

O Público dos **Blogues** em Portugal



Universidade Católica Portuguesa

Comunicação Social e Cultural | Variante Digital Interactiva

Públicos e Audiências | Dezembro 2005

Dinis Correia 130301088

Filipa Manha 130301505

Gonçalo Caldas 130399146

Índice

ÍNDICE	1
METODOLOGIA	3
RESULTADOS	4
Da caracterização sociográfica	4
Do acesso à Internet	5
Dos blogues	6
CONCLUSÕES	9

Introdução

Cunhado em Dezembro de 1997 por Jorn Barger, o termo *weblog* – junção do termo *web* (rede) e *log* (diário de bordo) - descreve um sítio na Internet com entradas feitas de forma regular e apresentadas numa ordem cronológica inversa. Em 1999, Peter Merholz escreveria na barra lateral do seu blogue a frase “we blog”, dando assim origem ao termo abreviado *blog*.

Individuais ou colectivos, são verdadeiros diários *online*. No entanto, muitos destes diários não se limitam a comentários da esfera privada. Alguns tornaram-se já pontos de referência na rede, servindo até de espaço à reflexão política e jornalística, conferindo assim aos blogues o estatuto de uma autêntica ágora electrónica.

De acordo com dados do Technorati (www.technorati.com) - um sítio de indexação e pesquisa totalmente dedicado a blogues - existem actualmente 22.800.000 blogues. Número esse apenas possível depois do crescimento que os blogues conheceram em 1999, com o aparecimento do Blogger (www.blogger.com). A possibilidade de criar conteúdos e publicá-los na Internet estava à distância de poucos cliques, mesmo para alguém com poucos conhecimentos informáticos – e sempre foi esta a promessa da Internet.

Em Portugal assistiu-se a um crescimento exponencial dos blogues a partir de 2003 e estes têm ganho cada vez mais notoriedade.

Metodologia

Sendo o universo dos blogues dinâmico, optou-se por privilegiar a dinâmica da Internet como forma de constituição de uma amostra.

Assim, foi elaborado um inquérito com 18 questões, posteriormente transformado num formulário *web* e alojado no endereço <http://www.luscofusco.net/blogues>. O endereço do inquérito foi depois enviado por email a um conjunto de blogueiros seleccionados aleatoriamente, sendo pedido, não só que respondessem ao inquérito, mas também que colaborassem na sua divulgação, através de uma referência ao endereço do mesmo no respectivo blogue. A maior parte dos blogueiros contactados acedeu ao pedido e, para mais, outros blogueiros que não haviam sido contactados inicialmente fizeram também referência ao inquérito no seus blogues, assistindo-se assim a uma propagação quase viral do questionário.

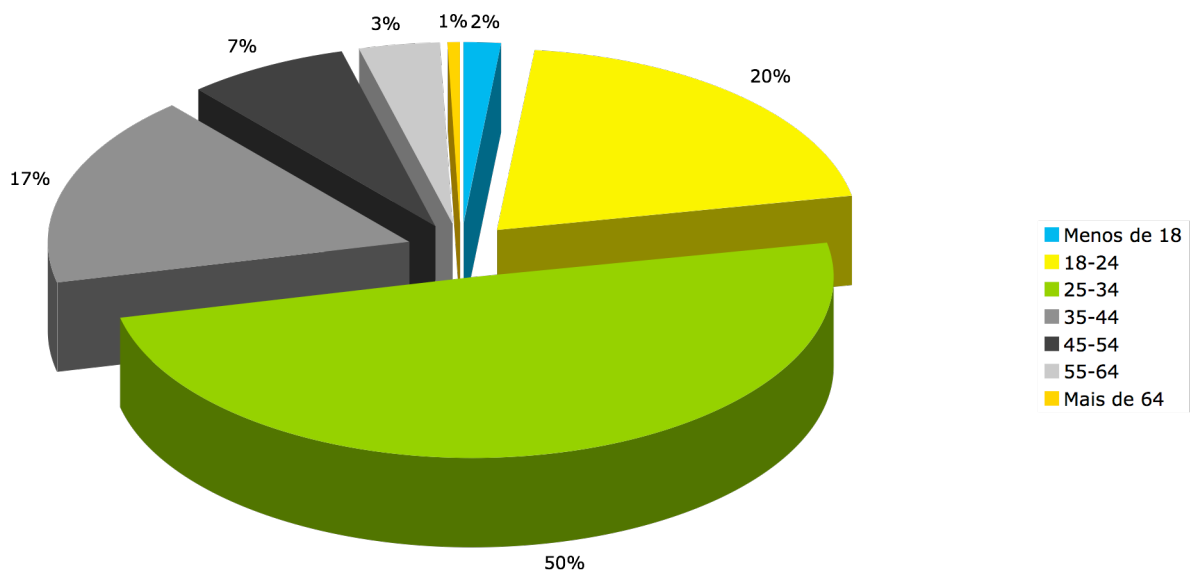
O inquérito esteve disponível durante um período de uma semana, de 9 a 16 de Novembro de 2005. Neste período, foram obtidas 834 respostas.

Resultados

Da caracterização sociográfica

De acordo com os resultados obtidos, cerca de metade (49%) dos leitores de blogues em Portugal encontra-se na faixa etária dos 25-34 anos. É ainda de salientar que apenas 4% dos leitores de blogues têm idade superior a 55 anos - facto que poderia eventualmente ser explicado, em parte, por um fenómeno da info-exclusão (gráfico 1).

Gráfico 1: Faixas etárias

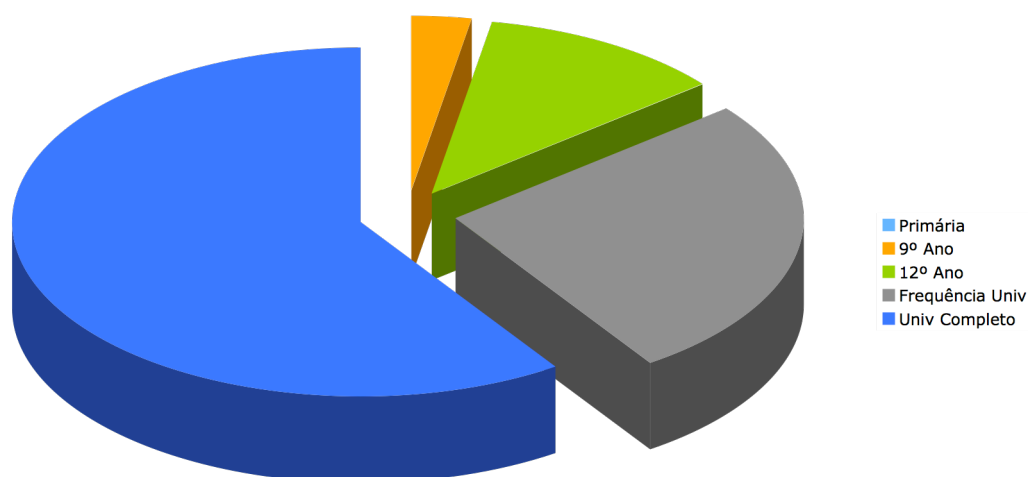


Em relação ao sexo dos leitores, verifica-se que a maioria são homens (64%). Estes valores estão em concordância com o último Bareme Internet ¹, realizado pela Marktest, que revela que os homens continuam a *'levar vantagem'* sobre as mulheres no que toca à utilização da Internet.

¹ <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~82d.aspx>

Já no que diz respeito às habilitações literárias de quem navega pela blogosfera portuguesa, encontram-se níveis altos de escolaridade: mais de metade dos leitores detém um curso superior ou frequentam a universidade actualmente (gráfico 2).

Gráfico 2: Habilitações literárias



No que concerne à ocupação, são os estudantes quem mais visita blogues (16%). Seguem-se os quadros médios e superiores, com especial destaque para o ensino e a advocacia.

A distribuição dos leitores de blogues pelo país faz-se de forma irregular. De acordo com a classificação NUTS II, 56% dos leitores estão localizados na região de Lisboa e Vale do Tejo. A outra região com alguma representatividade é o Norte, com 26%. Sem supresas, é nas áreas metropolitanos de Lisboa e do Porto que se encontra uma maior concentração de leitores de blogues.

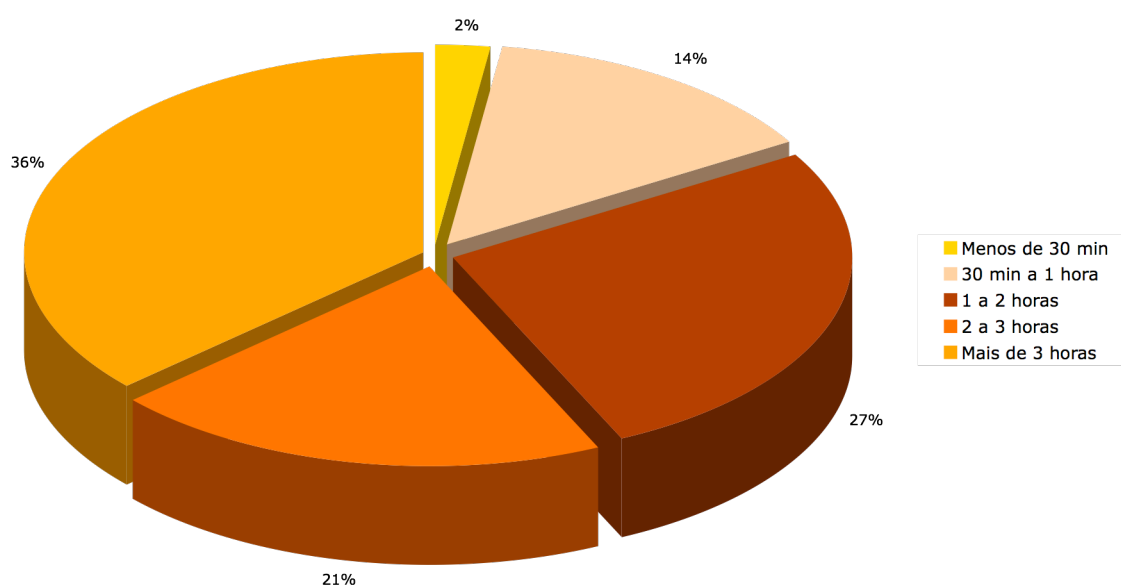
Do acesso à Internet

A esmagadora maioria dos leitores de blogues possui ligação à Internet em casa: 93% contra os 7% que não dispõem de acesso à rede na residência.

É também em casa que a maior parte dos leitores acede à Internet (64%), ainda que o acesso no local de trabalho tenha também algum peso (31%). De salientar a reduzida frequência de acesso à Internet a partir da escola, faculdade ou outra instituição de ensino (3%).

No que diz respeito ao tempo médio que os leitores despendem na Internet – a consultar qualquer tipo de conteúdo – encontra-se alguma equidade nos resultados. A maioria dos inquiridos passa mais de uma hora por dia a navegar na rede; 37% chegam a despende mais de três horas diárias frente ao computador (gráfico 3).

Gráfico 3: Tempo despendido na Internet



Dos blogues

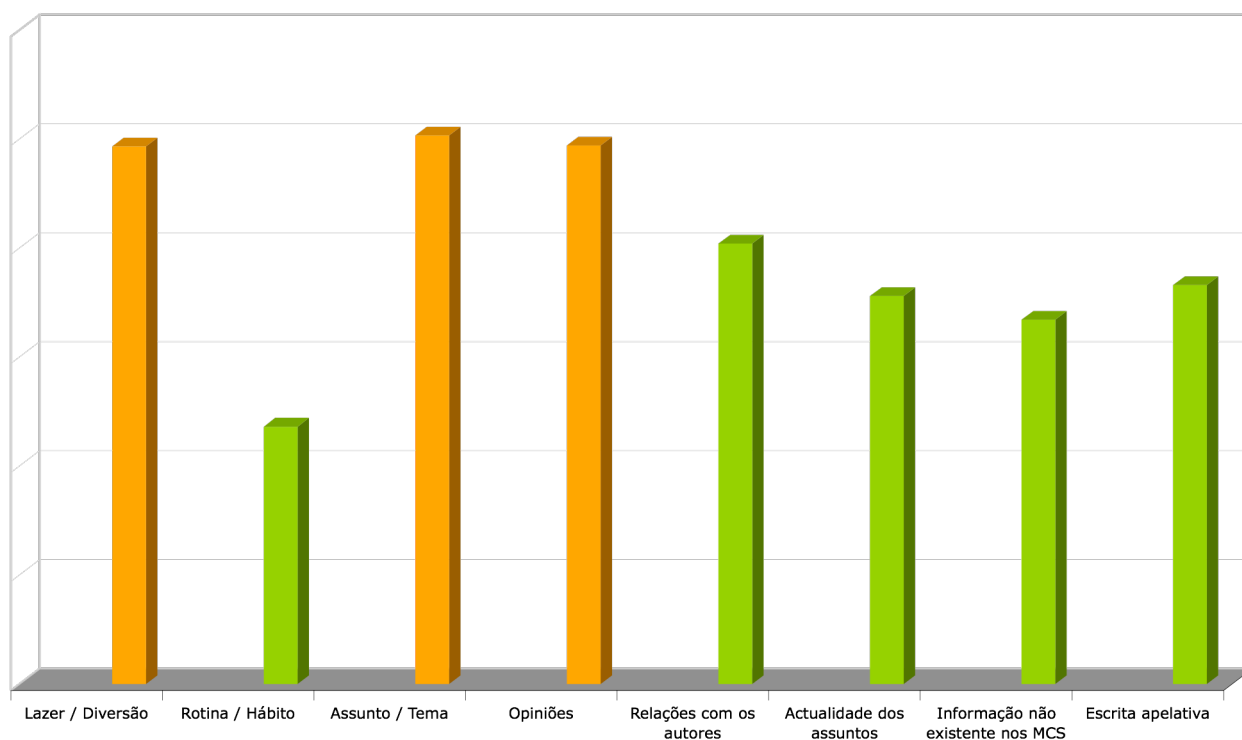
Dada a especificidade dos blogues (uma página na Internet que pressupõe um conteúdo dinâmico e actualizações periódicas), não será de estranhar que a frequência de visitas a estes seja também elevada. A quase totalidade dos leitores visita blogues diariamente – 59% fá-lo inclusivamente várias vezes ao dia.

Apenas 10% dos leitores disponibiliza menos de 15 minutos diários para a consulta de blogues. Os demais distribuem-se equitativamente: 34%

depende entre 15 a 30 minutos, 25% 30 a 45 minutos e os restantes 30% permitem mais de uma hora do seu dia às leituras bloguísticas.

Outra questão pertinente prende-se com os motivos que levam à leitura dos blogues. Quando questionados, os leitores apontam como razões principais o tema ou assunto do blogue, as opiniões expressas pelo autor ou como forma de entretenimento (gráfico 4).

Gráfico 4: O que leva a ler blogues?

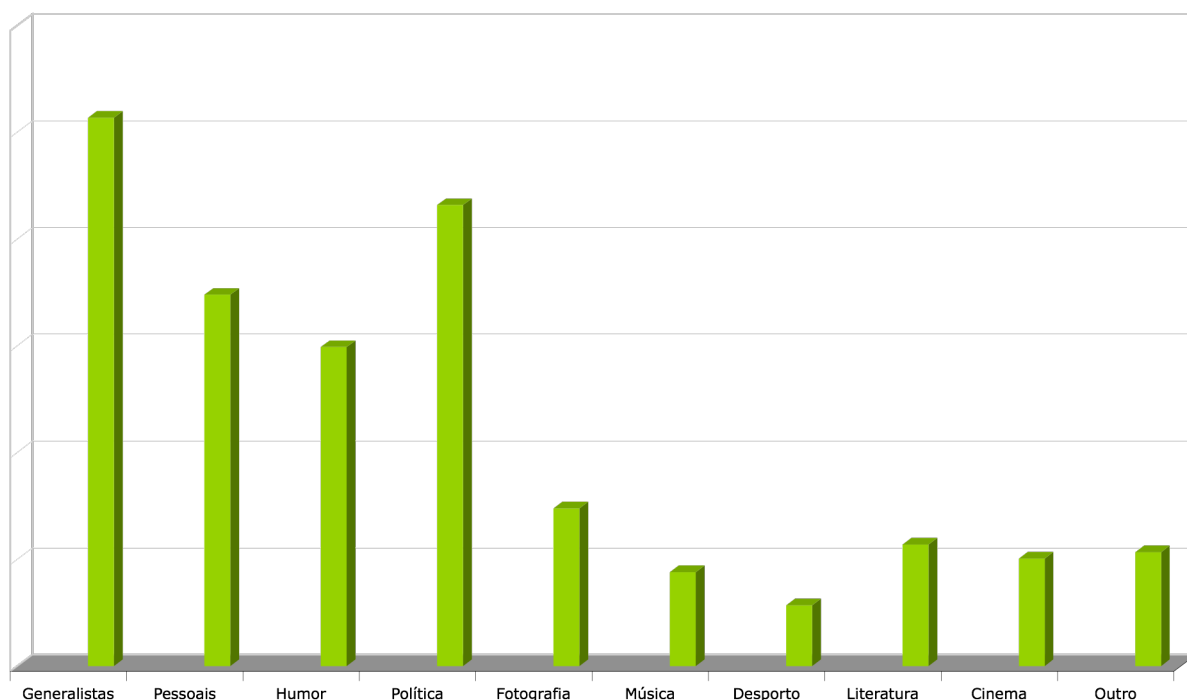


A relação com os autores é outro dos motivos mais referidos pelos leitores. Ainda assim, e a este propósito, apenas 28% dos leitores afirma conhecer pessoalmente os autores dos blogues que lê regularmente.

Em relação aos temáticas tratadas, as preferências recaem em blogues generalistas ou de política. Seguem-se a estas os blogues pessoais e de humor (gráfico 5).

No que diz respeito à interacção com os autores dos blogues, 91% dos leitores afirmar já ter deixado comentários. No entanto, a frequência com que o fazem não corresponde à frequência com que visitam os blogues: apenas 26% comentam pelos menos uma vez por dia.

Gráfico 5: Temáticas



Mais do que apenas público dos blogues, os leitores são também eles blogueiros. 73% dos leitores já criou um blogue; destes, 93% mantêm actualmente um blogue.

Questionados sobre a efemeridade do fenómeno dos blogues, 91% dos inquiridos recusa-se a considerá-lo um moda, contra os 9% que acreditam que se trata de algo passageiro.

Conclusões

Pretende-se que este estudo seja apenas tomado como um ponto de partida para uma possível caracterização mais aprofundada da blogosfera nacional. Devido à metodologia de recolha de dados, corre-se o risco de alguns dos resultados serem enviesados. Esperava-se com esta conseguir replicar a natureza livre e democrática da rede, ainda que o resultado final possa ser exactamente o oposto.

Ainda assim, pode-se identificar um determinado perfil para o leitor dos blogues em Portugal. Falamos de indivíduos com idade compreendida entre os 25 e os 34 anos, residente em áreas urbanas, com nível de escolaridade elevado e pertencente a quadros médios ou superiores.

Não deixa também de ser curiosa a discrepância entre o hábito da leitura de um blogue e a ausência de hábito para o comentar.

Quanto ao receio de a Internet em geral, e os blogues em particular, retirarem audiências aos meios de comunicação tradicionais, este é, para já, infundado – 63% dos inquiridos afirma que a leitura de blogues não alterou o tempo que dedica ao consumo de meios de comunicação tradicionais. Ainda assim, 31% refere que passou a dedicar menos tempo a estes devido ao consumo de blogues. A seu tempo veremos se esta é a tendência mais provável.