, interessante com os quais os blogueiros se depararam no dia a dia e decidiram publicar no blog; viagens, atividades ou eventos que participaram ou vão participar; informação ou material sobre um tema que gostam e querem compartilhar; bem como tema polêmico ou atual

que está na agenda da mídia tradicional e sobre o qual os blogueiros querem opinar, explicar ou criticar.

As postagens podem surgir ainda de informações obtidas em outro processo de busca, como aquelas conseguidas durante a produção de matéria para veículos jornalísticos nos quais o autor trabalha - principalmente no caso dos jornalistas -, ou para a realização de palestras, participação em eventos, produção de trabalhos e artigos acadêmicos – sobretudo no caso dos cientistas. Podem surgir ainda de relatórios e pesquisas divulgadas por universidades, institutos e centros de pesquisa ou Organizações Não Governamentais (ONGs). Na tabela a seguir (tabela 2) é possível notar, de modo especificado, a quantidade e os tipos de fontes de informação utilizadas para a produção das postagens nos quatro blogs analisados:

Tabela 2 - Fontes de informação utilizadas nos blogs

	Origem da informação	Blogs vinculados		Blogs independentes		Total
		Mundo Sustentável	Doutor Jairo Bouer	Xis Xis	Rainha Vermelha	
De primeira mão	Fontes do poder público	13	2			15
	Fontes institucionais	10	3	9	4	26
	Fontes cidadãs			2	3	5
	Fontes especializadas	5		5	5	15
	Assessoria de imprensa		2	1		3
	Fontes não convencionais					
	Recursos alternativos				0	0
	Autor do texto	6		12	14	32
Total primeira mão	34	7	29	26	96	
De segunda mão	Agência de notícia		1			1
	Outro veículo jornalístico	1			4	5
	Outro blog	1			4	5
	Publicações científicas		9	8	5	22
	Documentos impressos/eletrônicos	11	1	1	2	15
	Livro			1	1	2
	Ciberespaço			1	3	4
	Total segunda mão	13	11	11	19	54
Não identificável	5	2	3	1	11	

Fonte: Organização da autora

O que se observa é que, enquanto nos blogs de jornalistas (Mundo Sustentável e Xis Xis), a utilização de fontes de primeira mão é quase três vezes maior que o uso das fontes de segunda mão, nos blogs de cientistas (Rainha Vermelha e Doutor Jairo Bouer) essa origem da informação é mais equilibrada. Isso pode ser explicado pela própria natureza da atividade jornalística, que é marcada pela procura da informação de primeira mão e, porque, os jornalistas podem utilizar nas suas postagens essas fontes que consultaram para outros trabalhos profissionais.

Outro dado interessante para se ressaltar é o quanto os autores dos blogs independentes se usam como fonte de informação nas postagens. Enquanto nos blogs vinculados a grandes meios de comunicação (Mundo Sustentável e Doutor Jairo Bouer) os autores foram fontes de informação em apenas seis ocasiões – todas elas no blog Mundo Sustentável – nos blogs independentes (Xis Xis e Rainha Vermelha) isso ocorreu 26 vezes. A variável ‘autor do texto’ foi, inclusive, a mais utilizada como fonte de informação nesses blogs. E na maioria dos casos, se tratava da informação principal do post.

É que nos blogs independentes há maior recorrência de posts originados de experiências pessoais e cotidianas dos autores, como viagens, palestras e atividades realizadas ou a serem realizadas. Os blogs espelham, muitas vezes, a vida dos seus autores. Como explica a blogueira independente Isis Nóbile Diniz: “Pelo blog, quem é bem próximo a mim, consegue dizer como está a minha vida”¹²². O mesmo acontece com o blogueiro independente Atila Iamarino: “O blog cresceu comigo. Os temas, as coisas que eu discuto lá vão acompanhando mais ou menos a minha fase de vida”¹²³.

Importante destacar que, mesmo nos casos das postagens originadas de experiências pessoais, notou-se a preocupação dos blogueiros independentes em contextualizar o post com outros materiais, como vídeos, imagens, publicações científicas ou links. Seja para corroborar um ponto de vista ou para abordar de forma mais ampla o assunto tratado.

No blog Xis Xis, por exemplo, a jornalista Isis Nóbile Diniz aproveitou uma viagem que fez à Argentina para escrever vários posts com curiosidades e informações que obteve durante o passeio, sempre por meio uma abordagem científica:

¹²² Entrevista concedida à pesquisadora no dia 17 de fevereiro de 2014, via chat do Gmail. Ver apêndice B.

¹²³ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 11 de março de 2014, via Skype. Ver apêndice C.

Figura 14 – Post sobre experiência pessoal com contextualização através de links e vídeo¹²⁴

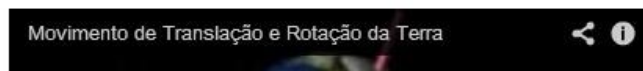
A qualquer momento do dia em que eu olhava ao Sol na cidade de Ushuaia, Argentina, principalmente para ter ideia de que horas eram, ele marcava cerca de quatro horas. E estava sempre acima das montanhas. Aquilo começou a me encafiar de tal maneira que observava de canto de olho só para ter certeza de que o astro não estava me trolando. Sério, não podia ser! Nunca estava a pino.



"O Sol anda em linha reta! Ele nasce em uma montanha e se põe na ao lado! É sempre assim?", lá vai eu perguntar à dona da pousada. "Isso porque você não viu no auge do inverno, ele nasce e se põe sobre a mesma montanha", ela respondeu. No pico do inverno, há poucas horas de luz (veja neste site). Já no verão, ela me disse que o dia começa às quatro da matina e termina lá pelas 11 horas da noite. O Sol nasce no centro do Canal Beagle (que fica em frente à cidade). E que é lindo. Deve ser.

Matutando sobre o Sol, tive uma luz – rá. Como eu não pensei nisso antes... Ushuaia está bem ao Sul do planeta. A Terra é inclinada, isto gera as estações do ano. No inverno, a parte virada mais para longe do Sol se

"esconde" do astro. No verão, ela permanece mais tempo perto do Sol (veja no vídeo abaixo). Agora, o curioso é ver o Sol andando em linha reta na região noroeste e de repente sumir nas montanhas onde ele nasceu. Muito doído.



Fonte: Imagem coletada pela autora¹²⁵

Esse tipo de postagem pode contribuir por apresentar o conteúdo científico de modo mais informal aos leitores. No caso dos blogs escritos pelos cientistas, pode contribuir para "humanizar" a ciência, no sentido de mostrar que os cientistas não são super-heróis inacessíveis,

¹²⁴ Trecho da postagem intitulada 'O Sol nasce e se põe no mesmo lugar' publicada no dia 30 de setembro de 2013, no blog Xis Xis. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/o-sol-nasce-e-se-poe-no-mesmo-lugar/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹²⁵ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/o-sol-nasce-e-se-poe-no-mesmo-lugar/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

mas seres humanos iguais a nós (CALVO HERNANDO, 2002). No caso dos jornalistas, pode servir ao mesmo propósito - mostrar que são seres falíveis -, além de ajudar a tornar mais transparente aos leitores o processo de produção jornalística (FOLETTTO, 2009).

Nos blogs vinculados aos grandes meios de comunicação, entretanto, as experiências pessoais dos seus autores não costumam ser tema dos posts. No blog Mundo Sustentável, as postagens geralmente são originadas dos assuntos que André Trigueiro cobre diariamente como jornalista. No blog do Doutor Jairo Bouer, as postagens do blog espelham fielmente o conteúdo publicado na seção ‘notícias/atualidades’ do site Dr. Jairo Bouer¹²⁶, e são oriundas, basicamente, das pautas diárias dos noticiários de saúde.

Por isso, nos dois blogs vinculados a grandes meios de comunicação, constatou-se que as fontes de informação mais utilizadas nas postagens foram publicações científicas, fontes institucionais, do poder público ou documentos impressos e eletrônicos.

De modo geral, as principais fontes de informações utilizadas nos quatro blogs de ciência examinados foram as seguintes:

Tabela 3- Principais fontes de informação utilizadas nos blogs

Fontes	Quantidade
Autor do blog	32
Fontes institucionais	26
Publicações científicas	22
Documentos impressos/eletrônicos	15
Fontes especializadas	15
Fontes do poder público	15
Não identificável	11
Outro veículo jornalístico	5
Outro blog	5
Fontes cidadãs	5
Ciberespaço	4
Assessoria de imprensa	3
Livro	2
Agência de notícia	1
Recursos alternativos	0
Fontes não convencionais	0

Fonte: Organização da autora.

¹²⁶ Disponível em: <http://doutorjairo.uol.com.br/>.

O fato da categoria ‘autor do texto’ ser a primeira colocada na tabela acima deve-se à grande recorrência de postagens originadas de experiências pessoais nos blogs independentes.

Como se pode perceber, depois da categoria ‘autor do blog’ as que mais aparecem são as fontes institucionais, publicações científicas, documentos impressos/eletrônicos, fontes especializadas e do poder público. Nota-se então que, neste quesito, os blogs de ciência não apresentam especificidades muito significativas em relação a outras formas de divulgação científica e costumam recorrer a fontes tradicionais de informação.

Nessa mesma perspectiva, é preciso destacar que o uso de fontes cidadãs foi muito raro nos blogs analisados e, mesmo assim, ele só foi encontrado nos dois blogs independentes. Foram utilizadas fontes cidadãs duas vezes no blog Xis Xis e três vezes no blog Rainha Vermelha. No blog Xis Xis a recorrência se deu aos donos das pousadas onde a blogueira se hospedou durante sua viagem à Argentina¹²⁷. No blog Rainha Vermelha o autor recorreu a um vídeo feito pelo comediante norte americano Loius C.K que abordava o tema homossexualidade¹²⁸; uma informação dada por um leitor sobre o custo anual da assinatura de revistas pela Capes¹²⁹; e uma postagem feita pelo matemático britânico Timothy Gowers sobre sua recusa em submeter e revisar artigos para a editora holandesa Elsevier (neste caso, o matemático fornecia informação na condição de fonte afetada pelo acontecimento)¹³⁰.

Esses dados demonstram que os blogs de ciência tendem a manter o caráter elitista que a divulgação científica tradicional já possui. Se perpetua uma prática comum na comunicação da ciência: o uso, quase que total, de fontes de informação oficiais (VICTOR, 2009).

Torna-se importante destacar aqui outro aspecto bastante revelador. Olhando para a tabela anterior (tabela 3) e constatando-se

¹²⁷ Postagens disponíveis em <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/o-sol-nasce-e-se-poe-no-mesmo-lugar/> e <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/argentina-nao-as-sacolas-plasticas/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

¹²⁸ Postagem com o vídeo disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/02/a-natureza-da-homossexualidade-e-os-comentarios-de-eliveira-e-izzynobre/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

¹²⁹ Postagem disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/02/acesso-aberto/#comment-43607>. Acesso em 12 de abril de 2014.

¹³⁰ Postagem disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/02/acesso-aberto/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

que, entre as principais fontes de informação estão as institucionais, do poder público e especializadas, pode-se ter a falsa sensação de que os blogs de ciência recorrem, com frequência, a fontes humanas. É necessário esclarecer, entretanto, que a recorrência se dá, na quase totalidade dos casos, a relatórios, mapas, dados, estudos, artigos e discursos publicados por essas fontes e não necessariamente do contato pessoal e exclusivo para o blog. Somando-se a isso o fato de que as outras duas principais fontes de informação dos blogs – à exceção da categoria ‘autor do blog’ – são as publicações científicas e os documentos impressos e eletrônicos, percebe-se, então, que a grande maioria das informações publicadas nos blogs de ciência é originada de fontes documentais e não de fontes humanas - inclusive nos blogs de jornalistas.

Isso pode acontecer por vários motivos. O primeiro deles é que os blogs de ciência aqui examinados são escritos individualmente e, conforme já citado, se constituem como atividade secundária na vida dos blogueiros. Como o tempo para a atualização e administração do blog é limitado, os autores costumam valer-se de fontes de informações já conhecidas e facilmente acessíveis – como materiais já lidos em outras ocasiões ou obtidos através de outros processos de busca. O segundo motivo diz respeito ao fato de que, como muitos posts - principalmente nos blogs independentes - são originados de experiências pessoais dos blogueiros, os autores procuram contextualizar essas informações através de fontes mais tradicionais e aceitas cientificamente - como relatórios, pesquisas e estudos – e as quais os leitores também podem ter acesso.

Em relação ainda à origem da informação nos blogs de ciência, é interessante notar que o ciberespaço, que “implode com a lógica do predomínio das fontes profissionais porque transforma os próprios usuários em fontes não menos importantes” (MACHADO, 2003, p.6) pouco foi utilizado como fonte. A recorrência só foi observada nos blogs independentes: uma vez no blog Xis Xis (com utilização da Wikipedia¹³¹) e três vezes no blog Rainha Vermelha (com utilização das páginas Gigaom.com¹³², Mendeley.com¹³³ e Researchblogging.org¹³⁴).

¹³¹ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/pelados-no-ushuaia/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

¹³² Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/02/acesso-aberto/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

¹³³ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/08/um-bom-artigo-precisa-ser-citado-metricas-altmetrics/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

A busca por outros blogs como fonte de informação também é pouco usual e foi identificada apenas cinco vezes nas 80 postagens analisadas, sendo que quatro se deram no blog independente Rainha Vermelha¹³⁵ e uma no blog vinculado Mundo Sustentável¹³⁶. E essa constatação vai à contramão de um dos elementos que caracteriza a blogosfera: a criação de comunidades.

Conforme Lasica (2003), é a criação dessa comunidade ou rede de ideias entre os blogs que os torna parte um novo ecossistema de mídia emergente. De acordo com o autor, não se pode esperar o encapsulamento completo de uma história ou ideia em um blog, mas é em comunidade que os blogueiros devem discutir, dissecar e estender as histórias criadas pela grande mídia. No caso dos blogs de ciência, essa falta de ligação pode prejudicar ainda a expansão e o fortalecimento dessas páginas como uma modalidade credível de divulgação científica.

Um aspecto não previsto inicialmente na pesquisa, mas que nos pareceu bastante significativo, é a grande incidência de fontes de informação internacionais nos blogs de ciência analisados:

¹³⁴ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/08/um-bom-artigo-precisa-ser-citado-metricas-altmetrics/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

¹³⁵ Postagens disponíveis em: i) <http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/02/a-natureza-da-homossexualidade-e-os-comentarios-de-eliveira-e-izzynobre/>; ii) <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/esquilo-suicida-nem-perto/>; iii) <http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/10/por-que-sabonete-bactericida-e-inutil/>. Acesso em 13 de abril de 2014.

¹³⁶ Postagem disponível no link: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/01/22/nyt-fecha-editoria-de-meio-ambiente-e-dai/>. Acesso em 13 de abril de 2014.

Tabela 4 – Incidência de fontes nacionais e internacionais nos blogs¹³⁷

Origem da informação	Blogs de jornalistas				Blogs de cientistas			
	Mundo Sustentável		Xis Xis ¹³⁸		Doutor Jairo Bouer		Rainha Vermelha	
	Int	Naci	Int	Naci	Int	Naci	Int	Naci
Fontes do poder público	3	10				2		
Fontes institucionais	6	4	7	2	1	2	3	1
Fontes cidadãs			2				2	1
Fontes especializadas	4	1	3	1			4	1
Assessoria de imprensa				1	2	1		
Fontes não convencionais								
Recursos alternativos								
Agência de notícia								
Outro veículo jornalístico			1				4	
Outro blog	1							4
Publicações científicas				8	8	1	5	
Documentos impressos/eletrônicos	3	8	1		1		2	
Livro				1			1	
Ciberespaço			1				3	
Total	17	24	14	13	12	6	24	7

Fonte: Organização da autora.

É possível notar que, enquanto no blog Mundo Sustentável há mais fontes nacionais do que internacionais e no blog Xis Xis há equilíbrio entre essas categorias, nos blogs de cientistas (Rainha Vermelha e Doutor Jairo Bouer) há prevalência do uso de fontes

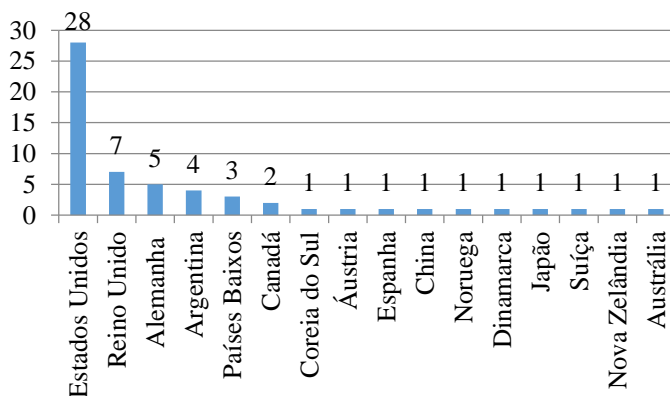
¹³⁷ Não estão contidas na tabela as variáveis ‘autor do blog’ e ‘não identificável’.

¹³⁸ Não foi possível identificar a nacionalidade de uma fonte especializada do post ‘Saiba a sua relação com animais presos em cativeiro para ‘Show’’, do dia 26 de julho de 2013, do blog Xis Xis, porque a autora identificou a fonte apenas como ‘de acordo com alguns psicólogos (não achei as referências que tinha visto)’. Postagem disponível no link: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/07/turismo-saiba-a-sua-relacao-com-animais-presos-em-cativeiro-para-show/>. Acesso em 13 de abril de 2014.

internacionais. Aspecto que pode ser positivo, por propiciar ao público brasileiro conhecer e ter acesso à informações e dados provenientes de outros lugares do mundo, como também pode ser negativo quando se privilegia e se exalta as pesquisas advindas de outros países em detrimento daquelas produzidas no Brasil - como no caso dos blogs Doutor Jairo Bouer e Rainha Vermelha, em que quase todas as publicações científicas utilizadas eram internacionais. Conforme Oliveira (2005, p.41), não se pode negar a importância dos temas de ciência e tecnologia dos países desenvolvidos, “no entanto, é necessário buscar equilíbrio na divulgação das informações para que a sociedade brasileira conheça o que está sendo realizado no país e adquira a capacidade de fazer julgamentos racionais sobre a importância da C&T”.

Em nossa análise, procurou-se notar ainda de que países provinham essas informações internacionais. Excluindo-se os casos em que as informações eram oriundas de agências ligadas à ONU ou de sites de construção coletiva como Wikipedia, tem-se os seguintes resultados:

Gráfico 1 – Fontes de informação internacionais



Fonte: Organização da autora.

Como mostram os dados, a maioria das fontes internacionais utilizadas nos blogs de ciência provém dos países desenvolvidos e, sobretudo, dos Estados Unidos. O único país latinoamericano que apareceu como fonte de informação foi o Argentina – e isso porque

cinco postagens do blog independente Xis Xis referiam-se à viagem que a autora do blog fez ao país. Os dados acima podem ser reflexo, conforme Oliveira (2005, p.41), “da existência de políticas intencionais e sistemas eficientes de divulgação científica nos países desenvolvidos. [...] O governo destes países toma como sua responsabilidade a iniciativa de promover a comunicação pública da ciência”. A eficácia desse tipo de política pública se comprova através do amplo material proveniente desses países divulgado nos meios de comunicação brasileiros.

4.1.2 Redação do texto

No que diz respeito à redação das postagens nos quatro blogs selecionados, temos os seguintes resultados:

Tabela 5 - Redação das informações nos blogs selecionados

Redação	Blogs vinculados		Blogs independentes	
	Mundo Sustentável	Doutor Jairo Bouer	Xis Xis	Rainha Vermelha
Própria	20	20	16	19
Híbrida			1	1
Republicação			3	

Fonte: Organização da autora.

Como é possível notar, nos blogs vinculados a grandes meios de comunicação, todas as postagens foram escritas pelos autores dos blogs. Já nos blog independentes foram identificadas algumas publicações híbridas e republicações.

A publicação híbrida encontrada no blog Xis Xis refere-se à postagem ‘Historiadora explica os “apenas” 20 centavos’¹³⁹, do dia 18 de junho de 2013, que é iniciada pela blogueira e depois continuada por uma historiadora. Já as três republicações referem-se às postagens ‘Pelados em Ushuaia’¹⁴⁰, do dia 28 de setembro de 2013, e “Muito além da economia verde”¹⁴¹, do dia 28 de maio de 2013, escritas pelo

¹³⁹ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/06/historiadora-explica-os-apenas-20-centavos/>. Acesso em 13 de abril de 2014.

¹⁴⁰ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/pelados-no-ushuaia/>. Acesso em 13 de abril de 2014.

¹⁴¹ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/05/muuuito-alem-da-economia-verde/>. Acesso em 13 de abril de 2014.

jornalista Gustavo Mendes Nascimento, e à postagem ‘A garrafa 100% reciclada de Guaraná Antarctica’¹⁴², do dia 14 de agosto de 2013, que republica material de divulgação da marca.

No blog independente Rainha Vermelha foi encontrada a publicação híbrida ‘Walt Disney, Motorhead e Fungos – interciência’¹⁴³, do dia 4 de fevereiro de 2013, que é iniciada pelo autor do blog e depois continuada por outro autor não identificado. Esse post, na verdade, fazia parte da blogagem coletiva do InterCiência, uma espécie de amigo oculto em que um blogueiro enviou o post para o blog Rainha Vermelha e o público teria que adivinhar quem era ele dentre os participantes divulgados.

O fato de não terem sido encontradas republicações ou postagens híbridas nos blogs vinculados a grandes meios de comunicação é compreensível se levarmos em consideração que a criação desses blogs pelos portais se dá, justamente, pelo interesse em se aproveitar a credibilidade e autoridade que tais profissionais possuem em suas áreas de atuação. Assim, há certa expectativa, mesmo que implícita, de que os materiais sejam escritos pelos autores dos blogs.

- **Considerações parciais**

De maneira geral, se notou uma grande diversidade nas formas pelas quais uma postagem pode ser originada nos blogs de ciência examinados. Diversidade essa que é decorrência, primeiramente, da liberdade com que o blog, sendo um meio eminentemente pessoal, permite ao seu autor no que diz respeito ao seu modo de atuação (FOLETTTO, 2009). A escolha dos assuntos abordados nas postagens dos blogs de ciência é feita de maneira autônoma, a partir do que o blogueiro considera como pertinente ou interessante de ser publicado. Essa autonomia dos blogueiros faz com que cada blog apresente características bem peculiares na obtenção das informações que vão compor a postagem e nos temas abordados.

Mas apesar dessas peculiaridades encontradas, foi possível identificar certas similaridades entre alguns blogs. Constatou-se, por exemplo, que os blogs independentes costumam se valer mais do caráter pessoal da blogosfera, utilizando-se como fonte de informação em

¹⁴² Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xixxis/2013/08/a-garrafa-100-reciclada-de-guarana-antarctica/>. Acesso em 13 de abril de 2014.

¹⁴³ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/02/interciencia/>. Acesso em 13 de abril de 2014.

várias ocasiões para constituírem seus posts. Enquanto nos blogs independentes as experiências pessoais e cotidianas dos seus blogueiros é que originam e guiam o ritmo das postagens, nos blogs vinculados a grandes meios é a agenda da grande mídia que conduz as publicações. Sendo assim, os blogs vinculados costumam apresentar temas que já são recorrentes nos veículos de comunicação tradicionais, enquanto os blogs independentes costumam apresentar temas mais peculiares.

Embora identificadas essas diferenças nas formas em que as postagens são originadas nos blogs, se notou que a preocupação dos blogueiros - tanto de jornalistas quanto de cientistas, vinculados ou não a grandes meios de comunicação - não é trazer uma informação ou pesquisa exclusiva em suas postagens. Ao invés da exclusividade na informação, os blogueiros - à exceção do médico Jairo Bouer, em que as postagens do blog refletem fielmente conteúdo publicado no site do autor - se preocupam em trazer exclusividade na forma com que abordam a temática. Até porque, obter informação exclusiva demandaria mais tempo e investimento do que os blogueiros podem e/ou pretendem dispensar para a atividade de blogagem.

A ideia que baliza o funcionamento destes tipos de *blogs* não parece ser a de buscar uma exclusividade na informação veiculada, mas a de se diferenciar pela autonomia que o [...]blogueiro pode dar no tratamento desta informação, seja através de uma vinculação a um contexto particular ou na busca de referências pessoais para acrescentar singularidade na abordagem do *post* (*Ibid*, p.70).

Torna-se importante destacar, por fim, que os blogs de ciência analisados – principalmente os blogs vinculados - não costumam usufruir de todas as potencialidades oferecidas pela internet na obtenção das informações. Fazem pouco uso do ciberespaço e menos ainda da blogosfera como fonte. Além disso, perpetuam algumas práticas encontradas nas formas tradicionais de comunicação de ciência, como a elitização da divulgação científica (pouco recorrência a fontes cidadãos e grande uso de fontes oficiais) e prevalência de informações oriundas de países desenvolvidos em detrimento daquelas provenientes do próprio país ou de países menos desenvolvidos.

Em suma, no processo de obtenção das informações, contatou-se que há mais diferenças entre blogs independentes e vinculados do que entre blogs de jornalistas e cientistas. Enquanto os blogs independentes

se utilizam como fonte de informação com grande frequência e conservam a personalização que é comum na blogosfera, os blogs vinculados possuem uma dinâmica que não se diferencia muito do que já é encontrado atualmente nos meios de comunicação tradicionais.

4.2 Marcas da composição dos posts nos blogs de ciência

No item anterior tratou-se da questão do processo de obtenção das informações nos blogs de ciência, primeira das três etapas que caracterizam, de modo esquemático, a dinâmica da divulgação científica na blogosfera. Este item vai abordar o passo seguinte do processo, a composição dos conteúdos publicados nas postagens.

No que diz respeito ao tamanho dos posts, não foram encontradas regularidades:

Tabela 6 – Tamanho das postagens

	Blogs	Caracteres totais dos 20 posts	Média de caracteres por post	Maior post	Menor post
Blogs vinculados	Mundo Sustentável	97.799	4.890	8.519	1.190
	Doutor Jairo Bouer	18.693	935	1.635	525
	Blogs independentes	Xis Xis	49.340	2.467	6.533
	Rainha Vermelha	68.540	3.427	8.458	578

Fonte: Organização da autora.

Como se nota, a média de caracteres por post varia entre os blogs e o número de caracteres por post também oscila bastante dentro do mesmo blog. A única exceção é o blog do Doutor Jairo Bouer, que apresentou uma média de caracteres por post bem abaixo dos demais e pouca disparidade entre a maior e a menor postagem publicada. Sendo assim, não se observa diferenças entre o tamanho dos posts escritos por jornalistas e cientistas e entre os blogs independentes e aqueles vinculados a grandes meios.

Observou-se que os blogueiros – à exceção do médico Jairo Bouer, que apresenta certa regularidade no tamanho dos posts - escrevem sem preocupação com o tamanho das postagens, o que é algo bastante característico nos blogs (BARBOSA, GRANADO, 2004, p.16). Além disso, nos blogs independentes (Xis Xis e Rainha Vermelha) foi comum encontrar posts em que a informação principal era oriunda de

um vídeo ou imagem, o que explica também as oscilações no tamanho das postagens.

4.2.1 Conteúdo dos posts

Em relação ao tipo de conteúdo encontrado nos posts, temos os seguintes dados:

Tabela 7 – Conteúdos das postagens

Conteúdo	Blogs vinculados		Blogs independentes	
	Mundo Sustentável	Doutor Jairo Bouer	Xis Xis	Rainha Vermelha
Informação	20	20	19	19
Análise	2		0	0
Opinião	15		4	12
Avaliação	2		0	0
Explicação	7	14	13	10
Crítica	5		2	4
Interpretação	1		2	0
Partilha experiências pessoais	3		12	13
Declaração de posição	0		0	0
Anúncio/Publicidade	0		1	1

Fonte: Organização da autora.

Nota-se que, enquanto nos blogs vinculados a grandes meios de comunicação todos os posts eram informativos, nos blogs independentes isso aconteceu em 19 posts, já que cada blog independente apresentou um post publicitário. No caso do blog Xis Xis, trata-se de um post patrocinado do Guaraná Antarctica¹⁴⁴ e no blog Rainha Vermelha de postagem sobre o Editage¹⁴⁵, um serviço de correção de inglês que foi oferecido gratuitamente ao blogueiro para teste:

¹⁴⁴ Disponível no link: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/08/a-garrafa-100-reciclada-de-guarana-antarctica/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹⁴⁵ Disponível no link: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/03/corrigindo-o-ingles-do-artigo-publieditorial/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

Figura 15 – Postagem patrocinada no blog independente Xis Xis



Xis Xis

A garrafa 100% reciclada de Guaraná Antarctica

PUBLICADO 14 de ago de 2013 | ESCRITO POR Iêia Nóbile Diniz | DISCUSSÃO Comentar | CATEGORIAS **publeditorial**

O Guaraná Antarctica conseguiu retirar do meio ambiente mais de 120 milhões de garrafas PET em menos de um ano. Na ocasião, a marca havia lançado a primeira garrafa completamente reciclada, totalmente feita de outras PETs. Isso significa menos material lotando os aterros sanitários, já que ele é reutilizável.



Fonte: Imagem coletada pela autora¹⁴⁶

Figura 16 – Postagem patrocinada no blog independente Rainha Vermelha



Rainha Vermelha

Corrigindo o inglês do artigo - **Publeditorial**

PUBLICADO 20 de mar de 2012 | ESCRITO POR Atila | DISCUSSÃO 8 Comentários | CATEGORIAS **Publeditorial**

A **Editage** é um serviço de correção e tradução de artigos que fui convidado a testar. Justamente quando meu primeiro artigo (como principal autor) havia voltado do revisor, com a observação de que precisava ter o inglês revisado. Oportunidade perfeita.

Orçamento/ Registrar

Nós garantimos total **confidencialidade** através de nossa Política de Privacidade, a qual permite que pesquisadores de qualquer lugar do mundo possam enviar seus trabalhos com total confiança.

Obtenha seu orçamento gratuito em 2 passos bem simples.

Tipo de Serviço: *

Fonte: Imagem coletada pela autora¹⁴⁷

¹⁴⁶ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/08/a-garrafa-100-reciclada-de-guarana-antarctica/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

Em ambos os casos os autores identificaram ao público que se tratava de um ‘publieditorial’. Mesmo assim, nem sempre esse tipo de post é muito bem visto pelos leitores. Na postagem patrocinada do blog Xis Xis não houve comentários, mas no post patrocinado do blog Rainha Vermelha dois leitores fizeram observações irônicas:

Figura 17 – Comentários sobre post patrocinado



Fonte: Imagem coletada autora¹⁴⁸

Em relação ainda à comparação entre o conteúdo publicado nos blogs, cabe constatar também que nos blogs independentes a incidência de posts que continham ‘partilha de experiências pessoais’ foi muito maior que nos blogs vinculados a grandes veículos de comunicação. Isso

¹⁴⁷ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/03/corrigindo-o-ingles-do-artigo-publieditorial/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹⁴⁸ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/03/corrigindo-o-ingles-do-artigo-publieditorial/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

pode ser explicado pelo fato de que, conforme mencionado no item ‘obtenção da informação’, nos blogs independentes houve uma grande recorrência de postagens que são originadas de experiências pessoais.

De modo geral, o conteúdo publicado nos posts dos quatro blogs analisados ficou assim classificado:

Tabela 8 – Conteúdo dos posts

Conteúdo do post	Quantidade
Informação	78
Explicação	44
Opinião	31
Partilha de experiências pessoais	28
Crítica	11
Interpretação	3
Análise	2
Avaliação	2
Anúncio/Publicidade	2
Declaração de posição	0

Fonte: Organização da autora.

A considerável incidência da categoria ‘explicação’ demonstrou que os blogueiros, tanto jornalistas quanto cientistas, se preocupam em explicar termos e assuntos complicados aos seus leitores. A recorrência a essa categoria é positiva nos blogs e importante para tornar o conhecimento científico mais acessível àqueles que não estão familiarizados com ciência (FAHNESTOCK, 2005). Essa preocupação dos blogueiros em relação à explicação dos temas abordados ficou evidente nas entrevistas realizadas:

Eu acho que [o objetivo do blog em relação à divulgação científica] é tentar trazer, de alguma forma, para o leitor, conteúdo atualizado nessa área de saúde, sexualidade e comportamento. É traduzir um pouco resultados de experiências, de pesquisas, de trabalhos científicos para esse público mais leigo (Entrevista concedida à pesquisadora no dia 13 de março de 2014 pelo blogueiro Jairo Bouer, via telefone. Ver apêndice D).

Eu preciso ser inteligível, eu preciso ser compreendido por pessoas de todas as classes e todos os níveis de renda e cultural. Eu, na verdade, como jornalista, acho que é o dever, é o juramento que a gente faz, não é. Quer dizer: [é preciso] que eu seja claro, que eu seja objetivo, que eu não seja pedante, que eu não seja científico demais, no sentido do jargão, das palavras complexas (Entrevista concedida à pesquisadora no dia 14 de março de 2014 pelo blogueiro André Trigueiro, via telefone. Ver apêndice E).

Outra constatação é que a grande recorrência à opinião, partilha de experiências pessoais e crítica - à exceção do blog Doutor Jairo Bouer, em que essas categorias não foram encontradas - revela que os blogs de ciência trazem uma abordagem bastante pessoal de seus autores sobre os assuntos tratados. Sendo assim, mesmo quando os blogs são utilizados para a divulgação da ciência, eles podem e devem manter a pessoalidade e informalidade que é tão peculiar da blogosfera.

Um aspecto interessante identificado é que nos blogs independentes é comum que os autores escrevam seus textos com uso da primeira pessoa do singular, mantendo o forte teor de personalização e exacerbação do eu, tão característicos dos primeiros blogs (CHRISTOFOLETTI E LAUX, 2008; BLOOD, 2000). Além disso, seus escritos se dão de modo muito mais informal se comparados com os blogs vinculados a grandes meios ou até mesmo em relação às tradicionais formas de comunicação da ciência. Os posts contêm gírias, brincadeiras e sarcasmos, conforme mostram os exemplos abaixo:

Figura 18 – Informalidade na escrita dos blogs independentes¹⁴⁹

1. Postagem no blog Xis Xis

Na ocasião, as equipes da Iniciativa Verde e do Sesc Interlagos explicarão como plantar uma árvore da Mata Atlântica, o que é restauro florestal, a importância de se preservar a floresta. Sério, é fantástico entender de perto como é cuidar da Mata Atlântica, que nos fornece comida, casa e roupa lavada. É uma piração quando as pessoas (foto acima) pegam as bebês árvores: "Que muda é essa? É essa?"

2. Postagem no blog Rainha Vermelha

Conheci ano passado uma rede social com uma proposta bem diferente, o ResearchGate. Bolado pelo virologista e programador Ijad Madisch em 2008, foi pensado como uma rede para comunicação entre cientistas. Para quem já viu o inferno que é achar a carreira de um pesquisador internacional se ele não tiver página própria, é uma ótima saída.

Aqui no Brasil, temos a plataforma Lattes, que é mantida bem atualizada por quase todos os pesquisadores e eaqides incentivados pelas agências de fomento, que não aceitam projetos de quem não atualiza os dados. É uma rede exemplar, que muita gente em outros países elogia. Mas não existe alternativa internacional equivalente. Quando o pesquisador não tem uma página pessoal atualizada, depende-se de achar os artigos no PubMed, Google Scholar e similares, e contar com a sorte de não haver muitos cognatos.

Fonte: Imagens coletadas pela autora¹⁵⁰

Nos blogs vinculados a grandes veículos de comunicação esse tipo de escrita raramente aparece. É muito mais comum o uso a terceira pessoa do singular. A primeira pessoa até é utilizada no blog Mundo Sustentável em posts que tratam de viagens, balanços, avaliações ou listas feitas pelo jornalista André Trigueiro. Mas não com a mesma informalidade observada nos blogs independentes:

¹⁴⁹ No blog Xis Xis, postagem disponível no link: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/acao-ambiental-plante-arvores-da-mata-atlantica/>. No blog Rainha Vermelha, postagem disponível no link: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/01/cade-voce-no-researchgate/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹⁵⁰ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/acao-ambiental-plante-arvores-da-mata-atlantica/> e <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/01/cade-voce-no-researchgate/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

Figura 19 – Linguagem utilizada no blog Mundo Sustentável¹⁵¹

Balanco de um ano na área ambiental

qua, 05/06/13 por andre trigueiro | categoria Sem categoria

Decidi aproveitar o dia de hoje (5 de junho, Dia Mundial do Meio Ambiente) para listar 10 dos mais importantes assuntos ocorridos na área ambiental desde junho do ano passado no Brasil e no mundo. A lista, embora incompleta e arbitrária (a escolha dos assuntos foi minha), indica avanços e retrocessos significativos nesta longa, porém irreversível jornada rumo a um mundo mais sustentável.

A revolução energética do gás de xisto

O aperfeiçoamento de tecnologias de extração de petróleo e gás possibilitou o acesso a grandes reservas presas em depósitos de xisto dos Estados Unidos – especialmente em Dakota do Norte e no Texas – determinando uma importante mudança na geopolítica energética do mundo. Ao ampliar a participação do gás em sua matriz – muito mais barato do que as demais fontes de energia – os Estados Unidos voltaram a atrair as grandes indústrias para seu território. O país

Fonte: Imagem coletada pela autora¹⁵²

O blog do Doutor Jairo Bouer é aquele que possui uma linguagem mais formal e mais semelhante aos textos produzidos pelos grandes veículos de comunicação.

¹⁵¹ Postagem completa no link: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/06/05/balanco-de-um-ano-na-area-ambiental/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹⁵² Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/06/05/balanco-de-um-ano-na-area-ambiental/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

Figura 20 – Linguagem utilizada no blog do Doutor Jairo Bouer¹⁵³

20/06/2013

Especialistas especulam que homens seriam responsáveis pela menopausa

Um estudo feito por especialistas em evolução genética da McMaster University, no Canadá, sugere que a menopausa surgiu por causa da preferência masculina por mulheres mais jovens. Os cientistas apontam que os homens tendem a procurar mulheres mais jovens há milhares de anos. Por causa disso, a fertilidade de mulheres mais velhas perdeu sua necessidade – evoluindo para a menopausa.

A suposição foi feita após o uso de métodos de simulação por computador, para que o desenvolvimento humano fosse avaliado com base em projeções de milhares de anos. Aparentemente, as humanas são as únicas fêmeas que não mantêm sua fertilidade por toda a vida.

Fonte: Imagem coletada pela autora¹⁵⁴

Isso pode ser explicado porque, conforme já mencionado, o blog não recebe conteúdos exclusivos, mas espelha a seção ‘notícias/atualidades do site Dr. Jairo Bouer¹⁵⁵ que o médico também possui.

4.2.2 Recursos audiovisuais

No que diz respeito ao uso de recursos audiovisuais nas postagens dos blogs, temos os seguintes dados:

¹⁵³ Postagem disponível no link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/arch2013-06-16_2013-06-22.html. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹⁵⁴ Disponível em: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/arch2013-06-16_2013-06-22.html. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹⁵⁵ Disponível em: <http://doutorjairo.uol.com.br/>.

Tabela 9 – Utilização de recursos audiovisuais nos blogs

Blogs	Posts com audiovisual	Posts sem audiovisual	Quantidade total	Média por post
Rainha Vermelha	20	0	52	2,6
Xis Xis	19	1	37	1,85
Mundo Sustentável	7	13	25	1,25
Doutor Jairo Bouer	0	20	0	0

Fonte: Organização da autora.

Como se nota, enquanto nos blogs independentes (Rainha Vermelha e Xis Xis) quase todos os posts possuíam algum recurso audiovisual, no blog Mundo Sustentável apenas sete posts recorriam a essa ferramenta e no blog do Dr. Jairo Bouer nenhuma postagem continha recursos audiovisuais. A quantidade total de recursos utilizados também foi maior nos blogs independentes. Além disso, conforme mencionado no item ‘composição das postagens’, nesses blogs foi comum encontrar posts em que a informação principal advinha de um vídeo ou imagem.

Em relação à origem dos recursos audiovisuais, como mostra a tabela abaixo (tabela 10), os blogs escritos por jornalistas (Mundo Sustentável e Xis Xis) costumam usar mais recursos audiovisuais próprios do que aqueles obtidos de segunda mão.

Tabela 10 – Origem dos recursos audiovisuais utilizados nos blogs

Origem	Blogs de jornalistas		Blogs de cientistas		Total
	Mundo Sustentável	Xis Xis	Doutor Jairo Bouer	Rainha Vermelha	
Próprios	10	26	0	14	50
Segunda mão	7	10	0	36	53
Não identificável	8	1	0	2	11

Fonte: Organização da autora.

No blog Doutor Jairo Bouer não houve utilização de recursos audiovisuais enquanto que no blog Rainha Vermelha a maior incidência foi na utilização de recursos de segunda mão. Como acontece na

obtenção das informações para os blogs, esses dados podem refletir o hábito da comunidade jornalística de buscar material de primeira mão.

No que tange aos tipos de recursos audiovisuais utilizados nos blogs, a prevalência foi para o uso de imagens e fotografias:

Tabela 11 – Tipo de recursos audiovisuais utilizados nos blogs

Tipo	Blogs de jornalistas		Blogs de cientistas		Total
	Mundo Sustentável	Xis Xis	Doutor Jairo Bouer	Rainha Vermelha	
Gráfico		1		1	2
Tabela	0	0	0	0	0
Boxe	0	0	0	0	0
Infográfico	0	0	0	0	0
Imagem	1	5	0	39	45
Fotografia	24	24	0	5	53
Vídeo	0	7	0	7	14
Áudio	0	0	0	0	0

Fonte: Organização da autora.

Como se observa na tabela acima (tabela 11), enquanto no blog Rainha Vermelha a predominância foi para o uso de imagens, nos blogs de jornalistas (Xis Xis e Mundo Sustentável) prevaleceu o uso de fotografias. Fato interessante é que não houve incidência de infográficos, tabelas, boxes e áudios e constatou-se apenas duas utilizações de gráficos: uma vez no blog independente Rainha vermelha¹⁵⁶ e uma vez no blog independente Xis Xis¹⁵⁷.

Apesar de os blogs independentes utilizarem mais recursos audiovisuais e de forma mais diversificada, as entrevistas realizadas com os blogueiros mostraram que há divergências entre eles sobre a necessidade de utilização dessas ferramentas.

Para o cientista Atila Iamario¹⁵⁸, do blog independente Rainha Vermelha – que apresentou a maior média de recursos audiovisuais por

¹⁵⁶ Postagem com o gráfico disponível no link: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/08/um-bom-artigo-precisa-ser-citado-metricas-altimetrics/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

¹⁵⁷ Postagem com o gráfico disponível no link: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/05/muuuito-alem-da-economia-verde/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

¹⁵⁸ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 11 de março de 2014, via Skype. Ver apêndice C.

post - a utilização de recursos audiovisuais é fundamental e tem muita influência no número de pessoas que visitam e leem os blogs: “Eu acho que qualquer post que é só texto, sem figura, não vai receber muita visita. O abandono, o downs que a gente fala - que é a quicada, a pessoa que clica no link, dá uma batida de olho e sai, sem ler nada -, é muito maior quando você não está utilizando esse tipo de recurso”.

O médico Jairo Bouer – cujo blog não apresentou recursos audiovisuais nas postagens - também compartilha a mesma opinião e afirma que as postagens de seu blog só não continham recursos audiovisuais porque ele, de fato, possuía pouco tempo e poucas ferramentas para fazer sozinho o blog¹⁵⁹.

Já a jornalista Isis Nóbile Diniz - do blog independente Xis Xis -, apesar de ter utilizado recursos audiovisuais em quase todas as postagens coletadas nesta pesquisa, acredita que eles não tenham tanta interferência no número de pessoas que visitam e leem os posts: “Eu achava que sim, mas hoje tenho notado que não. Há pessoas que preferem ler e outras ver vídeo. Alguns assuntos ficam mais interessantes em vídeo e outros em texto. [...] Eles se completam”¹⁶⁰.

Por fim, para o jornalista André Trigueiro, do blog Mundo Sustentável, é impossível sabermos, com certeza, de que forma a utilização ou não desses recursos é recebida pelo público¹⁶¹:

¹⁵⁹ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 13 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice D.

¹⁶⁰ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 17 de fevereiro, via chat do Gmail. Ver apêndice B.

¹⁶¹ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 14 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice E.

Vamos pegar, por exemplo, as últimas postagens. Eu refleti sobre a questão do lixo e lixo é algo que eu acho importante a gente ter a imagem do lixo na rua, eu acho que ela é uma informação relevante. A penúltima postagem falou da estigagem forte e a gente tem boas imagens de reservatórios com leito ressecado. Ela é uma imagem pedagógica, ela é didática, ela contribui pra isso. Agora existem outras postagens que não têm imagem e não me parece que fizeram falta, percebe? Na verdade é sempre um jogo subjetivo, a gente não tem, objetivamente, a clareza de como as pessoas recebem a coluna com ou sem imagem, se elas vão deixar de ler a coluna porque não tem imagem. Eu não saberia te dizer.

Os dados colhidos nas 80 postagens analisadas demonstram que, apesar da grande defesa na área de divulgação científica de que os recursos audiovisuais podem ser importantes para atrair leitores e falcitar a compreensão do público sobre as temáticas científicas (MALAVOY, 2005, p.47), nos blogs de ciência eles nem sempre possuem uma interferência tão forte no número de pessoas que leem ou comentam um post. No blog Xis Xis, por exemplo, o post do dia 18 de junho de 2013 ‘Historiador explica os “apenas” 20 centavos’¹⁶² foi o único dentre os 20 posts coletados naquele blog a não conter recursos audiovisuais e, mesmo assim, ficou entre os quatro mais comentados. Já no blog Mundo Sustentável o post ‘Por que o Rio decidiu multar quem joga lixo no chão’¹⁶³, do dia 10 de abril de 2013, mesmo não possuindo recursos audiovisuais, foi o que mais recebeu comentários – 110, no total - dentre todas as postagens analisadas naquele blog.

De modo geral, nos blogs de ciência selecionados, pareceu-nos que o tema abordado e o enfoque utilizado na postagem parecem ter muito mais importância na repercussão de uma postagem do que a utilização dos recursos audiovisuais. Até porque, nesses blogs, os autores se preocupam muito mais em oferecer uma abordagem crítica, opinativa e pessoal sobre um determinado assunto, do que em ‘ensiná-lo’ ao público. As postagens visam ser críticas e não didáticas. Como

¹⁶² Disponível no link: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/06/historiadora-explica-os-apenas-20-centavos/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

¹⁶³ Disponível no link: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/04/10/por-que-o-rio-decidiu-multar-quem-joga-lixo-no-chao/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

esclarece a jornalista Isis Nóbile Diniz: “nunca quis ser didática”¹⁶⁴. O biólogo Atila Iarimano compartilha a mesma opinião: “Eu queria muito ter tempo de discutir mais lá [no blog]. [...] Mas, de novo, falando não em um tom para educar, mas para contar uma curiosidade, para pegar o público”¹⁶⁵. E nesse tipo de abordagem, os recursos audiovisuais nem sempre são imprescindíveis.

- **Considerações parciais**

O que se percebeu, durante a análise dos posts e realização das entrevistas, é que os blogueiros escrevem e compõem suas postagens de forma bastante livre. Nota-se que, de modo geral, os blogueiros de ciência têm mais liberdade na composição do material se comparado com as tradicionais formas de divulgação científica. Para os jornalistas blogueiros, isso significa não precisar seguir “estritamente o que é determinado como padrão para a linguagem jornalística em outros meios” (FOLETTTO, 2009, p.80) e para os cientistas blogueiros, não precisar ficar preso à linguagem hermética exigida na redação científica. Sendo o blog a mídia individual de cada um (CHRISTOFOLETTI; LAUX, 2008), o blogueiro pode usar de maior autonomia tanto para escrever quanto para compor o material que vai ser publicado. Cabe a ele decidir que tipo de conteúdo vai abordar, a linguagem a ser utilizada e se haverá recursos audiovisuais ou não.

Como os blogs oferecem essa liberdade e autonomia aos blogueiros, a composição de um post pode mudar muito entre vários blogs e no mesmo blog. Encontrou-se muita heterogeneidade nos estilos de composição das postagens, dificultando a tarefa de estudar empiricamente ou definir padrões estilísticos (FOLETTTO, 2009, p.85) para os blogs de ciência. Entretanto, é possível fazer algumas considerações.

Observou-se, por exemplo, que a heterogeneidade e a liberdade na composição dos posts são muito maiores nos blogs independentes Xis Xis e Rainha Vermelha. Nesses blogs, os posts podem variar de pequenos textos divulgando um evento que os autores vão participar a uma longa postagem em que o autor discorre detalhadamente sobre um assunto. Há casos em que o post é constituído só por texto, outros em

¹⁶⁴Entrevista concedida à pesquisadora no dia 17 de fevereiro de 2014, via chat do Gmail. Ver apêndice B.

¹⁶⁵Entrevista concedida à pesquisadora no dia 11 de março de 2014, via Skype. Ver apêndice C.

que um vídeo ou imagens representam o conteúdo principal do post; situações em que o material foi especialmente preparado para o blog, outras em que a postagem refere-se ao conteúdo apresentado em uma palestra. Ou seja, não há preocupação em se manter um padrão fixo na composição das postagens.

Já o blog vinculado Doutor Jairo Bouer, por espelhar a seção ‘notícias/atualidades’ do site Dr. Jairo Bouer¹⁶⁶, se assemelha muito a um portal de notícias, com um formato bastante homogêneo em todas as postagens. Elas comumente são compostas por dois ou três parágrafos, que trazem informações gerais sobre pesquisas e estudos científicos, e são escritas numa linguagem que muito se parece com a utilizada nos meios de comunicação tradicionais.

O blog Mundo Sustentável, do jornalista André Trigueiro, por sua vez, se parece muito com a coluna de opinião encontrada nos veículos jornalísticos. Como explica Melo (2003, pp.139-140), a coluna é um mosaico constituído por informação e opinião e escrita em um estilo mais livre e pessoal do que o noticiário comum. É ‘um espaço de entrecruzamento de várias formas de expressão noticiosa. [...] Compõe-se de notas, sueltos, crônicas, artigos ou textos-legendas, podendo adotar, lado a lado, várias dessas formas (*Ibid*).

Conforme Foletto (2009, p.86):

Os *blogs* jornalísticos que exemplificam estes tipos são encontrados em grande parte dos jornais on-line brasileiros. São normalmente aqueles que 1) foram desenvolvidos a partir de uma coluna de um jornalista ou sobre um determinado assunto já existente em outros suportes; ou 2) foram criados originalmente na web —importando— seus traços definidores do formato tradicional já existente.

O próprio jornalista André Trigueiro, autor do blog Mundo Sustentável, durante vários momentos da entrevista se referiu ao seu blog como uma coluna: “Essa é uma das vantagens, assim, da coluna. Eu tenho autonomia total para escolher o assunto, tratá-lo da forma que me parecer a mais adequada e publicá-lo quando bem entender”¹⁶⁷.

Segundo Palacios (2006), esses blogs, na verdade, são apenas uma extensão das tradicionais colunas dos seus autores, que apenas

¹⁶⁶ Disponível em: <http://doutorjairo.uol.com.br/>.

¹⁶⁷ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 14 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice E.

“mudaram de nome e se tornaram mais dinâmicas, com atualização contínua e a possibilidade de inserção de comentários dos leitores”.

Enfim, constatou-se que cada blog possui sua própria forma de escrita e composição das postagens. Entretanto, os blogs independentes são menos formatados, menos normatizados que os blogs vinculados e ousam mais na hora de compor suas postagens. Apresentam as informações científicas de modo muito mais informal e pessoal, fortalecendo as características originais dos blogs.

4.3 Marcas da circulação das informações nos blogs de ciência

No item anterior falou-se dos aspectos que envolvem a composição das postagens, segunda das três etapas que determinam, de modo esquemático, a dinâmica da divulgação científica nos blogs de ciência. Aqui, no último nível do protocolo metodológico, o foco é a circulação das informações.

4.3.1 Uso dos links

No que diz respeito aos links, como mostram os dados da tabela abaixo, eles foram bastante usados:

Tabela 12 – Uso de links nos blogs

	Blogs	Posts com link	Posts sem link	Quantidade total links	Média por post
Blogs independentes	Rainha Vermelha	20	0	196	9,8
	Xis Xis	16	4	79	3,95
	Mundo Sustentável	9	11	22	1,1
Blogs vinculados	Doutor Jairo Bouer	20	0	20	1

Fonte: organização da autora

Interessante notar que os blogs de cientistas (Rainha Vermelha e Doutor Jairo Bouer) utilizaram esse recurso em todos os posts, mas as maiores médias de links por posts foram encontradas nos blogs independentes. O blog independente Rainha Vermelha foi o que mais utilizou esse recurso, com uma média de quase 10 links por post. A postagem de 03 de fevereiro de 2012 intitulada “E a política de acesso

aberto no Brasil?”¹⁶⁸ chegou a ter 27 links, o que nem sempre significa algo positivo. Se o link pode ser bom no sentido de contextualizar as informações ou deixar transparente o processo de busca da informação, também pode ser ruim por dispersar a atenção dos leitores que, diante de tanto conteúdo externo, pode não mais voltar à leitura do post.

Em relação ao uso dos links, temos os seguintes resultados:

Tabela 13 – Usos dos links nos blogs

Uso	Blogs vinculados		Blogs independentes		Total
	Mundo Sustentável	Doutor Jairo Bouer	Xis Xis	Rainha Vermelha	
Menção à origem da informação	5	16	18	42	81
Indicação de outros materiais sobre o assunto	14	2	40	82	138
Página na internet de instituição/local/pessoa citada	3	2	21	67	93
Página não disponível				5	5

Fonte: organização da autora

Como se observa, a categoria mais encontrada foi ‘indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o assunto’. Ela foi a mais utilizada em três, dos quatro blogs selecionados. Conforme constatado na análise da composição dos posts, muitas publicações nos blogs de ciência, além de trazerem informação, se preocupam também em complementar essa informação com uma opinião, crítica, explicação ou partilha de alguma experiência pessoal. Por isso, notou-se que os autores dos blogs muitas vezes oferecem os links para que os leitores se inteirem melhor do assunto abordado na postagem, enquanto utilizam o espaço para contribuir com a crítica, opinião, enfim, para oferecer uma abordagem diferenciada do tema. Como explica o jornalista e blogueiro André Trigueiro¹⁶⁹: “Você está tendo um enfoque. Só que você não está tendo a pretensão de explicar tudo nos mínimos detalhes. Os links

¹⁶⁸ Disponível no link: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/02/acesso-aberto/>. Acesso em 12 de abril de 2014.

¹⁶⁹ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 14 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice E.

facilitam essa dinâmica da apuração das informações”. Às vezes, esses outros materiais disponibilizados através dos links também servem para corroborar ou dar mais força às ideias e perspectivas dos autores dos textos.

Algo relevante a se observar é que a variável ‘menção à origem da informação’ - que foi o uso original dado ao link nos primeiros blogs e que traz vantagens à blogosfera em comparação a outras formas de divulgação científica por deixar transparente o processo de obtenção das informações - foi apenas a terceira mais usada na soma de todos os blogs, ficando atrás, inclusive, da variável ‘página na internet de instituição/local/pessoa citada no post”.

Outro aspecto a se destacar é que no blog Mundo Sustentável, dos 14 links que indicavam outros textos sobre o assunto, 13 direcionavam para posts do próprio blog, comentários do autor na rádio CBN, coluna do autor no Jornal da Globo, ou conteúdos publicados/exibidos em veículos jornalísticos das Organizações Globo. Apenas um link teve um direcionamento externo: levou ao movimento ‘Isso me faz seguir em frente’, no Facebook, organizado pelo Centro de Valorização da Vida (CVV). Dos outros 8 links encontrados nas 20 postagens analisadas - e que direcionavam para a origem da informação e para página na internet de instituição/local/pessoa citada no post -, sete levavam a instituições e entidades do poder público e um para o blog internacional *Inside Climate News*.

Percebe-se, então, que quando se trata de indicar outros materiais sobre os temas tratados nas postagens, quase todos os links do Mundo Sustentável direcionam para conteúdos produzidos pelos veículos de comunicação da organização à qual o blogueiro está vinculado profissionalmente. O que pode ser negativo para os leitores, já que limita a perspectiva sobre determinado tema. De acordo com o blogueiro André Trigueiro¹⁷⁰, o G1 não possui qualquer interferência no que ele produz para o blog e a utilização dos links nas postagens é uma decisão consensual entre ele e a equipe - com sede em São Paulo - que ajuda na administração do blog.

Mas para Foletto (2009, p.112), quando os blogs são incorporados pelo jornalismo, pode ocorrer a normatização dessas páginas, o que muitas vezes impede ou dificulta que o elo fundamental pelo qual se constituem as relações na blogosfera, o link, seja utilizado para indicação de páginas fora do portal a qual o blog está vinculado.

¹⁷⁰ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 14 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice D.

Conforme estudo de Machado, Kerber e Manini (2008)¹⁷¹ apontado por Foletto (2009, p.113), em casos de blogs como os da empresa RBS, “a restrição ao link externo não é feito pela empresa, mas são os próprios jornalistas que, não estando acostumados com a prática de referenciar uma página externa ao portal da empresa, acabam pouco utilizando deste tipo de ligação”.

É o que parece acontecer com o blog Mundo Sustentável. E essa prática é bastante criticada por autores como Palacios (2006), para quem “o leitor julga que está sendo lançado na Blogosfera, enquanto de fato permanece firmemente ancorado à velha e segura Globosfera, com o perdão do trocadilho...”.

No blog do Doutor Jairo Bouer, todos os 20 links utilizados levavam para páginas oficiais de órgãos públicos, institutos e centros de pesquisa, agência de notícia de associação científica ou periódicos científicos. Nos blogs independentes Xis Xis e Rainha Vermelha os links, de modo geral, direcionavam a páginas oficiais de órgãos públicos, empresas, ONGs, institutos, universidades e periódicos científicos e para páginas diversas da web. Se notou que esses três blogs pouco linkavam os meios de comunicação tradicionais.

Também é interessante observar que os quatro blogs analisados pouco linkavam outros blogs, seja como fonte principal ou alternativa de um assunto. E essa falta de ligação com outros blogs, vai na contramão da própria natureza da blogosfera, já que:

Os Blogs, de uma maneira geral, têm como um elemento constitutivo fundamental a criação de *links* com seus congêneres, num movimento de construção de comunidades de informação, que se retro-alimentam, checam e comparam dados e interpretações, produzindo a multivocalidade que caracteriza a Blogosfera (PALACIOS, 2006).

Conforme Bruns (2005, p.238), a blogagem não é uma atividade solitária, mas sim a ação de conectar pensamentos e opiniões privadas sobre os eventos atuais e públicos. E, segundo ele, os links são uma ferramenta fundamental para essa conexão. No caso dos blogs de ciência, a falta de linkagem para outros blogs e da criação de uma

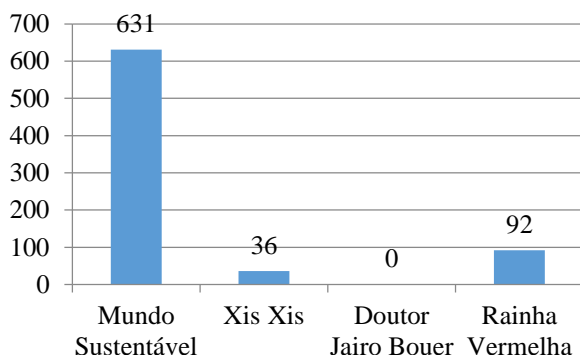
¹⁷¹ MACHADO, Elias. KERBER, Diego. MANINI, Elaine. **O Jornalismo digital no Diário.com.br**: modelos de produção de conteúdos no Diário Catarinense On-line. Trabalho apresentado no VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo; novembro de 2008.

comunidade através dos links pode ser prejudicial ao fortalecimento desse meio como uma nova modalidade de divulgação científica.

4.3.2. Comentários dos leitores

Em relação ao 759 comentários coletados nesta pesquisa, a distribuição deles entre os quatro blogs analisados ficou assim:

Gráfico 2 – Número de comentários recebidos por cada blog



Fonte: Organização da autora.

Como é possível notar, o número de comentários recebido pelo blog Mundo Sustentável foi muito maior que o encontrado nos outros blogs. Enquanto o blog Mundo Sustentável apresentou uma média de quase 32 comentários por post, o blog Rainha Vermelha exibiu uma média de 4,6 e o Xis Xis de 1,8.

O blog do Doutor Jairo Bouer não dispunha de comentários em nenhum dos vinte posts coletados. Tentamos realizar comentários no blog para testar a ferramenta, mas não foi possível porque o servidor exigia cadastro no UOL. Tentamos realizar o cadastro, mas também não foi possível. Ao questionarmos o autor sobre o problema, ele afirmou: “Eu não sei. Eu não sei como ele estava funcionando, eu não sei como ele está funcionando”¹⁷², o que demonstra, por si só, a falta de preocupação do blogueiro em relação a essa ferramenta.

Como nenhum dos quatro blogs demonstrou regularidade na atualização das postagens - o que poderia interferir na quantidade de

¹⁷² Entrevista concedida à pesquisadora no dia 13 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice D.

comentários recebidos -, o número desproporcional de comentários encontrados no blog Mundo Sustentável em relação aos outros blogs analisados pode ser uma indicação de que os blogueiros levam para a blogosfera a credibilidade e a reputação conquistadas em outros meios de comunicação, sobretudo em uma empresa tradicional e bastante conhecida. “A credibilidade conquistada fora do ciberespaço, sob a chancela de uma empresa jornalística tradicional, vai ‘chamar’ aquelas pessoas que já conhecem o trabalho do jornalista que edita o blog em outro meio para acessar também o seu conteúdo disponível no ciberespaço através do *blog*” (FOLETTTO, 2009, p.120). Além disso, o fato de o blog Mundo Sustentável estar hospedado em um portal bastante acessado, como o G1, também pode explicar o número de comentários que a página recebe. Muitas vezes, as postagens do blog ganham, inclusive, chamadas na *homepage* do G1.

Essa vantagem obtida pelos blogs vinculados a grandes meios no que diz respeito à visibilidade foi consenso entre todos os blogueiros entrevistados:

É um portal grande e acaba tendo uma visibilidade maior. E, às vezes, tem chamada na home. Então, de fato, acho que isso faz toda a diferença, né, ou fez (Entrevista concedida à pesquisadora pelo blogueiro Jairo Bouer, no dia 13 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice D.).

Eu deduzo isso pela repercussão, pelas postagens, pelas pessoas que se manifestam. Pela visibilidade que a administração do site, do portal, dá nas chamadas. Quando a gente publica, eles dão chamada na *home* (Entrevista concedida à pesquisadora pelo blogueiro André Trigueiro, no dia 14 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice E).

O fato de você estar em um portal grande, que vai veicular seus textos na capa ou em outros lugares, com certeza traz visita (Entrevista concedida à pesquisadora pelo blogueiro Atila Iamarino, no dia 11 de março de 2014, via Skype. Ver apêndice C).

Não porque eles são melhores ou piores, mas porque os portais têm mais acesso mesmo. Aí sempre caem uns paraquedistas no blog (Entrevista concedida à pesquisadora pela blogueira Isis Nóbile Diniz, no dia 17 de fevereiro de 2014, via chat do Gmail. Ver apêndice B).

No que diz respeito ao modo de participação dos leitores nos comentários, o resultado foi o seguinte:

Tabela 14 – Modo de participação dos leitores nos comentários dos blogs

Modos de Participação	Blog vinculado	Blogs independentes		Total
	Mundo Sustentável	Xis Xis	Rainha Vermelha	
Expressão de atitudes e emoções	219	6	24	249
Contribuição para o tema	79	6	27	112
Desvio do tópico	30	7	19	56
Tentativa de influenciar ação dos outros	26	0	0	26
Indicação de erro ou correção	1	1	0	2
Contribuição + expressão atitudes/emoções	138	14	14	166
Expressão + tentativa de influenciar	89	0	1	90
Contribuição + tentativa de influenciar	32	1	3	36
Indicação erro + expressão atitudes	5	1	2	8
Expressão + desvio do tópico	8	0	0	8
Indicação erro + contribuição	3	0	1	4
Contribuição + desvio do tópico	0	0	1	1
Tentativa de influenciar + desvio do tópico	1	0	0	1

Fonte: Organização da autora.

Somando as vezes em cada modo de participação apareceu de forma isolada e na categoria composto em cada um dos quatro blogs, temos os seguintes resultados:

Tabela 15 – Classificação dos modos de participação dos leitores

Modos de Participação	Blog vinculado		Blogs independentes			
	Mundo Sustentável	%	Xis Xis	%	Rainha Vermelha	%
Expressão de atitudes e emoções	459	51%	21	40,5%	41	36%
Contribuição para o tema	252	28%	21	40,5%	46	40%
Desvio do tópico	39	4%	7	13%	20	17,5%
Tentativa de influenciar a ação	148	16%	1	2%	4	3,5%
Indicação de erro	9	1%	2	4%	3	3%
Total	907		52		114	

Fonte: Organização da autora.


É importante ressaltar que a maior recorrência de ‘desvios de tópico’ nos blogs independentes se deve ao fato de que, quando uma página da web linkava a postagem do blog, tal ação ficava registrada na ferramenta de comentários e foi classificada por nós, como desvio do tópico.

Outro aspecto bastante interessante a se observar é que, enquanto nos blogs independentes (Xis Xis e Rainha Vermelha) as categorias ‘contribuição para o tema’ e ‘expressão de atitudes e emoções’ aparecem de modo bastante equilibrado, no blog Mundo Sustentável a incidência de expressões de atitudes e emoções nos comentários é muito maior que a de contribuições para o tema e a recorrência de comentários que tentam influenciar a ação dos outros é muito maior também em comparação com os blogs independentes.

De modo geral, o que se percebeu durante a pesquisa, é que nos blogs independentes a grande incidência de comentários que contribuem para o tema pode ser explicada pelo fato de que a maioria dos comentários é feita por pessoas que já possuem algum conhecimento sobre os assuntos tratados. Os leitores que comentam nesses blogs geralmente são pesquisadores, blogueiros ou amigos do autor. E essas

pessoas - que costumam comentar com recorrência- acabam criando uma pequena comunidade. As discussões se tornam mais produtivas e se atêm mais ao tema da postagem. Veja o exemplo dos comentários gerados a partir do post do dia 27 de setembro de 2012, “Esquilo suicida? Nem perto”¹⁷³, do blog Rainha Vermelha, que trata de um vídeo que circulava na internet, em que um esquilo pulava da janela de um apartamento. O post explicava a ação do esquilo a partir da perspectiva da gravidade:

Figura 21 – Exemplo de discussão gerada nos blogs independentes



Roberto Takata
27 de setembro de 2012 às 12:03

“Como o volume corporal aumenta mais rapidamente do que o tamanho”

Bem, como volume tb é uma medida de tamanho, acho que ficaria melhor falar em comprimento (ou tamanho linear).


Mas quanto ao impacto. Acho que é menos uma questão de área de absorção do que uma menor velocidade terminal (aliada à menor massa, resultando em uma menor quantidade total de movimento – no que redundaria em menor impacto ao fim da queda).

O gráfico do gato parece que é explicado do seguinte modo. Maior a altura, maior a velocidade – até atingir a velocidade terminal, aí pra qualquer altura maior, a velocidade final é a mesma – começa a se formar um platô a partir do 6o andar. A queda da severidade dos machucados é interpretada como um maior tempo de queda permitir uma melhor reação do gato: consegue virar seu corpo com as patas para baixo e se preparar para o impacto – parcialmente absorvido pelo movimento de flexão. O que está um tanto em desacordo com a visão de área de absorção de impacto – já que as patas têm uma área total menor do que as costas ou os flancos.

[]s.

Roberto Takata

Responder ?



Eduardo Santos
27 de setembro de 2012 às 23:37

Oi Atila,

Esse exemplo dos gatos caindo de prédios é na verdade um ótimo exemplo de como a forma com que fazemos amostragem afeta os dados e consequentemente as conclusões. Um ponto interessante desses dados – que é discutido no livro do Whitlock & Schluter (The analysis of biological data) e se não me engano em um episódio do Radiolab – é que o tamanho amostral para cada andar apresenta a mesma curva em formato de sino do que o número de machucados por gato. Nos andares baixo (e.g., andar 1) o número de gatos na amostra é pequeno, o número de gatos vai aumentando, até o quinto andar (34 gatos machucados) e depois começa a diminuir até terem só 13 gatos entre os andares de 9 à 32 (o número é tão pequeno que eles precisam juntar os dados de 23 andares!) Uma das explicações

Fonte: Imagem coletada pela autora ¹⁷⁴

¹⁷³ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/esquilo-suicidamem-perto/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

¹⁷⁴ Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/esquilo-suicidamem-perto/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

Já no caso do blog Mundo Sustentável, a grande incidência de comentários que expressam atitudes e emoções pode estar atrelada ao fato de que o blog recebe um público muito mais amplo, diversificado e leigo. A participação dos leitores se dá, na maioria das vezes, através da emissão de opiniões, aprovação ou desaprovação ao conteúdo ou à posição tomada pelo blogueiro, e não costuma construir um debate muito produtivo. Notou-se que, de modo geral, os comentários vão sucedendo uns aos outros sem qualquer tipo de conversação ou referência entre eles. É comum encontrar comentários ofendendo o blogueiro, a empresa a qual está vinculado, ou satirizando sua postagem. Isso fica muito evidente em posts que envolvem a opinião do autor sobre temas polêmicos como política, religião e homossexualidade.

Um caso emblemático é o post do dia 29 de julho de 2013, “Papa fez História, mas não falou de sustentabilidade”¹⁷⁵, em que o jornalista André Trigueiro critica o fato do Papa Francisco ter vindo ao Brasil e, durante os discursos proferidos, não ter falado sobre sustentabilidade. Veja alguns dos comentários feitos por leitores:

¹⁷⁵ Disponível no link: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/07/29/papa-fez-historia-mas-nao-falou-de-sustentabilidade/>. Acesso em 8 de abril de 2014.

Figura 22 – Comentários que expressam atitudes e emoções

12

Ronaldo:

29 julho, 2013 as 12:52

Boneco,

Vc quer que o PAPA resolva todos os problemas do mundo, de seu mundo, já não basta cuidar de sua alma. Reclama com a Dilma que talvez vc atinja seus objetivos com maior propriedade.

Ronaldo

21

Djair:

29 julho, 2013 as 14:53

Que se dane a sustentabilidade! Daqui a pouco vão exigir isso até em discurso de beira de túmulo!

28

Marisa:

29 julho, 2013 as 16:01

E VC????

Tem feito alguma coisa, além de ficar criticando o que não foi feito???

Escrever críticas não mudam a realidade do nosso País!

"Tire a trave do teu olho e depois o cisco do olho do teu irmão"

38

Cogito Ergo Sum:

29 julho, 2013 as 20:24

Nem todos ganham dinheiro pra isto

50

Marilia:

7 agosto, 2013 as 18:21

André, o papa não é Deus, que fez o mundo em sete dias... dá um tempo! Mesmo assim em poucos dias ele conseguiu: conquistar a maioria dos brasileiros, até pessoas como eu, que não são religiosas. Tô com saudades dele, precisamos muito de pessoas como ele no Brasil!

Fonte: Imagem coletada pela autora¹⁷⁶

O blogueiro Jairo Bouer¹⁷⁷ também afirma que, quando recebia comentários, a maioria expressava concordância ou discordância em

¹⁷⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/07/29/papa-fez-historia-mas-nao-falou-de-sustentabilidade/>.

Acesso em 8 de abril de 2014.

¹⁷⁷ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 13 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice D.

relação às informações publicadas e raramente os leitores faziam perguntas.

O que se percebe é que a diferença entre os comentários encontrados nos blogs independentes e nos vinculados a grandes meios pode estar atrelada ao próprio perfil de leitores que cada tipo de blog atrai. Os blogs independentes, por não terem grande visibilidade dentro da imensidão que se constitui a blogosfera, costumam receber pessoas que conhecem o blogueiro ou que chegam ao blog porque se interessam pelos temas tratados. É um público muito mais de nicho. Já os blogs vinculados a grandes meios costumam receber um público mais amplo e leigo também.

Para o blogueiro independente Atila Iamarino¹⁷⁸, a diferença reside no fato de que os blogs de ciência independentes costumam receber um acesso espontâneo, enquanto que nos blogs vinculados a grandes meios esse acesso é, muitas vezes, induzido:

Eu acho que o maior problema do blog de ciência, especialmente no Brasil, é que a gente tem que lidar com o acesso espontâneo do leitor. O que eu quero dizer é: em um canal de ciência, em um caderno de ciência no jornal, ou na revista, ou em outras mídias dessas, o leitor recebe quer queira, quer não. Ele vai folhear e vai cair naquela página ali. Às vezes nem vai reparar do que é a página e vai ler. No blog de ciência, na maioria das vezes, a pessoa tem que escolher clicar. Seja porque alguém mandou pra ela aquele link ou porque ela estava procurando aquilo em algum lugar. Então o fato de você estar em um portal grande, que vai veicular seus textos na capa ou em outros lugares, com certeza traz visita e traz inclusive um público diferente e menos seletivo. E seletivo eu quero dizer no sentido de identidade e não de qualquer valor de mérito. Mas menos seletivo do que o blog, por si só, tende a ter. O blog sozinho ou mesmo dentro do Science Blogs tende a atrair um leitor muito de nicho, enquanto um portal de notícias, um lugar grande que vai colocar, entre outras coisas, o texto do blog, vai trazer mais gente de todas as áreas.

¹⁷⁸ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 11 de março de 2014, via Skype. Ver Apêndice C.

Sendo assim, essa diferença no perfil de público que cada blog recebe, interfere no tipo de discussões que se desenvolvem nos comentários.

4.3.3 Interferência dos blogueiros

Em relação à interferência dos blogueiros nos comentários, temos os seguintes resultados:

Tabela 16 – Interferência dos blogueiros nos comentários

	Posts com interferência	Posts sem interferência	Quantidade interferências	Média de interferências
Mundo Sustent.	2	18	3	1 interferência a cada 7 posts
Dr. Jairo Bouer				
Rainha Vermelha	7	13	10	1 interferência a cada 2 posts
Xis Xis	9	11	17	Quase 1 interferência por post

Fonte: Organização da autora.

Como se pode perceber, o blogueiros independentes costumam interferir com mais frequência nos posts e apresentam uma quantidade de interferências também maior em relação ao blog mundo Sustentável. Deve-se considerar que em cada um dos dois blogs independentes seis posts não apresentaram comentários, o que leva a um número considerável também de posts que não exigiam interferência.

No blog Mundo Sustentável são escassos os posts com interferência e pouquíssimas são as interferências também. No blog do Doutor Jairo Bouer não houve interferências. Como se citou no item anterior, a ferramenta comentários deste blog tem apresentado problemas e o blogueiro também não tem estado atento ao seu funcionamento¹⁷⁹.

No que diz respeito aos modos de interferência dos autores dos blogs na ferramenta comentários, temos os seguintes dados:

¹⁷⁹ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 13 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice D.

Tabela 17 – Modos de participação dos leitores nos comentários dos blogs

Modos de Participação	Blog vinculado		Blogs independentes		Total
	Mundo Sustentável	Xis Xis	Rainha Vermelha		
Expressão de atitudes e emoções					
Contribuição para o tema			2		2
Desvio do tópico					
Tentativa de influenciar a ação dos outros					
Correção à postagem					
Resposta a leitor	3	15	10		28
Composto					

Fonte: Organização da autora.

Como se percebe, a maioria das interferências realizadas pelos blogueiros diz respeito à resposta a comentários feitos pelos leitores.

Por fim, se relacionarmos a quantidade de comentários recebidos por cada blog nas 20 postagens coletadas com a quantidade de interferências realizadas pelos blogueiros, temos os seguintes dados:

Tabela 18 – Relação entre comentários recebidos e interferências realizadas

		Comentários recebidos	Interferências realizadas	Média de interferência por comentário
Blogs Vinculados	Mundo Sustentável	631	3	1 interferência para cada 210 comentários
	Doutor Jairo Bouer			
Blogs independentes	Rainha Vermelha	92	10	1 interferência para cada 9 comentários
	Xis Xis	36	17	1 interferência para cada 2 comentários

Fonte: Organização da autora.

Observa-se assim que, os blogs independentes conseguem atender de forma mais efetiva seus leitores, fazendo interferências com certa regularidade. Já o blog Mundo Sustentável, pelo grande número de

comentários que recebe e pela falta de tempo de seu blogueiro, não consegue esse mesmo feito. O autor, André Trigueiro, é ciente do quanto essa interatividade com os leitores pode ser importante para o enriquecimento da divulgação científica, mas lamenta não conseguir responder a todos¹⁸⁰.

- **Considerações parciais**

Notou-se durante a análise das marcas de circulação das informações postadas nos blogs que, “o potencial de criação de uma rede de circulação de informações descentralizada e dinâmica que o ciberespaço possibilita” (FOLETTTO, 2009, p.110) ainda é algo que pode ser melhor desenvolvido nos blogs de ciência.

No que diz respeito ao uso dos links, por exemplo, os blogs de ciência criam poucas relações com o ciberespaço e com a própria blogosfera. Apesar de os blogs independentes utilizarem mais os links e de forma mais diversificada, se observou que os blogs, de maneira geral acabam não criando entre si uma rede de colaboração, fiscalização e credibilidade. Pois “quando indica outros blogs ou páginas em suas postagens, o blogueiro expande a visibilidade dos links e acaba por conferi-lhes crédito e confiabilidade, sinalizando à todos o que há de importante na blogosfera” (FOLETTTO, 2009, p.107). Para Bruns (2005), é essa prática de adicionar links para outros blogs que une os blogueiros e diferencia os blogs dos sites tradicionais.

Entretanto, nem sempre a prática do *blogging*, por si só, é determinante para a efetiva circulação dos conteúdos de um blog ou é suficiente para fazer uma página chegar a um grande número de pessoas. Mesmo que os blogs independentes analisados nesta pesquisa tenham utilizado mais links e de forma mais diversificada que os blogs vinculados, eles não obtiveram uma circulação tão relevante na blogosfera. É que pode haver outros fatores envolvidos nesse processo:

¹⁸⁰ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 14 de março de 2014, via telefone. Ver apêndice E.

Quando o blog jornalístico é editado por um jornalista que já mantém uma reputação em determinada área fora da web, conquistada sob a chancela de uma empresa jornalística (ou pela passagem por uma) [...] ocorre uma “transferência” de reputação para o ciberespaço que pode determinar uma posição central dentro da web e uma circulação efetiva do conteúdo publicado no blog (FOLETTTO, 2009, p.121).

Parece ser o caso do blog Mundo Sustentável. Mesmo quase nunca linkando conteúdos externos - a não ser aqueles produzidos pela organização jornalística ao qual o jornalista está vinculado -, o blog recebe um número de comentários muito maior que os dois blogs independentes analisados. Assim, na blogosfera, a reputação anterior do blogueiro que escreve o blog e o fato da página estar hospedada em grande portal de notícias, podem ser fatores cruciais para determinar a audiência e repercussão de uma página.

Entretanto, é importante destacar que o fato dos blogs vinculados geralmente receberem um grande número de visitas e de comentários não significa que a divulgação científica realizada nessas páginas será mais bem sucedida do que aquela realizada em blogs menos acessados. Nossa pesquisa mostrou justamente o contrário. O público que chega ao blog Mundo Sustentável é bastante amplo, diversificado e leigo, o que acaba gerando discussões pouco profícuas na ferramenta comentários. O blogueiro, por sua vez, diante da grande demanda de manifestações dos leitores e da falta de tempo, não consegue fazer interferências regulares. Como não há intermediação, os comentários vão se sucedendo, sem qualquer tipo de referência ou conversação entre eles. Assim, a ferramenta de comentários é subutilizada e acaba não contribuindo para o refinamento da divulgação científica. O blog, por estar hospedado em um grande portal, ganha tanto em visibilidade e circulação, que perde em conversação e proximidade com os leitores.

Os blogs independentes, por sua vez, costumam receber um público muito mais de nicho e a conversação gerada no sistema de comentários é muito mais produtiva. Os autores intervêm mais e a divulgação científica acaba sendo enriquecida por esses aspectos. O problema é que o público recebido pelos blogs independentes é bastante pequeno e as conversas e trocas de informações se dão, então, entre um grupo muito restrito e limitado, e que costuma ser formado por leitores que já possuem conhecimento sobre o assunto. Fator esse que pode

inibir pessoas não familiarizadas com a ciência a participarem das discussões.

Ou seja, os dados parecem demonstrar que, no que diz respeito à circulação das informações, tanto os blogs independentes quanto os blogs vinculados apresentam problemas e limitações. Os blogs vinculados, por exemplo, ao mesmo tempo em que ganham em visibilidade, perdem na proximidade e interação com o leitor. Já os blogs independentes se sobressaem na qualidade e profundidade das discussões que geram, mas padecem pelo limitado número de leitores que atraem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No encaminhamento final desta dissertação, chega o momento das considerações finais que o percurso traçado permite apresentar. Além das avaliações preliminares feitas ao longo do quarto capítulo, cabe expor aqui reflexões sobre o principal objetivo delimitado neste trabalho: caracterizar a dinâmica da divulgação científica em blogs de jornalistas e cientistas brasileiros, a partir da análise das marcas de obtenção, composição e circulação das informações publicadas.

O que se notou, de modo geral, é que essa dinâmica é muito heterogênea e muda muito de blog para blog. Conforme Kouper (2010, p. 3)¹⁸¹ também constatou em sua pesquisa com 11 blogs de ciência, “os blogs empregam uma variedade de modelos de escrita e autoria, e não são observados sinais de convenções de gênero emergentes ou estabilizadas”. Para Kenix (2009), dada a atual natureza personalizada e diversificada dos blogs, a impressão que se tem é que há quase tantas variantes de blogs quanto o número de pessoas existentes no planeta. E é essa diversidade que dificulta definir padrões ou categorias na blogosfera (FOLETTTO, 2009). Como defende Schittine (2004, 25), embora os blogueiros procurem dividir seus blogs em estilos diferentes, na maioria das vezes eles são uma mistura desses vários estilos.

Mas apesar das disparidades encontradas entre todos os quatro blogs de ciência analisados nesta pesquisa, foi possível constatar que há mais diferenças entre blogs independentes e vinculados do que, propriamente, entre blogs de jornalistas e cientistas. Os blogs independentes apresentaram aspectos bastante distintos daqueles apresentados pelos blogs vinculados em todas os três níveis que caracterizam a dinâmica da divulgação científica na blogosfera: obtenção das informações, composição dos posts e circulação das informações.

No que diz respeito à **obtenção das informações**, por exemplo, enquanto os blogs independentes se utilizam como fonte de informação com grande frequência e conservam a personalização e personalidade que é comum na blogosfera, os blogs vinculados possuem uma dinâmica que não se diferencia muito do que já é encontrado atualmente nos meios de comunicação convencionais e costumam recorrer às fontes tradicionais de informação como publicações científicas, fontes institucionais, do

¹⁸¹ Tradução nossa. No trecho original: “The blogs employ a variety of writing and authoring models, and no signs of emerging or stabilizing genre conventions could be observed”.

poder público ou documentos impressos e eletrônicos. Enquanto nos blogs independentes as experiências pessoais e cotidianas dos seus blogueiros - como viagens, palestras e atividades realizadas ou a serem realizadas - é que originam e norteiam os posts, nos blogs vinculados a pauta dos meios de comunicação tradicionais é determinante para a escolha dos temas abordados. Sendo assim, os blogs vinculados costumam tratar de assuntos que já são frequentes na grande mídia, enquanto os blogs independentes tendem a apresentar temas mais incomuns.

Em relação à **composição das postagens**, os blogs independentes também apresentam dinâmica distinta dos blogs vinculados. A liberdade na composição dos posts é muito maior nos blogs independentes Xis Xis e Rainha Vermelha que nos blogs vinculados Mundo Sustentável e Doutor Jairo Bouer. Nos blogs independentes não há preocupação em se manter um padrão fixo de postagem. Esses blogs são menos formatados, menos normatizados, e ousam mais na hora de elaborar as publicações. Os posts podem variar de pequenos a grandes textos. É comum, aliás, encontrar postagens em que a informação principal advenha de um vídeo ou imagem. Importante destacar que nos blogs independentes é habitual também que os autores escrevam seus textos com uso da primeira pessoa do singular. Os posts contêm gírias, brincadeiras e sarcasmos. Ou seja, esses blogs apresentam as informações científicas de modo bastante informal e pessoal, fortalecendo as características originais da blogosfera. Nos blogs vinculados a grandes veículos de comunicação, por sua vez, o padrão de composição dos posts é muito mais rígido e apresenta poucas variações. Esses blogs possuem uma linguagem mais formal e mais semelhante aos textos produzidos pela mídia tradicional. É comum, por exemplo, o uso da terceira pessoa do singular. A utilização de recursos audiovisuais também é menos recorrente que nos blogs independentes.

No que diz respeito à **circulação das informações**, também se observou que os blogs independentes possuem dinâmica diferente dos blogs vinculados. Os blogs independentes foram aqueles que mais utilizaram links em suas postagens. Eles recebem muito menos comentários que o blog vinculado Mundo Sustentável, mas esses comentários são mais profícuos para as discussões e se atêm mais ao tema das postagens. O contrário do que acontece no Mundo Sustentável, em que a maioria dos comentários expressa atitudes ou emoções. Os blogs independentes recebem um público mais de nicho e mais instruído do que os blogs vinculados - que recebem um público mais amplo e leigo. Os blogueiros independentes também costumam interferir mais

nos comentários dos posts e conseguem atender de forma mais efetiva seus leitores.

Como se percebe, em todas as instâncias do protocolo metodológico os blogs independentes utilizam mais as potencialidades da blogosfera e mantêm os traços característicos do meio blog: a personalização e a interatividade. No caso dos blogs vinculados, se notou, de maneira geral, que são páginas que apenas simulam fazer blogs (PALACIOS, 2006). Para marcarem presença na blogosfera, muitos portais e meios de comunicação criaram essas páginas, mas não se preocuparam em fazer delas verdadeiros blogs. Há uma apropriação redutora da ferramenta (*Ibid.*, p.1) e muitos desses blogs são alinhados aos formatos dos meios de comunicação tradicionais. Assim, acabam não fazendo uso de todas as possibilidades que a blogosfera oferece, como a ligação para sites e páginas externas, criação de comunidades entre os blogueiros e desenvolvimento de conversas através do sistema de comentários.

Sendo assim, uma das hipóteses desta dissertação, a de que os jornalistas, por estarem mais acostumados à inserção contínua de tecnologias da informação em seu trabalho, utilizem mais as potencialidades dos blogs na obtenção, composição e circulação das informações científicas publicadas, foi refutada. Como foi explanado anteriormente, há mais diferenças entre blogs independentes e vinculados do que entre blogs escritos por cientistas e jornalistas.

Nesta pesquisa, aliás, o blog Rainha Vermelha desenvolvido pelo cientista Atila Iamarino foi o que mais se manteve fiel às características do meio: foi o blog em que o autor mais se utilizou como fonte de informação nos posts, o que mais usou o ciberespaço e outros blogs como fontes de informação, apresentando também uma grande incidência de opinião, explicação e partilha de experiências pessoais na composição dos posts. Foi o blog que mais recorreu a recursos audiovisuais - e de forma diversificada-, o que mais serviu-se de links, fez interferências regulares na ferramenta comentários, além de escrever seus textos em uma linguagem bastante informal. Ou seja, dentre os quatro blogs analisados nesta pesquisa, o blog produzido por um cientista foi o que mais fez uso das ferramentas e potencialidades da blogosfera.

Outra hipótese traçada no início da pesquisa era de que os blogs de ciência hospedados em grandes veículos de comunicação ou portal de notícias possuíssem dinâmica distinta dos blogs independentes, como maior atualização, visitação ou participação do público, já que se pressupunha que esses blogs contassem com maior notoriedade e, seus

blogueiros, com maior prestígio. Essa hipótese foi parcialmente confirmada. Em relação à atualização das páginas, se constatou que não há regularidade na publicação de postagens nos blogs vinculados, como também não há nos blogs independentes. Todos os blogs analisados se constituíam como atividades secundárias na vida de seus autores e não como a principal atividade profissional. Assim, as páginas não passavam por planejamento e as postagens eram publicadas, sobretudo, quando os autores dispunham de tempo para tal atividade.

No que diz respeito ao número de visitas que os blogs recebem, enquanto o Xis Xis costuma atrair uma média de 12 mil mensais e o Rainha Vermelha 20 mil, nenhum dos blogueiros vinculados soube informar esse dado, o que impede fazermos uma comparação entre os quatro blogs selecionados. Entretanto, outra variável nos leva a acreditar que os blogs vinculados possuam um público muito maior que os blogs independentes: é que o Mundo Sustentável obteve um número de comentários bem mais elevado do que o observado nos blogs independentes. Enquanto o blog Mundo Sustentável apresentou uma média de quase 32 comentários por post, o blog Rainha Vermelha exibiu uma média de 4,6 e o Xis Xis de 1,8¹⁸².

Inferimos, então, que há profissionais que acabam levando para a blogosfera a credibilidade adquirida em outros meios de comunicação e o fato de seus blogs estarem hospedados em grandes portais também aumenta a visibilidade. E mesmo não utilizando com frequência as potencialidades e ferramentas do meio, esses blogueiros acabam conquistando um espaço central na blogosfera (FOLETTTO, 2009, p.121).

A terceira hipótese levantada nesta pesquisa era de que, sendo os blogs caracterizados principalmente pela flexibilidade, interatividade e conversação, esperava-se que os conteúdos divulgados nos blogs de ciência não se resumissem ao aspecto informativo, mas mesclassem também aspectos analíticos e opinativos, suscitando o debate entre blogueiro e leitores e entre leitores. Ou seja, partiu-se da hipótese que os blogs promoviam formas mais interativas de comunicação da ciência, contando com uma participação ativa do público através dos comentários e das visitas à página.

Realmente, se notou que os blogs analisados - à exceção do blog Doutor Jairo Bouer -, além de trazerem a informação, se preocupam em

¹⁸² Conforme já citado no capítulo 4, o Blog do Doutor Jairo Bouer apresentava problemas no sistema de comentários, o que pode explicar a ausência de participação do público através da ferramenta.

contextualizá-la com uma explicação, opinião, crítica ou partilha de experiência pessoal. Entretanto, se observou que isso não é suficiente para promover uma forma mais interativa de comunicação da ciência, sobretudo no blogs vinculados, em que a visibilidade dessas páginas e a participação do público são tão grandes, que não há conversação entre leitores e blogueiro e até mesmo entre os próprios leitores. Como foi possível constatar, no blog Mundo Sustentável os comentários dos leitores vão se sucedendo sem qualquer referenciação entre eles. O blogueiro, por sua vez, diante de tantas manifestações, não consegue intermediar as discussões e promover um refinamento da divulgação científica – que seria bastante necessária, já que boa parte do público desses blogs parece ser leiga em ciência.

Já os blogs independentes até conseguem promover conversação através da ferramenta comentários, mas essa conversação se dá entre um público muito pequeno, seletivo e que, de alguma forma, já possui uma relação com a ciência (KOUPEL, 2010). Esse público dos blogs independentes, inclusive, costuma ser constituído por pessoas que já conhecem ou mantêm uma relação de amizade com o blogueiro. Por isso, acabam formando um pequeno grupo que, ao mesmo tempo em que cria um senso de comunidade com contexto e cultura compartilhados, pode “criar uma barreira que impede estranhos e forasteiros de se juntarem à conversa” (*Ibid.*, p.8)¹⁸³.

Em suma, enquanto nos blogs vinculados a conversação é prejudicada pela amplitude e diversidade de público que essas páginas recebem, nos blogs independentes as discussões acabam se limitando àquele público que já possui conhecimentos sobre ciência. Em ambos os casos, parece-nos que o sistema de comentários dos blogs é subutilizado.

Kenix (2009), por exemplo, fez uma análise de 344 postagens, 1.712 hiperlinks e 10.401 comentários de quatro blogs políticos para investigar se eles se constituíam como um espaço de mídia alternativa e chegou a conclusões semelhantes às nossas. A pesquisadora constatou que os blogs por ela analisados não geravam conversação entre blogueiros e leitores e que, além disso, os comentários feitos pelo público não promoviam intercâmbio de informação. Para ela, as páginas amostradas não eram reflexo de uma forma de mídia alternativa - pelo menos não da maneira como os estudiosos inicialmente previam na blogosfera. Segundo Kenix (2009), não havia nenhuma evidência de que

¹⁸³ Tradução nossa. No trecho original: “creates a barrier that prevents strangers and outsiders from joining the conversation”.

os blogueiros realmente incitavam seus leitores a fazerem algo em resposta ao que era publicado e não houve estímulos significativos para a comunicação e conversação com os leitores. Assim, os blogs operavam como uma forma linear e unidirecional de comunicação. Em relação aos comentários feitos pelo público, os resultados também não foram animadores. Conforme o estudo, de fato, há algumas ideias ocasionais, mas o desprezo, o cinismo, o deboche e as declarações geralmente desagradáveis compõem a esmagadora maioria dos comentários nos blogs amostrados. Assim, para Kenix (2009), os comentários poderiam ser considerados uma esfera comunicativa separada dos blogs e mais semelhante a um bar de bairro do que à esfera pública de Habermas. A pesquisadora então concluiu que os blogs possuem blogueiros distantes, uma esmagadora massa de leitores apáticos, não geram conversação e muito menos participação democrática.

Retomando os resultados encontrados em nossa pesquisa, também foi possível constatar que, apesar de os blogs independentes utilizarem mais algumas potencialidades da blogosfera se comparados com os blogs vinculados, os quatro blogs por nós analisados não conseguiram, de modo geral, gerar conversações representativas e consistentes sobre os temas científicos, apresentaram subutilizações da blogosfera – como falta de criação de comunidade entre os blogs - e perpetuam velhos problemas já detectados na divulgação realizada pelas mídias tradicionais – como elitização das fontes e privilégio da ciência internacional em detrimento da nacional.

Ou seja, apesar da grande potencialidade que os blogs oferecem para a divulgação da ciência, as páginas por nós analisadas não conseguiram desenvolver ou manter as características básicas de um blog, como interatividade, personalização e atualização frequente.

Como citado anteriormente, a blogosfera é composta por uma variedade enorme de blogs, o que dificulta generalizar os resultados aqui encontrados. Outros blogs de ciência podem apresentar dinâmicas bastante distintas das encontradas nesta pesquisa. Mas categorizar as marcas de obtenção, composição e circulação das informações foi uma tentativa de sistematizar e compreender a dinâmica da divulgação científica nos blogs de ciência escritos por jornalistas e cientistas brasileiros.

Além disso, se considerarmos que os blogs foram a primeira rede social da internet e que muitas outras surgiram desde então, o protocolo metodológico aqui elaborado e as categorias criadas podem ser adaptados a outras redes sociais como Facebook, Twiter ou Instagram -

que também já tem sido bastante utilizadas e apropriadas por diversos profissionais, organizações e meios de comunicação na divulgação científica. Dessa forma, esperamos que esse estudo contribua para outras investigações sobre a divulgação científica na internet.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDZSNAJDER, Fernando. **O Método nas Ciências Naturais e Sociais**. São Paulo; Pioneira Thomson Learning, 2004.

ALVES, Rosental Calmon. **El diario en transición**: de producto a servicio; de monomedia a multimedia. Reunión de la Sociedad Interamericana de Prensa, Quito, Equador, 17 mar. 2006. Disponível em <<http://www.institutodeprensa.com/ponencias/monomedia.ppt>> Acesso em out. 2006.

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella. Blogs: mapeando um objeto. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.). **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. pp.27-54.

AMOROSO, Marta. Crânios e cachaça: coleções ameríndias e exposições no século XIX. **Revista de História**, São Paulo, v.154, n.1, p. 119-150, 2006.

ANTÚNEZ, Luis. El impacto de la aparición de los gestores de contenidos (CMS) en el despegue del fenómeno blog. In: ORDUÑA, Octavio Isaac Rojas; ALONSO, Julio; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan (Orgs.). **Blogs: La conversación em Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos**. Madrid: ESIC, 2005. pp. 49-76.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando**: introdução à filosofia. 2.ed. São Paulo: Editora Moderna, 1993.

BARBOSA, J. A. **Weblogs**: múltiplas utilizações, um conceito. Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte: PUCMG, 2003. Disponível em CDRom.
BARBOSA, Elisabete; GRANADO, António. **Weblogs**: Diário de Bordo. Porto: Porto Editora, 2004.

BARTLETT, Rachel. **New BBC guidelines incorporate social media, user-generated content.** 2010. Disponível em: <<http://www.journalism.co.uk/news/new-bbc-guidelines-incorporate-social-media-user-generated-content/s2/a540970/>>. Acesso em 14 out.2013.

BATISTA, Patrícia P. **Blog confessional permite revelar a intimidade sem se expor.** 2009. Trabalho apresentando durante o XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009.

BATTS, S.A.; ANTHIS, N.J.; SMITH, T.C. Advancing Science through Conversations: Bridging the Gap between Blogs and the Academy. *PLoS Biol* 6(9): e240. 2008.

BBC. **Pictures from Social Media Sites** - Summary and Guidance in Full. 2010. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/page/guidance-social-media-pictures>>. Acesso em: 14 out. 2013.

BERTOLLI FILHO, C. **Elementos fundamentais para a prática do jornalismo Científico.** 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bertolli-claudio-elementos-fundamentais-jornalismo-cientifico.pdf>>. Acesso em 05 jan. 2012.

BLOOD, R. **Weblogs: a history and perspective.** 2000. Disponível em: <http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html>. Acesso em 10 set. 2013.

BONETTA, L. **Scientists enter the blogosphere.** 2007. Disponível em: <[http://www.cell.com/abstract/S0092-8674\(07\)00543-0](http://www.cell.com/abstract/S0092-8674(07)00543-0)>. Acesso em: 07 fev. 2013.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRUMFIEL, G. **Science journalism: Supplanting the old media?** 2009. Disponível em: <<http://www.nature.com/news/2009/180309/full/458274a.html>>. Acesso em: 03 jan. 2012.

BRUNS, Axel. **Gatewatching**: colaborative online news production. New York; Peter Lang, 2005.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo científico e transferência de tecnologia. In: BUENO, Wilson da Costa, SILVA, Carlos Eduardo Lins e VIEIRA Carlos Alberto Adi (Orgs.). **Jornalismo científico e dependência**: o caso brasileiro. Brasília: CNPq / CED, 1982. p. 7-15.

_____. Jornalismo científico: revisitando o conceito. In: VICTOR, C.; CALDAS, G; BORTOLIERO, S. (Orgs.). **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: All Print, 2009. p. 157-178.

BURKETT, Warren. **Jornalismo Científico**: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação. Tradução de Antônio Trânsito. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

CALDAS, Graça. Comunicação Pública e Ciência Cidadã. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). **Comunicação Pública**. São Paulo: Editora Alínea, 2004. p.29-47.

CALVO HERNANDO, Manuel. **Periodismo Científico**. Madrid/Espanha: Editora Paraninfo, 1977.

_____. **El Periodismo Del Tercer Milênio**. Problemas de La Divulgación Científica em IberoAmerica. Revista Inter-ciencia. vol.27, n.2, p.57-61, 2002. Disponível em: <
http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0378-18442002000200002&lng=es&nrm=iso>. ISSN 0378-1844. Acesso em: 06 de ago. 2010.

CAREGNATO, Sônia Elisa; SOUSA, Rodrigo Silva Caxias. **Blogs científicos.br? um estudo exploratório**. Inf. Inf., Londrina, v. 15, n. esp, p. 56 - 75, 2010.

CASTELFRANCHI, Yuri. Para além da tradução: o jornalismo científico crítico na teoria e na prática. In: MASSARANI, Luisa; POLINO, Carmelo (orgs.). **Los desafíos y la evaluación del periodismo científico en Iberoamérica**. Relatório. Jornadas iberoamericanas sobre la ciencia en los medios masivos. Santa Cruz de La Sierra: AECI, RICYT, CYTED, SciDevNet, OEA, 2008. p.10-20.

CHALMERS, A. F. **O que é ciência afinal?** São Paulo: Brasiliense, 1993.

CHASSOT, Attico. **A ciência através dos tempos.** São Paulo: Editora Moderna, 2007.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Jornalismo, verdade e ética: divulgação científica e confusão informativa. In LOTH, Moacir (org.).

Comunicando a ciência: comunicações científicas apresentadas no 6º Congresso Brasileiro de Jornalismo Científico. Florianópolis: ABJC, 2001. p. 47-55.

CHRISTOFOLETTI, R.; LAUX, A.P. Blogs jornalísticos e credibilidade: cinco casos brasileiros. **Revista Comunicare**, v. 6, n. 2, 2006.

_____. Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera. Intercom – **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.31, n.1, p. 29-49, 2008.

CORACINI, Maria José. **Um fazer persuasivo:** o discurso subjetivo da ciência. Campinas, SP: Pontes, 1991.

CUNHA, Márgda. **Blogs:** a remediação das mídias que permite à audiência publicar. Diálogos de la Comunicación, v. 76, p. 1-7, 2008.

DIAS, H. Blogs e tendências do Jornalismo Científico. In: VICTOR, C.; CALDAS, G; BORTOLIERO, S. (Orgs.). **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável.** São Paulo: All Print, 2009. p. 179-205.

DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade.** (p.66 – 82). In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª Ed. São Paulo; Atlas, 2008.

EL PAÍS. **Obituario:** Manuel Calvo Hernando, pionero de la divulgación científica. 2012. Disponível em: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/08/16/actualidad/1345142996_545809.html. Acesso em 17 set. 2013.

EPSTEIN, Isaac. **Divulgação científica** – 96 verbetes. Campinas: Editora Pontes, 2002.

ESCOBAR, Juliana Lúcia. **Blogs jornalísticos**: propondo parâmetros para uma definição mínima. 2007. Disponível em: http://sbpjor.kamotini.inghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/ind_.juliana_escobar.pdf. Acesso em: 01 de out. 2013.

ESTEVES, Bernardo. Os cientistas vão à imprensa: divulgação científica nos jornais brasileiros (1945-1964). In: MASSARANI, Luisa; JURBERG Cláudia e MEIS Leopoldo (Eds.). **Um gesto ameno para acordar o país**: a ciência no Jornal do Commercio [1958-1962]. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz / Casa de Oswaldo Cruz / Museu da Vida, 2011. p.13-23.

FAHNESTOCK, Jeanne. Adaptação da ciência: a vida retórica de fatos científicos. In: MASSARANI, Luisa; TURNEY, Jon; MOREIRA, Ildeu de Castro (Orgs.). **Terra incógnita**: a interface entre ciência e público. Casa da Ciência/UFRJ/Museu da Vida/Fiocruz/Vieira & Lent, 2005. p.77-99.

FERNANDES, Ana Maria. **A construção da ciência no Brasil e a SBPC**. Brasília: Editora Universidade de Brasília / ANPOCS / CNPq, 1990.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. 2. ed. Porto Alegre (RS): Sagra Luzzatto, 2001.

FISCHER, Douglas. **Climate coverage, dominated by weird weather, falls further in 2012**. 2013. Disponível em: <http://www.dailyclimate.org/tdc-newsroom/2013/01/2012-climate-change-reporting>. Acesso em 16 set. 2013.

FOLETTI, L.F. **O blog jornalístico**: definição e características na blogosfera brasileira. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, 2009.

FONSECA, Maria Raquel Fróes. As “Conferências Populares da Glória”: a divulgação do saber científico. **História, Ciência, Saúde – Manguinhos**, II/3, pp. 135-166, 1996.

FRANÇA, Martha San Juan. Divulgação ou jornalismo? Duas formas diferentes de abordar o mesmo assunto. In: BOAS, Sergio Vilas (org.). **Formação e Informação Científica: jornalismo para iniciados e leigos.** São Paulo: Summus, 2005.p. 31-47.

FREITAS, Maria Helena de Almeida. **Origens do Periodismo Científico no Brasil.** 135 p. Dissertação (Mestrado) ao Curso de Mestrado em História da Ciência da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2005.

GRECO, Milton. **Interdisciplinaridade e revolução do cérebro.** 2 ed. São Paulo: Pancast Editora, 1994.

GREGORY, Jane; MILLER, Steve. **Science in public: communication, culture and credibility.** Estados Unidos da América: Basic Books, 2000.

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

HORGAN, John. **A mente desconhecida: por que a ciência não consegue replicar, medicar e explicar o cérebro humano.** Tradução de Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

IVANISSEVICH, Alicia. A mídia como intérprete: como popularizar a ciência com responsabilidade e sem sensacionalismo. In: BOAS, Sergio Vilas (org.). **Formação e Informação Científica: jornalismo para iniciados e leigos.** São Paulo: Summus, 2005.p.13-30.

JÚNIOR, Arthur G. **O Legado das Exposições Universais.** 2013. Scientific American Brasil. Disponível em: http://www2.uol.com.br/sciam/noticias/o_legado_das_exposicoes_unive_rsaais.html. Acesso em 17 set. 2013.

JURBERG, Claudia. **Ciência na TV: um erro histórico.** 2001.

Disponível em:

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/103042284573857452975334647217539539042.pdf>. Acesso em: 28 agost. 2013.

KENIX, Linda Jean. **Blogs as alternative.** 2009. Disponível em:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01471.x/full>. Acesso em: 25 de abril 2014.

KOUPER, I. **Science blogs and public engagement with science: practices, challenges, and opportunities**. 2010. Disponível em: <[http://jcom.sissa.it/archive/09/01/Jcom0901\(2010\)A02](http://jcom.sissa.it/archive/09/01/Jcom0901(2010)A02)>. Acesso em: 08 fev. 2013.

KUCINSKI, Bernardo. A nova era da comunicação: reflexões sobre a atual revolução tecnológica e seus impactos no jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. 9, nº 1, 2012.

LASICA, J.D. **Blog and journalism need each other**. 2003. Disponível em: <<http://www.jdlasica.com/articles/nieman.html>> Acesso em: 28 de março 2014.

LEMONS, André. **Ciber-cultura-remix**. 2005. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2013.

_____. Prefácio. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.). **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. pp.7-19.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 10 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

MACHADO, Elias. **La Estructura de la noticia em las redes digitales**. Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo. Tese (Doutorado em Jornalismo)– Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Univesidad Autónoma de Barcelona, 2000.

_____. **O Ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

_____. **Os sistemas de circulação no ciberespaço**. 2006. Disponível em: <http://www.lapjor.cce.ufsc.br/controlle/artigos/artigo15.pdf> Acesso em: 10 mar. 2014.

MACHADO, Elias. KERBER, Diego. MANINI, Elaine. **O Jornalismo digital no Diário.com.br**: modelos de produção de conteúdos no Diário Catarinense On-line. Trabalho apresentado no VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo; novembro de 2008.

MALOVOY, Sophie. **Guia prático de divulgação científica**. Rio de Janeiro: Casa de Oswaldo Cruz, 2005.

MARLOW, Cameron. **Audience, structure and authority in the weblog**. In: International Communication Association Conference, 2004, New Orleans, LA. *Anais...* New Orleans, LA, Maio 2004.

MASSARANI, Luisa. **A divulgação científica no Rio de Janeiro**: Algumas reflexões sobre a década de 20. 1998. 177f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Mestrado em Ciência da Informação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, RJ, 1998.

MELO, José Marques. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3 ed. Campos do Jordão: Mantiqueira. 2003.

_____. **Teoria do Jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MILLER, Steve. Os cientistas e a compreensão pública da ciência. In: MASSARANI, Luisa; TURNEY, Jon; MOREIRA, ILDEU de Casto (Orgs.). **Terra incógnita**: a interface entre ciência e público. Casa da Ciência/UFRJ/Museu da Vida/Fiocruz/Vieira & Lent, 2005, p.115-132.

MOREIRA, Ildeu de Castro; MASSARANI, Luisa. Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil. In: MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro; BRITO, Fatima (Orgs.). **Ciência e público**: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Forum de Ciência e Cultura, 2002, p.43-64.

MOURA, Mariluce. Mídia e Construção de Imagens da Tecnociência Brasileira. In: VOGT, C. (Org.). **Cultura Científica: desafios**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2006. p. 132-179.

NATURE. **Editorial**. 2009. Disponível em: <<http://www.nature.com/nature/journal/v458/n7236/full/458260a.html>>. Acesso em 16 set. 2013.

NATURE NEUROSCIENCE. **Editorial**. Vol. 12, n 3, 2009. Disponível em: <http://www.nature.com/neuro/journal/v12/n3/full/n0309-235.html>. Acesso em 16 set. 2013.

NOVAES, Allan Macedo de. **Imprensa e cientificismo: uma reflexão sobre a imagem da ciência construída pelo discurso jornalístico**. 2008. Disponível em:

<

<http://www.metodista.br/poscom/cientifico/publicacoes/discentes/art/artigo-0031/>>. Acesso em: 11 de ago. 2010.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo Científico**. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

OLIVEIRA, José Carlos. **As ciências no paço de d. João....** 1999.

Disponível em: <

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59701999000200009&lng=en&nrm=iso&tlng=pt> Acesso em: 28 de ago. 2013.

ORIHUELA, José Luis. Weblogs y blogosfera: el medio y la comunidad. In: ORDUÑA, Octavio Isaac Rojas; ALONSO, Julio; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan (Orgs.). **Blogs: La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos**. Madrid: ESIC, 2005. pp.13-48.

PALACIOS, Marcos. Blogosfera e jornalismo on-line no Brasil Ou Porque Noblat, Josias e cia. Não fazem Blogs. **Revista Laboratório da Faculdade de Comunicação da UFBA**. Salvador: 2006.

_____. **E sobre a circulação das notícias online você já refletiu?**

2008. Disponível em: <http://gjol.blogspot.com/2008/01/e-sobre-circulao-das-notcias-online-voc.html> Acesso em: 15 mar. 2014.

PETERS, Hans Peter et. al. Interactions with the Mass Media. **Science**. Vol. 32. 2008.

PIASSI, Luís Paulo; PIETROCOLA, Maurício. **Ficção científica e ensino de ciências**: para além do método de ‘encontrar erros em filmes’. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.35, n.3, p. 525-540, set./dez. 2009.

PIPPI, Joseline; PERUZZOLO, Adair Caetano. Jornalismo científico e interdiscursividade na popularização da ciência. In: SILVEIRA, A.C.M. (Orgs) **Divulgação científica e tecnologias de informação e comunicação**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2003. 256p.

PORTO, Cristiane de Magalhães. **Internet e comunicação científica no Brasil**: Quais impactos? Quais mudanças? . Salvador: EDUFBA, 2012.

PRIMO, Alex. **Blogs e seus gêneros**: avaliação estatística de 50 blogs em língua portuguesa. 2010. MATRIZES. Ano 4 – Nº 1 jul./dez. 2010. São Paulo. p. 129-147

PRIMO, A. F. T.; SMANIOTTO, Ana Maria Reczek. **Blogs como espaços de conversação**: interações conversacionais na comunidade de blogs insanus. In: Compos, v. 1, n. 5, p. 1-16, 2006.

QUADROS, C. I.; ROSA, A. P.; VIEIRA, J. **Blogs e as transformações no jornalismo**. 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/38/38>>. Acesso em: 07 jan. 2013.

QUADROS, Claudia Irene; SPONHOLZ, Liriam. **DEU NO BLOG JORNALÍSTICO**: é notícia?. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 15, p. 1-14, 2006.

RECUERO, R. C. **Weblogs, webrings e comunidades virtuais**. 2003. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/webrings.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2013.

RIBEIRO, José Hamilton. O jornalismo científico é jornalismo ou científico? In LOTH, Moacir (org.). **Comunicando a ciência: comunicações científicas apresentadas no 6º Congresso Brasileiro de Jornalismo Científico**. Florianópolis: ABJC, 2001.p.13-17.

RIOS, Ediara Rabello Girão et al. **Senso comum, ciência e filosofia - elo dos saberes necessários à promoção da saúde**. Revista Ciência e Saúde Coletiva. vol.12, n.2, p.501-509, 2007.

RIZZINI, Carlos. **O jornalismo antes da tipografia**. São Paulo (SP): Companhia Editora Nacional, 1977. 204p.

RODRIGO ALSINA, Miguel. **Construção da Notícia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

ROWAN, David. **How to save science journalism**. 2010. Disponível em: <<http://www.wired.co.uk/news/archive/2010-09/27/how-to-save-science-journalism>>. Acesso em: 17 set. 2013.

SÁ, Magali Romero; DOMINGUES, Heloisa Maria Bertol. O Museu Nacional e o ensino de ciências naturais no Brasil no século XIX. **Revista da Sociedade Brasileira de História da Ciência**, n. 15, pp. 79-87, 1996.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Um discurso sobre as ciências na transição para uma ciência pós-moderna**. Estudos Avançados, vol.2, n.2., São Paulo, maio/agosto, p.46-71. 1988.

SCHITTINE, Denise. **Blog: comunicação e escrita íntima na internet**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

SCIENCE BLOGS BRASIL. **Sobre**. 2011. Disponível em: <<http://scienceblogs.com.br/sobre/>>. Acesso em: 10 ago. 2013.

SEMIR, Vladimir. El mutatis mutandis de la comunicación científica en la era de internet. **ArtefaCTOS**, vol.3, n. 1, p. 49-79, 2010.

SHAH, N. **PlayBlog**: Pornography, performance and cyberspac. 2008. Disponível em: <<http://cis-india.org/publications-automated/cis/nishant/playblog%20performance%20pornography%20cyberspace.pdf/view>>. Acesso em: 17 out. 2013.

SILVA, Gislene. Problemática metodológica em jornalismo impresso. **Rumores** – Revista Online de Comunicação, Linguagem e Mídias. São Paulo, vol. 1, n. 1, jul.-dez. 2008.

SILVA, Gislene; MAIA, Flávia Dourado. Análise de cobertura jornalística: um protocolo metodológico. **Revista Rumores**. Ed. 10, ano 5. 2011. pp.18-36.

_____. O método *Análise de Cobertura Jornalística* na compreensão do *crack* como acontecimento noticioso. In: LEAL, Bruno Souza; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo (Orgs.). **Jornalismo e acontecimento**: percursos metodológicos. Florianópolis: Insular, v.2, 2011b.

SOUSA, Maíra de Cássia Evangelista. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, 2013.

STOCKING, S. Holly. Como os jornalistas lidam com as incertezas científicas. In: MASSARANI, Luisa; TURNEY, Jon; MOREIRA, Ildeu de Castro (Orgs.). **Terra incógnita**: a interface entre ciência e público. Casa da Ciência/UFRJ/Museu da Vida/Fiocruz/Vieira & Lent, 2005. p.161-182

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa Bibliográfica** (p. 51-61). In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª Ed. São Paulo; Atlas, 2009.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**: Do Galena ao Digital, desvendando a Radiodifusão no Brasil e no Mundo. 2ª ed. São Paulo: Harbra, 1999.

TUFFANI, Maurício. Ciência e interesses: as regras do jogo acima do método e da razão. In: BOAS, Sergio Vilas (org.). **Formação e Informação Científica**: jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus, 2005. p.49-68.

VARELA, Juan. Periodismo participativo: El periodismo 3.0. In: ORDUÑA, Octavio Isaac Rojas; ALONSO, Julio; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan (Orgs.). **Blogs**: La conversación em Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos. Madrid: ESIC, 2005. pp.77-164.

VICTOR, Cilene. Sustentabilidade: pauta jornalística ou marketing verde?. In: VICTOR, C.; CALDAS, G; BORTOLIERO, S. (Orgs.). **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: All Print, 2009. p. 15-30.

VOGT, C. et al. SAPO (Science Authomatic Press Observer): construindo um barômetro da ciência e tecnologia na mídia. In: VOGT, C. (Org.). **Cultura Científica: desafios**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2006. p. 84-130.

WILKINS, John. **The roles, reasons and restrictions of science blogs**. 2008. Disponível em: [http://www.cell.com/trends/ecology-evolution/abstract/S0169-5347\(08\)00200-0](http://www.cell.com/trends/ecology-evolution/abstract/S0169-5347(08)00200-0). Acesso em: 17 out. 2013.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Jornalismo em microblogs**: um estudo das apropriações jornalísticas do Twitter. 2008. 171f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro de Educação e Comunicação. Universidade Católica de Pelotas. Pelotas, RS, 2008.

ZIVKOVIC, Bora. **How to break into science writing using your blog and social media**. 2013. Disponível em: <<http://blogs.scientificamerican.com/incubator/2013/04/02/how-to-break-into-science-writing-using-your-blog-and-social-media-sci4hels>>. Acesso em 05 jan. 2013.

MATERIAL DE ANÁLISE

BOUER, Jairo. **HC faz pesquisa em compulsão sexual**. 17/07/2013. Disponível em: <http://drjairobauer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Vacinação contra hepatite B é ampliada.** 17/07/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Dormir mais protege seu coração.** 15/07/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Aumenta consumo de drogas “legais” no mundo.** 15/07/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Especialistas especulam que homens seriam responsáveis pela menopausa.** 20/06/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Estudo holandês sugere que partos em casa seriam menos arriscados.** 20/06/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **20% dos jovens americanos têm transtornos mentais.** 25/05/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Camisinha pelo correio na Califórnia.** 18/05/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Fim dos cabelos brancos?** 18/05/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Cigarro aumenta mais o risco de câncer de intestino nas mulheres.** 08/05/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Obesidade aos 20 dobra risco de morrer antes dos 55.** 08/05/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Quase a metade das crianças em SP está acima do peso.** 27/04/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Gosto de cerveja dá vontade de beber mais.** 27/04/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Muito açúcar nas bebidas.** 16/04/2013. Disponível em: <http://drjairobouer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Consciência ao volante?** 16/04/2013. Disponível em: <http://drjairobauer.blog.uol.com.br/>.

BOUER, Jairo. **Careca no topo da cabeça pode sinalizar maior risco para o coração.** 12/04/2013. Disponível em:

http://drjairobauer.blog.uol.com.br/arch2013-04-07_2013-04-13.html.

BOUER, Jairo. **Hálito pode funcionar como “impressão digital”.**

12/04/2013. Disponível em:

http://drjairobauer.blog.uol.com.br/arch2013-04-07_2013-04-13.html.

BOUER, Jairo. **Campanha de vacinação contra gripe 2013 é lançada.**

01/04/2013. Disponível em:

http://drjairobauer.blog.uol.com.br/arch2013-03-31_2013-04-06.html.

BOUER, Jairo. **Nova York: dez anos sem cigarro!** 01/04/2013.

Disponível em: http://drjairobauer.blog.uol.com.br/arch2013-03-31_2013-04-06.html.

BOUER, Jairo. **Desprezar pode doer tanto quanto ser desprezado.**

13/03/2013. Disponível em:

http://drjairobauer.blog.uol.com.br/arch2013-03-10_2013-03-16.html.

DINIZ, Isis Nóbile. **O Sol nasce e se põe no mesmo lugar.** 30/09/2013.

Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/o-sol-nasce-e-se-poe-no-mesmo-lugar/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Argentina: não às sacolas plásticas.** 29/09/2013.

Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/argentina-nao-as-sacolas-plasticas/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Pelados no Ushuaia.** 28/09/2013. Disponível em:

<http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/pelados-no-ushuaia/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Por que se chama Terra do Fogo.** 27/09/2013.

Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/por-que-se-chama-terra-do-fogo/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Por que se chama Patagônia.** 26/09/2013.

Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/por-que-se-chama-patagonia/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Patagônia austral: posts sobre o Fim do Mundo.** 26/09/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/patagonia-austral-posts-sobre-o-fim-do-mundo/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Ação ambiental: plante árvores da Mata Atlântica!** 21/09/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/acao-ambiental-plante-arvores-da-mata-atlantica/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Cultura bem nutrida: milho, arroz e cana.** 10/09/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/cabeleira-bem-nutrida-milho-arroz-e-cana/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Você sabia que existe aurora austral?** 02/09/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/voce-sabia-que-existe-a-aurora-austral/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **A garrafa 100% reciclada de Guaraná Antarctica.** 14/08/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/08/a-garrafa-100-reciclada-de-guarana-antarctica/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Conheça os seus músculos!** 01/08/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/08/conheca-os-seus-musculos/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Cadê o aquecimento global com esse frio?** 31/07/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/07/cade-o-aquecimento-global-com-esse-frio/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Saiba a sua relação com animais presos em cativeiro para “show”.** 26/07/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/07/turismo-saiba-a-sua-relacao-com-animais-presos-em-cativeiro-para-show/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Sim, existem “meio” animais como sereias.** 18/07/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/07/sim-existem-meio-animais-como-sereias/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Parto normal ou cesárea?** 24/06/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/06/parto-normal-ou-cesarea/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Manifestantes: país sem partido se chama ditadura.** 21/06/2013. Disponível em:
<http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/06/manifestacoes-pais-sem-partido-se-chama-ditadura/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Historiadora explica os “apenas” 20 centavos.** 18/06/2013. Disponível em:
<http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/06/historiadora-explica-os- apenas-20-centavos/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Muuuito além da economia verde.** 28/05/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/05/muuuito-alem-da-economia-verde/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **São Paulo: Feliz Dia da Mata Atlântica.** 27/05/2013. Disponível em:
<http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/05/sao-paulo-feliz-dia-da-mata-atlantica/>.

DINIZ, Isis Nóbile. **Serra da Cantareira: aquela que São Paulo não vê.** 24/05/2013. Disponível em:
<http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/05/serra-da-cantareira-aquela-que-sao-paulo-nao-ve/>.

IAMARINO, Atila. **Ciência tem que ser aberta.** 30/05/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/05/ciencia-tem-que-ser-aberta/>.

IAMARINO, Atila. **Garanta, o futuro de sua carreira científica: crie um currículo online.** 29/04/2013. Disponível em:
<http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/04/crie-um-curriculo-online/>.

IAMARINO, Atila. **A natureza da homossexualidade e os comentários de @EliVieira e @IzzyNobre.** 09/02/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/02/a-natureza-da-homossexualidade-e-os-comentarios-de-elivieira-e-izzynobre/>.

IAMARINO, Atila. **Walt Disney, Motorhead e Fungos** – interCiência. 04/02/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/02/interciencia/>.

IAMARINO, Atila. **A aranha mais nerd**. 03/01/2013. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/01/aranha-ner/>.

IAMARINO, Atila. **Quer assustar seus predadores? Faça uma aranha gigante**. 16/12/2012. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/12/aranha-gigant/>.

IAMARINO, Atila. **Esquilo suicida? Nem perto**. 27/09/2012. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/esquilo-suicida-nem-perto/>.

IAMARINO, Atila. **Como encontrar artigos científicos**. 20/09/2012. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/como-encontrar-artigos-cientificos/>.

IAMARINO, Atila. **Mais aranhas pavão (e pr0n de aranhas)**. 14/09/2012. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/mais-aranhas-pavao/>.

IAMARINO, Atila. **Redes sociais, artigos científicos e novas métricas**. 12/09/2012. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/redes-sociais-artigos-cientificos-novas-metricas/>.

IAMARINO, Atila. **Um bom artigo precisa ser citado? Métricas e Altimetrics**. 18/08/2012. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/08/um-bom-artigo-precisa-ser-citado-metricas-altimetrics/>.

IAMARINO, Atila. **Corrigindo o inglês do artigo** – Publieditorial. 20/03/2012. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/03/corrigindo-o-ingles-do-artigo-publieditorial/>.

IAMARINO, Atila. **Te vejo na Campus Party 2012**. 09/02/2012. Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/02/te-vejo-na-campus-party-2012/>.

IAMARINO, Atila. **E a política de acesso aberto no Brasil?**

03/02/2012. Disponível em:

<http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/02/acesso-aberto/>.

IAMARINO, Atila. **Cadê você no ResearchGate?** 23/01/2012.

Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/01/cade-voce-no-researchgate/>.

IAMARINO, Atila. **Quem está escondendo a vacina contra a AIDS?**

28/12/2011. Disponível em:

<http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/12/quem-esta-escondendo-a-vacina-contra-a-aids/>.

IAMARINO, Atila. **AIDS, arma biológica contra negros?** 21/12/2011.

Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/12/aids-arma-biologica-contra-negros/>.

IAMARINO, Atila. **Presentes de Natal científicos.** 19/12/2011.

Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/12/presentes-de-natal-cientificos/>.

IAMARINO, Atila. **Mitos do HIV.** 16/12/2011. Disponível em:

<http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/12/mitos-do-hiv/>.

IAMARINO, Atila. **Por que sabonete bactericida é inútil.** 31/10/2011.

Disponível em: <http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/12/mitos-do-hiv/>.

TRIGUEIRO, André. **De que lado você está?** 27/09/2013. Disponível

em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/09/27/de-que-lado-voce-esta/>.

TRIGUEIRO, André. **Imagens de um dos países mais sustentáveis do**

mundo. 18/09/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/09/18/imagens-de-um-dos-paises-mais-sustentaveis-do-mundo/>.

TRIGUEIRO, André. **Um dia invisível.** 10/09/2013. Disponível em:

<http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/09/10/um-dia-invisivel/>.

TRIGUEIRO, André. **9.600 minutos na rádio CBN.** 03/09/2013.

Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/09/03/9-600-minutos-na-radio-cbn/>.

TRIGUEIRO, André. **Um ministro “verde” comanda o Itamaraty.**

26/08/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/08/26/um-ministro-verde-comanda-o-itamaraty/>.

TRIGUEIRO, André. **Papa fez História, mas não falou de sustentabilidade.** 29/07/2013. Disponível em:

<http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/07/29/papa-fez-historia-mas-nao-falou-de-sustentabilidade/>.

TRIGUEIRO, André. **Saindo do ponto morto.** 23/06/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/06/23/saindo-do-ponto-morto/>.

TRIGUEIRO, André. **Quando retroceder é avançar.** 19/06/2013.

Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/06/19/quando-retroceder-e-avancar/>.

TRIGUEIRO, André. **Nas ruas, de novo.** 18/06/2013. Disponível em:

<http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/06/18/nas-ruas-de-novo/>.

TRIGUEIRO, André. **Balanco de um ano na área ambiental.**

05/06/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/06/05/balanco-de-um-ano-na-area-ambiental/>.

TRIGUEIRO, André. **A geração 400 ppm.** 13/05/2013. Disponível em:

<http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/05/13/a-geracao-440-ppm/>.

TRIGUEIRO, André. **Por que o Rio decide multar quem joga lixo no**

chão? 10/04/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/04/10/por-que-o-rio-decidiu-multar-quem-joga-lixo-no-chao/>.

TRIGUEIRO, André. **Reduzir IPI de carro é miopia econômica.**

01/04/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/04/01/reduzir-ipi-de-carro-e-miopia-economica/>.

TRIGUEIRO, André. **O que se espera de um Papa com esse nome?** 14/03/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/03/14/o-que-se-espera-de-um-papa-com-esse-nome/>.

TRIGUEIRO, André. **Mulheres e soluções.** 08/03/2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/03/08/mulheres-e-solucoes/>.

TRIGUEIRO, André. **O lixo que vira energia.** 01/03/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/03/01/o-lixo-que-vira-energia/>.

TRIGUEIRO, André. **Revolução energética já é realidade.** 14/02/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/02/14/revolucao-energetica-ja-e-realidade/>.

TRIGUEIRO, André. **Alerta vermelho na nave azul.** 28/01/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/01/28/alerta-vermelho-na-nave-azul/>.

TRIGUEIRO, André. **NYT fecha editoria de meio ambiente.** E daí? 22/01/2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/01/22/nyt-fecha-editoria-de-meio-ambiente-e-dai/>.

TRIGUEIRO, André. **As relíquias garimpadas no lixo.** 03/12/2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2012/12/03/as-reliquias-garimpadas-no-lixo/>.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Roteiro de perguntas para entrevistas.....	253
APÊNDICE B - Entrevista com a blogueira Isis Nóbile Diniz.....	255
APÊNDICE C – Entrevista com o blogueiro Atila Iamarino.....	263
APÊNDICE D – Entrevista com o blogueiro Jairo Bouer.....	275
APÊNDICE E – Entrevista com o blogueiro André Trigueiro.....	283
APÊNDICE F – Protocolos de análise Blog do Doutor Jairo Bouer...	291
APÊNDICE G – Protocolos de análise do blog Mundo Sustentável...	329
APÊNDICE H – Protocolos de análise do blog Xis Xis.....	369
APÊNDICE I – Protocolos de análise do blog Rainha Vermelha.....	410

APÊNDICE A – Roteiro de perguntas para entrevistas

1 – Há quanto tempo o blog existe? Porque decidiu criá-lo?

2 - Como você pensava inicialmente o funcionamento do blog? (Ex.: periodicidade dos posts, tipo de texto a ser publicado, tamanho dos posts)

3 – E qual o tempo dispensado para administração e atualização do blog atualmente?

4 - Onde escreve as postagens do blog? Que tipo de linguagem procura usar nos textos?

5 – Qual média de visitas mensais que a página recebe?

6 (a) Você acredita que o fato de estar hospedado em um grande portal contribui para o número de acessos ao blog? (Para os blogs vinculados aos portais)

6 (b) Você acredita que o fato de não estar hospedado em um grande portal influencia no número de acessos ao blog? (Para os blogs independentes)

7 - De onde você costuma retirar os temas para as postagens?

8 (a) – Qual o papel, na sua opinião, que o seu blog pode ter para o jornalismo científico e para a divulgação científica? (Para os jornalistas)

8 (b) - Qual o objetivo do seu blog no que diz respeito à divulgação científica? (Para os cientistas)

9 (a) - O blog gera alguma renda para você?

9 (b) - Percebi que há postagem patrocinada no seu blog. (Para Rainha Vermelha e Xis Xis)

10 - Há restrição por parte do portal com relação aos materiais postados no blog? (Para blogs vinculados aos portais)

11 - Como se dá o uso dos recursos audiovisuais no blog? Acha que eles podem ter alguma interferência no número de pessoas que visitam o blog e leem os posts?

12 (a)- Percebi que você costuma usar muitos links nas postagens. Para que fins você acha importante usar os links? (Para blogs Rainha Vermelha e Xis Xis)

12 (b) - Percebi que você costuma usar poucos links nas postagens, e a maioria direciona para conteúdos produzidos pela Globo. É uma exigência do portal ou escolha sua? (Blog do André Trigueiro)

12 (c) - Percebi que você costuma usar um link por post, geralmente direcionando para a origem da informação. Porque costuma usar o link dessa forma? (Blog do Doutor Jairo Bouer)

13 (a) – Com relação aos comentários dos leitores, percebi que você costuma responder. Porque faz isso? (Para blogs Rainha Vermelha e Xis Xis)

13 (b) - Com relação aos comentários dos leitores, percebi que você não costuma responder. Você chega a ler os comentários? (Para André Trigueiro)

13 (c) - Você costuma acompanhar se há comentários nas postagens? (Para Jairo Bouer)

14 - Você fica satisfeito com o tipo de comentários que lê no seu blog?

15 - E como você vê essa interatividade com o leitor? Acha importante para afinar a divulgação científica?

16 - O que você acredita que os leitores procuram em um blog de ciência?

17 - Para finalizar, queria saber qual a sua perspectiva em relação ao seu blog para os próximos anos?

APÊNDICE B – Entrevista com a blogueira Isis Nóbile Diniz

Isis Nóbile Diniz é jornalista e autora do blog independente Xis Xis. A entrevista foi realizada no dia 17 de fevereiro de 2014, via chat do Gmail.

Rafaela Sandrini: Há quanto tempo o blog existe?

Isis Nóbile Diniz: Desde 2008

RS: E por que decidiu criá-lo?

IND: Por vários motivos. Resumindo-os (rs), eu queria fazer algo pelo mundo. Pensei: sei escrever, gosto de pesquisar, vou criar um blog sobre ciência. Eu adorava ciência, conseguia explicar para "leigos" muitas questões, tanto que na faculdade colegas diziam que eu deveria fazer biologia. Outro motivo era desmistificar a ciência. Com o conhecimento científico nós, a sociedade, podemos exigir uma saúde melhor, educação melhor, melhor qualidade de vida. Outra questão era que eu sempre fui apaixonada por ciência. Era o jeito de eu falar sobre o que gostava e até entrar mais na área - o blog coincidiu com o fim de uma especialização em divulgação científica que cursei. Outro motivo era mostrar para as pessoas a importância da ciência. Sou filha de pesquisador e sofri por ver meu pai sendo desvalorizado. Um dia, um feirante falou para ele (sem querer desvalorizar o homem): "Você estuda tanto e eu, que nem fiz faculdade, ganho muito mais do que você". O justo seria todos ganharmos o necessário para viver com dignidade. Resumindo, tudo isso.

RS: E desde que você criou o blog ele esteve atrelado ao Science Blogs Brasil?

IND: Não. O Science Blogs nem existia naquela época. Creio que ele veio ao Brasil em 2010, antes disso havia um movimento liderado pelo Atila Iamarino e pelo Carlos Hotta de unir os blogs de ciência. O Atila sabe dizer melhor as datas. Mas eu migrei logo quando ele chegou ao Brasil.

RS: Você foi convidada por eles, é isso?

IND: Sim. Na época, também fui chamada para integrar outras redes de blog. Inclusive de não ciência, como a do Edney.

RS: E porque preferiu o Science Blogs?

IND: Primeiro, porque já havia combinado que iria para o Science Blogs. Depois, porque achei que unidos nós poderíamos alcançar mais gente, mais leitores. A ideia nem era aumentar a visibilidade do meu blog em si. Quando eu atualizava como no começo, a visibilidade se manteve. A ideia era unirmos os esforços e mostrarmos juntos a ciência.

RS: Em relação às visitas que seu o blog recebia, não provocou muitas mudanças, então?

IND: Não pelo que me lembre. Ao contrário. No começo teve uma queda, já que perdi muitos textos que já tinham sido linkados. Depois subiu e se estabilizou. Às vezes, dependendo do tema e da frequência de atualização, dá picos. Tudo depende da sua dedicação.

RS: E o nome era o mesmo: Xis Xis?

IND: Sim. Ele era cinza e rosa. Bem feminino, sempre gostei de provocar os machistas.

RS: Lembra do endereço?

IND: Era xisxis.wordpress.com. Mas tirei do ar. Porque dava conflito de links no Google. E todo o conteúdo foi migrado.

RS: Quando migrou para o Science?

IND: Não lembro ao certo. Deixa eu dar uma fuçada. Creio que em 2009: <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2009/03/brasil-tera-rede-de-blogs-de-ciencia-internacional/>.

RS: E como você pensava inicialmente o funcionamento do blog? (Ex.: periodicidade dos posts, tipo de texto a ser publicado, tamanho dos posts)

IND: No começo, eu procurava publicar todo dia. Fazia textos curtos, mais explicativos - não muito didáticos, nunca quis ser didática. Quando era um pouco mais crítica, escrevia alguns textos longos. Eu falava sobre tudo relacionado à ciência: exposições, revistas, histórias, questões mais jornalísticas. Sempre com linguagem simples. Sempre fui generalista.

RS: E quanto tempo você acha que dispensava para a administração do blog?

IND: Olhe, acho que até hoje, para escrever um post, eu demoro entre uma e duas horas. Se todo dia eu escrevia, era no mínimo uma hora por dia. Mais recentemente, quando eu escrevo, devo demorar entre 20

minutos e uma hora. Mas, na época, eu me dedicava facilmente umas dez horas por semana, porque sempre gostei de pesquisar antes de escrever para me certificar de cada vírgula. E isso demora.

RS: E atualmente, você dispensa esse mesmo tempo para o blog?

IND: Infelizmente, não. Ou, felizmente. Direta ou indiretamente, por meio do blog, eu dei cursos, palestras, consegui empregos novos. Hoje, trabalho na comunicação da ONG Iniciativa Verde e coordeno a comunicação do projeto Plantando Águas, patrocinado pela Petrobras, de R\$ 2,7 milhões. Além disso, faço trabalhos freelancers. Parece bobo, mas depois de casar também tenho que dedicar um tempo para a casa (rs). Assim, sobra pouco tempo para o blog. Quero deixar claro que não somos machistas e meu marido também ajuda nos afazeres domésticos, ahahaha. Mas, enfim, acabo tendo que priorizar outras questões profissionais e pessoais.

RS: E no início do blog, você já trabalhava como jornalista para algum outro veículo? Ele já nasceu sendo uma atividade secundária na sua vida?

IND: Sim. Já nasceu. Mas eu era freelancer, então fechava meu tempo direitinho. Tinha hora para os frilas e para o blog. Mesmo trabalhando meio período em uma revista, eu conseguia dividir o tempo com o blog e outros frilas. Hoje, se eu escrever todo dia para o blog, daria uma média diária de trabalho de dez horas. Ou menos, dependendo da época.

RS: Entendo. Então essa diminuição no tempo dispensado ao blog está atrelada mesmo ao aumento de trabalho e ocupações profissionais?

IND: Exatamente. E pessoais.

RS: E nunca bateu o cansaço em relação à atividade de blogagem?

IND: Não. De jeito nenhum. Na realidade, eu sinto até culpa porque tenho ideia, fotos e vídeos para muitos posts, mas não consigo sentar e escrever ou editar tudo. Diria que eu blogo por amor ao tema, à profissão, aos leitores. É muito gratificante ler os comentários, até quando são comentários que se opõem ao que está escrito.

RS: Depois vou voltar nessa questão dos comentários. Mas me diga: onde você escreve os posts?

IND: O local? Em casa. Ouvindo uma boa música, ou até concentrada, mesmo. Mal pisco.

RS: E como falasse anteriormente, busca usar uma linguagem simples, é isso?

IND: Sempre. Primeiro, porque faz parte da minha personalidade. E em um blog você tem que ser você mesmo. As pessoas percebem quando está tentando se passar por outro, soa falso. Não cativa, não é verdadeiro. É o meu jeito, sou assim, assumi isso. Já sofri muito com isso também. Por outro lado, é ótimo. Se eu quero atingir o maior número de pessoas, tenho que usar uma linguagem que seja coerente com isso.

RS: E de onde você costuma retirar os temas para as postagens?

IND: Tudo o que você imagina. Viagens (sou uma apuradora nata), dúvidas diárias, "sobras" de matérias que fiz - aliás, tenho que colocar uma no ar -, dúvidas de amigos, pesquisas que acho interessante. Quando quero colocar uma opinião, uso pesquisas para embasá-la, pesquisas interessantes que li, livros, filmes e notícias.

RS: Em relação às sobras de matérias, usa o mesmo material ou modifica?

IND: Depende. Geralmente, pergunto ao editor. Aí, o que sobrou, eu coloco no blog. Vou ver se coloco uma hoje, por sinal, que estou adiando há uma semana. Coloco "sobras" de entrevistas, visões interessantes que eram diferentes do fio condutor da matéria.

RS: E essas matérias, você produz para veículo impresso?

IND: Geralmente, sim. A última foi para a revista Época.

RS: Ok. E você sabe me dizer a média de visitas mensais que o seu blog recebe atualmente?

IND: Olhe, deixa eu ver. Está baixo porque, como te disse, quanto menos dedicação, menos retorno. Creio que em torno de 400 por dia. O segredo para ter mais visitas, além dos assuntos abordados e como são abordados, é manter uma periodicidade.

RS: E que assuntos e que tipo de abordagem você acha que mais atraem os leitores?

IND: Abordagem pessoal, crítica ou bem argumentativa. Com a sua opinião. Já os temas ou os da moda, do que é falado no momento na novela, na mídia. Ou explicando esse tema do momento. Sexo (claro), astronomia - as pessoas piram em astronomia-, coisas extraordinárias. Bom, primeiro que é bem verdade que escrevo sobre o que estou afim.

Não me preocupo, quando escrevo, com o número de pessoas que vai ler. O importante é ajudar nem que seja uma pessoa. Outra são fatos: extraordinários, não abordados ou mal abordados pela mídia, informações desconhecidas ou com muito erro pela internet, histórias que poucos sabem, principalmente, relacionadas ao meio ambiente. Quando viajo para outro país, tento mostrar como são algumas questões lá (ambientais ou científicas) para compararmos. Sempre lembrando que falo de meio ambiente com uma abordagem científica.

RS: E você acredita que o fato de não estar hospedado em um grande portal de comunicação influencia no número de acessos ao blog?

IND: Ah, sim. Não porque eles são melhores ou piores. Mas porque os portais têm mais acesso, mesmo. Aí, sempre caem uns paraquedistas no blog.

RS: E o blog gera alguma renda para você? Percebi uma postagem patrocinada no seu blog.

IND: Sim, diretamente, por meio dos posts patrocinados, que sempre deixo bem claro que são, por uma questão ética. E, indiretamente, quando dou aula ou palestra.

RS: E conseguiria viver da renda do blog?

IND: Não. Num passado, até conseguiria. Mas eu escolhi não "abandonar" a carreira e viver de blog. Não sei se fiz a escolha certa. Se me dedicasse muito, pode até ser que sim, mas é mais difícil. Os blogs atualmente rendem financeiramente menos que antes, que há quatro anos.

RS: É mesmo? E por quê?

IND: Porque as agências anunciavam mais. É a minha impressão, posso estar errada. Mas tinha esse encantamento maior com os blogs. Agora, o dinheiro de anúncio está mais pulverizado ainda na internet. E tinha menos pessoas escrevendo.

RS: Você acha que há certa crise, hoje, dos blogs?

IND: Não. Alguns estão mais maduros, outros estão parados, outros surgindo. Acho natural. Tem muita gente investindo mais em vídeos. Os meios de comunicação perceberam a importância dos blogs e também deram espaço para os seus.

RS: E como se dá o uso dos recursos audiovisuais no blog? Acha que eles podem ter alguma interferência no número de pessoas que visitam o blog e leem os posts?

IND: Eu achava que sim, mas hoje tenho notado que não. Há pessoas que preferem ler e outras ver vídeo. Alguns assuntos ficam mais interessantes em vídeo e outros em texto. Eu gosto muito de fazer vídeos, só não faço mais porque eles tomam mais tempo ainda do que escrever um post afinal, tenho que editá-los. Se completam.

RS: Percebi que você costuma usar vários links nas postagens. Para que fins você acha importante usar os links?

IND: Para dar a fonte, mostrar de onde tirei, para valorizar a minha referência. Esse é o bacana da internet, essa conexão em rede. Para mim, essa é a grande sensação!

RS: E com relação aos comentários dos leitores, percebi que você costuma responder. Porque faz isso?

IND: Primeiro, porque acho educado. Como não é impossível de responder a quantidade de leitores, demonstra atenção. Segundo, porque essa interação que a internet proporciona também é um dos destaques dela com relação à mídia impressa.

RS: E em relação à divulgação científica, acredita que essa interatividade também pode ajudar?

IND: MUITO! Dá ideias, tira dúvidas, eu aprendo muito também. Ainda mais no quesito divulgação da ciência.

RS: Você fica satisfeita com o tipo de comentários que lê no seu blog?

IND: Ah, sim. É o que temos (rs). Seria bacana se mais pessoas que não entendessem do assunto escrevessem. Mas muitos me disseram que têm vergonha de falar bobagem.

RS: Os blogs nasceram com esse potencial de conversação. Acredita que eles conseguiram se firmar desta forma, ou não?

IND: Hummmm, acho que sim. Seja entre blogs e entre leitores. Com o Facebook, mais ainda.

RS: O que você acredita que os leitores procuram em um blog de ciência?

IND: Curiosidades, tirar dúvidas, conseguir informações, entender melhor sobre um tema científico falado por aí.

RS: E qual o papel, na sua opinião, que o seu blog e os outros blogs de ciência escritos por jornalistas podem ter para o jornalismo científico e para a divulgação científica?

IND: Acho que temos uma visão diferente. Como não pesquisamos sobre o assunto - embora muitos de tanto escrever sobre já poderiam ser considerados especialistas, pesquisadores, quase - nós damos uma visão mais jornalística. Como sabemos que jargões dificultam o entendimento - e por mais que escrevemos sobre o assunto percebemos que é um jargão porque não faz parte do nosso cotidiano - pode facilitar a desmistificação, explicar o tema. Por outro lado, blogs escritos por pesquisadores também têm a sua vantagem, podem ser mais profundos. Mas acho que tudo isso varia do autor. Ah, podemos, também, ser mais críticos quanto à pesquisa realizada no Brasil. Se um autor é pesquisador, não pode criticar quem fornece financiamento para sua pesquisa, por exemplo.

RS: E você acha que os blogs podem se tornar obsoletos diante da criação e sucesso das novas redes sociais como o Facebook (que você citou anteriormente)?

RS: Não. De jeito nenhum. Tudo bem que, quando o Twitter se fortaleceu no Brasil, muitos blogs fecharam, encerraram, para migrar ao Twitter. Mas o Twitter não dá a possibilidade de se aprofundar. Já o Facebook nem arquiva direito. E tem muito texto novo. Mas blogs com profundidade, argumentação consistente, com apuração, sempre estarão presentes. As redes sociais ajudam a divulgar o conteúdo do blog, se completam. Ou melhor: sempre estarão presentes, não, mas sempre se destacam. Ainda mais com o jornalismo com pouco investimento como está, com muita matéria *commodity*, textos com aprofundamento fazem diferença, se destacam. Nada como ir direto à fonte.

RS: E com tanta fonte de informação sobre ciência - nem todas confiáveis - pulverizada pela internet, como você acha que os blogs de ciência podem buscar seu diferencial?

INS: Sendo pessoais, citando fontes, com argumentação embasada, citando pesquisas e pesquisadores.

RS: Para finalizar, queria saber qual a sua perspectiva em relação ao seu blog para os próximos anos?

IND: Uau! Não sei. Uma época eu achei que fosse migrar para vídeos, colocar muitos vídeos no blog. Mas o tempo que eles demandam acabaram minando meu desejo. Creio que escreverei pontualmente, mas textos mais críticos e analíticos. Mesmo porque tem muito meio de comunicação dando resultado de pesquisas. Por enquanto (posso mudar de opinião), minha tendência é escrever textos mais críticos, continuar relatando a ciência "das viagens" e é um blog, certo? Colocando coisas pessoais nele indiretamente, coisas que fazem parte do meu cotidiano, da minha vida no momento. Mas sempre observando com um olhar científico. Pelo blog, quem é bem próximo a mim consegue dizer como está a minha vida. E isso é o bacana de blog, contar a vida só que sob um aspecto da ciência. É uma piração linda (rs).

APÊNDICE C – Entrevista com o blogueiro Atila Iamarino

Atila Iamarino é biólogo e autor do blog independente Rainha Vermelha. A entrevista foi realizada no dia 11 de março de 2014, via Skype.

RS – Há quanto tempo o blog existe? Porque decidiu criá-lo?

AI – O Rainha Vermelha eu criei no final de 2007. Ele começou como Transferência Horizontal. Era uma piadinha bilógica que quase ninguém pegava. Na verdade, eu sempre gostei muito de ler sobre ciência, divulgação científica e biologia em geral. Tenho uma dificuldade tremenda em me especializar numa área e abrir mão das outras coisas. E quando eu entrei na pós-graduação eu tive que parar de dar aula, tive que parar com todas as atividades de fora, e eu me mantive em contato com outras áreas de interesse lendo blog de biologia. Aí eu conheci o Rafael Soares, o Fafá, do blog RNA Mensageiro e o Marco Varella, do blog Marco Evolutivo. E os dois estavam fazendo uma disciplina de Método Científico comigo. E o Rafael foi falar do RNA Mensageiro - que era um blog que ele já tinha na época -, sobre blogar, e a gente se encontrou logo depois em um congresso de divulgação científica da Fapesp em que ele virou pra mim e disse: “Pelo seu interesse, pelas coisas que você lê e tudo mais, começa um blog ontem, que isso tem a sua cara”. E deu certo. E comecei o blog muito pela influência dele, em especial. Já lia muitos blogs, mas fui começar um, por conta própria, por causa disso. Então, ele nasceu como Transferência Horizontal, que é o processo de uma bactéria mandar DNA para outra. É transferência de informação que não é de pai para filho, é entre todo mundo que está em volta.

RS: E quando se transformou no Rainha Vermelha?

AI: Ele se chamou de Rainha Vermelha quando a gente começou o Lablogatários. Eu vou precisar achar minha apresentação aqui sobre o Science Blogs Brasil para te dar a data exata, mas foi seis meses depois, no ano seguinte assim. Na verdade foi assim: eu comecei o Rainha Vermelha, comecei a procurar outros blogs em português e interagir com eles. Conheci um blog que era o Brontossauros em meu Jardim, do Carlos Hotta, e, por coincidência, o Carlos Hotta foi um veterano meu da Biologia. Eu só fui descobrir bem depois que ele foi o Carlos Hotta, o meu veterano. E escrevi exatamente isso pra ele: “nossa, você foi o Carlos Hotta, meu monitor na disciplina tal”. E ele disse: “É, eu sou esse tipo de Carlos Hotta aí”. E me veio com essa proposta: “Você escreve

coisas que eu me identifico, eu escrevo coisas que você se identifica, a gente tem vários blogs que a gente gosta de ler em português, porque a gente não faz uma coisa inspirada no Science Blogs?”. E ele mesmo propôs o nome que era ‘Lablogatórios’. Nós começamos então com o Lablogatórios. Quando ele estava três dias no ar, recebemos e-mail do pessoal do scienceblogs.com - que é a rede mundial - e eles nos convidaram para representá-los em português. Então, começou como Lablogatórios, ficou seis meses no ar com o Lablogatórios, porque foi o tempo necessário para planejarmos a transição e conversar com eles sobre isso. E aí, virou o Science Blogs Brasil.

RS - Então assim que foi criado o Science Blogs Brasil, o Rainha Vermelha migrou pra lá?

AI - Pois é, aí já foi todo mundo pra lá.

RS - Como você pensava inicialmente o funcionamento do blog? (Ex.: periodicidade dos posts, tipo de texto a ser publicado, tamanho dos posts)

AI - Então, é engraçado. O blog foi mudando de mentalidade junto comigo. Eu comecei muito como um blog de variedade biológicas, e falava de coisas que eu queria comprar: de camisetas de ciência ou adesivos, canecas, brinquedos, e coisas assim. E falava de notícias recentes, postava um quadrinho biológico toda semana, com a tirinha do Calvin, ou do Garfield, ou do Nickel Nausea, de alguém que tratasse de ciência. E tentava de vez em quando falar de artigo de alguma coisa mais interessante. Mas tentava fazer um ritmo de postagem diária. E, claro, a pós-graduação vai piorando e nós vamos diminuindo o ritmo disso, não é. Aí ele acabou ganhando um tom de um blog de curiosidades biológicas onde eu falava mais ou menos de artigos que eu lia e achava interessantes. Ou, de vez em quando, eu comentava uma notícia ou alguma coisa assim. Mas virou meio que um blog que assumia que o leitor tinha um nível de ciência compatível com o fim do colegial, mais ou menos, ensino médio, e tratava de artigos que eu estava lendo. E foi na verdade onde eu acabei tendo mais contato com graduandos. Graduando e pós-graduandos, quando eu escrevia.

RS - E você lembra quanto tempo você dispensava semanalmente na administração do blog?

AI - Não. No começo eu gastava, sei lá, umas duas horas por dia, no fim do dia. Mas aí a coisa começou a ficar mais dispersa. Mas, sei lá, em um fim de semana seis, oito horas lendo um artigo e escrevendo sobre ele.

Um artigo que não era muito da minha área, mas que eu iria ler de qualquer jeito e escrevendo sobre ele. A coisa foi migrando para o final de semana, para sair um pouco da agenda da pós-graduação no meio da semana. Mas eu sempre gostei muito de ler outras coisas em biologia e outros assuntos, então eu nunca sei dizer pra você se eu estou gastando esse tempo com o blog ou se é uma leitura que eu estaria fazendo sem ele, de qualquer forma.

RS - E o tempo que você dispensa hoje para o blog, mudou?

AI - Mudou radicalmente. Na verdade, ele sumiu. Desde a tese eu parei. Literalmente parei de escrever o blog. Desde a tese postei bem esporadicamente em 2013 e acho que eu ainda não fiz nenhum post em 2014, por conta do pós-doutorado no exterior e de outras coisas que vão surgindo.

RS - Então ele sempre foi uma coisa secundária, paralela, e não uma atividade primária na sua vida?

AI - Não, não. Nunca. Na verdade era essa válvula de escape para eu falar de outras coisas em biologia enquanto eu não podia dar aula. Pra mim foi absurdamente valioso, inclusive na pós-graduação. Ele me ensinou a falar melhor sobre o que eu faço e ser mais aberto sobre ciência. Ele me ensinou a me organizar melhor, a escrever, a coletar informação na internet. Ele me ajudou a criar uma cabeça para coletar, organizar e falar de conteúdo que, com certeza, eu não iria ter só com a tese. Porque você vai ficar quatro anos pesquisando na pós-graduação para escrever um artigo, ou dois, ou três se você tiver muita sorte, além da tese. E boa sorte para aprender alguma coisa aí no meio. Então ele me deu uma prática ao longo da pós-graduação valiosíssima. Além de me trazer - o que eu acho até que foi mais valioso - as pessoas que eu conheci, especialmente dentro do Science Blogs. Gente com quem eu conversei até hoje e com quem eu já fiz até artigos científicos por conta da colaboração.

RS - Então isso também te ajudou muito como cientista?

AI - Não tenho dúvida. É uma coisa que vem junto. Eu não sei te dizer se o blog traz isso ou se é o meu interesse que traz isso. Enfim, não sei te dizer como a coisa caminha. Mas eu não tenho dúvida de que escrever ciência e fazer divulgação científica durante a pós-graduação me trouxe essas habilidades de escrita, a chance de treinar e a chance de conhecer gente interessada e muito bem informada. E acho que é um filtro tremendo. O fato de a pessoa ir lá e se dispor a colocar algo que ela

acha, que ela leu ou que ela pensa na internet, já são um filtro muito grande por gente interessada. Então todo mundo que eu conheci com o blog e, especialmente, quem eu conheci pessoalmente, foram ótimas interações, gente muito legal, gente produtiva, interessante de conhecer, que traz coisa nova. E acabei, inclusive, fazendo um artigo sobre divulgação de ciência em blogs por conta disso, com o pessoal que eu conheci em blog e no Twitter.

RS – E onde escreve as postagens do blog?

AI - Eu tenho um caderno que anda sempre comigo, onde eu fico escrevendo as coisas que eu estou lendo, especialmente se eu estou lendo um livro, ou posts, ou *papers*, ou coisas interessantes. E principalmente em casa, no período depois das 23h. É dinâmico. Às vezes você está em uma fila, ou em algum lugar. Por exemplo, hoje eu posso dizer para você que meu foco de escrita mudou 100% do blog para o Youtube, para o Nerdologia, que é o canal que eu produzo lá. E fui hoje tirar um documento aqui. Eu tinha uma hora para esperar na fila e fiquei escrevendo no caderno o texto.

RS - E o conteúdo e a linguagem do blog, mudaram no decorrer dos anos?

AI - Mudou o tipo de assunto que eu trato e mudou a linguagem. Eu comecei com uma linguagem pesada e assuntos meio gerais. Falava de tudo um pouco. E o blog, junto com o meu amadurecimento na pós-graduação, foi virando uma coisa mais evolução e microbiologia. Isso mais para o final da pós-graduação. E, depois, junto com o meu interesse - por conta do blog - por métricas, divulgação científica e comunicação de ciência, eu acabei escrevendo bastante sobre *altmetrics* e outras coisas.

RS - E a linguagem?

AI - Hoje em dia eu te digo que eu teria uma preocupação maior ainda em fazer uma linguagem mais popular, mais acessível. Voltaria a falar mais de ciência em geral.

RS - O público alvo ainda é o mesmo?

AI - Continuaría sendo do ensino médio para cima, porque é meio que o público com que eu me identifico com a conversa, com o diálogo. Acho que faltam muitos blogs de ciência para crianças, para adolescentes, mas não é um público que eu tenho trato, que eu sei conversar bem.

RS – Você saberia dizer qual média de visitas mensais que a página recebe?

AI - Ainda hoje eu acho que ele tem umas 20 mil visitas mensais, apesar de não ter uma frequência de escrita. Eu sei que subiria para 30, 40 mil se tivesse uma postagem bissemanal, por exemplo. Tanto por conta de indexação no Google como, hoje em dia, por compartilhamento em Facebook, cliques e visitas. E especialmente agora pela atenção que eu estou recebendo no Twitter, no Facebook, por conta do canal no Youtube.

RS- Você acredita que o fato de não estar hospedado em um grande portal influencia no número de acessos ao blog?

AI - Não tenho dúvida. Porque eu acho que o maior problema do blog de ciência, especialmente no Brasil, é que a gente tem que lidar com o acesso espontâneo do leitor. O que eu quero dizer é: em um canal de ciência, em um caderno de ciência no jornal, ou na revista, ou em outras mídias dessas, o leitor recebe quer queira, quer não. Ele vai folhear e vai cair naquela página ali. Às vezes nem vai reparar do que é a página e vai ler. No blog de ciência, na maioria das vezes, a pessoa tem que escolher clicar. Seja porque alguém mandou pra ela aquele link ou porque ela estava procurando aquilo em algum lugar. Então o fato de você estar em um portal grande, que vai veicular seus textos na capa ou em outros lugares, com certeza traz visita e traz inclusive um público diferente e menos seletivo. E seletivo eu quero dizer no sentido de identidade e não de qualquer valor de mérito. Mas menos seletivo do que o blog, por si só, tende a ter. O blog sozinho ou mesmo dentro do Science Blogs tende a atrair um leitor muito de nicho, enquanto um portal de notícias, um lugar grande que vai colocar, entre outras coisas, o texto do blog, vai trazer mais gente de todas as áreas. Dá para ver isso até pelos comentários.

RS – Melhora, inclusive, as discussões, então?

AI - Não tenho a menor dúvida. Eu acho que os dois tipos de comunicação são legais e os dois acrescentam muito para quem escreve. Se você faz uma coisa de nicho, você vai ter discussões, às vezes, sobre métodos ou sobre a implicação do que você escreveu ali no texto, ou julgamento de valores. Eu já tive discussões muito legais e vejo discussões muito legais desse tipo no Science Blogs ou em blogs que estão sozinhos. E, geralmente, o que eu vejo com um texto que populariza bastante é que vira uma relação mais assimétrica, do autor estar tirando dúvida dos comentaristas, independentemente do tipo de

tema. O pessoal geralmente entrando para perguntar alguma coisa a respeito daquilo. Mas são mais perguntas que esperam uma resposta de alguém que sabe mais, que é quem escreveu o texto.

RS - De onde você costuma retirar os temas para as postagens?

AI - No começo eu buscava ativamente coisas que eu lia em blogs, ou que estavam acontecendo, ou que eu via em um blog grande, de fora, do pessoal que é jornalista - e acompanha realmente *press release* e tudo que está saindo - para pegar um tema mais quente, e tentava seguir isso. Mas, de novo, conforme a pesquisa foi avançando e eu fui tendo menos tempo para fazer esse tipo de coisa, eu comecei a tratar mais do que eu encontro e leio de interessante. Então hoje em dia eu estou muito mais à vontade para escrever sobre os *papers* que eu trombo, ou que alguém me recomenda, ou que eu acho por conta da minha pesquisa e para falar especificamente disso. E muito também, hoje em dia, do que eu troco de conversa, especialmente no Twitter. Então eu sigo bastante pesquisador lá, eu acompanho o perfil de vários deles exatamente para saber o que está sendo discutido na área, o que está acontecendo. Ou *podcasts* de ciência e outras coisas. Eu gosto muito do *This Week In Virology*, que é a minha discussão semanal de virologia que não acontece no departamento e eu vou ouvir lá. E acabo achando bons artigos por esse meio. Então, hoje em dia, é uma busca muito mais passiva. Eu deixo a coisa vim e se eu trombo com um artigo legal eu vou tratar dele e discutir ele.

RS - Qual o objetivo do seu blog no que diz respeito à divulgação científica? Ou, qual o papel, na sua opinião, que o seu blog pode ter para a divulgação da ciência?

AI - Hoje em dia, depois de passar pela pós-graduação e ver que muita gente, inclusive, escreve nesse período - por mais que seja um período ocupado, é um período que as pessoas meio que dedicam a isso. Eu vi muito blog começar e terminar durante a pós-graduação ou durante esse período de vida das pessoas. Eu acho que ele tem um papel importante na formação de quem escreve. Eu acho que ele é muito bom para te ajudar a escrever, discutir, fazer contatos, ser um pesquisador mais completo ou um aluno mais completo. Eu acho que ele tem um papel muito grande nesse sentido. Para o público, eu acho que é um papel que pode ser muito importante se você levar em conta que quem escreve é, muitas vezes, a pessoa mais especialista naquela área. E tem como ter demanda do público. Eu tive uma experiência extremamente positiva durante a época da gripe suína com isso, em que eu estava escrevendo

sobre a [gripe] influenza e começou a gripe suína. E as pessoas estavam malucas porque não tinha um texto de jornal ou de revista falando do vírus, só dos casos que estavam acontecendo, mas ninguém estava descrevendo exatamente o que era o vírus. E o blog passou a ser muito mais visitado desde então por conta disso e me fez perceber que eu, como pesquisador ou especialista na área, às vezes tenho condições de escrever algo no blog que não vai ser tão acessível quanto o jornalista faz, não vai ser tão atual ou tão quente quanto o que ele discute, mas vai ser embasado, vai ser uma referência que as pessoas vão conseguir ler e confiar no que elas estão lendo ali. Ou, pelo menos, vão ter algo mais próximo do que a pesquisa mesmo está falando disso ou daquilo. Às vezes, sem sensacionalismo e sem outras coisas que nem todo meio de comunicação vai fazer, mas que é comum na internet. Então eu acho que tem um papel importante. Eu só não consigo dizer que é um papel grande porque ele, de novo, depende demais da motivação de quem acessa, em procurar esse conteúdo. O maior problema de todos, para mim, é a falta de interesse em ciência. É legal falar que o brasileiro tem interesse em ciência. Se você vai lá e faz o censo, ou o Ibope vai e faz a pergunta sobre qual o interesse do público, saúde, religião e ciência estão lá no alto sempre. Todo mundo interessadíssimo nisso e muito mais interessado nisso que em esporte, dia dos famosos ou qualquer coisa. Mas na hora que você vai ver o compartilhamento espontâneo que a pessoa faz na *timeline* dela no Facebook, ciência não é nem um pouco o assunto mais frequente. E eu posso te dar esse contraste com números. O pessoal vai falar naquela pesquisa famosa do Ibope encomendada pelo Ministério da Ciência e da Tecnologia sobre conteúdo que as pessoas querem. Naquela pesquisa 90% das pessoas acham que a ciência é um conteúdo interessante e se você entra no *Socialbakers* ou em qualquer site de análise de conteúdo de Facebook você vai ver que, no Brasil, especificamente no Brasil, ciência não é 3,5% das páginas compartilhadas. Então, eu acho que o maior entrave que nós temos é essa discrepância enorme entre o interesse declarado do público e o interesse manifesto dele. Especialmente quando ele tem que ser espontâneo como é, normalmente, o tráfego para blogs.

RS – E o blog gera alguma renda para você?

AI - Não e nunca gerou. Nunca fiz ele com o propósito de renda.

RS - É que durante a pesquisa encontrei uma postagem patrocinada no seu blog.

AI – Então, essa postagem patrocinada foi muito legal porque, por estar escrevendo sobre pesquisa, o pessoal da Editage - que é a editora que faz aquele serviço de correção - me ofereceu o serviço. Como eles me ofereceram o serviço de correção do inglês, eu falei que o post era pago, patrocinado, porque eles me deram o serviço deles. O que me deram, então, foi a tradução que eu e meu orientador usamos para traduzir um artigo nosso que acabou sendo publicado depois. É que é muito diferente a demanda, vamos colocar desse jeito. Se você for ver blogs de moda, especialmente moda, mas também blogs de conteúdo mais popular, eles têm uma demanda por conteúdo pago, em que a pessoa vai ser paga para comentar ou resenhar alguma coisa. No Science Blogs é muito raro recebermos esse tipo de proposta para o pessoal fazer conteúdo pago. Que, hoje em dia, é onde está a maior parte do dinheiro para blogs, porque quem quer simplesmente pagar por impressões, vai no Facebook e vende os anúncios lá por centavos. Não precisa negociar com cinquenta, cem blogs individualmente para conseguir um alcance que ele consegue com o serviço automatizado do Facebook. Então as pessoas, hoje em dia, buscam muito mais os blogs para ter um post pago, ou um conteúdo lá dentro resenhado ou comentado. E dentro de ciência, não tem muita demanda para isso. Então, a não ser oportunidades em que eu vi o pessoal escrevendo para alguém ou algo assim, dificilmente o blog gera dinheiro. Eu ganhei dinheiro escrevendo blog quando eu fui escrever o blog da Bireme, da Biblioteca Regional de Medicina, sobre *influenza*, para uma chamada que eles tinham da Organização Pan-Americana de Saúde.

RS - Foi uma ocasião bem específica, então?

AI – É. Foi naquele blog, e foi muito mais pela minha formação como pesquisador, do que pelo fato de eu ser blogueiro. Coincidiu de eu ser uma pessoa que escrevia para a internet e casou muito com o que a Bireme estava procurando. Mas foi primariamente porque eu trabalhava com aquilo.

RS - Como se dá o uso dos recursos audiovisuais no blog? Acha que eles podem ter alguma interferência no número de pessoas que visitam o blog e leem os posts?

AI - Eu acho que ele é fundamental e tem toda influência no número de pessoas que vai visitar e ler os posts, sem sombra de dúvidas. Eu acho que qualquer post que é só texto, sem figura, não vai receber muita visita. O abandono, o *dows* que a gente fala - que é a quicada, a pessoa

que clica no link, dá uma batida de olho e sai, sem ler nada -, é muito maior quando você não está utilizando esse tipo de recurso.

RS - Percebi que você costuma usar muitos links nas postagens. Para fins você acha importante usar os links?

AI - Eu acho que o link é o que diferencia o blog de um meio estático. Eu cansei de ver reportagem, especialmente em portais grande de notícia, onde você tem o autor comentando uma descoberta, um artigo, alguma coisa, e não tem o título do artigo, não tem a revista onde ele saiu, não tem link para material, para mais nada. Isso em um meio que comporta qualquer referência, sabe? Não é como se você estivesse escrevendo no papel, que a pessoa só vai ter acesso àquilo ali que está na mão dela. Então quanto mais link e conteúdo externo eu conseguir colocar no meu texto, mais eu acho que vou estar me diferenciando de outras mídias onde eu poderia estar escrevendo, mas eu acho que essa é mais rica. Tanto que eu acabei indo para o vídeo depois para experimentar um pouco, por conta disso.

RS – Com relação aos comentários dos leitores, percebi que você costuma responder. Porque faz isso?

AI - Primeiro, por princípio. A outra coisa que vai diferenciar um blog de um site qualquer é o campo de comentários. Isso, inclusive, é a maior birra que eu tenho com o pessoal criacionista que diz que tem blog. O que eles têm são sites, porque nenhum deles é aberto para comentários. E se você está escrevendo sobre ciência, se você está falando de conteúdo científico, você tem que estar aberto para discutir o que está ali dentro, para interpretar. Ciência tem margem para interpretação, para questionar, para falar aquilo, e às vezes é pertinente ao assunto. Quem escreve sobre esporte vai me matar se ouvir isso. Mas eu acho muito mais fácil você contribuir em um texto sobre uma descoberta, sobre um achado científico, do que em um texto sobre a *performance* do Palmeiras no último jogo, onde o comentário vai ser gente que concorda ou discorda daquilo, mas o técnico não está nem aí para o que estão falando dele. E se eu estou falando de uma pesquisa ou de alguma coisa feita, vai ter gente que vai querer tirar dúvida, vai querer discutir a respeito, vai falar se aquilo vale ou não. Eu já vi discussões valiosíssimas a respeito da interpretação de um artigo nos comentários. Especialmente em inglês, quando eu estou em uma área que eu não domino, ou quando eu quero encontrar um texto mais rico do que eu sou capaz de encontrar por conta própria, eu gosto muito de visitar blogs, especialmente de pesquisadores que já são seniores, de gente que já tem bastante tempo de pesquisa, porque geralmente eles vão fazer um post

mais rico, contando a história de como aquilo foi feito. E no campo de comentários vai ter gente grande comentando e discutindo aquilo ali. Então, eu acho que o comentário é uma área riquíssima para se aproveitar.

RS – Você fica satisfeito com o tipo de comentários que lê no seu blog?

AI - Fico. Eu tenho surpreendentemente poucos comentários de propaganda e de gente xingando. E eu adoro quando tem um comentário perdido, de alguém falando besteira, porque eu vou lá e edito todas as críticas para elogio. Então é assim: tudo bem a pessoa criticar o meu texto, criticar a minha opinião ou criticar a minha pessoa. Isso aí fica lá e não tem problema nenhum a pessoa falar isso. Mas, às vezes, por exemplo, entra alguém e fala: “Ah, isso que você está perguntando é ridículo”, “esse comentário aí em cima é uma droga”. Entra gente simplesmente para xingar mesmo, o *troll*. Eu vou lá e coloco: “Não, o comentário acima é muito legal, essa pessoa é muito inteligente e acho muito enriquecedor ela discordar da minha opinião”. E é um, dois para a pessoa parar de escrever besteira ali, parar de discutir isso. Então, eu acho o comentário um campo importante, um campo legal, e fico muito surpreso com os poucos comentários ruins que eu recebo - ruins no sentido de destrutivos, que são os *trolls*. A parte legal de estar num público mais seletivo - seletivo no sentido do público que chega na gente - é que é um público que já está mais disposto a fazer comentários construtivos. Eu já tive experiência de ter um post meu linkado em grandes sites, especialmente durante a época da gripe, e o volume de comentários que divergem completamente do texto, que não fazem sentido nenhum com o texto ou de propaganda é imenso. Há diferenças do público cativo para o público leigo, leigo não familiarizado. Se um post meu normalmente iria provocar cinco, dez comentários dos meus 100, 150, 300 leitores que chegaram àquele texto, se ele sai em um portal de notícias, ou se ele sai em um lugar que tem muito público, ele vai receber um comentário para cada 1.000 cliques. E é um comentário, às vezes, que não tem nem pé, nem cabeça. Tem essa diferença em muitos casos.

RS - E acha essa interatividade com o leitor importante também para afinar a divulgação científica?

AI - Sim, especialmente durante a época da gripe suína, de novo, que é onde eu senti que estava contribuindo mais com que eu estava escrevendo ali. Entrava gente com dúvidas, com perguntas do tipo:

“Meu filho está com febre, o que eu faço?”, e aí eu mandava ir para o médico, é claro. Mas também com teoria da conspiração, com corrente que estão passando pra lá e pra cá. E o comentário estava lá para isso, para discutirmos com a pessoa, conversar, explicar. Então ele é uma extensão da divulgação que você está fazendo no seu texto e não há dúvida.

RS – O que você acredita que os leitores procuram em um blog de ciência?

AI - Eu acho que tem o curioso, com interesse próprio, que é uma minoria, mas é uma minoria que lê vários blogs e que comenta e que interage com eles. Que, às vezes, é uma minoria que já tem familiaridade com ciência ou que trabalha com alguma coisa próxima, ou estuda alguma coisa próxima, ou simplesmente gosta disso. Eu acho que tem o público das pessoas que estão com alguma dúvida e vão entrar no Google, no oráculo, para procurar a resposta para aquilo e, às vezes, não se dão conta nem de que elas entraram em um blog e nem do que ela leu ali. Eu vi o caso de um texto, por exemplo, do autor falando que ele estava com dor de cabeça, e ele tomou o remédio tal, e a dor de cabeça não passou. E tinha gente embaixo perguntando quanto o remédio custava, trocando receita e, quanto mais o autor argumentava, mais os comentários cresciam embaixo, porque ia tendo várias palavras que o Google indexava. Então entrava alguém e falava: “Quanto é o Paracetamol?”. E o autor: “Não, eu não vendo Paracetamol”. Agora já tinha duas vezes a palavra Paracetamol para o Google dar como resultado da busca para o Paracetamol. E a coisa foi escalando assim. Dava pra você ver o sofrimento do autor com o volume dos comentários. E especialmente se você pegar na área de saúde. Eu recomendo demais dois posts do blog RNA mensageiro que ilustram isso muito bem. O Rafael [Soares] fez um texto lá falando sobre o médico italiano que fala que bicarbonato de sódio cura câncer. E ele fez um texto falando que não, que bicarbonato não cura câncer ou, não pelo menos como o médico fala que faz, que funciona. E ele tem, eu acho, 800 ou 1.000 comentários de gente entrando lá e, ou xingando ele, ou xingando o blog, ou falando “está certo”. Ele fez até uma análise semântica dos comentários, que virou um pôster de congresso depois, sobre o que as pessoas estavam discutindo com ele ali embaixo. E são as pessoas que estão entrando no oráculo Google, buscando sobre saúde, ou sobre câncer, sobre cura, alguma coisa assim. E tem o público infantil, que está fazendo o trabalho escolar e que vai chegar lá e vai comentar para você: “olha, preciso de uma resposta de como os répteis

põem ovos para quinta-feira, 16h”, que é o horário que ele tem que entregar o trabalho da escola dele. Então, tem especialmente quem está procurando alguma coisa no Google e acaba caindo no conteúdo. E muitas vezes tende mais a entrar no blog para fazer perguntas e tirar dúvidas. E é diferente do público que está lendo Flipboard, Facebook ou Twitter, ou o leitor de *feeds* deles, e topa com o seu link lá dentro e vai ler o seu blog porque ele já está lendo outras coisas próximas.

RS - Para finalizar, queria saber qual a sua perspectiva em relação ao seu blog para os próximos anos?

AI - Bom, eu queria ter mais tempo para voltar a escrever ele. Ele está bem parado por isso. O blog cresceu comigo. Os temas, as coisas que eu discuto lá vão acompanhando mais ou menos a minha fase de vida. E, hoje em dia, eu queria muito ter tempo de discutir mais lá, e quero muito discutir política científica no Brasil, política de educação, o quanto a gente investe ou não em ciência, a diferença entre a ciência que é feita no país e a ciência que é feita fora, como a gente divulga a ciência, e continuar falando sobre evolução e as coisas que me interessam e me empolgam tanto em pesquisa. Mas, de novo, falando não em um tom para educar, mas para contar uma curiosidade, para pegar o público. Eu acredito que, inclusive, eu ia acabar separando: um blog de comentários sobre ciência e pesquisa, e um blog de ciência e assuntos interessantes em biologia, que continuaria sendo o Rainha Vermelha afinal, ele tem o nome por causa da teoria evolutiva. Então, vou continuar dando esse uso pra ele.

APÊNDICE D – Entrevista com o blogueiro Jairo Bouer

Jairo Bouer é médico e autor do blog vinculado Doutor Jairo Bouer. A entrevista foi realizada no dia 13 de março de 2014, via telefone

RS: Há quanto tempo o blog existe e porque decidiu criá-lo?

JB: A proposta desse blog é a seguinte: o UOL tem uma editoria de saúde e, dentro dessa editoria de saúde a gente produz os conteúdos. Na verdade, o que a gente mais faz é produzir conteúdo de vídeo. A gente grava uma vez por semana - ou a gente grava uma vez por mês, mas para todas as semanas do mês – pequenos vídeos de saúde que, ou é pergunta e resposta de internauta sobre sexualidade e comportamento, ou são entrevistas com médicos, especialistas da área de saúde. Então esse é o conteúdo principal que eu passo para o UOL. Um dos desdobramentos dessa parceria com o UOL foi na verdade a questão desse blog que era para, enfim, escrever coisas, relatar coisas de saúde. Então a gente começou trazendo notícias de saúde e comentando um pouco em cima dessas notícias. Na verdade, ele acabou sendo meio que um espelho do que estava acontecendo na área de notícias do site doutorjairo.uol.com.br que eu também possuo. Num primeiro momento eles eram separados. Depois, basicamente, um espelhava o outro e isso foi acontecendo até a última postagem, que eu não lembro quando foi publicada. E a partir daí a gente deu uma congelada no blog. O site durou mais um pouco e no final do ano [passado] a gente congelou o site para poder fazer mudanças.

RS: E há quanto tempo esse blog existe?

JB: Não lembro. Mas é desde que eu voltei para o UOL. Eu não sei te dizer.

RS: Então desde o início ele esteve atrelado ao UOL?

Ah, sim. Na verdade esse foi um blog que nasceu dentro do contrato novo com o UOL. Quer dizer, ele só existiu porque, na verdade, o UOL pediu pra gente também ser um dos colunistas, um dos blogueiros da área de saúde deles. Porque dentro do meu site doutorjairo.uol.com.br tinha um pequeno blog também. Aí, acontecia o seguinte: o comentário da semana, a gente, na verdade, fazia nesse blog que estava dentro do site doutorjairo.uol.com.br. E o blog do UOL espelhava a seção ‘atualidades/notícias’ que também está dentro do site doutorjairo.uol.com.br.

RS: Então o que era publicado nessa seção ‘atualidades/notícias’ do site ia para o blog?

JB: Isso, basicamente isso. A ideia do blog do UOL, na verdade, é que a gente contasse basicamente o que estava acontecendo, que a gente trouxesse notícias de saúde, que fosse, na verdade, um radarzinho de coisas de saúde. Só que como a gente já publicava bastante coisa na sessão ‘atualidades/notícias’ do site, acabava que a gente não tinha tempo e nem material para publicar conteúdos originais no blog. E a gente acabava espelhando a seção ‘atualidades/notícias’ nesse blog do UOL. E o blog mesmo com comentários e uma coisa mais opinativa, acabava sendo aquele outro que existe dentro site. Ele era um pequeno guia daquela semana do site: quais eram as novidades, o que tinha acontecido, porque a gente estava falando sobre aquilo. Era uma parte do site em que a gente interagira um pouco mais com o internauta, com o nosso leitor, ali.

RS: E Você sempre trabalhou sozinho na administração e atualização desse blog do UOL?

JB: Sozinho. Porque esse é um administrador bem fácil. No meio do caminho, o UOL deu um *upgrade* no administrador. Ele melhorou o administrador. Mas, como tinha muito colunista, muito blogueiro, ele acabou privilegiando aqueles que estavam escrevendo e postando mais. Então acabou que eu fiquei com a plataforma mais antiga, porque eu não estava sendo tão frequente. E depois, de fato, eu dei uma parada do meio do ano passado pra cá, e eu fiquei na plataforma antiga. Mas os blogueiros mais atuantes, muita gente da área de esporte e tal, acabou ganhando uma plataforma nova. De qualquer forma, eram plataformas muito fáceis de publicar.

RS: E como você pensava inicialmente o funcionamento do blog? (Ex.: periodicidade dos posts, tipo de texto a ser publicado, tamanho dos posts).

JB: A minha ideia do blog sempre foi tentar fazer uma coisa bem curta, bem rápida, bem objetiva, para quem tempo pouco tempo ou perde pouco tempo na internet, que eu acho que é a maior parte dos internautas, e principalmente dos mais jovens. Então, via de regra, os nossos textos são três, quatro parágrafos. E aí a ideia era fazer pelo menos uns dois, três parágrafos de notícia, ou aspecto principal da notícia, e um parágrafo um pouquinho mais opinativo. Essa era a ideia do blog: uma leitura rápida, um, dois minutos. Poucos parágrafos,

conteúdos sintéticos e depois uma análise. Um conteúdo mais analítico também.

RS: E a linguagem?

JB: Ah, uma linguagem bem objetiva, bem direta - porque nosso público, em geral, é um público mais jovem e tal -, sem muitas firulas. Era o jeito que a gente via essa história. Talvez eu não seja o melhor exemplo para te dar essa entrevista porque, na verdade, a gente acabou não usando o blog como ferramenta principal de comunicação, porque a gente tinha outras. Então acabou que ele foi meio que atropelado no meio do caminho.

RS: E você lembra o tempo que você dispensava para administração desse blog no início?

JB: Pouca coisa, na verdade. A ideia, no início, era que ele fosse diário, que a gente conseguisse atualizar ele todo dia com as notícias que estavam acontecendo. Acontece que o UOL já tem um serviço de saúde diário e a gente começou a ficar meio redundantes com eles. Esse foi o primeiro ponto. O segundo ponto foi que eu não tinha tempo de fazer tudo sozinho. E o terceiro ponto é que o que eu produzia de conteúdo eu acabava priorizando para o site. Daí o blog acabava espelhando o site. Mas no começo, eu acho que talvez a gente ocupasse um pouco mais de tempo. Uma hora por dia, talvez, no começo. E depois esse tempo foi sendo reduzindo.

RS: No início, então, você buscava fazer postagem diária, ou semanal, pelo menos?

JB: É, no mínimo semanal. A ideia original sempre foi fazer diário. Não sei se diário a gente conseguiu em algum momento, mas teve uma época que a gente conseguia publicar mais.

RS: E você lembra quanto tempo dispensava para a administração do blog antes de paralisar as atividades no segundo semestre do ano passado?

JB: Pouco. Meia hora a uma hora por semana.

RS: E onde você escrevia as postagens?

JB: Em casa.

RS: E mudou o tipo de linguagem que você utilizava no início e que passou a utilizar depois, ou não?

JB: Não. Seguia basicamente a mesma ideia, e cada vez mais sintética, porque eu achei que era isso que a gente precisava fazer naquele momento.

RS: E lembras a média de visitas mensais que a página recebia nos últimos tempos?

JB: Não. Não lembro. Na verdade, eu nunca fiz esse controle muito fidedigno, então eu não consigo te dar esse número.

RS: E você acredita que o fato de ele estar hospedado no UOL, contribui ou contribuiu para o número de acessos no blog?

JB: Acho que sim. É um portal grande e acaba tendo uma visibilidade maior. E, às vezes, tem chamada na *home*. Então, de fato, acho que isso faz toda a diferença, né, ou fez.

RS: E de onde você costumava tirar os temas para as postagens?

JB: Basicamente da pauta do dia a dia de noticiários de saúde.

RS: E qual o objetivo do teu blog em relação à divulgação científica ou, qual o papel que o teu blog pode trazer para a divulgação da ciência?

JB: Eu acho que é tentar trazer, de alguma forma, para o leitor, conteúdo atualizado nessa área de saúde, sexualidade e comportamento. É traduzir um pouco resultados de experiências, de pesquisas, de trabalhos científicos para esse público mais leigo.

RS: Esse blog gerou renda para você em algum momento?

JB: Não. O blog não.

RS: E houve alguma restrição por parte do portal em relação ao material postado no blog?

JB: Não. Nunca.

RS: Eu percebi que nas postagens, você não costuma usar muitos recursos audiovisuais. Você acha que de alguma forma eles podem ter alguma interferência no número de pessoas que visitam o blog?

JB: Eu acho que sim. Eu acho que tudo que a gente consegue ter de imagens, de vídeo associado à notícia, dá um *input*, um gás maior. É que, de fato, a gente tinha pouco tempo e pouco recurso para fazer sozinho esse blog.

RS: Em relação aos links, percebi que você costumava usar um link por postagem e, geralmente, direcionando para a origem da informação, ou pesquisa que você utilizava. Porque você costumava usar o link dessa forma?

JB: Ah, para quem quisesse ir mais a fundo. Para as pessoas que eventualmente estivessem interessadas, para facilitar a busca delas já, para fazer essa ponte.

RS: Você costumava acompanhar se as postagens recebiam comentários?

JB: Sim. Eu costumava olhar sim os comentários.

RS: E costumava responder?

JB: Poucas vezes. Poucas vezes eu interagi porque, na maior parte das vezes, eles não eram comentários que mereceriam ou exigiriam resposta ou que as pessoas esperavam uma resposta.

RS: E que tipo de comentários eram feitos? Do tipo contra ou a favor, mais nesse sentido? Eram feitas perguntas?

JB: Não. Nunca fazendo perguntas. Na verdade, alguns comentários concordando ou discordando dos resultados. Acho que como a gente não conseguia postar direto acabava chegando já alguns comentários mais específicos mesmo para o conteúdo.

RS: Mas achas que essa interatividade com o leitor, através dos comentários, pode ser importante em um blog, até para afinar a divulgação científica?

JB: Eu acho que pode. Na verdade, eu acho que é uma coisa proporcional: quanto mais tempo você fica no blog, quanto mais você investe no blog, acho que maior interação você vai ter com o teu público, mais você vai ter resposta, mais você pode ganhar com isso e o teu público também. Então, acho que os blogueiros mais frequentes são blogueiros que, de fato, ficam bastante tempo, investem nesta relação. Como o blog nunca foi pra mim, naquele momento, uma ferramenta que eu estava usando de uma maneira mais rotineira, eu acho que a gente acabou perdendo um pouco esse viés, entendeu?

RS: Então, de repente, a atualização frequente poderia ter contribuído para um maior número de comentários?

JB: Ah, sem dúvida.

RS: Eu tentei várias vezes comentar lá e não consegui porque eu não tinha cadastro no UOL. Tentei fazer o cadastro e também não consegui. E eu vi que as últimas postagens não têm comentários. Você sabe me dizer se tem algum problema com a realização desse cadastro?

JB: Eu não sei. Eu não sei como ele estava funcionando, eu não sei como ele está funcionando. Não sei. Aí não consigo te ajudar.

RS: O que você acredita que os leitores procuram em um blog de ciência?

JB: O meu blog não é exatamente um blog de ciência. Ele é um blog mais de divulgação de informação na área de saúde e comportamento. Óbvio que a gente usa a pesquisa da ciência. Mas acho que você tem blogs talvez mais dedicados a essa questão de divulgação científica. Eu sempre encarei o blog como uma questão mais de informação, do que como um blog que tivesse essa função de divulgação científica embora, obviamente, a gente estivesse passando informação.

RS: Ok. Mas no caso do seu blog, então, que é de saúde, o que você imagina que os leitores procuram?

JB: Eu acho que é novidade, o que está acontecendo. Por exemplo, sei lá: vai começar a vacinação de HPV, o que a gente acha da vacinação do HPV. Teve um crime cometido por um esquizofrênico, o que a gente acha dessa história desse crime desse esquizofrênico. E eu acho que vai mais por aí. Eu acho que esse público do meu blog não é um público que está de olho em ciência, em trabalhos científicos. Tanto é que, muitas vezes, a gente usa links de outras publicações. Por exemplo, a gente usa links de agências de notícias. A gente não usa necessariamente links de trabalhos científicos. Alguns sim, mas muitos não.

RS E qual a tua perspectiva em relação ao blog para os próximos anos?

Na verdade, como eu te falei, no final do ano passado a gente começou a achar que o site doutorjairo.uol.com.br estava um pouco meio passado, velho. Aí a gente deu uma congelada nele e começou um processo de mudança de plataforma que deve estar pronto daqui umas duas semanas. E a ideia é ser um site mais integrador, que ele consiga, de alguma forma, não ficar só mais nas dúvidas e nas notícias, mas trazer um pouquinho de tudo que eu estou fazendo, ser uma plataforma de todos os trabalhos que eu estou fazendo. E um pouco mais conectado com redes sociais, que é uma coisa que a gente não vinha fazendo muito. Mas aí

ele vai estar mais linkado, em um primeiro momento, numa fanpage do Facebook, que já está pronta, no Instagram, que já está pronto, no Twitter, que está pronto. Daí esse site conversa com essas redes sociais. E aí, no site, a gente vai entrar diariamente com todas as coisas que eu faço como, por exemplo: a coluna do Estado de São Paulo, a coluna da Revista Época, coluna da revista da Livraria Cultura, os vídeos que eu gravo para o UOL.

RS: Então vai ser uma plataforma integrada de todos os conteúdos que você produz atualmente e que estão dispersos?

JB: Isso, que estão dispersos. A gente faz coisa no jornal, coisa em revista, faz coisa numa revista da livraria Cultura, a gente está fazendo vídeo para o UOL, a gente está fazendo respostas para uma empresa de preservativo - que patrocina também, que tem a ver com nossos conteúdos de rádio -, a gente está fazendo um projeto com uma galera de vídeo, em que eles fazem uns vídeos bem curtos sobre questões de relacionamento e a gente comenta depois esses vídeos, então também tem este projeto. Tem, na verdade, o próprio blog, que a gente achou que também estava na hora de dar uma congelada, decidimos redefinir o papel dele e aí, virar um blog mais opinativo.

RS: O blog também vai migrar para esse site novo?

JB: É. O blog também vai. Acho que vai dar para acessar ele diretamente ali pelos colonistas do UOL, mas a ideia é que ele também produza conteúdo que alimente o site e as redes sociais. Então, na verdade, a gente está integrando todas as plataformas e que eu acho que é o que todo mundo está fazendo. Você está com o teu computador aberto, né? Você tá com o Facebook aí?

RS: Sim, estou.

JB: Então coloca no teu Facebook ‘jairobouerdr’ na área ‘pesquise’, ‘localize’. Se você colocar, vai abrir uma *fanpage*. Essa *fanpage*, na verdade, tem vários *inputs*. Ela é um resumo do que vai ser o site. O site vai ter mais *inputs* do que ela, provavelmente. Então vai ter as colunas, vai ter os vídeos, vai ter as coisas do UOL. Enfim, ele vai, de alguma forma, organizar isso tudo também. E um dos *inputs* que o site vai ter vai ser o blog do UOL. Então, a ideia é que a hora que o site estiver funcionando, o blog do UOL também passe a funcionar como uma ferramenta de alimentação do site e da *fanpage* e que ele foque mais na questão de notícia, informação/opinião, essa coisa informativa.

RS: Mas vai ter conteúdo exclusivo para o blog?

JB: O conteúdo vai ser depositado no blog, mas, provavelmente, ele vai ser compartilhado, vai ser subido esse conteúdo - não sei se todo ele mas, pelo menos, boa parte desse conteúdo - para o site e para a *fanpage*.

RS: E pretendes mudar alguma coisa em relação à linguagem? Alguma coisa que você percebeu ao longo desses anos no trabalho do blog e que, de repente, agora vais mudar em relação aos conteúdos de saúde que você divulga?

JB: Em princípio, não. A gente tem um trabalho de linguagem de divulgação de informação que, de alguma forma, a gente tem trabalhado há algum tempo e tal. E acho que a gente tem hoje uma linguagem mais sintética, mais objetiva, mais direta. Então a minha ideia é que o blog continue desse jeito. Óbvio, que nunca pode falar 'não mudarei', mas eu acho que, em princípio, pelo menos para esse primeiro momento, a gente retoma algum tipo de linguagem que a gente usa nas outras mídias. Então, quer dizer, o blog não vai alterar isso. Talvez um pouco mais de proximidade, talvez uma linguagem um pouco mais coloquial do que a gente tem em outras mídias. Mas hoje, assim, as redes sociais também já têm isso. Se você pensar no Twitter, no Instagram, acho que você tem uma coisa de uma linguagem mais coloquial, mais objetiva, mais direta ainda, não é. Eu acho que ele vai um pouco nessa linha.

RS: E vocês têm ideia de quando vão lançar?

JB: Na verdade, assim: as redes sociais estão prontas, a plataforma a gente está esperando mais umas duas semanas e, uma vez que estiver tudo funcionando, a gente mergulha de novo no projeto do blog. Eu achei que a gente estava queimando muito filme em uma plataforma muito antiga que não estava conversando com outras.

RS: E o teu site vai continuar no UOL?

JB: Isso, lá mesmo.

RS: No mesmo endereço?

JB: Acho que sim.

APÊNDICE E – Entrevista com o blogueiro André Trigueiro

André Trigueiro é jornalista e autor do blog vinculado Mundo Sustentável. A entrevista foi realizada no dia 14 de março de 2014, via telefone.

RS: Há quanto tempo o blog Mundo Sustentável existe?

AT: Esse blog existe há mais de dois anos. Na verdade, a gente começou isso em 2012, a gente está fazendo quase dois anos e meio, por aí. E ele é mais, digamos, um espaço pra gente refletir sobre esse tema que eu acho capital no mundo de hoje, que é a reflexão sobre os rumos da humanidade, da civilização, o risco do ecocídio, quer dizer, do modelo de desenvolvimento se tornar ameaçador à saúde, à longevidade, ao bem estar, à resiliência da espécie humana, e a gente tentar, então, não apenas denunciar o que nos parece ser problema, e sinalizar rumo e perspectiva. Tentar apontar soluções. Essa é a função desse espaço.

RS: E ele já nasceu atrelado ao G1?

AT: É, foi um convite do G1, para que a gente pudesse ocupar esse espaço como colunista.

RS: Como você pensava inicialmente o funcionamento do blog? (Ex.: periodicidade dos posts, tipo de texto a ser publicado, tamanho dos posts).

AT: Na verdade, uma das vantagens da internet é que a gente não fica atrelado a um formato. Eu me permito, portanto, ter textos mais ou menos longos, com ou sem foto, atrelados ou não ao factual. Pode ser algo que esteja a reboque de uma notícia de hoje, pode ser uma reflexão minha sobre um problema que já vem acontecendo há muito tempo. Essa é uma das vantagens, assim, da coluna. Eu tenho autonomia total para escolher o assunto, tratá-lo da forma que me parecer a mais adequada, e publicá-lo quando bem entender.

RS: E de onde você costuma retirar os temas das postagens? Os conteúdos são exclusivos ou às vezes migram de alguma outra plataforma sua?

AT: Não. Eles são exclusivos. Quer dizer, a minha combinação com o G1 é que ali eu estou publicando textos exclusivos. Normalmente eu tenho a ideia. Quer dizer, eu estou cobrindo, eu sou jornalista, o dia inteiro a gente tem um farnel de assuntos interessantes. E, às vezes, me dá essa vontade de escrever sobre esse tema. Antigamente eu costumava

publicar artigos no jornal O Globo, sugerindo a publicação. Mandava para o jornal, o jornal publicava se quisesse. E o blog é uma porta aberta fantástica porque o G1, como todas as mídias na internet ligadas a conteúdo jornalístico, algumas mais do que outras, está tendo uma visibilidade crescente. Então o G1, de fato, tem sido um termômetro muito interessante dessa audiência nas redes.

RS: Então o fato de estar hospedado nesse grande portal, você acredita que contribui para o número de acessos e visibilidade do teu blog?

AT: Bom. Eu deduzo isso pela repercussão, pelas postagens, pelas pessoas que se manifestam. Pela visibilidade que a administração do site, do portal, dá nas chamadas. Quando a gente publica eles dão chamada na *home*. E tudo isso, pra mim, são indicadores do prestígio do assunto. Quer dizer, é um tema que vem conquistando espaço crescente e a gente já tem essa informação. Eu não estou nessa agora. Eu já comecei há algum tempo. Quer dizer, na área ambiental, mais estritamente. Eu não sou um jornalista ambiental, eu sou jornalista interessado nos assuntos da sustentabilidade. Eu já estou nessa praia há 21 anos. Se o blog, de dois anos pra cá, abriu esse espaço pra mim, não é novidade pra mim que esse assunto interessa, que esse assunto tem repercussão, porque eu tenho outros termômetros. Tem outras plataformas midiáticas que a gente já construiu essa convicção, com base nas respostas que vem dali.

RS: E você trabalha sozinho na administração do blog?

AT: Trabalho sozinho. Evidentemente, dependendo do assunto, eu vou ter o socorro das minhas fontes. Vou ligar para alguém na área da ciência, na área da gestão pública, um empresário. Vou ligar e checar dados. Vou apurar informações para dar o texto bem embasado. Mas o trabalho é meu.

RS: Mas é você que posta lá o conteúdo e administra o blog?

AT: Normalmente eu gosto, pra mim é melhor que eu mande pra São Paulo, onde está a sede do site, para eles fazerem a diagramação, inserir fotos, se for o caso. Eles gostam também dos hiperlinks. Então tem uma palavra, se eu estou falando de gás de xisto, aí eles colocam em negrito ‘xisto’ e fazem um catapulto daquilo para um programa Cidades e Soluções que eu tenha feito na Globo News sobre esse tema. Então o acabamento, a formatação estética, a arrumação do texto na *home*, eu prefiro que eles façam porque eu não perco tempo fazendo isso.

RS: E sempre foi assim?

AT: Sempre. Algumas vezes quando eu não publico com foto e quando eu tenho pressa de publicar, eu publico de casa ou do trabalho. Já fiz isso.

RS: E qual o tempo que dispensa para escrever esse conteúdo?

AT: Nenhum. Na verdade, é muito intuitivo. Isso pode ser de dia, de tarde, de noite. É uma ideia. A ideia ela me comanda. Se a ideia é arrebatadora, eu paro o que eu estou fazendo e escrevo onde eu estiver, se eu puder fazer isso. Normalmente ou é de manhã ou é à noite.

RS: E sempre funcionou assim? O tempo dispensado para o blog no início e atualmente, é o mesmo?

AT: Tempo é sempre relativo. O tempo é relativo. Eu posso escrever isso numa tacada, como eu já fiz, já escrevi um texto em 20 minutos, 10 minutos. Às vezes o texto está pronto na minha cabeça e eu escrevo e às vezes ele vai demandar um tempo de pesquisa maior. O tempo varia.

RS: E que tipo de linguagem procura usar nesses textos do blog?

AT: A mesma que eu utilizo em todos os textos para rádio, para televisão. Rádio eu falo de improviso, televisão a gente tem também roteiro. Na verdade, importa comunicar com clareza e objetividade. Eu preciso ser inteligível, eu preciso ser compreendido por pessoas de todas as classes e todos os níveis de renda e cultural. Eu, na verdade, como jornalista, acho que é o dever, é o juramento que a gente faz, não é. Quer dizer, a gente não pode falar para os eleitos, pra casta da elite, a gente tem que falar para todo mundo. Quanto mais eu conseguir falar de forma coloquial, e o texto escrito ele tem certo, eu diria, cuidado na sua estética. Ele tem um burilamento maior do que o texto transcrito da conversa que eu estou tendo com você aqui. Se você transcrever o que nós estamos conversando, e eu reler a entrevista, provavelmente para um trabalho impresso, eu ficaria tentado a fazer alguma arrumação, evitando os cacoetes que o discurso oral comete. Mas o interesse é o mesmo. Quer dizer: que eu seja claro, que eu seja objetivo, que eu não seja pedante, que eu não seja científico demais, no sentido do jargão, das palavras complexas. Isso para mim vai na contramão do bom jornalismo.

RS: Qual média de visitas mensais que o teu blog recebe?

AT: Não tenho essa informação.

RS: E qual o papel, na sua opinião, que o seu blog pode ter para o jornalismo científico e para a divulgação científica?

AT: Disseminar informação, pulverizar conteúdo. A gente quer que mais pessoas se interessem pelo tema porque é um tema associado à vida e à qualidade de vida. Ele é um tema emergencial, ele tem um componente de urgência. A situação não é boa. Em diferentes níveis ou escalas. Em todas as partes do mundo. Nós estamos acelerando a entropia. Nós estamos acelerando os níveis de destruição, de devastação, de depredação, e a gente precisa corrigir o rumo, depende de nós. E a informação tem um papel importante para qualificar a ação. A ação consciente, a ação respaldada numa percepção da realidade. Se a realidade nos é hostil, eu preciso sair da zona de conforto em que eu me encontro para fazer algo diferente. Essa é a minha utopia. Eu entendo que essa é a vocação do meu trabalho, porque é a minha vocação.

RS: Há restrição por parte do portal com relação aos materiais postados no blog?

AT: Não.

RS: O blog gera alguma renda para você?

AT: Não. Graças a Deus eu ganho muito bem na minha profissão, nem todo trabalho que eu faço é remunerado, e eu acho que isso é algo importante. Eu não posso mercantilizar todo o meu trabalho. Até porque pra mim é conveniente. Como eu te disse, eu publico quando eu quiser, quando me der na telha. Eu posso publicar um texto por semana ou eu posso ficar um mês sem publicar. Então, eu prefiro até que seja assim, para não ter o ônus, assim, de dizer: “noossa, mas eu estou sendo pago para produzir um texto a cada três dias”. É que eu não sou só blogueiro. Eu sou repórter da TV Globo, eu sou editor chefe de um programa na Globo News, eu sou colunista do Jornal da Globo, eu dou aula na PUC, num curso que eu criei há 10 anos exatamente, eu sou colunista da rádio CBN. Então, para mim, é importante, na dinâmica das minhas rotinas profissionais, ter esse equilíbrio do consumo de tempo/energia, sabendo aonde haverá um compromisso regular de trabalho e, para isso a remuneração pode vir a ser algo importante, e onde meu compromisso é sazonal, onde eu não tenho compulsoriamente a demanda de produzir algo. É o caso do G1.

RS: Em relação aos recursos audiovisuais, percebi que algumas postagens possuem. Isso vai depender, então, do pessoal lá na sede colocar ou não esses recursos, é isso?

AT: Não. A gente sempre conversa antes. Há postagens que pedem imagem. A gente conversa. Ou eu sugiro, ou eles sugerem. Essa diagramação ela é consensual.

RS: E você acha que esses recursos podem ter alguma interferência no número de pessoas que visitam o blog e leem os posts?

AT: Olha, eu não faço ideia. Mas eu acho que, por vezes, vamos pegar, por exemplo, as últimas postagens. Eu refleti sobre a questão do lixo e lixo é algo que eu acho importante a gente ter a imagem do lixo na rua, eu acho que ela é uma informação relevante. A penúltima postagem falou da estiagem forte e a gente tem boas imagens de reservatórios com leite ressecado. Ela é uma imagem pedagógica, ela é didática, ela contribui pra isso. Agora existem outras postagens que não tem imagem e não me parece que fizeram falta, percebe? Na verdade é sempre um jogo subjetivo, a gente não tem, objetivamente, a clareza de como as pessoas recebem a coluna com ou sem imagem, se elas vão deixar de ler a coluna porque não tem imagem. Eu não saberia te dizer.

RS: Em relação ao link, eu percebi também que você costuma usar alguns links nas postagens, e a maioria direciona para conteúdos produzidos pela Globo ou por você. É uma exigência do portal ou escolha sua e da equipe?

AT: Mais uma vez uma solução consensual. Se eu tenho ideia, ela entra. Se eles sugerem e eu achar que a ideia é boa, ela entra também. A solução é consensual. O texto é meu, naturalmente precisa ter o meu aval. Eu acho sempre bom ter link, porque eu acho que a internet oferece isso pra gente e a gente não pode desperdiçar esse potencial. Ou seja, o link remete a outros universos de informação e informação é sempre bem-vinda. Então se você tem num texto vários links remetendo a mais informação sobre aquele assunto, você está facilitando a vida de certos leitores que tenham a demanda dessa informação. Então fica um trabalho bonito, fica um trabalho do ponto de vista do jornalismo, perfeito. Você está tendo um enfoque, só que você não está tendo a pretensão de explicar tudo nos mínimos detalhes. Os links facilitam essa dinâmica da apuração das informações.

RS: E com relação aos comentários dos leitores, percebi que você não costuma responder, até porque algumas postagens recebem um número muito grande de comentários. Mas você chega a ler os comentários?

AT: Leio.

RS: E você fica satisfeito com o tipo de comentários que lê no seu blog?

AT: Fico, porque assim: naturalmente escrever é uma atividade de risco. Eu não escrevo mirando na popularidade das opiniões, qual é a opinião que tem mais popularidade. Eu escrevo com base na minha consciência. Por vezes, o que eu penso, incomoda mais do que agrada. Quando eu falei que o Papa Francisco esteve no Brasil mas não falou de sustentabilidade, eu recebi uma avalanche de críticas. E elogios de Leonardo Bocci, elogios de colegas meus da Pontifícia Universidade Católica do Rio [de Janeiro]. Então a gente vai ter aqui uma clareza de como aquele segmento está lendo o meu texto. Quando ele se posiciona, eu respeito muito as opiniões, porque alguém perdeu tempo entrando no site e deixando ali a sua visão da questão. O que não quer dizer que eu queira que os outros pensem como eu. Apenas eu tenho um fiel da balança, é uma espécie de termômetro ali dos humores, das disposições das pessoas. Quando eu respondo, isso aconteceu no último post, que eu respondi em tópicos uma saraivada de críticas, numa única postagem, endereçadas não ao que eu havia escrito, mas ao meu trabalho. E era alguém que sabia escrever. Portando alguém com alguma cultura, alguma erudição. Eu achei por bem responder, porque eu achei realmente que ele estava mal informado a respeito do meu trabalho e da argumentação que justificou o meu texto. E eu achei que a resposta a ele seria providencial para outras pessoas que, eventualmente, também apontaram algum tipo de crítica às teses defendidas por mim no texto. Então eu escolhi ele, o post dele, como, digamos, uma âncora de alguns argumentos que eu precisava dar para deixar mais clara a forma como eu construí a minha crítica ao sistema elétrico brasileiro.

RS: E como você vê essa interatividade com o leitor? Acha importante para afinar a divulgação científica?

AT: Acho. Acho que enriquece. Eu sou um entusiasta disso. Pena que eu não consiga responder a todo mundo.

RS: O que você acredita que os leitores procuram em um blog de ciência?

AT: Informação. São pessoas que já estão antenadas, ou estão buscando mais informação sobre um mundo que já não faz sentido. Sobre uma política econômica que já não é coerente. Sobre um conjunto aí de fatores que compõem um mosaico das políticas públicas e privadas das grandes corporações, principalmente, que atentam contra a vida. São pessoas que se sentem muito angustiadas com o rumo dos

acontecimentos, mas não estão satisfeitas em ficar ali buscando a dispersão, a alienação, ‘é melhor não falar sobre isso, não ouvir nada sobre isso’. Não, pelo contrário. Eu acho que elas estão se municiando de informação, para tentar buscar um caminho de resposta, de contra-ataque, de reação. É a indignação das pessoas, eu acho, por vezes, que as precipita na direção de uma leitura que não é condizente com o *establishment*. Você está querendo ouvir outras opiniões, outras leituras sobre algo que não parece ser o mais interessante ou correto.

RS: Quería saber qual a sua perspectiva em relação ao seu blog para os próximos anos?

AT: Olha, com toda franqueza, eu não sou muito do tipo que faz projeção nessa escala de tempo. No mundo de hoje eu já me dou por satisfeito de acordar amanhã de manhã com saúde e disposto a fazer da forma mais correta possível o meu trabalho. Mas olhando no retrovisor o que aconteceu nos últimos 20, 21 anos - em que eu percebi uma mudança muito importante nas mídias, de uma forma geral, das grandes corporações aos blogs mais rudimentares, do ponto de vista de estrutura - eu acho que esse assunto vai crescer exponencialmente, do ponto de vista da ordem de grandeza, na ocupação dos espaços, prestígio, importância e curiosidade. Não por outra razão, senão pelo fato de que a gente está começando a sentir na pele os efeitos colaterais desse modelo de desenvolvimento que foi descrito na Conferência Internacional da ONU sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Rio 92, aqui no Brasil, como ecologicamente predatório, socialmente perverso, e politicamente injusto. Esse modelo não nos interessa. Esse modelo ameaça a vida. Esse modelo já não assegura um bom futuro para os nossos filhos e netos. Isso está muito evidente. E agora, a gente está sentindo na pele, vide o exemplo da atual estiagem no Brasil. Não parece ser apenas mais uma estiagem. Na ciclotimia do clima a gente está percebendo anomalias ou novidades nos padrões de chuva, nos índices pluviométricos, na maneira como o clima responde à forma como a humanidade produz energia, principalmente queimando petróleo, carvão e gás: 80% da energia do mundo é suja. Eu acho que o meio ambiente já está cobrando a fatura. Está dizendo: “Ok, vocês não estão dando bola pra mim, então agora vocês vão sentir na pele o que significa a gente não ter uma parceria inteligente, harmoniosa, equilibrada”. Esse é o cenário que eu vislumbro. Você está me perguntando o cenário do blog, eu estou te dando o cenário do mundo real. Em se confirmando um cenário cada vez mais hostil à presença da

humanidade na terra por culpa da própria humanidade, a tendência é que esse nível de informação cresça de importância. Essa é a minha opinião.

RS: Uma última dúvida: eu vi lá no blog que ele vai mudar de endereço, é isso? As próximas postagens vão ser em outro endereço?

AT: O que eu recebi de informação é que os protocolos de navegação para quem produz conteúdo para o blog mudaram. Agora, não estou sabendo mais informações. Eu não saberia te dizer.

APÊNDICE F – Protocolos de análise do Blog do Doutor Jairo Bouer

POST 1		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: HC faz pesquisa em compulsão sexual		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/		
Data: 17/07/2013		
Tema: compulsão sexual		
Caracteres com espaço: 525		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
() Fontes do poder público	() Agência de notícia	
(1) Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãos	() Outro blog	
() Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
() Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Post sobre pesquisa relacionada à compulsão sexual realizada pelo Instituto de Psiquiatria Hospital das Clínicas de São Paulo		
3. Redação da informação		
(X) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
Marcas da composição		
4. Conteúdo do post		
(X) Informação		
() Análise		
() Opinião		
() Avaliação		
() Explicação		
() Crítica		
() Interpretação		
() Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
() Sim	(X) Não	
5ª) Quantidade:		
5b) Origem		

<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo		
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo
<input type="checkbox"/> Infográfico	<input type="checkbox"/> Áudio	
Marcas da circulação		
6) Uso de link no post	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1		
6a) O link serve para:		
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação		
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
- Página www.compulsaosexual.com.br		
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8a) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 2

Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer

Título da Postagem: Vacinação contra hepatite B é ampliada

Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/			
Data: 17/07/2013			
Tema: vacinação			
Caracteres com espaço: 877			
<u>Marcas da obtenção</u>			
1. Origem da Informação			
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação - Informações do Ministério da Saúde			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico

<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página http://portalsaude.saude.gov.br/portalsaude/noticia/11865/162/ministerio-da-saude-amplia-acesso-a-vacina-contra-hepatite-b.html .			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

POST 3
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer
Título da Postagem: Dormir mais protege seu coração
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/
Data: 15/07/2013
Tema: sono
Caracteres com espaço: 1.094
<u>Marcas da obtenção</u>
1. Origem da Informação

De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input checked="" type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Artigo sobre pesquisa feita pela Universidade de Wageningen e pelo Instituto Nacional de Saúde Pública e Meio Ambiente da Holanda sobre sono			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
Marcas da composição			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			

<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação		
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
- Página: http://cpr.sagepub.com/content/early/2013/07/02/2047487313493057.abstract .		
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 4		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Aumenta consumo de drogas “legais” no mundo		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/		
Data: 15/07/2013		
Tema: drogas legais		
Caracteres com espaço: 1.094		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	

<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Dados do Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (Unodc)			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página http://www.unodc.org/unodc/en/frontpage/2013/June/new-psychoactive-			

substances-pose-severe-challenges-to-public-health-systems-says-unodc-chief-at-launch-of-world-drug-report-2013.html?ref=fs3.		
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários		
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 5		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Especialistas especulam que homens seriam responsáveis pela menopausa		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/		
Data: 20/06/2013		
Tema: menopausa		
Caracteres com espaço: 791		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input checked="" type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	

<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Artigo com estudo feito por especialistas em evolução genética da McMaster University, no Canadá, sobre menopausa.			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página http://www.ploscompbiol.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pcbi.1003092;jsessionid=CD2F9C41E8A685B4B90FCE0F48125E7E			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			

7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários		
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 6		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Estudo holandês sugere que partos em casa seriam menos arriscados		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/		
Data: 20/06/2013		
Tema: partos		
Caracteres com espaço: 1.113		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input checked="" type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		

- Artigo com pesquisa feita pelas universidades holandesas de Amsterdã, Leiden e Nijmegen sobre partos			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
Marcas da composição			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página http://www.bmj.com/content/346/bmj.f3263 .			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			

<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto
8) Interferência do autor nos comentários
8ª) Quantidade:
8b) Modos de interferência do autor:
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 7		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: 20% dos jovens americanos têm transtornos mentais		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/		
Data: 25/05/2013		
Tema: transtornos mentais		
Caracteres com espaço: 880		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input checked="" type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação - Levantamentos feito pelo Centro de Controle e Prevenção de Doenças (CDC) dos Estados Unidos sobre transtornos mentais.		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação

<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios		<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página http://www.cdc.gov/features/childrensmentalhealth/ .			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 8		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Camisinha pelo correio na Califórnia		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/		
Data: 18/05/2013		
Tema: projeto Califórnia		
Caracteres com espaço: 682		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input checked="" type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Post sobre projeto feito pelo governo da Califórnia, nos Estados Unidos, que está oferecendo o envio gratuito de camisinhas e lubrificantes pelo correio.		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input type="checkbox"/> Opinião		

<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página http://www.teensource.org/ts/condoms/free .			
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			

<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 9		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Fim dos cabelos brancos?		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/		
Data: 18/05/2013		
Tema: cabelos brancos		
Caracteres com espaço: 938		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> (1) Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Post sobre uma pesquisa da Universidade de Bradford, na Grã-Bretanha, e da Universidade de Greifswald, na Alemanha, sobre os fios de cabelo branco. As informações advêm da agência de notícias Eurekalert.		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação		
<input type="checkbox"/> Crítica		
<input type="checkbox"/> Interpretação		
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais		

<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios		<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página http://www.eurekalert.org/pub_releases/2013-05/foas-gha050313.php .			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			

<input type="checkbox"/> Composto

POST 10		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Cigarro aumenta mais o risco de câncer de intestino nas mulheres		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/		
Data: 08/05/2013		
Tema: cigarro		
Caracteres com espaço: 781		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input checked="" type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Artigo com pesquisa desenvolvida pela Universidade de Tromsø, na Noruega		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		
<input type="checkbox"/> Explicação		
<input type="checkbox"/> Crítica		
<input type="checkbox"/> Interpretação		
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais		
<input type="checkbox"/> Declaração de posição		
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não
5ª) Quantidade:		

5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página http://cebpaacrjournals.org/content/early/2013/04/29/1055-9965.EPI-12-1351.abstract .			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

POST 11

Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer

Título da Postagem: Obesidade aos 20 dobra risco de morrer antes dos 55		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/		
Data: 08/05/2013		
Tema: obesidade		
Caracteres com espaço: 871		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
() Fontes do poder público	() Agência de notícia	
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãs	() Outro blog	
() Fontes especializadas	(1) Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
() Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Artigo sobre pesquisa feita com dados de 6.500 dinamarqueses		
3. Redação da informação		
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
(x) Informação		
() Análise		
() Opinião		
() Avaliação		
(x) Explicação		
() Crítica		
() Interpretação		
() Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
() Sim	(x) Não	
5ª) Quantidade:		
5b) Origem		
() Próprios	() De segunda mão	() Não identificável

5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página http://bmjopen.bmj.com/content/3/4/e002698.short?g=w_open_current_tab .			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

POST 12

Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer
Título da Postagem: Quase a metade das crianças em SP está acima do peso
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/
Data: 27/04/2013
Tema: obesidade infantil

Caracteres com espaço: 734			
<u>Marcas da obtenção</u>			
1. Origem da Informação			
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Projeto feito pelo Instituto do Coração do Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico

<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página http://saude.sp.gov.br/ses/noticias/2013/abril/1-em-cada-4-criancas-paulistanas-e-obesa .			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

POST 13
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer
Título da Postagem: Gosto de cerveja dá vontade de beber mais
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/
Data: 27/04/2013
Tema: cerveja

Caracteres com espaço: 914			
<u>Marcas da obtenção</u>			
1. Origem da Informação			
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input checked="" type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Estudo feito na Universidade de Indiana, nos Estados Unidos, sobre cerveja			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Não

	Sim	
6a) Quantidade: 1		
6a) O link serve para:		
(1) Menção à origem da informação		
() Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
() Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
() Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
- Página http://www.nature.com/npp/journal/vaop/naam/pdf/npp201391a.pdf .		
7) Comentários dos leitores	() Sim	(x) Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
() Contribuição para o tema		
() Desvio do tópico		
() Expressão de atitudes e emoções		
() Tentativa de influenciar a ação dos outros		
() Correção à postagem		
() Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	() Sim	(x) Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
() Resposta a comentário de leitor		
() Contribuição para o tema		
() Desvio do tópico		
() Expressão de atitudes e emoções		
() Tentativa de influenciar a ação dos outros		
() Correção à postagem		
() Composto		
POST 14		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Muito açúcar nas bebidas		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/		
Data: 16/04/2013		
Tema: açúcar; bebidas; consumo		
Caracteres com espaço: 908		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não

		identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input checked="" type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Artigo sobre pesquisa feita com crianças e adolescentes brasileiros de 3 a 17 anos			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			

<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
- Página http://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/1005 .		
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 15		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Consciência ao volante?		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/		
Data: 16/04/2013		
Tema: consumo; álcool		
Caracteres com espaço: 1.043		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	

<input checked="" type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Pesquisa feita pela Universidade Federal de São Paulo. As informações são da assessoria de imprensa do INPAD.			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			

6b) Para que locais os links direcionam?		
- Página: http://inpad.org.br/enad/alcool/press-release/ .		
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários		
<input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não		
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 16		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Careca no topo da cabeça pode sinalizar maior risco para o coração		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/arch2013-04-07_2013-04-13.html		
Data: 12/04/2013		
Tema: calvice; doenças cardíacas		
Caracteres com espaço: 810		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input checked="" type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	

<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Artigo sobre estudo feito na Universidade de Tóquio, no Japão.			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
Marcas da composição			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página: http://bmjopen.bmj.com/content/3/4/e002537.short?g=w_open_current_tab			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			

7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 17		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Hábito pode funcionar como “impressão digital”		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/arch2013-04-07_2013-04-13.html		
Data: 12/04/2013		
Tema: respiração humana; impressão digital		
Caracteres com espaço: 910		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input checked="" type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Artigo sobre pesquisa desenvolvida pelo Instituto de Tecnologia Federal da Suíça		

3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página: http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0059909 .			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			

<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 18		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Campanha de vacinação contra a gripe 2013 é lançada		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/arch2013-03-31_2013-04-06.html		
Data: 01/04/2013		
Tema: vacinação; gripe		
Caracteres com espaço: 1.040		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação - Informações do Ministério da Saúde		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		

<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página: http://portalsaude.saude.gov.br/portalsaude/noticia/9975/162/saude-lanca-campanha-de-vacinacao-contr-a-gripe.html			
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
8ª) Quantidade:			

8b) Modos de interferência do autor:
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 19		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Nova York: dez anos sem cigarro		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/arch2013-03-31_2013-04-06.html		
Data: 01/04/2013		
Tema: Nova York; Leis antifumo		
Caracteres com espaço: 1.053		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	(x) Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação - Post sobre os 10 anos da legislação antifumo de Nova York		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input type="checkbox"/> Opinião		

<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Página: http://www.nyc.gov/portal/site/nycgov/menuitem.c0935b9a57bb4ef3daf2f1c701c789a0/index.jsp?pageID=mayor_press_release&catID=1194&doc_name=http%3A%2F%2Fwww.nyc.gov%2Fhtml%2Fom%2Fhtml%2F2013a%2Fpr114-13.html&cc=unused1978&rc=1194&ndi=1			
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			

<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 20		
Blog: Blog do Doutor Jairo Bouer		
Título da Postagem: Desprezar pode doer tanto quanto ser desprezado		
Link: http://drjairobouer.blog.uol.com.br/arch2013-03-10_2013-03-16.html		
Data: 13/03/2013		
Tema: pesquisa; desprezo		
Caracteres com espaço: 1.635		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input checked="" type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Release da Association for Psychological Science		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		

<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Página: http://www.psychologicalscience.org/index.php/news/releases/hurting-someone-else-can-hurt-you-just-as-much.html .			
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
8ª) Quantidade:			

8b) Modos de interferência do autor:
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

APÊNDICE G – Protocolos de análise do blog Mundo Sustentável

POST 1		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: De que lado você está?		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/09/27/de-que-lado-voce-esta/		
Data: 27/09/2013		
Tema: mudanças climáticas		
Caracteres com espaço: 3.599		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Informações divulgadas pelo Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas da ONU		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		

<input type="checkbox"/> Explicação			
<input checked="" type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
6a) Quantidade: 2			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Página 1: http://g1.globo.com/natureza/noticia/2013/09/novo-relatorio-climatico-reforca-visao-de-que-homem-causa-aquecimento.html			
Página 2: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2012/07/03/todos-somos-ceticos/			
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
7a) Quantidade: 54			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input checked="" type="checkbox"/> (12) Contribuição para o tema (8,11,14,15,18,29,32,41,42,52,53,54)			
<input checked="" type="checkbox"/> (1) Desvio do tópico (46)			
<input checked="" type="checkbox"/> (21) Expressão de atitudes e emoções (1,3,5,6,10,20,21,22,23,25,27,28,30,33,36,39,43,44,47,48,49)			
<input checked="" type="checkbox"/> (1) Tentativa de influenciar a ação dos outros (51)			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input checked="" type="checkbox"/> (19) Contribuição + expressão (2,4,7,9,12,13,16,17,19,24,26,31,34,35,37,38,40,45,50)			
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	

8ª) Quantidade:
8b) Modos de interferência do autor:
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 2		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Imagens de um dos países mais sustentáveis do mundo		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/09/18/imagens-de-um-dos-paises-mais-sustentaveis-do-mundo/		
Data: 18/09/2013		
Tema: sustentabilidade		
Caracteres com espaço: 3.887		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Post é originado de uma viagem que o blogueiro fez à Alemanha		
3. Redação da informação		
<input type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação		

<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 10			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> (10) Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
7a) Quantidade: 27			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> (4) Contribuição para o tema (1,3,15, 21)			
<input type="checkbox"/> (4) Desvio do tópico (17,23,28,29)			
<input type="checkbox"/> (6) Expressão de atitudes e emoções (4,5,10,20,25,27)			
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> (8) Contribuição + expressão de atitudes e emoções (6,8,11,14,18,19,22,26)			
<input type="checkbox"/> (3) Correção + expressão de atitudes e emoções (9,12,16)			
<input type="checkbox"/> (2) Contribuição para o tema + tentativa de influenciar (2,13)			
8) Interferência do autor nos comentários	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
8ª) Quantidade: 2			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> (2) Resposta a comentário de leitor (7,24)			
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema			

<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
POST 3		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Um dia invisível		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/09/10/um-dia-invisivel/		
Data: 10/09/2013		
Tema: suicídio		
Caracteres com espaço: 7.218		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> (2) Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> () Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> (3) Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> () Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> () Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> () Outro blog	
<input type="checkbox"/> () Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> () Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> () Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> (2) Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> () Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> () Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> () Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> () Livro	
<input type="checkbox"/> () Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fontes do poder público: 1) Ministério Público; 2) IBGE		
Fontes institucionais: 1) Organização Mundial da Saúde; 2) Sociedade Brasileira de Psiquiatria; 3) CVV		
Documentos impressos/eletrônicos: 1) Manuais da OMS e da Associação Brasileira de Psiquiatria; 2) Mapa da Violência		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Redação própria	<input type="checkbox"/> () Redação híbrida	<input type="checkbox"/> () Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Informação		
<input type="checkbox"/> () Análise		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Opinião		
<input type="checkbox"/> () Avaliação		
<input type="checkbox"/> () Explicação		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Crítica		
<input type="checkbox"/> () Interpretação		
<input type="checkbox"/> () Partilha de experiências pessoais		

<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios		<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 7			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Menção à origem da informação			
Página 1: http://www.mapadaviolencia.org.br/			
Indicação de outros materiais			
Página 2: http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/musica/noticia/2013/09/ele-estava-no-limite-diz-irma-de-champignon.html			
Página 3: https://www.facebook.com/issomefazseguir			
Página 4: http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/andre-trigueiro/ANDRE-TRIGUEIRO.htm			
Página na internet de instituição/local/pessoa citada			
Página 5: http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/en/suicideprev_media_port.pdf			
Página 6: http://www.fundacaobunge.org.br/uploads/jornal_cidadania/cartilhasuicidio_2009_li_gh.pdf			
Página 7: http://www.cvv.org.br/			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 38			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> (8) Contribuição para o tema (4,6,9,12,27,29,31,32)			
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> (18) Expressão de atitudes e emoções			

(1,3,5,11,15,16,17,18,19,21,24,25,26,30,33,34,36,38)		
(1) Tentativa de influenciar a ação dos outros (14)		
() Correção à postagem		
(8) Contribuição + expressão (2,10,13,20,22,23,28,37)		
(1) Contribuição + tentativa de influenciar (7)		
(2) Expressão de atitudes + tentativa de influenciar (8,35)		
8) Interferência do autor nos comentários	() Sim	(x) Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
() Resposta a comentário de leitor		
() Contribuição para o tema		
() Desvio do tópico		
() Expressão de atitudes e emoções		
() Tentativa de influenciar a ação dos outros		
() Correção à postagem		
() Composto		
POST 4		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: 9.600 minutos na rádio CBN		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/09/03/9-600-minutos-na-radio-cbn/		
Data: 03/09/2013		
Tema: CBN; sustentabilidade		
Caracteres com espaço: 5.592		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
() Fontes do poder público	() Agência de notícia	
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãos	() Outro blog	
() Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
(x) Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Post originado da comemoração de 10 anos do blogueiro como comentarista de sustentabilidade da CBN		
3. Redação da informação		
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
Marcas da composição		

4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input checked="" type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
- Página: http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/andre-trigueiro/2013/08/31/OS-FRUTOS-DO-MUNDO-SUSTENTAVEL.htm			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 2			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição para o tema (1)			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + expressão (2)			

8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 5		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Um ministro “verde” comanda o Itamaraty		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/08/26/um-ministro-verde-comanda-o-itamaraty/		
Data: 26/08/2013		
Tema: política		
Caracteres com espaço: 2.899		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input checked="" type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Post sobre indicação de Luiz Alberto Figueiredo ao cargo de Ministro das Relações Exteriores		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião		

<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
7a) Quantidade: 6			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (1,2,5,6)			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + tentativa de influenciar (4)			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + expressão de atitudes e emoções (3)			
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			

<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 6		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Papa fez História, mas não falou de sustentabilidade		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/07/29/papa-fez-historia-mas-nao-falou-de-sustentabilidade/		
Data: 29/07/2013		
Tema: sustentabilidade; Papa		
Caracteres com espaço: 3.076		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input checked="" type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Post sobre a visita do Papa Francisco ao Brasil		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
Marcas da composição		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		
<input type="checkbox"/> Explicação		
<input checked="" type="checkbox"/> Crítica		
<input type="checkbox"/> Interpretação		
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais		

<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 55			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição para o tema (6,8,20,26,41)			
<input checked="" type="checkbox"/> Desvio do tópico (10,31,54,55)			
(23) Expressão de atitudes e emoções (2,3,4,11,12,13,15,17,18,19,21,24,25,27,28,33,34,36,38,43,45,50,52)			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + expressão (9,14,22,23,30,32,35,37,39,40,42,44,46,48,49,51)			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + tentativa (5,7,16,47)			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão + tentativa (29,53)			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão + desvio (1)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			

<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 7		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Saindo do ponto morto		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/06/23/saindo-do-ponto-morto/		
Data: 23/06/2013		
Tema: mobilidade urbana; política		
Caracteres com espaço: 1.937		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> (1) Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> () Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> () Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> () Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> () Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> () Outro blog	
<input type="checkbox"/> () Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> () Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> () Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> () Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> () Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> () Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> () Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> () Livro	
<input type="checkbox"/> () Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Prefeito de Porto Alegre, José Fortunati		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Redação própria	<input type="checkbox"/> () Redação híbrida	<input type="checkbox"/> () Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Informação		
<input type="checkbox"/> () Análise		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Opinião		
<input type="checkbox"/> () Avaliação		
<input type="checkbox"/> () Explicação		
<input type="checkbox"/> () Crítica		
<input type="checkbox"/> () Interpretação		
<input type="checkbox"/> () Partilha de experiências pessoais		
<input type="checkbox"/> () Declaração de posição		
<input type="checkbox"/> () Anúncio/Publicidade		

5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão		<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 71			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> (9) Contribuição para o tema (1,11,13,18,21,26,30,52,65)			
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico			
(25) Expressão de atitudes e emoções (2,4,5,9,10,14,15,16,17,19,23,29,32,33,36,38,39,40,43,44,50,62,64,68,70)			
<input type="checkbox"/> (7) Tentativa de influenciar a ação dos outros (25,31,37,42,46,51,60)			
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> (6) Contribuição + expressão (20,22,41,47,56,59)			
<input type="checkbox"/> (5) Contribuição + tentativa de influenciar (3,7,66,67,69)			
(15) Expressão + tentativa de influenciar (6,24,27,28,34,35,48,49,53,54,55,57,58,61,71)			
<input type="checkbox"/> (3) Expressão + desvio (8,12,45)			
<input type="checkbox"/> (1) Tentativa de influenciar + desvio (63)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			

<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 8		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Quando retroceder é avançar		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/06/19/quando-retroceder-e-avancar/		
Data: 19/06/2013		
Tema: manifestações de rua; política		
Caracteres com espaço: 1.190		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input checked="" type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Post sobre as manifestações de rua que estavam ocorrendo no Brasil		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		
<input type="checkbox"/> Explicação		
<input type="checkbox"/> Crítica		
<input type="checkbox"/> Interpretação		

<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input checked="" type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 28			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição para o tema (7,19,25,26)			
<input checked="" type="checkbox"/> Desvio do tópico (27,28)			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (2,4,11,13,15)			
<input checked="" type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros (1,3,9)			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			

(9) Contribuição + expressão (8,10,14,16,17,18,21,22,24)		
(5) Expressão + tentativa de influenciar (5,6,12,20,23)		
8) Interferência do autor nos comentários	() Sim	(x) Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
() Resposta a comentário de leitor		
() Contribuição para o tema		
() Desvio do tópico		
() Expressão de atitudes e emoções		
() Tentativa de influenciar a ação dos outros		
() Correção à postagem		
() Composto		

POST 9		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Nas ruas, de novo		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/06/18/nas-ruas-de-novo/		
Data: 18/06/2013		
Tema: manifestações de rua; política		
Caracteres com espaço: 1.748		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	(x) Não identificável
() Fontes do poder público	() Agência de notícia	
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãs	() Outro blog	
() Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
() Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Post sobre as manifestações de rua que estavam ocorrendo no Brasil		
3. Redação da informação		
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação

<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input checked="" type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 42			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição para o tema (13)			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (2,5,6,7,10,15,20,22,24,26,28,30,34,36,37,40)			
<input checked="" type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros (18,27,41)			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + expressão (9,11,16,17,19,21,31,32,33)			

<input type="checkbox"/> (1) Contribuição + tentativa (39)		
<input type="checkbox"/> (12) Expressão + tentativa de influenciar (1,3,4,8,12,14,23,25,29,35,38,42)		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> () Sim	<input type="checkbox"/> (x) Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> () Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> () Composto		

POST 10		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Balanço de um ano na área ambiental		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/06/05/balanco-de-um-ano-na-area-ambiental/		
Data: 05/06/2013		
Tema: meio ambiente		
Caracteres com espaço: 7.780		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> () Não identificável
<input type="checkbox"/> (1) Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> () Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> () Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> () Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> () Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> () Outro blog	
<input type="checkbox"/> () Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> () Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> () Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> (3) Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> () Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> () Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> () Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> () Livro	
<input type="checkbox"/> () Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fonte do poder público: -1) Ministério da Agricultura		
Documentos impressos/eletrônicos: 1) Estudo da Abrelpe; 2) Política Nacional de Resíduos; 3) Estudo da Fundação Getúlio Vargas		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Redação própria	<input type="checkbox"/> () Redação híbrida	<input type="checkbox"/> () Republicação
Marcas da composição		
4. Conteúdo do post		

<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input checked="" type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
7a) Quantidade: 6			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição para o tema (4,6)			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (5)			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem (1)			
<input type="checkbox"/> Contribuição + expressão (2)			
<input type="checkbox"/> Expressão + desvio (3)			
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não	
8ª) Quantidade:			

8b) Modos de interferência do autor:
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 11		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: A geração 400 ppm		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/05/13/a-geracao-440-ppm/		
Data: 13/05/2013		
Tema: mudanças climáticas		
Caracteres com espaço: 8.379		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fonte institucional: Observatórios internacionais		
Fontes especializadas: 1) Nate Lewis, do Instituto de Tecnologia da Califórnia; 2) John Holdren, professor de política ambiental; 3) Lester Brown, atual presidente do Earth Policy Institute		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		

<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input checked="" type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> (1) Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
6a) Quantidade: 2			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> (2) Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Página 1: http://g1.globo.com/natureza/noticia/2013/05/concentracao-de-co2-no-ar-atinge-marca-historica-nos-estados-unidos.html			
Página 2: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2012/07/03/todos-somos-ceticos/			
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
7a) Quantidade: 23			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> (2) Contribuição para o tema 8,16			
<input type="checkbox"/> (1) Desvio do tópico (22)			
<input type="checkbox"/> (9) Expressão de atitudes e emoções (2,3,4,10,13,15,19,21,23)			
<input type="checkbox"/> (1) Tentativa de influenciar a ação dos outros (18)			
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> (3) Contribuição + expressão (9,17,20)			
<input type="checkbox"/> (1) Correção + expressão (6)			
<input type="checkbox"/> (1) Correção + contribuição (5)			
<input type="checkbox"/> (3) Contribuição + tentativa (7,11,14)			
<input type="checkbox"/> (2) Expressão + tentativa (1,12)			

8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 12		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Por que o Rio decidiu multar quem joga lixo no chão?		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/04/10/por-que-o-rio-decidiu-multar-quem-joga-lixo-no-chao/		
Data: 10/04/2013		
Tema: lixo		
Caracteres com espaço: 5.485		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Prefeitura do Rio de Janeiro		

3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 3			
6a) O link serve para:			

() Menção à origem da informação		
(3) Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
() Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
() Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
Página 1: http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2013/04/cidade-do-rio-de-janeiro-passara-multar-quem-joga-lixo-nas-ruas.html		
Página 2: http://globotv.globo.com/rede-globo/rjtv-1a-edicao/t/edicoes/v/prefeitura-do-rio-vai-cobrar-multa-de-quem-jogar-lixo-no-chao/2506589/		
Página 3: http://globotv.globo.com/rede-globo/rjtv-2a-edicao/t/edicoes/v/prefeitura-do-rio-determina-multa-para-quem-jogar-lixo-no-chao/2507865/		
7) Comentários dos leitores	(x) Sim	() Não
7a) Quantidade: 110		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
(10) Contribuição para o tema (14,31,55,71,73,77,88,95,96,104)		
(1) Desvio do tópico (103)		
(35) Expressão de atitudes e emoções (1,2,3,9,10,13,15,17,21,23,29,36,43,44,47,54,58,60,61,63,65,66,69,70,82,85,87,90,92,93,98,99,101,102,107)		
(4) Tentativa de influenciar a ação dos outros (26,32,41,106)		
() Correção à postagem		
(28) Contribuição + expressão (5,7,8,19,22,30,34,37,42,45,50,51,52,56,59,64,67,68,75,76,78,80,81,83,84,89,91,100)		
(5) Contribuição + tentativa (24,28,33,38,105)		
(27) Expressão + tentativa (4,6,11,12,16,18,20,25,27,35,39,40,46,48,49,53,57,62,72,74,79,86,94,97,108,109,110)		
8) Interferência do autor nos comentários	() Sim	(x) Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
() Resposta a comentário de leitor		
() Contribuição para o tema		
() Desvio do tópico		

<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 13		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Reduzir IPI de carro é miopia econômica		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/04/01/reduzir-ipi-de-carro-e-miopia-economica/		
Data: 01/04/2013		
Tema: mobilidade urbana		
Caracteres com espaço: 4.087		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> (2) Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> () Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> () Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> () Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> () Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> () Outro blog	
<input type="checkbox"/> () Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> () Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> () Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> (1) Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> () Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> () Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> () Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> () Livro	
<input type="checkbox"/> (1) Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fontes do poder público: 1) Governo Federal; 2) Denatran		
Autor do texto: Artigo do blogueiro		
Documento impresso/eletrônico: Relatório ‘Metrópoles em Números’		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Redação própria	<input type="checkbox"/> () Redação híbrida	<input type="checkbox"/> () Republicação
Marcas da composição		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Informação		
<input type="checkbox"/> () Análise		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Opinião		
<input type="checkbox"/> () Avaliação		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Explicação		
<input type="checkbox"/> () Crítica		
<input type="checkbox"/> () Interpretação		

<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios		<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 3			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Página 1: http://www.denatran.gov.br/frota.htm			
Página 2: http://observatoriodasmetropoles.net/download/relatorio_automotos.pdf			
Página 3: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2012/09/19/dez-razoes-para-levar-a-serio-o-dia-mundial-sem-carro/			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 28			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição para o tema (2,3,10,15)			
<input checked="" type="checkbox"/> Desvio do tópico (11,23)			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (6,21,27)			
<input checked="" type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros (8,12,16,19)			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + expressão (4,5,7,9,17,18,20,22)			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + tentativa (1,13,14,28)			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão + tentativa (24,25,26)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			

<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 14		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: O que se espera de um Papa com esse nome?		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/03/14/o-que-se-espere-de-um-papa-com-esse-nome/		
Data: 14/03/2013		
Tema: Papa		
Caracteres com espaço: 5.301		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Blogueiro dá sugestões de como poderia ser o papado de Francisco		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		
<input type="checkbox"/> Explicação		
<input type="checkbox"/> Crítica		
<input type="checkbox"/> Interpretação		
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais		
<input type="checkbox"/> Declaração de posição		

<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios		<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 51			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição para o tema (1,8,19)			
<input checked="" type="checkbox"/> Desvio do tópico (7,35,36,37,51)			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (10,11,12,13,18,22,23,24,26,27,29,30,33,34,38,40,43,49,50)			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + expressão (4,6,39,45,47,48)			
<input checked="" type="checkbox"/> Correção + expressão (25)			
<input checked="" type="checkbox"/> Correção + contribuição (5,14)			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + tentativa de influenciar (28,32,42)			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão + tentativa de influenciar (2,3,9,17,20,21,31,41,44,46)			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão + desvio (15,16)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			

<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 15		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Mulheres e soluções		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/03/08/mulheres-e-solucoes/		
Data: 08/03/2013		
Tema: mulher; sustentabilidade		
Caracteres com espaço: 4.392		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Autor lista mulheres que se destacaram na luta em favor da sustentabilidade		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		
<input type="checkbox"/> Explicação		
<input type="checkbox"/> Crítica		
<input type="checkbox"/> Interpretação		
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais		
<input type="checkbox"/> Declaração de posição		

<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 6			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios		<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 17			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema (10)			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico (8,15,16,17)			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (1,2,3,4,6,7,9)			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros (12)			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Contribuição + expressão (5,14)			
<input type="checkbox"/> Expressão + tentativa (11,13)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

POST 16		
Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: O lixo que vira energia		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/03/01/o-lixo-que-vira-energia/		
Data: 01/03/2013		
Tema: lixo; energia		
Caracteres com espaço: 6.603		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
(1) Fontes do poder público	() Agência de notícia	
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãs	() Outro blog	
() Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	(1) Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
() Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fonte do poder público: Ministério do Meio Ambiente		
Documento impresso/eletrônico: Estudo da Abrelpe		
3. Redação da informação		
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
(x) Informação		
() Análise		
(x) Opinião		
() Avaliação		
(x) Explicação		
() Crítica		
() Interpretação		
() Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
(x) Sim	() Não	
5ª) Quantidade:2		

5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Página: http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2013/03/projetos-de-producao-de-biogas-no-brasil-comecam-funcionar.html			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 21			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema (3,19,20,21)			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico (16)			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (1,2,5,6,7,8,9,10,12,14)			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Contribuição + expressão (11,17)			
<input type="checkbox"/> Contribuição + tentativa (15,18)			
<input type="checkbox"/> Expressão + tentativa (13)			
<input type="checkbox"/> Expressão + desvio (4)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

Blog: Mundo Sustentável		
Título da Postagem: Revolução energética já é realidade		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/02/14/revolucao-energetica-ja-e-realidade/		
Data: 14/02/2013		
Tema: matriz energética		
Caracteres com espaço: 5.103		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
(2) Fontes do poder público	() Agência de notícia	
(3) Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãs	() Outro blog	
(1) Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
() Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fontes do poder público: 1) Discurso do presidente dos EUA no Congresso; 2) Autoridades da Espanha		
Fontes institucionais: 1) Associação de Energia Eólica da China; 2) Associação de Energia Eólica dos Estados Unidos; 3) Diretor da Associação da Indústria Solar da Alemanha		
Fonte especializada: Diretor da Bloomberg New Energy Finance (BNEF), Michael Liebrech		
3. Redação da informação		
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
(x) Informação		
(x) Análise		
(x) Opinião		
() Avaliação		
() Explicação		
() Crítica		
() Interpretação		
() Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
() Sim	(x) Não	
5ª) Quantidade:		

5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 19			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição para o tema (1,2,4,6,12,13)			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (5,14,15,17)			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + expressão (3,7,9)			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + tentativa (19)			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão + tentativa (8,10,11,16,18)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
POST 18			
Blog: Mundo Sustentável			
Título da Postagem: Alerta vermelho na nave azul			
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/01/28/alerta-vermelho-na-			

nave-azul/		
Data: 28/01/2013		
Tema: água		
Caracteres com espaço: 6.337		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
(2) Fontes do poder público	() Agência de notícia	
(1) Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãos	() Outro blog	
(1) Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	(3) Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
() Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fontes do poder público: 1) IBGE; 2) Governo Federal		
Fonte institucional: Instituto Trata Brasil		
Fonte especializada: Professor de Hidrologia da USP, Aldo Rebouças		
Documentos impressos/eletrônicos: 1) Objetivos de Desenvolvimento do Milênio da ONU; 2) Relatório da OMS e UNICEF; 3) Atlas Brasil		
3. Redação da informação		
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
(x) Informação		
() Análise		
() Opinião		
() Avaliação		
(x) Explicação		
(x) Crítica		
(x) Interpretação		
() Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
() Sim	(x) Não	
5ª) Quantidade:		
5b) Origem		
() Próprios	() De segunda mão	() Não identificável

5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 1			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Página: http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/andre-trigueiro/ANDRE-TRIGUEIRO.htm			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 6			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input checked="" type="checkbox"/> Desvio do tópico (4,6)			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (2)			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão + tentativa (3,5)			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão + contribuição (1)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

POST 19

Blog: Mundo Sustentável
Título da Postagem: NYT fecha editoria de meio ambiente. E daí?
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2013/01/22/nyt-fecha-editoria-de-meio-ambiente-e-dai/
Data: 22/01/2013

Tema: jornalismo ambiental		
Caracteres com espaço: 8.519		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
(1) Fontes do poder público	() Agência de notícia	
(1) Fontes institucionais	(1) Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãs	(1) Outro blog	
() Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	(1) Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
(1) Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fonte de poder público: Discurso do Presidente dos Estados Unidos		
Fonte institucional: Fundação Getúlio Vargas		
Autor do texto: Blogueiro fala de sua experiência como jornalista		
Outro veículo jornalístico: Folha de S. Paulo		
Outro blog: Inside Climate News		
Documento impresso/eletrônico: Relatório do The Daily Climate		
3. Redação da informação		
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
(x) Informação		
() Análise		
(x) Opinião		
() Avaliação		
(x) Explicação		
() Crítica		
() Interpretação		
(x) Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
() Sim	(x) Não	
5ª) Quantidade:		
5b) Origem		
() Próprios	() De segunda mão	() Não identificável
5c) Tipo		

<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 2			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Menção à origem da informação:			
http://insideclimatenews.org/news/20130111/new-york-times-dismantles-environmental-desk-journalism-fracking-climate-change-science-global-warming-economy			
Indicação de outros materiais:			
http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/andre-trigueiro/2013/01/20/NEW-YORK-TIMES-ANUNCIA-FECHAMENTO-DA-EDITORIA-DE-MEIO-AMBIENTE.htm			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 17			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> (1) Contribuição para o tema (6)			
<input type="checkbox"/> (2) Desvio do tópico (11,17)			
<input type="checkbox"/> (8) Expressão de atitudes e emoções (1,2,3,5,8,9,12,15)			
<input type="checkbox"/> (1) Tentativa de influenciar a ação dos outros (16)			
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> (5) Contribuição + expressão (4,7,10,13,14)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> () Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> () Composto			

POST 20

Blog: Mundo Sustentável

Título da Postagem: As relíquias garimpadas no lixo		
Link: http://g1.globo.com/platb/mundo-sustentavel/2012/12/03/as-reliquias-garimpadas-no-lixo/		
Data: 03/12/2012		
Tema: lixo		
Caracteres com espaço: 4.667		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	(x) Não identificável
() Fontes do poder público	() Agência de notícia	
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãos	() Outro blog	
() Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
() Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação - Post sobre relíquias achadas em lixos		
3. Redação da informação		
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
(x) Informação		
() Análise		
() Opinião		
() Avaliação		
(x) Explicação		
() Crítica		
() Interpretação		
(x) Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
(x) Sim	() Não	
5ª) Quantidade: 4		
5b) Origem		
() Próprios	() De segunda mão	(x) Não identificável

5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> (4) Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 10			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input checked="" type="checkbox"/> (2) Contribuição para o tema (4,7)			
<input type="checkbox"/> (1) Desvio do tópico (11)			
<input type="checkbox"/> (4) Expressão de atitudes e emoções (1,2,8,10)			
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> (1) Expressão + tentativa (6)			
<input type="checkbox"/> (2) Contribuição + expressão (3,9)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade: 1			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> (1) Resposta a comentário de leitor (5)			
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> () Composto			

APÊNDICE H – Protocolos de análise do blog Xis Xis

POST 1
Blog: Xis Xis
Título da Postagem: O Sol nasce e se põe no mesmo lugar
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/o-sol-nasce-e-se-poe-no-mesmo-

lugar/			
Data: 30/09/2013			
Tema: astronomia			
Caracteres com espaço: 1.428			
<u>Marcas da obtenção</u>			
1. Origem da Informação			
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável	
() Fontes do poder público	() Agência de notícia		
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico		
(1) Fontes cidadãs	() Outro blog		
() Fontes especializadas	() Publicações científicas		
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos		
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço		
() Recursos alternativos	() Livro		
(1) Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
Autor do blog: blogueira traz curiosidades sobre uma viagem que fez à Argentina			
Fonte cidadã: Dona da pousada em que a blogueira se hospedou na Argentina			
3. Redação da informação			
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
(x) Informação			
() Análise			
() Opinião			
() Avaliação			
(x) Explicação			
() Crítica			
() Interpretação			
(x) Partilha de experiências pessoais			
() Declaração de posição			
() Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
(x) Sim	() Não		
5ª) Quantidade: 3			
5b) Origem			
(2) Próprios	(1) De segunda mão	() Não identificável	
5c) Tipo			
() Gráfico	() Tabela	() Boxe	()

<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> (2) Fotografia	<input type="checkbox"/> (1) Vídeo	Infográfico
			<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 2			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Página 1: http://www.sunrise-and-sunset.com/pt/argentina/ushuaia/2013/junho			
Página 2: http://super.abril.com.br/tecnologia/eixo-inclinado-terra-cria-estacoes-ano-437003.shtml			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

POST 2
Blog: Xis Xis
Título da Postagem: Argentina: não às sacolas plásticas
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/argentina-nao-as-sacolas-plasticas/
Data: 29/09/2013
Tema: reciclagem
Caracteres com espaço: 1.818
<u>Marcas da obtenção</u>

1. Origem da Informação			
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável	
() Fontes do poder público	() Agência de notícia		
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico		
(1) Fontes cidadãs	() Outro blog		
() Fontes especializadas	() Publicações científicas		
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos		
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço		
() Recursos alternativos	() Livro		
(1) Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
Autor do blog: blogueira traz curiosidades sobre uma viagem que fez à Argentina			
Fonte cidadã: Dono da pousada em que a blogueira se hospedou na Argentina			
3. Redação da informação			
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação	
Marcas da composição			
4. Conteúdo do post			
(x) Informação			
() Análise			
() Opinião			
() Avaliação			
(x) Explicação			
() Crítica			
() Interpretação			
(x) Partilha de experiências pessoais			
() Declaração de posição			
() Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
(x) Sim		() Não	
5ª) Quantidade: 3			
5b) Origem			
(3) Próprios		() De segunda mão	() Não identificável
5c) Tipo			
() Gráfico	() Tabela	() Boxe	() Infográfico
() Imagem	(3) Fotografia	() Vídeo	() Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		(x) Sim	() Não
6a) Quantidade: 1			

6a) O link serve para:		
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação		
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
Página: http://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g312855-d1656267-Reviews-Mysten_Kepen_B_B-Ushuaia_Province_of_Tierra_del_Fuego_Patagonia.html		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 1		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + expressão		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
POST 3		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Pelados no Ushuaia		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/pelados-no-ushuaia/		
Data: 28/09/2013		
Tema: cultura Yámana		
Caracteres com espaço: 3.184		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	

<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input checked="" type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
Autor do blog: blogueira traz curiosidades sobre uma viagem que fez à Argentina			
Ciberespaço: Wikipedia			
3. Redação da informação			
<input type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input checked="" type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 2			
5b) Origem			
<input checked="" type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 3			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			

6b) Para que locais os links direcionam?		
Indicação de outros materiais		
Página 1: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/por-que-se-chama-terra-do-fogo/		
Página 2: http://isorhythm.com/Home_files/YamanaCouple.jpg		
Página da internet de instituição/local/pessoa citada		
Página 3: http://www.tierradelfuego.org.ar/mundoyamana/		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 2		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico (1)		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Contribuição + expressão (2)		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 4		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Por que se chama Terra do Fogo		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/por-que-se-chama-terra-do-fogo/		
Data: 27/09/2013		
Tema: Terra do Fogo		
Caracteres com espaço: 978		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	

<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input checked="" type="checkbox"/> (1) Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
Autor do blog: blogueira traz curiosidades sobre uma viagem que fez à Argentina			
Fonte institucional: Museo Yámana			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 2			
5b) Origem			
<input checked="" type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 3			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			

6b) Para que locais os links direcionam?		
Indicação de outros materiais:		
Página 1: http://pt.wikipedia.org/wiki/Canal_do_Panam%C3%A1		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:		
Página 1: http://www.tierradelfuego.org.ar/v4/_por/index.php?seccion=4		
Página 2: http://www.tierradelfuego.org.ar/mundoyamana/		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 5		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input checked="" type="checkbox"/> Desvio do tópico (3,4,6)		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + expressão (1,5)		
8) Interferência do autor nos comentários		
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		
<input type="checkbox"/> Não		
8ª) Quantidade: 2		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input checked="" type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor (2,7)		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 5		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Por que se chama Patagônia		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/por-que-se-chama-patagonia/		
Data: 26/09/2013		
Tema: Patagônia		
Caracteres com espaço: 1.213		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	

<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Museo Centro de Interpretación Histórica Calafate			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 2			
5b) Origem			
<input checked="" type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 2			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			

6b) Para que locais os links direcionam?		
Indicação de outros materiais		
Página 1: http://www.historia-brasil.com/seculo-15.htm		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
Página 2: http://www.museocalafate.com.ar/elcentro.html		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 1		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 6		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Patagônia austral: posts sobre o Fim do Mundo		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/patagonia-austral-posts-sobre-o-fim-do-mundo/		
Data: 26/09/2013		
Tema: Patagônia		
Caracteres com espaço: 2.724		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	

<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Blogueira traz curiosidades sobre a viagem que fez à Argentina			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 2			
5b) Origem			
<input checked="" type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 4			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			

6b) Para que locais os links direcionam?		
Indicação de outros materiais		
Página 1: http://pt.wikipedia.org/wiki/A_Viagem_do_Beagle		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
Página 2: http://www.tierradelfuego.org.ar/mundoyamana/		
Página 3: http://www.museocalafate.com.ar/elcentro.html		
Página 4: http://glaciarium.com/es/		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 3		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input checked="" type="checkbox"/> Desvio do tópico (3,4)		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input checked="" type="checkbox"/> Correção + expressão (1)		
8) Interferência do autor nos comentários	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade: 1		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input checked="" type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor (2)		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 7		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Ação ambiental: plante árvores da Mata Atlântica		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/acao-ambiental-plante-arvores-da-mata-atlantica/		
Data: 21/09/2013		
Tema: restauro florestal		
Caracteres com espaço: 1.260		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	

<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas			
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos			
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço			
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro			
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte				
2. Detalhamento da origem da informação				
- Post sobre ação que será realizada pela ONG na qual a blogueira trabalha				
3. Redação da informação				
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação		
<u>Marcas da composição</u>				
4. Conteúdo do post				
<input checked="" type="checkbox"/> Informação				
<input type="checkbox"/> Análise				
<input type="checkbox"/> Opinião				
<input type="checkbox"/> Avaliação				
<input type="checkbox"/> Explicação				
<input type="checkbox"/> Crítica				
<input type="checkbox"/> Interpretação				
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais				
<input type="checkbox"/> Declaração de posição				
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade				
5) Recursos áudio/visuais				
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não			
5ª) Quantidade: 1				
5b) Origem				
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável		
5c) Tipo				
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico	
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> (1) Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio	
<u>Marcas da circulação</u>				
6) Uso de link no post			<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 3				
6a) O link serve para:				
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação				
<input type="checkbox"/> (2) Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo				
<input type="checkbox"/> (1) Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post				
<input type="checkbox"/> Página não disponível				

6b) Para que locais os links direcionam?		
Indicação de outros materiais:		
Página 1: http://onginiciativaverde.wordpress.com/2013/09/04/plante-arvores-nativas-com-a-ong-iniciativa-verde-e-com-o-sesc-interlagos/		
Página 2: https://www.flickr.com/photos/iniciativaverde/sets/72157632285025215/		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:		
Página 3: http://www.iniciativaverde.org.br/		
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 8		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Cabeleira bem nutrida: milho, arroz e cana		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/cabeleira-bem-nutrida-milho-arroz-e-cana/		
Data: 10/09/2013		
Tema: plantas		
Caracteres com espaço: 486		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input checked="" type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	

<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Post sobre as raízes fasciculadas			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input checked="" type="checkbox"/> Próprios (em co-autoria)	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 2			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			

6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem da informação: http://www.aprenda.bio.br/portal/		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post: https://www.youtube.com/channel/UCeEqD42zJ2ONPcxafA6gT4A?feature=watch		
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários		
<input type="checkbox"/> Sim		
<input checked="" type="checkbox"/> Não		
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 9		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Você sabia que existe aurora austral?		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/09/voce-sabia-que-existe-a-aurora-austral/		
Data: 02/09/2013		
Tema: astronomia		
Caracteres com espaço: 2.598		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos	

	impressos/eletrônicos			
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço			
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro			
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte				
2. Detalhamento da origem da informação				
- Laboratório de Paleomagnetismo das Rochas				
- Instituto de Geofísica da Universidade do Alasca				
3. Redação da informação				
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação		
<u>Marcas da composição</u>				
4. Conteúdo do post				
<input checked="" type="checkbox"/> Informação				
<input type="checkbox"/> Análise				
<input type="checkbox"/> Opinião				
<input type="checkbox"/> Avaliação				
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação				
<input type="checkbox"/> Crítica				
<input type="checkbox"/> Interpretação				
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais				
<input type="checkbox"/> Declaração de posição				
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade				
5) Recursos áudio/visuais				
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não			
5ª) Quantidade: 2				
5b) Origem				
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável		
5c) Tipo				
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico	
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio	
<u>Marcas da circulação</u>				
6) Uso de link no post			<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 4				
6a) O link serve para:				
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação				
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo				
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post				
<input type="checkbox"/> Página não disponível				

6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem da informação:		
Página 1: http://www.iag.usp.br/paleo/?q=content/o-fen%C3%B4meno-da-aurora-polar		
Página 2: http://www.gi.alaska.edu/AuroraForecast/SouthPolar/2013/09/11		
Indicação de outros materiais:		
Página 3: http://www.iag.usp.br/paleo/?q=content/o-fen%C3%B4meno-da-aurora-polar		
Página 4: http://www.iag.usp.br/siae98/estacoes/estacoes.htm		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 2		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico (3)		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem (1)		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade: 1		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor (2)		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 10		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: A garrafa 100% reciclada de Guaraná Antarctica		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/08/a-garrafa-100-reciclada-de-guarana-antarctica/		
Data: 14/08/2013		
Tema: Guaraná Antarctica		
Caracteres com espaço: 1.647		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	

<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input checked="" type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Material de publicidade do Guaraná Antarctica			
3. Redação da informação			
<input type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input checked="" type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input checked="" type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 2			
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
<input type="checkbox"/>			
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 3			
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			

6b) Para que locais os links direcionam?		
Página 1: http://www.guaranaantarctica.com.br/		
Página 2: https://www.facebook.com/GuaranaAntarctica/app_496067620471856?p=xx		
Página 3: https://twitter.com/guarana		
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 11		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Conheça os seus músculos		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/08/conheca-os-seus-musculos/		
Data: 01/08/2013		
Tema: anatomia humana		
Caracteres com espaço: 260		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input checked="" type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos	

	impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Post sobre a anatomia humana			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input checked="" type="checkbox"/> Próprios (co-autoria)	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 2			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Menção à origem da informação: http://www.aprenda.bio.br/portal/			
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post: http://www.youtube.com/channel/UCEaqD42zJ2ONPcxafA6gT4A?feature=watch			

7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 12		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Cadê o aquecimento global com esse frio?		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/07/cade-o-aquecimento-global-com-esse-frio/		
Data: 31/07/2013		
Tema: aquecimento global		
Caracteres com espaço: 5.987		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como		

fonte				
2. Detalhamento da origem da informação				
Fonte institucional: IPCC				
Fontes especializadas: 1) Pesquisadores da Universidade de Leeds, no Reino Unido; 2) Fotógrafo James Balog, especializado em natureza				
3. Redação da informação				
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria		<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>				
4. Conteúdo do post				
<input checked="" type="checkbox"/> Informação				
<input type="checkbox"/> Análise				
<input type="checkbox"/> Opinião				
<input type="checkbox"/> Avaliação				
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação				
<input type="checkbox"/> Crítica				
<input type="checkbox"/> Interpretação				
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais				
<input type="checkbox"/> Declaração de posição				
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade				
5) Recursos áudio/visuais				
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 3				
5b) Origem				
<input checked="" type="checkbox"/> Próprios		<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo				
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico	
<input type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio	
<u>Marcas da circulação</u>				
6) Uso de link no post			<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 13				
6a) O link serve para:				
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação				
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo				
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post				
<input type="checkbox"/> Página não disponível				

6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem da informação:		
Página 1: http://scienceblogs.com.br/xixxis/2009/06/meteoro-que-nada-vulcoes-extinguiram-os-dinossauros/		
Página 2: http://www.chasingice.com/		
Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo:		
Página 3: http://www.dnpm-pe.gov.br/Geologia/Escala_de_Tempo.htm		
Página 4: http://www.infoescola.com/geografia/efeito-estufa/		
Página 5: http://www.brasilecola.com/biologia/hipotese-gaia.htm		
Página 6: http://guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/petroleo-434243.shtml		
Página 7: http://www.dep.fem.unicamp.br/drupal/?q=node/27		
Página 8: http://onginiciativaverde.wordpress.com/2013/07/23/mais-de-445-mil-arvores-foram-plantadas-gracas-ao-programa-carbon-free/		
Página 9: http://www.correiadoestado.com.br/noticias/terremoto-no-japao-mudou-o-eixo-da-terra-e-encurtou-os-dias_105876/		
Página 10: http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/sp/2013-07-24/com-87c-sao-paulo-tem-o-dia-mais-frio-dos-ultimos-52-anos.html		
Página 11: http://channel.nationalgeographic.com/channel/a-night-of-exploration/episodes/chasing-ice/		
Página 12: http://extremeicesurvey.org/		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:		
Página 13: http://www.ipcc.ch/		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 2		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição para o tema (1,2)		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade: 1		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input checked="" type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 13		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Saiba a sua relação com animais presos em cativeiro para “show”		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/07/turismo-saiba-a-sua-relacao-com-animais-presos-em-cativeiro-para-show/		
Data: 26/07/2013		
Tema: animais		
Caracteres com espaço: 5.968		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
() Fontes do poder público	() Agência de notícia	
(1) Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãos	() Outro blog	
(2) Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	(1) Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
(1) Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fonte institucional: ONG PETA (People for the Ethical Treatment of Animals)		
Fontes especializadas: 1) Psicólogos; 2) Pesquisadores do Projeto Baleia Franca		
Autor do texto: Blogueira relata experiências pessoais		
Documento impresso/eletrônico: Documentário The Cove		
3. Redação da informação		
(X) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
(x) Informação		
() Análise		
(x) Opinião		
() Avaliação		
(x) Explicação		
(x) Crítica		
() Interpretação		
(x) Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
(x) Sim		() Não

5ª) Quantidade: 7			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> (6) Próprios	<input type="checkbox"/> (1) De segunda mão	<input type="checkbox"/> () Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> () Gráfico	<input type="checkbox"/> () Tabela	<input type="checkbox"/> () Boxe	<input type="checkbox"/> () Infográfico
<input type="checkbox"/> (1) Imagem	<input type="checkbox"/> (6) Fotografia	<input type="checkbox"/> () Vídeo	<input type="checkbox"/> () Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> (x) Sim	<input type="checkbox"/> () Não
6a) Quantidade: 16			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> (2) Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> (10) Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> (4) Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> () Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Menção à origem da informação:			
Página 1: http://www.thecovemovie.com/awards.htm			
Página 2: http://www.peta.org/issues/animals-in-entertainment/animals-used-entertainment-factsheets/marine-animal-exhibits-chlorinated-prisons/			
Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo:			
Página 3: http://www.astronomiaqui.com/2012/11/porque-ainda-nao-foi-encontrados.html			
Página 4: http://www.magpictures.com/blackfish/			
Página 5: http://en.wikipedia.org/wiki/Tilikum_(orca)			
Página 6: http://www.baleiafranca.org.br/			
Página 7: http://www.golfinhorotador.org.br/			
Página 8: http://www.youtube.com/watch?v=W7_IJYCyM6k&feature=share&list=TLBNYA RrUziLc			
Página 9: http://www.nmfs.noaa.gov/pr/species/mammals/cetaceans/rightwhale_southern.htm			
Página 10: http://www.prpg.usp.br/usprio/?q=trabalhos/conhecimento-tradicional-e-etnoconserva%C3%A7%C3%A3o-de-cet%C3%A1ceos-em-comunidades-cai%C3%A7aras-do-munic%C3%ADpi			
Página 11: http://www.youtube.com/results?search_query=south+africa+shark+cave&oq=south+africa+shark+cave&gs_l=youtube.3...1384.9149.0.9216.37.31.5.1.1.1.389.4552.8j12j7j2.29.0...0.0...1ac.1.11.youtube._bWgZ4L6-LA			
Página 12: http://pt.wikipedia.org/wiki/Cet%C3%A1ceos			
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:			
Página 13: http://www.pipa.com.br/baia_dos_golfinhos			

Página 14: <http://www.hermanus.co.za/whales>

Página 15:

<http://www.capenature.co.za/reserves.htm?reserve=De+Hoop+Nature+Reserve>

Página 16: <http://blogadaverde.wordpress.com/>

7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 4		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (3)		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Contribuição + expressão (1,2,5)		
8) Interferência do autor nos comentários	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade: 2		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor (4,6)		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 14	
Blog: Xis Xis	
Título da Postagem: Sim, existem “meio” animais como sereias	
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/07/sim-existem-meio-animais-como-sereias/	
Data: 18/07/2013	
Tema: animais híbridos	
Caracteres com espaço: 521	
<u>Marcas da obtenção</u>	

1. Origem da Informação			
De primeira mão	De segunda mão	(x) Não identificável	
() Fontes do poder público	() Agência de notícia		
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico		
() Fontes cidadãos	() Outro blog		
() Fontes especializadas	() Publicações científicas		
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos		
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço		
() Recursos alternativos	() Livro		
() Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Post sobre animais híbridos			
3. Redação da informação			
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
(x) Informação			
() Análise			
() Opinião			
() Avaliação			
(x) Explicação			
() Crítica			
() Interpretação			
() Partilha de experiências pessoais			
() Declaração de posição			
() Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
(x) Sim		() Não	
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
(1) Próprios (co-autoria)	() De segunda mão	() Não identificável	
5c) Tipo			
() Gráfico	() Tabela	() Boxe	() Infográfico
() Imagem	() Fotografia	(1) Vídeo	() Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		(x) Sim	() Não
6a) Quantidade: 3			
6a) O link serve para:			

<input type="checkbox"/> (1) Menção à origem da informação		
<input type="checkbox"/> (1) Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input type="checkbox"/> (1) Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> () Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem da informação: http://www.youtube.com/channel/UCEaqD42zJ2ONPcxafA6gT4A?feature=watch		
Indicação de outros materiais: http://scienceblogs.com.br/bessa/2013/02/sereias-existem-o-documentario/		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post: http://www.aprenda.bio.br/portal/		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Sim	<input type="checkbox"/> () Não
7a) Quantidade: 1		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> (1) Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> () Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Sim	<input type="checkbox"/> () Não
8ª) Quantidade: 1		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> (1) Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> () Composto		

POST 15		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Parto normal ou cesárea?		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/06/parto-normal-ou-cesarea/		
Data: 24/06/2013		
Tema: parto		
Caracteres com espaço: 6.533		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
<input type="checkbox"/> De primeira mão	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> () Não

		identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input checked="" type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
Fonte institucional: Organização Mundial da Saúde			
Publicações científicas: 1) Artigo da Revista Fapesp; 2) Artigo da revista Ciência Hoje; 3) Seis artigos do Scielo			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
Marcas da composição			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input checked="" type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 14			
6a) O link serve para:			

<input type="checkbox"/> (9) Menção à origem da informação		
<input type="checkbox"/> (5) Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input type="checkbox"/> () Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> () Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem da informação:		
Página 1: http://revistapesquisa.fapesp.br/2006/06/01/escolha-errada/		
Página 2: http://revistapesquisa.fapesp.br/2006/06/01/escolha-errada/		
Página 3: http://cienciahoje.uol.com.br/colunas/por-dentro-das-celulas/um-novo-olhar-sobre-a-obesidade		
Página 4: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0103-507X2008000400012&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt		
Página 5: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0100-72032011000300004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt		
Página 6: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1516-31802013000200095&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt		
Página 7: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0034-89102004000100002&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt		
Página 8: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0034-89102004000300007&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt		
Página 9: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0034-89101998000300004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt		
Indicação de outros materiais:		
Página 10: http://guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/cesariana-435552.shtml		
Página 11: http://www.pediatriaintegral.com.br/a-incrivel-epidemia-da-cesarea-inventada/		
Página 12: http://guiado bebe.uol.com.br/parto-natural/		
Página 13: http://revistapesquisa.fapesp.br/2005/10/01/scielo-noticias-7/		
Página 14: http://oglobo.globo.com/pais/brasil-se-mantem-em-79-lugar-entre-os-paises-com-maior-taxa-de-mortalidade-materna-6726914		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Sim	<input type="checkbox"/> () Não
7a) Quantidade: 2		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> (1) Contribuição para o tema (2)		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> (1) Expressão de atitudes e emoções (4)		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> () Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Sim	<input type="checkbox"/> () Não
8ª) Quantidade: 3		
8b) Modos de interferência do autor:		

<input type="checkbox"/> (2) Resposta a comentário de leitor (3,5)
<input type="checkbox"/> (1) Contribuição para o tema (1)
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem
<input type="checkbox"/> () Composto

POST 16		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Manifestações: país sem partido se chama ditadura		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/06/manifestacoes-pais-sem-partido-se-chama-ditadura/		
Data: 21/06/2013		
Tema: manifestações de rua		
Caracteres com espaço: 1.939		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> () Não identificável
<input type="checkbox"/> () Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> () Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> () Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> () Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> () Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> () Outro blog	
<input type="checkbox"/> () Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> () Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> () Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> () Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> () Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> () Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> () Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> () Livro	
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Autora relata sua participação em uma das manifestações de rua		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Redação própria	<input type="checkbox"/> () Redação híbrida	<input type="checkbox"/> () Republicação
Marcas da composição		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Informação		
<input type="checkbox"/> () Análise		
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Opinião		
<input type="checkbox"/> () Avaliação		
<input type="checkbox"/> () Explicação		
<input type="checkbox"/> () Crítica		
<input type="checkbox"/> () Interpretação		

<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios		<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> (1) Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 4			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> (1) Contribuição para o tema (2)			
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> (1) Expressão de atitudes e emoções (5)			
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> (1) Contribuição + expressão (1)			
<input type="checkbox"/> (1) Contribuição + tentativa (4)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade: 2			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> (2) Resposta a comentário de leitor (3,6)			
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros			

<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 17		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Historiadora explica os “apenas” 20 centavos		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/06/historiadora-explica-os-apenas-20-centavos/		
Data: 18/06/2013		
Tema: manifestações de rua		
Caracteres com espaço: 4.442		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fonte institucional: organizador de uma manifestação de rua		
Autor do texto: autoras do texto falam suas opiniões sobre o assunto		
3. Redação da informação		
<input type="checkbox"/> Redação própria	<input checked="" type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		
<input type="checkbox"/> Explicação		
<input type="checkbox"/> Crítica		
<input checked="" type="checkbox"/> Interpretação		
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais		
<input type="checkbox"/> Declaração de posição		
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		

<input type="checkbox"/> Sim		<input checked="" type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade:			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios		<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 4			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> (4) Contribuição + expressão (1,3,4,5)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade: 4			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> (3) Resposta a comentário de leitor (2,6,7)			
<input type="checkbox"/> (1) Contribuição para o tema (8)			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

POST 18		
Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: Muuuito além da economia verde		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/05/muuuito-alem-da-economia-verde/		
Data: 28/05/2013		
Tema: economia verde		
Caracteres com espaço: 5.377		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
() Fontes do poder público	() Agência de notícia	
(1) Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãos	() Outro blog	
(1) Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	(1) livro	
() Recursos alternativos	() Ciberespaço	
(1) Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fonte institucional: Sustainability Europe Research Institute		
Fonte especializada: Secretário das Nações Unidas, Banki-Moon		
Autor do texto: Autor dá a sua opinião sobre o livro ‘Muito além da Economia Verde’		
Livro: ‘Muito além da Economia Verde’		
3. Redação da informação		
() Redação própria	() Redação híbrida	(x) Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
(x) Informação		
() Análise		
(x) Opinião		
() Avaliação		
(x) Explicação		
() Crítica		
() Interpretação		
(x) Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
(x) Sim		() Não
5ª) Quantidade: 1		

5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input checked="" type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Audio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 4			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Página 1: http://br.linkedin.com/pub/gustavo-mendes-nascimento/8/b5b/529			
Página 2: https://twitter.com/gustamn			
Página 3: http://ricardoabramovay.com/			
Página 4: https://twitter.com/abramovay			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 2			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + expressão (1,2)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

Blog: Xis Xis		
Título da Postagem: São Paulo: feliz dia da Mata Atlântica		
Link: http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/05/sao-paulo-feliz-dia-da-mata-atlantica/		
Data: 27/05/2013		
Tema: Mata Atlântica		
Caracteres com espaço: 356		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
() Fontes do poder público	() Agência de notícia	
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãs	() Outro blog	
() Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
(x) Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Autora fala sobre fotografia tirada no Parque Estadual do Jaraguá ao tratar do Dia da Mata Atlântica		
3. Redação da informação		
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
(x) Informação		
() Análise		
() Opinião		
() Avaliação		
() Explicação		
() Crítica		
() Interpretação		
(x) Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
(x) Sim	() Não	
5ª) Quantidade: 1		
5b) Origem		

<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo		
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe
<input type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo
<input type="checkbox"/> Infográfico		
<input type="checkbox"/> Áudio		
<u>Marcas da circulação</u>		
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:		
6a) O link serve para:		
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação		
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 20**Blog:** Xis Xis**Título da Postagem:** Serra da Cantareira: aquela que São Paulo não vê**Link:** <http://scienceblogs.com.br/xisxis/2013/05/serra-da-cantareira-aquela-que-sao->

paulo-nao-ve/		
Data: 24/05/2013		
Tema: Serra da Cantareira		
Caracteres com espaço: 641		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Autora fala sobre sua experiência de ter fotografado a Serra da Cantareira durante 10 anos		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		
<input type="checkbox"/> Explicação		
<input checked="" type="checkbox"/> Crítica		
<input type="checkbox"/> Interpretação		
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais		
<input type="checkbox"/> Declaração de posição		
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 1		
5b) Origem		
<input checked="" type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo		

<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade:			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 3			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema (1)			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (2,3)			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8a) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			

APÊNDICE I – Protocolos de análise do blog Rainha Vermelha

POST 1
Blog: Rainha Vermelha
Título da Postagem: Ciência tem que ser aberta
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/05/ciencia-tem-que-ser-aberta/
Data: 30/05/2013

Tema: ciência aberta			
Caracteres com espaço: 2.676			
<u>Marcas da obtenção</u>			
1. Origem da Informação			
De primeira mão	De segunda mão	(x) Não identificável	
() Fontes do poder público	() Agência de notícia		
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico		
() Fontes cidadãs	() Outro blog		
() Fontes especializadas	() Publicações científicas		
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos		
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço		
() Recursos alternativos	() Livro		
() Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Post sobre o evento promovido pelo grupo de trabalho em Ciência Aberta			
3. Redação da informação			
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
(x) Informação			
() Análise			
(x) Opinião			
() Avaliação			
() Explicação			
() Crítica			
() Interpretação			
(x) Partilha de experiências pessoais			
() Declaração de posição			
() Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
(x) Sim		() Não	
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
() Próprios	(1) De segunda mão	() Não identificável	
5c) Tipo			
() Gráfico	() Tabela	() Boxe	() Infográfico
() Imagem	(1) Fotografia	() Vídeo	() Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		(x) Sim	() Não

6a) Quantidade: 9		
6a) O link serve para:		
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
Indicação de outros materiais:		
Página 1: http://pt.slideshare.net/oatila/aula-2-open-access-i-17115631		
Página 2: http://www.cienciaaberta.net/encontro-7-de-junho/		
Página 3: http://www.cienciaaberta.net/workshop-8-de-junho/		
Página 4: http://www.cienciaaberta.net/		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:		
Página 5: http://www.cienciaaberta.net/		
Página 6: http://wikimediafoundation.org/wiki/Home		
Página 7: http://br.okfn.org/		
Página 8: http://iptv.usp.br/portal/home.jsp		
Página 9: abdo@member.fsf.org		
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim
7a) Quantidade: 1		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input checked="" type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 2

Blog: Rainha Vermelha

Título da Postagem: Garanta o futuro de sua carreira científica: crie um currículo

online			
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/04/crie-um-curriculo-online/			
Data: 29/04/2013			
Tema: currículo online			
Caracteres com espaço: 4.845			
<u>Marcas da obtenção</u>			
1. Origem da Informação			
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável	
() Fontes do poder público	() Agência de notícia		
() Fontes institucionais	() Outro veículo jornalístico		
() Fontes cidadãs	() Outro blog		
() Fontes especializadas	() Publicações científicas		
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos		
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço		
() Recursos alternativos	() Livro		
(x) Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Autor fala sobre a importância de se ter um currículo online			
3. Redação da informação			
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
(x) Informação			
() Análise			
(x) Opinião			
() Avaliação			
() Explicação			
() Crítica			
() Interpretação			
(x) Partilha de experiências pessoais			
() Declaração de posição			
() Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
(x) Sim	() Não		
5ª) Quantidade: 2			
5b) Origem			
(2) Próprios	() De segunda mão	() Não identificável	
5c) Tipo			
() Gráfico	() Tabela	() Boxe	() Infográfico

<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 12			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Página 1: http://scienceblogs.com.br/bessa/tag/carreira/			
Página 2: http://blogs.scientificamerican.com/literally-psyched/2013/04/12/why-grad-schools-should-require-students-to-blog/			
Página 3: http://www.mendeley.com/profiles/atila-iamarino/			
Página 4: http://scholar.google.com/citations?user=C__3jFEAAAAJ&hl=en&oi=ao			
Página 5: https://twitter.com/oatila			
Página 6: http://www.researchgate.net/profile/Atila_Iamarino			
Página 7: http://pt.slideshare.net/oatila/			
Página 8: http://pt.slideshare.net/oatila/presentations			
Página 9: http://pt.slideshare.net/oatila/introduo-ao-uso-de-redes-sociais-na-comunicao-cientifica			
Página 10: http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2013/03/building-your-backlist-and-living-with-it-forever.html			
Página 11: http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/04/130409_comissaria_racismo_bg.shtml			
Página 12: http://scienceblogs.com.br/rainha/2010/10/entao_voce_quer_escrever_um_bl/			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8a) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			

<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 3		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: A natureza da homossexualidade e os comentários de @elvieira e @izzynobre		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/02/a-natureza-da-homossexualidade-e-os-comentarios-de-elvieira-e-izzynobre/		
Data: 09/02/2013		
Tema: homossexualidade		
Caracteres com espaço: 4.792		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input checked="" type="checkbox"/> Outro blog	
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input checked="" type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fonte cidadã: comediante Louis C.K.		
Fonte especializada: Biólogo Eli Vieira		
Autor do texto: Postagem de sua autoria “Evolução e Sexualidade”		
Outro blog: material do Vblog de Izzy Nobre		
Livro: “The Better Angels of Our Nature”, de Steven Pinker		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		
<input type="checkbox"/> Explicação		

<input checked="" type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 4			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão		<input type="checkbox"/> Não identificável
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 9			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Menção à origem da informação:			
Página 1: http://papodehomem.com.br/evolucao-homossexualidade/			
Página 2: http://papodehomem.com.br/evolucao-homossexualidade/			
Indicação de outros materiais:			
Página 3:			
http://www.amazon.com/gp/product/0143122010/ref=as_li_ss_tl?ie=UTF8&camp=1789&creative=390957&creativeASIN=0143122010&linkCode=as2&tag=rainhverme-20			
Página 4: http://meiobit.com/115691/talvez-no-seja-to-simples-matar-cilnios/			
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:			
Página 5: https://twitter.com/elivieira			
Página 6: http://www.bulevoador.com.br/			
Página 7: http://evolucionismo.org/			
Página 8: https://twitter.com/LigaHumanista			
Página 9: https://twitter.com/izzynobre			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 4			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema (4)			

<input type="checkbox"/> Desvio do tópico (1)
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (5)
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input checked="" type="checkbox"/> Correção + expressão (3)
8) Interferência do autor nos comentários <input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade: 1
8b) Modos de interferência do autor:
<input checked="" type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor (2)
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 4		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: Walt Disney, Motorhead e Fungos - Interciência		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/02/interciencia/		
Data: 04/02/2013		
Tema: microbiologia		
Caracteres com espaço: 4.882		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Dois autores escrevem o texto: o blogueiro e um autor anônimo (que fala sobre sua área de especialização, a microbiologia).		
3. Redação da informação		
<input type="checkbox"/> Redação própria	<input checked="" type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação

<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 6			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> (6) De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> (1) Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 5			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> (3) Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input checked="" type="checkbox"/> (2) Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Indicação de outros materiais:			
Página 1: http://scienceblogs.com.br/raiox/2013/01/interciencia/			
Página 2: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed?term=paracoccidioides%20brasiliensis%20transition%20proteomics#			
Página 3: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18777637#			
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:			
Página 4: http://scienceblogs.com.br/raiox/2013/01/interciencia/			
Página 5: http://scienceblogs.com.br/raiox/			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 13			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			

<input type="checkbox"/> (5) Contribuição para o tema (1,5,6,7,9)
<input type="checkbox"/> (3) Desvio do tópico (4,11,13)
<input type="checkbox"/> (5) Expressão de atitudes e emoções (2,3,8,10,12)
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem
<input type="checkbox"/> () Composto
8) Interferência do autor nos comentários
<input type="checkbox"/> () Sim <input checked="" type="checkbox"/> (x) Não
8ª) Quantidade:
8b) Modos de interferência do autor:
<input type="checkbox"/> () Resposta a comentário de leitor
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem
<input type="checkbox"/> () Composto

POST 5		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: A aranha mais nerd		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2013/01/aranha-ner/		
Data: 03/01/2013		
Tema: aranhas		
Caracteres com espaço: 5.497		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> () Não identificável
<input type="checkbox"/> () Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> () Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> () Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> () Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> () Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> () Outro blog	
<input type="checkbox"/> () Fontes especializadas	<input checked="" type="checkbox"/> (3) Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> () Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> () Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> () Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> () Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> () Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> () Livro	
<input type="checkbox"/> () Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Artigo da Revista The Cognitive Animal		
- Artigo científico do periódico New Zealand Journal of Zoology		
- Artigo científico no Pubmed		

3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 2			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 10			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			

6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem da informação:		
Página 1:		
http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03014223.2000.9518218#.U2VMkvlidXEO		
Página 2: http://colinallen.dnsalias.org/Secure/TCA/wilcox-final.pdf		
Página 3: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12461599		
Indicação de outros materiais:		
Página 4: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/mais-aranhas-pavao/		
Página 5: http://www.sussex.ac.uk/ccnr/		
Página 6: https://www.flickr.com/photos/nickadel/8166914668/		
Página 7: http://sgmacro.blogspot.com.br/2011/04/portia-intelligent-hunter.html		
Página 8: https://www.flickr.com/photos/vipinbaliga/7794110736/		
Página 9: http://en.wikipedia.org/wiki/Argiope_arpens		
Página 10: http://animals.howstuffworks.com/28357-fooled-by-nature-australian-jumping-spider-video.htm		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 5		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções (1,3,4,5)		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuição + expressão (2)		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 6	
Blog: Rainha Vermelha	
Título da Postagem: Quer assustar seus predadores? Faça uma aranha gigante	
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/12/aranha-gigant/	
Data: 16/12/2012	
Tema: aranhas	

Caracteres com espaço: 982			
<u>Marcas da obtenção</u>			
1. Origem da Informação			
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Pesquisador Bora Zivkovic			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 2			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 6			

6a) O link serve para:		
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
Indicação de outros materiais:		
Página 1: http://news.bbc.co.uk/earth/hi/earth_news/newsid_8135000/8135844.stm		
Página 2: http://blog.perunature.com/2012/12/new-species-of-decoy-spider-likely.html		
Página 3: http://news.bbc.co.uk/earth/hi/earth_news/newsid_8135000/8135844.stm		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:		
Página 4: https://twitter.com/phil_torres		
Página 5: https://twitter.com/phil_torres		
Página 6: https://twitter.com/BoraZ		
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 7
Blog: Rainha Vermelha
Título da Postagem: Esquilo suicida? Nem perto
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/esquilo-suicida-nem-perto/
Data: 27/09/2012
Tema: gravidade

Caracteres com espaço: 818			
<u>Marcas da obtenção</u>			
1. Origem da Informação			
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input checked="" type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Autor do texto: Postagem “As nove vidas dos gatos” do blog Rainha Vermelha			
- Outro blog: www.chongas.com.br			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 2			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input checked="" type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não

6a) Quantidade: 3		
6a) O link serve para:		
<input type="checkbox"/> (2) Menção à origem da informação		
<input type="checkbox"/> (1) Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input type="checkbox"/> () Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> () Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem:		
Página 1: http://scienceblogs.com.br/rainha/2008/11/as-nove-vidas-dos-gatos/		
Página 2: http://www.chongas.com.br/2012/09/a-grande-fuga-do-esquilo-ninja/		
Indicação de outros materiais:		
Página 3: http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/08/formiga_planadora/		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Sim	<input type="checkbox"/> () Não
7a) Quantidade: 5		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> (3) Contribuição para o tema (2,4,6)		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> (1) Contribuição + desvio (5)		
<input type="checkbox"/> (1) Correção + contribuição (1)		
8) Interferência do autor nos comentários	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Sim	<input type="checkbox"/> () Não
8ª) Quantidade: 1		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> (1) Resposta a comentário de leitor (3)		
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> () Composto		

POST 8	
Blog: Rainha Vermelha	
Título da Postagem: Como encontrar artigos científicos?	
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/como-encontrar-artigos-cientificos/	
Data: 20/09/2012	
Tema: publicações científicas	
Caracteres com espaço: 4.302	
Marcas da obtenção	

1. Origem da Informação			
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Autor dá dicas de como encontrar bons artigos científicos			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
Marcas da composição			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 6			
5b) Origem			
<input checked="" type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 10			
6a) O link serve para:			

<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação		
<input type="checkbox"/> (4) Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input type="checkbox"/> (6) Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> () Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
Indicação de outros materiais sobre o assunto:		
Página 1: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/redes-sociais-artigos-cientificos-novas-metricas/		
Página 2: http://phylogenomics.blogspot.ca/2012/08/wow-google-scholar-updates-big-step.html		
Página 3: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/08/um-bom-artigo-precisa-ser-citado-metricas-altimetrics/		
Página 4: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3243242/		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:		
Página 5: https://accounts.google.com/Login?hl=en&continue=http://scholar.google.com/citations%3Fuser%3DcSjAqEUAAAJ%26hl%3Den&service=citations		
Página 6: http://www.mendeley.com/en/2/1/		
Página 7: http://www.researchgate.net/		
Página 8: http://www.twiv.tv/		
Página 9: http://researchblogging.org/		
Página 10: http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Sim	<input type="checkbox"/> () Não
7a) Quantidade: 7		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> (3) Contribuição para o tema (4,6,7)		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> (2) Expressão de atitudes e emoções (1,5)		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> (2) Contribuição + expressão (2,3)		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> () Sim	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Não
8ª) Quantidade: 7		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> () Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> () Composto		

POST 9		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: Mais aranhas pavão (e pr0N de aranha)		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/mais-aranhas-pavao/		
Data: 14/09/2012		
Tema: aranhas		
Caracteres com espaço: 1.166		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não identificável
() Fontes do poder público	() Agência de notícia	
() Fontes institucionais	(1) Outro veículo jornalístico	
() Fontes cidadãs	() Outro blog	
() Fontes especializadas	() Publicações científicas	
() Assessoria de imprensa	() Documentos impressos/eletrônicos	
() Fontes não convencionais	() Ciberespaço	
() Recursos alternativos	() Livro	
() Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Página io9.com		
3. Redação da informação		
(x) Redação própria	() Redação híbrida	() Republicação
Marcas da composição		
4. Conteúdo do post		
(x) Informação		
() Análise		
(x) Opinião		
() Avaliação		
(x) Explicação		
() Crítica		
() Interpretação		
() Partilha de experiências pessoais		
() Declaração de posição		
() Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
(x) Sim	() Não	
5ª) Quantidade: 1		
5b) Origem		
() Próprios	(1) De segunda mão	() Não identificável

5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 7			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Menção à origem da informação:			
Página 1: http://io9.com/5942321/dear-science-please-please-name-this-dancing-spider-after-zoidberg			
Indicação de outros materiais:			
Página 2: http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/04/o_show_da_aranha_pavao/			
Página 3: http://scienceblogs.com.br/rainha/2008/07/imprensa-animal/			
Página 4: http://scienceblogs.com.br/rainha/2010/01/aranhas_pavao/			
Página 5: http://peckhamia.com/peckhamia/PECKHAMIA_96.1.pdf			
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:			
Página 6: http://boingboing.net/2012/09/11/peacock-spider-shakes-it-for-t.html			
Página 7: https://twitter.com/bug_girl			
7) Comentários dos leitores		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input type="checkbox"/> Composto			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:			
8b) Modos de interferência do autor:			
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			

<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 10		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: Redes sociais, artigos científicos e novas métricas		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/09/redes-sociais-artigos-cientificos-novas-metricas/		
Data: 12/09/2012		
Tema: redes sociais; comunicação científica		
Caracteres com espaço: 923		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Material originário de seminário que o blogueiro realizou		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		
<input type="checkbox"/> Análise		
<input type="checkbox"/> Opinião		
<input type="checkbox"/> Avaliação		
<input type="checkbox"/> Explicação		
<input type="checkbox"/> Crítica		
<input type="checkbox"/> Interpretação		
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais		
<input type="checkbox"/> Declaração de posição		
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade		
5) Recursos áudio/visuais		
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 1		

5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 12			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Menção à origem da informação:			
Página 1: http://pt.slideshare.net/oatila/introduo-ao-uso-de-redes-sociais-na-comunicacao-cientifica			
Indicação de outros materiais:			
Página 2: http://www.youtube.com/watch?v=myZUuR525_g			
Página 3: http://www.youtube.com/watch?v=s6D4e88-l0c			
Página 4: http://www.youtube.com/watch?v=Do_HRuk6LeA			
Página 5: http://www.youtube.com/watch?v=Es_bLgJ8HLc			
Página 6: http://www.youtube.com/watch?v=PNMPnwOYvUU			
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:			
Página 7: http://pt.slideshare.net/oatila			
Página 8: http://jasonpriem.org/			
Página 9: http://www.mendeley.com/groups/2421031/science-communication-on-the-web-and-altmetrics/			
Página 10: http://www.mendeley.com/groups/computer-and-information-science/			
Página 11: http://www.mendeley.com/groups/education/			
Página 12: http://www.mendeley.com/en/2/1/			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 3			
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:			
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema			
<input checked="" type="checkbox"/> Desvio do tópico (2,3)			
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções			
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros			
<input type="checkbox"/> Correção à postagem			
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão + tentativa (1)			
8) Interferência do autor nos comentários		<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não

8ª) Quantidade:
8b) Modos de interferência do autor:
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros
<input type="checkbox"/> Correção à postagem
<input type="checkbox"/> Composto

POST 11		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: Um bom artigo precisa ser citado? Métricas e Altimetrics		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/08/um-bom-artigo-precisa-ser-citado-metricas-altimetrics/		
Data: 18/08/2012		
Tema: divulgação científica; internet		
Caracteres com espaço: 7.102		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
Fonte institucional: PLOS (The Public Library of Science)		
Outro veículo jornalístico: Wal Street Journal		
Publicação científica: Artigo no arxil.org		
Ciberespaço: 1) Scholar Google; 2) Mendeley		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
<u>Marcas da composição</u>		
4. Conteúdo do post		
<input checked="" type="checkbox"/> Informação		

<input type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input checked="" type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
6a) Quantidade: 26			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			

6b) Para que locais os links direcionam?**Menção à origem da informação:**

P. 1: <http://blogs.plos.org/mfenner/2012/07/24/what-users-do-with-plos-one-papers/>

Página 2:

[http://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Qd_URJY2owAC&citation](http://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Qd_URJY2owAC&citation_for_view=Qd_URJY2owAC:bEWYMUwI8FkC)

[_for_view=Qd_URJY2owAC:bEWYMUwI8FkC](http://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Qd_URJY2owAC:bEWYMUwI8FkC)

Página 3:

http://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Qd_URJY2owAC&citation_for_view=Qd_URJY2owAC:UebtZRa9Y70C

[_for_view=Qd_URJY2owAC:UebtZRa9Y70C](http://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Qd_URJY2owAC:UebtZRa9Y70C)

Página 4:

<http://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&hl=en&cites=5921104262191949719>

Página 5: <http://www.mendeley.com/research-papers/>

Página 6:

[http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702304870304577490950051438304?mg=reno64-](http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702304870304577490950051438304?mg=reno64-wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB10001424052702304870304577490950051438304.html)

[8304?mg=reno64-](http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702304870304577490950051438304?mg=reno64-wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB10001424052702304870304577490950051438304.html)

[wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB10001424052702304870304577](http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702304870304577490950051438304?mg=reno64-wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB10001424052702304870304577490950051438304.html)

[490950051438304.html](http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702304870304577490950051438304?mg=reno64-wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB10001424052702304870304577490950051438304.html)

[490950051438304.html](http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702304870304577490950051438304?mg=reno64-wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB10001424052702304870304577490950051438304.html)

Página 7: <http://arxiv.org/abs/1203.4745>

<http://arxiv.org/abs/1203.4745>

Indicação de outros materiais:

Página 8: <http://eventos.scielo.org/rs1/>

Página 9: <http://jcb.rupress.org/content/179/6/1091.short>

Página 10: <http://images.slidesharecdn.com/filogeniaevolucao2012-120712152320-phapp02/95/slide-8-728.jpg?1342124713>

<http://images.slidesharecdn.com/filogeniaevolucao2012-120712152320-phapp02/95/slide-8-728.jpg?1342124713>

Página 11: <http://scholarlykitchen.sspnet.org/2012/07/25/altmetrics-trying-to-fill-the-gap/>

<http://scholarlykitchen.sspnet.org/2012/07/25/altmetrics-trying-to-fill-the-gap/>

Página 12: <http://arxiv.org/abs/1202.2461>

<http://arxiv.org/abs/1202.2461>

Página 13:

http://scienceblogs.com.br/eccemedicus/2009/07/a_vez_das_revistas_cientificas/

http://scienceblogs.com.br/eccemedicus/2009/07/a_vez_das_revistas_cientificas/

Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:

Página 14: <https://www.zotero.org/>

<https://www.zotero.org/>

Página 15: <http://www.mendeley.com/en/2/1/>

<http://www.mendeley.com/en/2/1/>

Página 16: <http://researchblogging.org/>

<http://researchblogging.org/>

Página 17: <http://www.twiv.tv/>

<http://www.twiv.tv/>

Página 18: <http://pt.slideshare.net/oatila/filogenia-evolucao-2012>

<http://pt.slideshare.net/oatila/filogenia-evolucao-2012>

Página 19:

<http://www.plosbiology.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pbio.1000242>

<http://www.plosbiology.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pbio.1000242>

42

P.20: <http://www.plosmedicine.org/article/info:doi/10.1371/journal.pmed.0030291>

<http://www.plosmedicine.org/article/info:doi/10.1371/journal.pmed.0030291>

Página 21: <http://altmetrics.org/manifesto/>

<http://altmetrics.org/manifesto/>

Página 22: <http://altmetrics.org/tools/>

<http://altmetrics.org/tools/>

Página 23: <http://jasonpriem.org/>

<http://jasonpriem.org/>

Página não disponível:

Página 24: <http://www.mendeley.com/research/error-bars-experimental-biology-1/>

<http://www.mendeley.com/research/error-bars-experimental-biology-1/>

Página 25: <http://www.mendeley.com/research/choose-good-scientific-problem-11/>

<http://www.mendeley.com/research/choose-good-scientific-problem-11/>

Página 26: <http://mnsc.informs.org/content/58/6/1122>

<http://mnsc.informs.org/content/58/6/1122>

7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 10		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> (3) Contribuição para o tema (1,8,10)		
<input type="checkbox"/> (2) Desvio do tópico (11,12)		
<input type="checkbox"/> (2) Expressão de atitudes e emoções (4,5)		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> (3) Contribuição + expressão (3,6,9)		
8) Interferência do autor nos comentários	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade: 2		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> (2) Resposta a comentário de leitor (2,7)		
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> () Composto		

POST 12		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: Corrigindo o inglês do artigo - Publieditorial		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/03/corrigindo-o-ingles-do-artigo-publieditorial/		
Data: 20/03/2012		
Tema: Editage		
Caracteres com espaço: 4.220		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como		

fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Autor fala de seu teste com o Editage			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
Marcas da composição			
4. Conteúdo do post			
<input type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input checked="" type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 4			
5b) Origem			
<input checked="" type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 3			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input checked="" type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Indicação de outros materiais:			
http://www.hiv.lanl.gov/content/sequence/HIV/CRFs/CRFs.html			
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:			
- http://www.editage.com.br/			
- http://papodehomem.com.br/campanha-pela-transparncia-online/			
7) Comentários dos leitores		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 7			

7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> (2) Contribuição para o tema (2,6)		
<input type="checkbox"/> (1) Desvio do tópico (8)		
<input type="checkbox"/> (4) Expressão de atitudes e emoções (1,4,5,7)		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> () Composto		
8) Interferência do autor nos comentários		<input checked="" type="checkbox"/> (x) Sim
8ª) Quantidade: 1		<input type="checkbox"/> () Não
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> (1) Resposta a comentário de leitor (3)		
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> () Composto		

POST 13		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: Te vejo no Campus Party 2012		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/02/te-vejo-na-campus-party-2012/		
Data: 09/02/2012		
Tema: Campus party		
Caracteres com espaço: 578		
<u>Marcas da obtenção</u>		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> () Não identificável
<input type="checkbox"/> () Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> () Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> () Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> () Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> () Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> () Outro blog	
<input type="checkbox"/> () Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> () Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> () Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> () Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> () Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> () Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> () Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> () Livro	
<input checked="" type="checkbox"/> (x) Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Autor fala de sua participação no Campus party		

3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 11			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
(11) Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Página 1: https://www.flickr.com/photos/campuspartybrasil/			
Página 2: http://www.campus-party.com.br/2012/astrologia-e-espaco.html#blogsdeciencia			
Página 3: http://scienceblogs.com.br/100nexus/			
Página 4: http://www.ceticismoaberto.com/			
Página 5: http://haaan.com/			
Página 6: http://www.sedentario.org/categoria/colunas/duvida-razoavel			
Página 7: http://scienceblogs.com.br/rnam/			
Página 8: http://fiscamoderna.blog.uol.com.br/			
Página 9: http://jovemnerd.com.br/			
Página 10: http://jovemnerd.com.br/categoria/nerdcast/			

Página 11: http://live.campus-party.org/		
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 14		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: E apolítica de acesso aberto no Brasil:		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/02/acesso-aberto/		
Data: 03/02/2012		
Tema: open access		
Caracteres com espaço: 8.458		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não

		identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
Fontes institucionais: 1) Nature; 2) Editora Elsevier			
Fontes cidadãs: 1) Comentário feito por um leitor; 2) Matemático Timothy			
Fontes especializadas: 1) Alma Swan (consultora de comunicação científica); 2) Michael Eisen (professor) 3) Pesquisador Philip Daws			
Autor do blog: Fala de algumas experiências pessoais			
Outro veículo jornalístico: 1) The Economist; 2) The Guardian			
Documentos impressos/eletrônicos: 1) Livraria do Congresso norte americano; 2) Resolução NIH			
Ciberespaço: Gigaon			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input checked="" type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input checked="" type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio

Marcas da circulação		
6) Uso de link no post	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 27		
6a) O link serve para:		
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação		
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem da informação:		
Página 1: http://www.nature.com/press_releases/iphone.html		
Página 2: http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/279		
Página 3: http://www.economist.com/node/18744177		
Página 4:		
http://www.reedelsevier.com/mediacentre/pressreleases/2011/Documents/reed-elsevier-2010-results-announcement.pdf		
Página 5: http://www.theguardian.com/science/2012/jan/16/academic-publishers-enemies-science		
Página 6: http://www.fasebj.org/content/early/2011/03/29/fj.11-183988.abstract		
Página 7: http://gigaom.com/2011/07/21/pirate-bay-jstor/		
Página 8: http://thomas.loc.gov/cgi-bin/query/z?c112:H.R.3699 :		
Página 9: http://publicaccess.nih.gov/policy.htm		
Página 10: http://www.michaeleisen.org/blog/?p=807		
Página 11: http://gowers.wordpress.com/2012/01/21/elsevier-my-part-in-its-downfall/		
Página 12: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/02/aceso-aberto/#comment-43607		
Indicação de outros materiais:		
Página 13: http://blogs.plos.org/mfenner/2011/01/23/beyond-the-pdf-is-epub/		
Página 14: http://svpow.com/2012/01/13/the-obscene-profits-of-commercial-scholarly-publishers/		
Página 15: http://poeticeconomics.blogspot.com.br/2012/01/enormous-profits-of-stm-scholarly.html		
Página 16: http://legacy.earlham.edu/~peters/fos/timeline.htm		
Página 17: http://altmetrics.org/manifesto/		
Página 18: http://www.nature.com/nature/journal/v441/n7096/full/441914a.html		
Página 19: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-40422003000200001&script=sci_arttext&tlng=es		
Página 20: http://news.sciencemag.org/2010/06/updated-university-california-considers-boycott-against-nature-journals		
Página 21: http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/questoes-da-ciencia/geral/editoras-na-berlinda		
Página 22: http://svpow.com/2011/10/22/economics-of-open-source-publishing/		
Página 23: http://www.inovacao.unicamp.br/destaques/investimento-em-pd-fica-em-12-do-pib-meta-foi-atendida-falta-e-do-setor-privado-diz-ministro		

Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:		
Página 24: http://www.plos.org/		
Página 25: http://genereporter.blogspot.com.br/		
Página 26: http://haeckeliano.blogspot.com.br/		
Página 27: http://thecostofknowledge.com/		
7) Comentários dos leitores		(x) Sim () Não
7a) Quantidade: 11		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
() Contribuição para o tema		
(5) Desvio do tópico (6,7,10,11,12)		
(1) Expressão de atitudes e emoções (5)		
() Tentativa de influenciar a ação dos outros		
() Correção à postagem		
(3) Contribuição + tentativa (1,2,4)		
(2) Contribuição + expressão (8,13)		
8) Interferência do autor nos comentários		(x) Sim () Não
8ª) Quantidade: 2		
8b) Modos de interferência do autor:		
(2) Resposta a comentário de leitor (3,9)		
() Contribuição para o tema		
() Desvio do tópico		
() Expressão de atitudes e emoções		
() Tentativa de influenciar a ação dos outros		
() Correção à postagem		
() Composto		

POST 15		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: Cadê você no ResearchGate?		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2012/01/cade-voce-no-researchgate/		
Data: 23/01/2012		
Tema: ResearchGate		
Caracteres com espaço: 2.877		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	() Não

		identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input checked="" type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
Fonte institucional: Agência Fapesp			
Autor do texto: fala de experiências pessoais			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input checked="" type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 3			
5b) Origem			
<input checked="" type="checkbox"/> Próprios	<input type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 5			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			

<input type="checkbox"/> (1) Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
<input type="checkbox"/> (3) Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> () Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem da informação: http://agencia.fapesp.br/15030		
Indicação de outros materiais: http://www.nytimes.com/2012/01/17/science/open-science-challenges-journal-tradition-with-web-collaboration.html?_r=0		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:		
Página 3: http://researchblogging.org/		
Página 4: http://scienceblogs.com.br/		
Página 5: http://www.researchgate.net/profile/Atila_Iamarino		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Sim	<input type="checkbox"/> () Não
7a) Quantidade: 4		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> (1) Contribuição para o tema (1)		
<input type="checkbox"/> (1) Desvio do tópico (6)		
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> (2) Contribuição + expressão (3,5)		
8) Interferência do autor nos comentários	<input checked="" type="checkbox"/> (x) Sim	<input type="checkbox"/> () Não
8ª) Quantidade: 2		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> (2) Resposta a comentário de leitor (2,4)		
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> () Composto		

POST 16		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: Quem está escondendo a vacina contra a AIDS?		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/12/quem-esta-escondendo-a-vacina-contra-a-aids/		
Data: 28/12/11		
Tema: AIDS		
Caracteres com espaço: 1.963		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> () Não

		identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Parte do material é retirado de outra publicação do autor do blog			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 2			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 2			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			

<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
<input type="checkbox"/> Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
- Página http://papodehomem.com.br/vacina-aids/		
- Página http://papodehomem.com.br/vacina-aids/		
7) Comentários dos leitores	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 17		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: AIDS, arma biológica contra negros?		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/12/aids-arma-biologica-contra-negros/		
Data: 21/12/2011		
Tema: AIDS		
Caracteres com espaço: 2.652		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãs	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos	

	impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro		
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Parte do material é retirado de outra publicação do autor do blog			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 8			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			

6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem da informação:		
Página 1: http://papodehomem.com.br/aids-negros/		
Página 2: http://papodehomem.com.br/aids-negros/		
Página 3: http://papodehomem.com.br/aids-negros/		
Indicação de outros materiais:		
Página 4: http://papodehomem.com.br/aids-doenca-de-gay-aids-desconstruida-1/		
Página 5: http://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%81cido_desoxirribonucleico		
Página 6: http://pt.wikipedia.org/wiki/ARN		
Página 7: http://pt.wikipedia.org/wiki/Transcriptase_reversa		
P. 8: http://pt.wikipedia.org/wiki/Transcri%C3%A7%C3%A3o_(gen%C3%A9tica)		
7) Comentários dos leitores	() Sim	(x) Não
7a) Quantidade:		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
() Contribuição para o tema		
() Desvio do tópico		
() Expressão de atitudes e emoções		
() Tentativa de influenciar a ação dos outros		
() Correção à postagem		
() Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	() Sim	(x) Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
() Resposta a comentário de leitor		
() Contribuição para o tema		
() Desvio do tópico		
() Expressão de atitudes e emoções		
() Tentativa de influenciar a ação dos outros		
() Correção à postagem		
() Composto		

POST 18	
Blog: Rainha Vermelha	
Título da Postagem: Presentes de Natal científicos	
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/12/presentes-de-natal-cientificos/	
Data: 19/12/2011	
Tema: presentes de Natal	
Caracteres com espaço: 3.759	
<u>Marcas da obtenção</u>	
1. Origem da Informação	

De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia		
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico		
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog		
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas		
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos		
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço		
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos			
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte			
2. Detalhamento da origem da informação			
- Lista de presentes que recomenda por experiência própria			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
Marcas da composição			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 9			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
Marcas da circulação			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 16			
6a) O link serve para:			

(1) Menção à origem da informação		
(6) Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo		
(8) Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post		
(1) Página não disponível		
6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem da informação:		
Página 1: www.beeme.com.br		
Indicação de outros materiais:		
Página 2: http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/09/esferas-magneticas/		
Página 3: http://www.topatoco.com/merchant.mvc?Screen=PROD&Store_Code=TO&Product_Code=QC-EVOLUTION&Category_Code=ALLSHIRTS		
Página 4: http://www.topatoco.com/merchant.mvc?Screen=PROD&Store_Code=TO&Product_Code=DC-DARWIN&Category_Code=010		
Página 5: http://www.livrariasaraiiva.com.br/produto/3526019/the-information/?utm_source=lomadee&utm_campaign=lomadee&utm_medium=lomadee&PAC_ID=30393		
Página 6: http://www.livrariasaraiiva.com.br/produto/1978225/o-dilema-do-onivoro/		
Página 7: http://www.livrariasaraiiva.com.br/produto/3065233/a-guerra-dos-tronos-as-cronicas-de-gelo-e-fogo-vol-1/?utm_source=lomadee&utm_campaign=lomadee&utm_medium=lomadee&PAC_ID=30393		
Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post:		
Página 9: http://www.ebay.com/sch/?_kw=on%20off%20mug&_clu=2&_fcid=31&_localstpos=&_sc=1&_sop=15&_stpos=&gbr=1		
Página 10: http://zenmagnets.com/		
Página 11: www.beeme.com.br		
Página 12: http://lista.mercadolivre.com.br/barata-de-pelucia-o-presente		
Página 13: http://carlosorsi.blogspot.com.br/2011/10/um-mes-antes-do-natal-chega-o-livro-dos.html		
Página 14: https://twitter.com/rmtakata		
Página 15: http://carlosorsi.blogspot.com.br/		
Página 16: http://carlosorsi.blogspot.com.br/2011/10/um-mes-antes-do-natal-chega-o-livro-dos.html		
Página não disponível:		
Página 17: http://www.vieiralent.com.br/milagres/milagres_scienceblogs.html		
7) Comentários dos leitores		(x) Sim
7a) Quantidade: 6		() Não
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
(1) Contribuição para o tema (1)		
() Desvio do tópico		
(3) Expressão de atitudes e emoções (2,4,6)		
() Tentativa de influenciar a ação dos outros		

<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Contribuição + expressão (3,5)		
8) Interferência do autor nos comentários		
		<input type="checkbox"/> Sim
		<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 19		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: Mitos do HIV		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/12/mitos-do-hiv/		
Data: 16/12/2011		
Tema: AIDS		
Caracteres com espaço: 2.199		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input checked="" type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		
2. Detalhamento da origem da informação		
- Parte do post é material retirado de outra publicação do autor do blog		
3. Redação da informação		
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação
Marcas da composição		
4. Conteúdo do post		

<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input checked="" type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
5ª) Quantidade: 1			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
6a) Quantidade: 5			
6a) O link serve para:			
<input type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input checked="" type="checkbox"/> Página não disponível			
6b) Para que locais os links direcionam?			
Menção à origem da informação:			
Página 1: http://papodehomem.com.br/aids-doenca-de-gay-aids-desconstruida-1/			
Página 2: http://papodehomem.com.br/aids-doenca-de-gay-aids-desconstruida-1/			
Indicação de outros materiais:			
Página 3: http://scienceblogs.com.br/rainha/2008/10/hiv-descoberta/			
Página 4: http://en.wikipedia.org/wiki/Alessandro_Vespignani			
Página não disponível:			
Página 5:			
http://books.google.com.br/books/about/Evolution_and_Structure_of_the_Internet.html?id=EYhvPwAACAAJ&redir_esc=y			
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
7a) Quantidade: 1			

7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input checked="" type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		
8) Interferência do autor nos comentários	<input type="checkbox"/> Sim	<input checked="" type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade:		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> Resposta a comentário de leitor		
<input type="checkbox"/> Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> Composto		

POST 20		
Blog: Rainha Vermelha		
Título da Postagem: Por que sabonete bactericida é inútil		
Link: http://scienceblogs.com.br/rainha/2011/10/por-que-sabonete-bactericida-e-inutil/		
Data: 31/10/2011		
Tema: sabonete bactericida		
Caracteres com espaço: 3.849		
Marcas da obtenção		
1. Origem da Informação		
De primeira mão	De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável
<input type="checkbox"/> Fontes do poder público	<input type="checkbox"/> Agência de notícia	
<input type="checkbox"/> Fontes institucionais	<input type="checkbox"/> Outro veículo jornalístico	
<input type="checkbox"/> Fontes cidadãos	<input checked="" type="checkbox"/> Outro blog	
<input type="checkbox"/> Fontes especializadas	<input checked="" type="checkbox"/> Publicações científicas	
<input type="checkbox"/> Assessoria de imprensa	<input type="checkbox"/> Documentos impressos/eletrônicos	
<input type="checkbox"/> Fontes não convencionais	<input type="checkbox"/> Ciberespaço	
<input type="checkbox"/> Recursos alternativos	<input type="checkbox"/> Livro	
<input type="checkbox"/> Autor do texto atua como fonte		

2. Detalhamento da origem da informação			
Outros blogs:			
- Never Asked Questions			
- Never Asked Questions			
Publicação científica			
- Artigo científico publicado no periódico Clinical Infectious Diseases			
3. Redação da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Redação própria	<input type="checkbox"/> Redação híbrida	<input type="checkbox"/> Republicação	
<u>Marcas da composição</u>			
4. Conteúdo do post			
<input checked="" type="checkbox"/> Informação			
<input type="checkbox"/> Análise			
<input checked="" type="checkbox"/> Opinião			
<input type="checkbox"/> Avaliação			
<input checked="" type="checkbox"/> Explicação			
<input checked="" type="checkbox"/> Crítica			
<input type="checkbox"/> Interpretação			
<input type="checkbox"/> Partilha de experiências pessoais			
<input type="checkbox"/> Declaração de posição			
<input type="checkbox"/> Anúncio/Publicidade			
5) Recursos áudio/visuais			
<input checked="" type="checkbox"/> Sim		<input type="checkbox"/> Não	
5ª) Quantidade: 2			
5b) Origem			
<input type="checkbox"/> Próprios	<input checked="" type="checkbox"/> De segunda mão	<input type="checkbox"/> Não identificável	
5c) Tipo			
<input type="checkbox"/> Gráfico	<input type="checkbox"/> Tabela	<input type="checkbox"/> Boxe	<input type="checkbox"/> Infográfico
<input checked="" type="checkbox"/> Imagem	<input type="checkbox"/> Fotografia	<input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Áudio
<u>Marcas da circulação</u>			
6) Uso de link no post		<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
6a) Quantidade: 10			
6a) O link serve para:			
<input checked="" type="checkbox"/> Menção à origem da informação			
<input checked="" type="checkbox"/> Indicação de outros materiais/fontes de informação sobre o conteúdo			
<input type="checkbox"/> Página na internet de instituição/local/pessoa citada no post			
<input type="checkbox"/> Página não disponível			

6b) Para que locais os links direcionam?		
Menção à origem da informação:		
Página 1: https://www.flickr.com/photos/adamkr/3800777677/		
Página 2: http://neveraskedquestions.blogspot.com.br/2011/07/lifebuoy-para-prevenir-resfriados.html		
Página 3: http://neveraskedquestions.blogspot.com.br/2010/12/lifebuoy-na-linha-charlatanismo.html		
Página 4: http://cid.oxfordjournals.org/content/45/Supplement_2/S137		
Página 5: http://www.tufts.edu/med/apua/practitioners/infection_control_11_3141468025.pdf		
Indicação de outros materiais:		
Página 6: http://www.youtube.com/watch?v=7RAmoQ1-1c4		
Página 7: http://www.youtube.com/watch?v=nZBUvIQueCxM		
Página 8: http://en.wikipedia.org/wiki/Ignaz_Semmelweis		
Página 9: http://scienceblogs.com.br/eccemedicus/2010/10/kpc_sabonetes_e_as_bacterias_i/		
Página 10: http://genereporter.blogspot.com.br/2010/10/viloes-da-resistencia-antibioticos-e.html		
7) Comentários dos leitores	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7a) Quantidade: 15		
7c) Modos de participação dos leitores nos comentários:		
<input type="checkbox"/> (8) Contribuição para o tema (1,3,4,6,7,9,14,16)		
<input type="checkbox"/> (3) Desvio do tópico (12,13,15)		
<input type="checkbox"/> (1) Expressão de atitudes e emoções (5)		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> (1) Expressão + correção (11)		
<input type="checkbox"/> (2) Contribuição + expressão (8,10)		
8) Interferência do autor nos comentários	<input checked="" type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
8ª) Quantidade: 1		
8b) Modos de interferência do autor:		
<input type="checkbox"/> (1) Resposta a comentário de leitor (2)		
<input type="checkbox"/> () Contribuição para o tema		
<input type="checkbox"/> () Desvio do tópico		
<input type="checkbox"/> () Expressão de atitudes e emoções		
<input type="checkbox"/> () Tentativa de influenciar a ação dos outros		
<input type="checkbox"/> () Correção à postagem		
<input type="checkbox"/> () Composto		

