

Blog – o que é? Como funciona? E por que “blogar”?

What is blog? How to do it? And Why?

Fabício Guimarães Gonçalves¹

A Internet mudou definitivamente a forma de se obter e compartilhar informações e também alterou a forma através da qual as pessoas interagem. A grande rede global de computadores compreende diversos componentes já bem conhecidos, particularmente a World Wide Web (www) e o correio eletrônico (e-mail). Redes sociais (RS) são componentes recentes da Internet que a despeito ser novidade, estão entre os *sites* mais populares e mais acessados em todo o mundo, particularmente no Brasil.

De acordo com um estudo recente realizado pela ComScore sobre a audiência na Internet, o Brasil conta atualmente com cerca de 40 milhões de usuários. O país é um dos mercados mais promissores e com maior crescimento em número de usuários no mundo, ocupando atualmente a 8ª posição, com primeiro posto ocupado pela China, com 291,5 milhões de usuários. Além disso, o Brasil possui a maior população conectada na América Latina, com um tempo médio de navegação de 24,3 horas/mês e número de páginas acessadas maior do que a soma da Austrália, Itália e Taiwan juntos⁽¹⁾.

A pesquisa revela ainda que o segmento das RS é o que vem crescendo mais rapidamente em termos de tempo utilizado na Internet. O Facebook (<http://www.facebook.com>), uma das RS mais populares, conquistou em agosto de 2010 o primeiro lugar entre os sites mais visitados nos Estados Unidos da América (EUA), responsável por 11% de todo o tempo utilizado em conexão pelos internautas norte-americanos. O *site* também vem ganhando muito espaço no Brasil, um mercado que por vários anos foi dominado pelo Orkut (<http://www.orkut.com>). Na verdade, o Orkut tem no Brasil o seu mercado mais importante, com quase 90% de seu tráfego. Além disso, o *microblog* Twitter (<http://www.twitter.com>) tem o Brasil como líder em visitas e *posts* em toda a América Latina⁽¹⁾.

Segundo a enciclopédia virtual Wikipedia (http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media), “Uma rede social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objetivos comuns.”. O dicionário *online* gratuito Merriam-Webster (<http://www.merriam-webster.com>) define a palavra *blog* (abreviação de *weblog*) como sendo “Um *website* que contém um diário pessoal com reflexões, comentários e também *hyperlinks* indicados por seu autor”. Segundo o mecanismo de busca de *blogs* BlogPulse (<http://www.blogpulse.com>), em 6 de junho de 2011 havia 162.785.760 *blogs* identificados.

Os *sites* mais populares para se criar, manter e hospedar um *blog* são o WordPress (<http://wordpress.org>) e o Blogger (<http://www.blogger.com>). O conteúdo de um *blog* é normalmente organizado por datas e categorias, com o *post* mais recente sendo exibido em primeiro lugar. Os *blogs* podem existir de duas formas. A primeira e mais comum é serem criados e hospedados remotamente no servidor do próprio *site* de *blogs*, como os dois casos acima citados (por exemplo: <http://www.meublogpessoal.wordpress.com>). A segunda forma é a hospedagem em domínio próprio, o que significa que todo o conteúdo do *blog* será publicado em um domínio de Internet (por exemplo: <http://www.meublogpessoal.com>). O leitor poderá acessar as instruções *online* sobre como criar um *blog* nos seguintes endereços: (<http://www.siteground.com/tutorials/blog>), (<http://wordpress.org>), (<https://www.blogger.com/>) e (<http://www.howtomakemyblog.com/wordpress/how-to-install-wordpress-step-by-step-guide>).

1. Médico, Pós-Graduando em Neuroradiologia, McGill University Health Centre (MUHC), Montreal, Quebec, Canadá. E-mail: gconcalves.neuroradio@gmail.com

Os *blogs*, assim como outras mídias sociais, vêm experimentando crescente interesse por parte de profissionais das ciências médicas. Uma pesquisa pela Manhattan Research (<http://manhattanresearch.com>) revela que 60% de todos os médicos dos EUA estão ativamente utilizando as RS, ou estão interessados em fazê-lo, e mais da metade dos médicos declaram que são alguma forma influenciados por conteúdos gerados pelos usuários que consideram confiáveis⁽²⁾.

Uma busca utilizando as palavras “blog” ou “blogging”, como parte de um título ou resumo no site de buscas Pubmed (<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed> – um serviço da United States National Library of Medicine gera 169 citações. Uma nova busca utilizando as palavras “blog” e “radiology” recupera apenas três artigos. Já uma busca semelhante através do LILACS (<http://lilacs.bvsalud.org>), o mais importante e completo índice de literatura técnica e científica da América Latina e Caribe, não recupera nenhuma publicação. Dentre a três publicações obtidas através da busca no Pubmed com as palavras “blog” e “radiology”, a mais relevante é o artigo escrito por Sethi. O autor enfatiza que “o *blogging* surgiu como um fenômeno social com impacto na política, nos negócios e nas comunicações”. Segundo este mesmo autor os softwares para *blogging* propiciam às pessoas leigas as mesmas habilidades daquelas obcecadas por tecnologias de informação para publicar suas idéias sem que para isso necessitem conhecimento especializado ou habilidades em programação. Esse autor utiliza o seu *blog* para postar casos interessantes de radiologia com os quais se depara em sua prática diária⁽³⁾.

Alguns exemplos de *blogs* sobre radiologia estão relacionados na tabela a seguir:

Nome do <i>blog</i> e endereço	Breve descrição do <i>blog</i>
Sumers Radiology Site (http://sumerdoc.blogspot.com)	<i>Blog</i> de radiologia desde 2004, um dos primeiros <i>blogs</i> de radiologia do mundo
Radiology Picture of the Day (http://www.radpod.org)	<i>Blog</i> sobre imagens médicas com informações breves sobre a patologia em questão
AJNRblog (http://www.ajnrblog.org)	Blog oficial da Sociedade Americana de Neurorradiologia
The Radiology Portal (http://radiologyportal.wordpress.com)	Página dedicada a técnicos de radiologia, radiologistas e estudantes de radiologia
Radiology Today Blog (http://www.blogradiologytoday.com)	Blog que oferece notícias, análise e comentários relevantes sobre a indústria de imagens médicas
Musculoskeletal Radiology (http://musculoskeletal-radiology.blogspot.com)	Anotações pessoais do autor a respeito de vários tópicos relacionados ao sistema musculoesquelético

De acordo com a Wikipédia, as RS vêm ganhando popularidade principalmente por serem um veículo relativamente acessível para obtenção e publicação de informações quando comparado às outras mídias mais tradicionais como o rádio, televisão, mídia impressa (revistas/jornais) e filmes (http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media). Dentre as mídias sociais, os *blogs* constituem poderosas ferramentas de comunicação, que certamente se tornarão uma ferramenta de aprendizado para os radiologistas no futuro próximo.

A utilização de *blogs* pode contribuir não só para a divulgação de imagens interessantes na Internet, mas também para agilizar e facilitar a comunicação entre especialistas, e servir como um recurso de ensino adicional para residentes e de educação médica continuada para os especialistas em radiologia.

REFERÊNCIAS

1. Banks A. State of the Internet in Brazil. [cited 2011 Jun 6]. Available from: <http://www.comscore.com/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2011/State_of_the_Internet_in_Brazil>. ComScore. Webinar.
2. Darves B. Social media and physicians March 2010. New England Journal of Medicine. Career Resources for Physicians. [cited 2011 Jun 6]. Available from: <http://www.nejmjobs.org/career-resources/social-media-and-physicians.aspx>
3. Sethi SK. Blog/web log – a new easy and interactive website building tool for a non-net savvy radiologist. J Thorac Imaging. 2007;22:115–9.