

## Os *lurkers* e a Relação com a Blogosfera: um Estudo de Caso do Blog de Alex Primo

Aletéia Ferreira <sup>1</sup>  
Josiany Fiedler Vieira

### Resumo:

Os *blogs* presentes na rede mundial de computadores estão contribuindo para que anônimos tornem-se “celebridades”. Com isso muitos *blogs* são lidos diariamente por pessoas que acompanham as informações divulgadas pelo blogueiro. No entanto, muitas destas pessoas nunca comentam nas páginas – os chamados *lurkers*. Neste trabalho, são abordadas algumas dessas experiências do blogueiro com esse público.

**Palavras-chave:** Internet; blog; comunicação; *lurkers*; sociabilidade

### Abstract:

The weblogs are expanding the notion of fame, anonymous people can become an internet “celebrity”. In this process, many blogs are read by a large audience that follow the information released by the blogger. However, many of these readers never comment on the blogs – the so called lurkers. In this paper, we discuss some of the bloggers strategy to deal with this kind of audience.

**Key-words:** Internet, blog; communication, lurkers, sociability

## 1. Introdução

O *weblog* surgiu na *Word Wide Web* como um diário na Internet em que adolescentes escreviam fatos cotidianos. Ele foi utilizado pela primeira vez em 1999, nos Estados Unidos, por

---

<sup>1</sup> FERREIRA, Aletéia – Mestre em Comunicação e Linguagens na UTP. Especialista em Gestão Estratégica de Marketing pela UFMG e graduada em Administração. Integrante do GP Cibercultura da UTP e autora do blog [www.espacodamoda.blogspot.com](http://www.espacodamoda.blogspot.com). E-mail: [aleteia\\_ferreira@hotmail.com](mailto:aleteia_ferreira@hotmail.com)  
VIEIRA, Josiany Fiedler é jornalista, mestre em Comunicação e Linguagem pela Universidade Tuiuti do Paraná e pós-graduada em Comunicação Empresarial. Integrante dos grupos de pesquisa JOR XXI e Cibercultura e autora do blog [www.josianyvieira.blogspot.com.br](http://www.josianyvieira.blogspot.com.br). E-mail: [josianyvieira@yahoo.com.br](mailto:josianyvieira@yahoo.com.br)

Peter Merholz (Quadros, Rosa e Vieira, 2005, p. 1). Quando os primeiros *blogs* foram disponibilizados na Internet - com esse nome - eles eram uma ferramenta de comentários e dicas de *sites* desconhecidos, ou seja, funcionavam como publicação eletrônica e forma de expressão. (Recuero, 2003, p. 56). No ano de 1999 esse sistema de comunicação já tinha se proliferado na rede das redes e desde o seu surgimento está sendo utilizado para as mais distintas funções. Os *blogs* pessoais são os mais encontrados na Internet, no entanto os *blogs* ganham status de um canal de comunicação, sendo utilizados em diversas áreas como moda, jornalismo, games e até estratégia de marketing de empresas. O *blog* hoje é uma moda presente na rede. (Ferreira, 2007).

Inúmeros artigos já foram escritos sobre a blogosfera e sobre o relacionamento dos blogueiros com os leitores, sempre anônimos, que mandam mensagens ofensivas denominadas no ciberespaço de *stalkers*<sup>2</sup> ou *trolls*<sup>3</sup>. No entanto, até o momento nenhum trabalho foi produzido no Brasil sobre a relação do blogueiro com os *lurkers* – leitores de um *blog* que nunca se manifestam. Neste trabalho essa relação será discutida com base em um *post* publicado no *blog* do jornalista e professor Alex Primo (<http://alexprimo.com>) em que algumas destas pessoas resolveram se manifestar. Outros *blogs* também serão citados como forma de reforçar esse estudo, que possui como objetivo principal analisar a dinâmica de um processo, que, apesar de ocorrer no mundo virtual e incidir no real, reproduz atitudes de comunicação convencionais.

## 2. Os *lurkers*

Na enciclopédia livre *Wikipédia*<sup>4</sup> os *lurkers* são pessoas que lêem discussões na rede, mensagens, notícias, *chatroom*, *blogs*, mas raramente ou nunca participam com suas opiniões.

---

<sup>2</sup> O termo *stalker* quer dizer perseguidor e, em seu sentido mais apurado, “uma pessoa que persegue secreta e obsessivamente alguém, **especialmente alguém famoso** (grifo das autoras), às vezes com intenções fora da lei.” (Amaral e Quadros, 2006, p. 3)

<sup>3</sup> Segundo a Wikipédia: “Na terminologia da Internet, um *troll* é uma pessoa que posta mensagens ofensivas ou rudes em fóruns de discussões on-line para gerar discussão ou incomodar os participantes. *Troll* também pode significar a mensagem em si mesma ou ser um verbo que significa postar tais mensagens. (Amaral e Quadros, 2006, p. 3)

<sup>4</sup> Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Lurker> . Acesso em 21 de out. 2007.

O termo *lurkers* surgiu nos meados da década de 1980, quando a maioria das pessoas não tinha acesso à Internet, mas utilizavam os *BBS*<sup>5</sup>, *ciberfóruns* e mensagens. Na época do surgimento do termo já era difícil quantificar o número destas pessoas. Com o surgimento da Internet, descobrir quantos *lurkers* estão presentes e lêem os textos escritos na *web* está cada vez mais difícil, devido ao silêncio e falta de manifestação destes personagens. Quantificar o tamanho da blogosfera brasileira também não é tarefa fácil.

A maioria dos *blogs* presentes na rede mundial de computadores trata de visões individuais de pessoas comuns, servindo como diários pessoais. Esse sistema de comunicação, no ciberespaço, possibilita a pluralização de vozes e o contato social se desassociando das mídias de controle, as *mass media*, e reeditando práticas antigas como os diários pessoais (Lemos, 2002, p. 2).

Segundo dados divulgados, em 2005, pela *Folhapress*, é difícil precisar o número de *blogs* existentes no Brasil, uma vez que muitos estão hospedados em servidores do exterior. O UOL, maior provedor do país, não divulga seu plantel de blogueiros. Os outros dois hospedeiros nacionais mais significativos, IG e Globo.com, reúnem pouco mais de 1 milhão de *blogs*. (Yuri, 2005, p. 1).

O perfil da blogosfera brasileira ainda é pouco estudado, mas o que se sabe é que grande parte dos *blogs* existentes na Internet são diários em que os autores expõem a sua vida pessoal por meio de relatos públicos. Após dez anos da existência dos *blogs*, percebe-se que aumenta o número dos que abordam um tema específico, como política, moda, esportes, culinária, games, entre outros inúmeros temas.

Encontramos na rede o artigo de Nonnecke (1999), “*Shedding Light on Lurkers in Online Communities*”<sup>6</sup>, que apresenta um breve estudo sobre os *lurkers*. No trabalho é apresentado uma nova denominação para os *lurkers* que se manifestam na rede. Aquele que fala ou posta pela primeira vez é chamado de “*delurking*”.

O artigo identifica quatro áreas de investigação para este público: *lurker* demográficos (quem e quando), *lurker* estratégias e táticas (como), o efeito do contexto (comunidades variáveis) e *lurker* atividades (por isso e aquilo). É destacado que os *lurkers* fazem parte de

---

<sup>5</sup> Um BBS (acrônimo inglês *de bulletin board system*) é um sistema informático, um software, que permite a ligação (conexão) via telefone a um sistema através do seu computador e interagir com ele, tal como hoje se faz com a internet. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/BBS>. Acesso em 01 jul. 2006.

<sup>6</sup> Nonnecke, B. and Preece, J. (1999) *Shedding light on Lurkers in Online Communities*. *Ethnographic Studies in Real and Virtual Environments: Inhabited Information Spaces and Connected Communities*. 24-26 January, Edinburgh. Ed. K. Buckner. 123-128. Disponível em: <http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/SheddingLight.final.pdf>. Acesso em 20 de out. 2007.

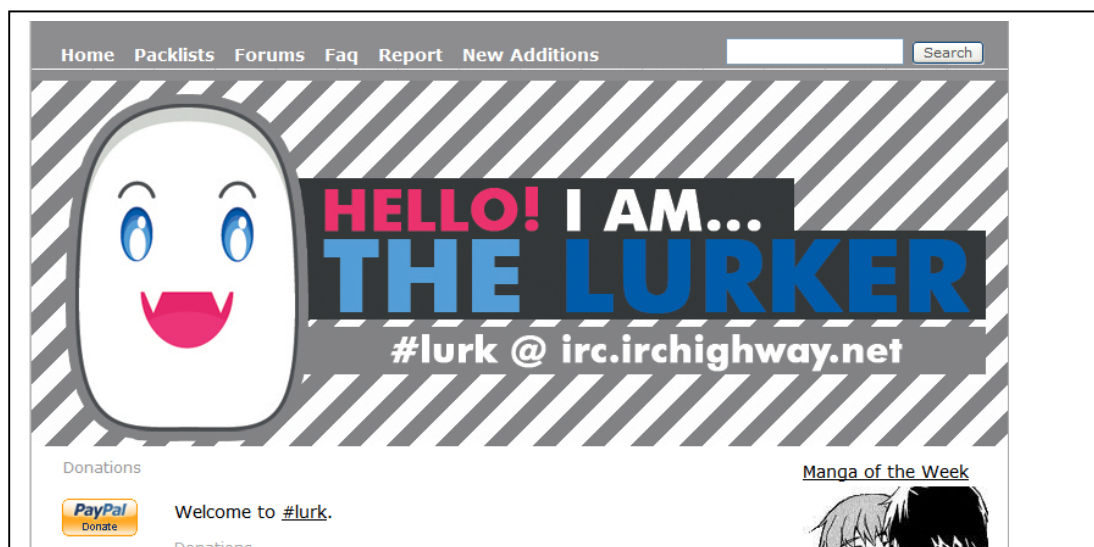
comunidades com as quais se identificam, o que foi apresentado com base em um estudo etnográfico com um grupo pequeno de 10 pessoas. O próximo passo será desenvolver melhores ferramentas para o acompanhamento dos *lurkers*, o desafio é estudar a participação em todas as suas formas, combinando etnográfico e larga escala de amostragem e abordagens.

Para este estudo em tela foi necessário encontrar manifestação destes personagens na blogosfera. Encontramos algumas manifestações dos *lurkers* em alguns *blogs*, são eles: O blog de Mike Reed se destaca pela imagem obscura na frente da tela do computador como pode ser vista na figura (1).

No *blog* ele se apresenta e explica o que é um *lurker*. Já na figura (2), um outro *blog* é apresentado. O *blog* de Stalyn possui destaque humorístico com cores alegres e com uma imagem de um personagem com dentes caninos, fazendo a referência aos vampiros. Os *lurkers* seriam vampiros da rede?



Figura 1 - <http://redwing.hutman.net/~mreed/warriorshtm/lurker.htm> . Acesso em 20out. 2007



### **3. Blogueiros e lurkers: a leitura na web**

Os *lurkers* são um grupo quase esquecido na rede. Nonneke (2000, p. 73) destaca a importância de sabermos mais sobre *lurkers*, que apesar do caráter oculto, eles navegam e lêem tudo que está no ciberespaço. São comunidades potenciais para o comércio *online*. Compreender os *lurkers* é essencial para se fazer negócios. Todos os *lurkers* são clientes em potencial.

O grupo de leitores mais conhecido na Internet são os *trolls* - que atacam as páginas da *web* com ofensas. Eles não atacam somente as páginas pessoais e sim as diferentes mídias da Internet como listas de discussão, *sites*, *Wikis*, *IRCs*, fóruns, jogos, páginas de jornais e *weblogs*. “Eles postam mensagens agressivas que variam entre a ironia e o humor até ameaças à integridade dos participantes e insultos, especulações a respeito da vida pessoal, palavrões etc.” (Quadros e Amaral, 2006, p. 5). Estes leitores são “combatidos” pelos blogueiros que muitas vezes até bloqueiam a página de comentários para evitar os ataques<sup>7</sup>.

O público mais atacado por eles são os blogueiros. O *blog* do jornalista Ricardo Noblat, principal *blog* de política do país, já sofreu com o ataque destas pessoas. Quem acessa o *site* já percebe que o tratamento com o leitor modificou com a criação da página de regras do *blog*, que conta:

**Serão eliminados do Blog do Noblat os comentários que:**

---

<sup>7</sup> Para saber mais sobre o assunto consultar QUADROS, Claudia Irene de, AMARAL, Adriana – **Agruras do Blog: O Jornalismo cor-de-rosa no ciberespaço?** – Lusocom, 2006

- 1 - Configurem qualquer tipo de crime de acordo com as leis do país;
- 2 - Conttenham insultos, agressões, ofensas e baixarias;
- 3 - Estejam repetidos na mesma ou em notas diferentes;
- 4 - Reproduzam na íntegra notícias divulgadas em outros meios de comunicação;
- 5 - Reúnam informações (e-mail, endereço, telefone e outras) de natureza nitidamente pessoais do próprio ou de terceiros;
- 6 - Conttenham *links* de qualquer espécie;
- 7 - Conttenham qualquer tipo de material publicitário ou de *merchandising*, pessoal ou em benefício de terceiros.

Além dos *trolls* existem na rede os *bullying* – que agem pelo assédio verbal por meio de pequenos ataques pessoais. No entanto existe um outro público de leitores que, ao contrário dos *trolls* e *bullying*, nunca se manifesta, são os *lurkers* – objetivo deste trabalho. J. Michael Straczynski, escritor de ficção científica da série de televisão *Babylon 5*, decidiu usar o termo "*lurkers*" para remeter aos sem-abrigos na estação espacial *Brown Sector* - devido à sua semelhança aos *lurkers* da Internet.

Estes personagens da rede mundial de computadores normalmente representam a grande maioria dos visitantes de um *blog* e são importantes nas estatísticas do mesmo. O *blog* de uma das autoras - Josiany Vieira ([www.josianyvieira.blogspot.com](http://www.josianyvieira.blogspot.com)) - possui, no máximo, quatro comentários por *post*, quando tem algum. Utilizando a ferramenta *Google Analytics*, que proporciona ao blogueiro saber o número de acessos do *blog*, foi constatado que durante o período de 24 de setembro a 15 de outubro de 2007 a página obteve 480 visitas, sendo que a grande maioria das postagens referentes a este período não obteve nenhum comentário.

No *blog* ( [www.espacodamoda.blogspot.com](http://www.espacodamoda.blogspot.com)) da autora Aletéia Ferreira criado em 07 de janeiro de 2007 e monitorado até 20 de outubro de 2007 através da mesma ferramenta, *Google Analytics*, o *blog* teve os seguintes resultados: 13.675 acessos, com o total de 301 *posts* e 114 comentários. Menos de 1% dos leitores comentou, apenas 0,83%.

<b>Mês</b>	<b>Posts</b>	<b>Comentários</b>
Janeiro	43 posts	17 comentários
Fevereiro	25 posts	04 comentários
Março	35 posts	11 comentários
Abril	36 posts	08 comentários

Maio	29 posts	18 comentários
Junho	25 posts	18 comentários
Julho	40 posts	15 comentários
Agosto	29 posts	10 comentários
Setembro	24 posts	10 comentários
Outubro	15 posts	03 comentários
Total	301 posts	114 comentários

Fonte: <http://espacodamoda.blogspot.com> - Google Analytics

Com esses dados aplicamos a regra, de Jakob Nielsen's<sup>8</sup>, **90-9-1**. 90% dos usuários são *lurkers* ( lêem ou observam, mas não contribuem). 9% dos usuários contribuem, de tempos em tempos, mas outras prioridades dominam o seu tempo. 1% dos usuários participa e contribui.

Para exemplificar a regra de Nielsen's foi pesquisado o *blog* do jornalista e pesquisador, Alex Primo (<http://alexprimo.com>). A página que possui o título de *Dossiê Alex Primo*<sup>9</sup> abordou o papel dos *lurkers* na rede mundial de computador. Abaixo a transcrição da postagem do autor.

“Decidi discutir aqui o papel dos *lurkers* (os leitores de um blog que nunca se manifestam). Eles normalmente representam a grande maioria dos visitantes de um blog, quiçá quase a totalidade. Por outro lado, muitos pesquisadores vêem com maus olhos o comportamento desses internautas. Essa postura revela uma visão normativa de como deveriam se comportar os interagentes de um blog. Conforme a Marcia apontou, eu também visito muitos blogs, mas comento apenas quando tenho algo a dizer. Isso não quer dizer que estou ‘espionando’ os outros! Vale lembrar que um blog é um espaço público.

Primeiramente, deve-se reconhecer a importância dos *lurkers* nas estatísticas do blog. Os números que encontro nas estatísticas, incluindo todos os internautas silenciosos, funcionam como uma motivação para que eu continue blogando. Além disso, eles também permitem que eu entenda melhor o que busca a minha audiência. Posso compreender que assuntos atraem mais visitas. A partir das estatísticas, cada blogueiro pode ir aperfeiçoando o foco de seu blog. Todo blog costuma ter uma média de acessos diários. Isso demonstra que uma grande quantidade de *lurkers* frequenta o blog com assiduidade. Por outro lado, quando um post atinge um grande pico de audiência, isso não quer dizer que esse significativo aumento garantirá o retorno desses novos *lurkers*. Esse pico pode ocorrer quando um post aparece nas primeiras páginas de

<sup>8</sup> Para saber mais: Jakob Nielsen's, October 9, 2006. Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute. Disponível em: [http://www.useit.com/alertbox/participation\\_inequality.html](http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html). Acesso em 20 de out. 2007.

<sup>9</sup> Disponível em: <http://alexprimo.com/2007/08/13/lurkers-e-senso-de-comunidade/> Acesso em 09 de out. 2007.

resultados do Google. Foi o que aconteceu com o post que escrevi sobre a cobertura do acidente da TAM, que terminou o dia entre os 100 mais visitados do Wordpress.com. Mesmo que algumas pessoas dessa leva súbita venham a se interessar pelo restante do blog, a grande maioria acaba lendo apenas o post encontrado naquele mecanismo de busca.

Sabemos que uma comunidade virtual pode emergir a partir das interações em um ou mais blogs. Contudo, podemos dizer que os *lurkers* que visitam um mesmo blog diariamente fazem parte da comunidade? Sua leitura silenciosa basta para que sejam considerados membros do grupo?

Blanchard e Markus (2004) sugerem que a participação dos *lurkers* em uma comunidade virtual não pode apenas ser julgada a partir de sua expressão verbal em conversações públicas. Segundo eles, é preciso levar em conta o conceito de 'senso de comunidade', proposto por McMillan & Chavis em 1986. Essa visão psicológica sugere que tal percepção emerge a partir de:

- a) **sentimento de pertença** - sentir-se parte de uma comunidade e identificar-se com ela;
- b) **sentimento de influência** - reconhecer a influência que exerce sobre a comunidade e que ela exerce sobre si;
- c) **satisfação de necessidades** - perceber que recebe atenção dos outros para as suas necessidades particulares, ao mesmo tempo que dá suporte às necessidades dos outros;
- d) **conexão emocional** - sentimento de que um relacionamento é compartilhado entre os participantes.

Como nem todo agrupamento de pessoas constitui uma comunidade, esse conceito pode subsidiar investigações sociológicas. Por outro lado, é possível utilizar esse conceito para estudo de comunidades virtuais? Blanchard e Markus entendem que sim, mas lembram que as especificidades dos processos comunitários na rede precisam ser levadas em conta.

A partir de um estudo empírico de uma comunidade de interesses voltada para o debate esportivo, os autores identificaram três tipos de internautas: os **líderes** (que motivam as discussões), os **participantes** (ativos nas conversações, mas não exercem grande influência) e os *lurkers*.

Durante as entrevistas realizadas com representantes desses 3 grupos, os *lurkers* afirmaram que se reconheciam como parte de uma comunidade, apesar de não desenvolverem um relacionamento explícito com os outros participantes.

De fato, se um *lurker* retorna a um blog diariamente, é porque ele percebe a importância dos conteúdos lá publicados. Logo, a publicação certamente exerce uma influência sobre ele. Mas o que ele oferece ao grupo em retorno?

Em uma segunda pesquisa de Blanchard e Markus, a entrevista com *lurkers* apontou resultados diferentes. Então, *lurkers* podem ser apontados como membros de uma comunidade virtual? Para motivar o debate, sugiro outra questão paralela. Como paróquias são um exemplo corriqueiro de comunidades geograficamente localizadas, quando um padre refere-se a sua audiência como participantes da comunidade, ele está correto? Possivelmente, a maior parte das pessoas que frequentam a igreja não interagem com padre e nem entre si. Essas pessoas seriam então os "lurkers" da paróquia! (Primo, 2007, *online*).

Essa postagem fez com que muitas pessoas que se consideram *lurkers* se identificassem e se manifestassem através dos 39 comentários. Destes, escolhemos alguns para ilustrar:



14 08 2007

Gilberto Consoni (01:10:17) :

Eu sou um lurker do seu blog. Prazer :p

14 08 2007

Camila (07:47:46) :

Eu leio muito este blog, comento pouco... Am i lurker?

14 08 2007

Rita Copetti (16:43:29) :

Tava aqui pensando... Tenho leitores que não comentam e sempre penso, poh pq eles não comentam?? Daí me dei conta que leio uma porção de blogs por aí e tbm não comento! E não que não goste da leitura, muitas vezes acho muito inteligente ou engraçado, mas acabo não comentando, por exemplo, aqui os comentários sempre viram conversas boas, discussões amigáveis, todo mundo acaba aprendendo algo, mas sempre quando chego os comentarios já chegaram em conclusões! Por isso acabo não comentando. E isso deve acontecer com muita gente por ai.Mas tem blogs que eu participo pra caramba. É isso! Adorei o post!

14 08 2007

Dani Reule (17:25:02) :

Oh my God!!! Eu sou uma lurker!!!

14 08 2007

gilson (21:21:38) :

Sou um lurker: maioria silenciosa. Sou a razão de ser dos maestros e músicos nos concertos. Só aplaudo ou dou vaias. Claro, pago ingresso. Cuidado vocês estão sendo observados.

15 08 2007

Sandra Bordini Mazzocato (10:30:36) :

Ó, viu como os lurkers influenciam!!

Pior são aqueles que tu não sabe quais são.

Ana Reczek (14:20:23) :

Bom, aproveito entao para me confessar lurker de carteirinha do teu blog, alex!!

Estou sempre lendo e indicando mas nunca comento. Que vergonha né!?

Queria reproduzir o teu texto no adelaides, porque essa é uma questão que eu discuto muito com os outros escritores do site, mas que nós nunca levamos para o público-leitor-lurker. Posso?

E agora, além do adelaides, além do blog comunitario do adelaides - que anda meio jogado às traças - estou terminando meu site fotográfico e nele terei mais um blog. Ufa. Assim que estiver apresentável eu venho te avisar.

O *post* apresentou os comentários dos leitores que nunca se manifestam, mas que são essenciais para a quantificação do número de acessos dos *blogs* presentes na rede. Percebemos com o estudo deste *post* que os *lurkers* ou os *delurkes* são inúmeros e que todos os usuários da rede são, um pouco, às vezes ou quase sempre, *lurkers*.

### **Algumas considerações:**

Os resultados aqui demonstrados não são conclusivos, há necessidade de aprofundar estudos relacionados à ação dos *lurkers* na rede mundial de computadores. O que este trabalho pretende apresentar é que a hipótese de que *blogs* sem comentários também são lidos, em parte, está correta, como pode ser verificado no trabalho em tela. A outra proposta deste artigo era a de evidenciar que todos que acessam a rede mundial de computadores podem ser considerados *lurkers*, já que é impossível comentar em todas as páginas que acessam. Neste sentido, nos próximos trabalhos, teorias podem ser aplicadas baseadas nestas afirmações, como forma de enriquecer a pesquisa acadêmica voltada ao assunto.

### **Bibliografia:**

FERREIRA, Aletéia. VIEIRA, Josiany. **A moda dos blogs e sua influência na cibercultura: Do diário virtual aos posts comerciais.** Trabalho apresentado ao GT 4 - Gêneros Comunicacionais do XI Colóquio Internacional sobre a Escola Latino Americana de Comunicação – CELACOM, em Pelotas/RS, de 07 a 09 de maio de 2007.

LEMOS, André – **A arte da vida: diários pessoais e webcams na Internet** – XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 de setembro de 2002

NIELSEN'S Jakob. **Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute.**

Disponível em: [http://www.useit.com/alertbox/participation\\_inequality.html](http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html). October 9, 2006. ISSN 1548-5552. Acesso em 20 de out. 2007.

NONNECKE, B. and Preece, J. (1999) *Shedding light on Lurkers in Online Communities. Ethnographic Studies in Real and Virtual Environments: Inhabited Information Spaces and Connected Communities.* 24-26 January, Edinburgh. Ed. K. Buckner. 123-128. Disponível em: <http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/SheddingLight.final.pdf>. Acesso em 20 de out. 2007.

NONNECKE, B. and Preece, J. (2000) *Lurker demographics: Counting the silent.* CHI 2000 • 1-6 APRIL 2000 Papers. Conference on Human Factors in Computing Systems ACM Press, The Netherlands, 73-80. Disponível em: <http://delivery.acm.org/10.1145/340000/332409/p73-nonnecke.pdf?key1=332409&key2=4090084911&coll=GUIDE&dl=GUIDE&CFID=42397072&CFTOKEN=43271594>. Acesso em 11 de nov. 2007.

QUADROS, Claudia Irene de, ROSA, Ana Paula da e VIEIRA, Josiany – **Blogs e as transformações no Jornalismo** – Revista E-compós, Salvador, 2005, v. 3, n. 1, p.1-21, 2005.

QUADROS, Claudia Irene de, AMARAL, Adriana – **Agruras do Blog: O Jornalismo cor-de-rosa no ciberespaço?** VII Congreso Internacional de Comunicación Lusófona - LUSOCOM, 2006, Santiago de Compostela.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia,** Revista Famecos, Porto Alegre, número 22, dezembro de 2003.

YURI, Débora – **A rede mundial de histórias,** Jornal do Estado, 1º e 2 de outubro de 2005, Paraná