

As vozes femininas na blogosfera: um olhar sobre a realidade do Minho

Luísa Teresa Ribeiro

Universidade do Minho –
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
luisateresaribeiro@gmail.com

Carla Cerqueira

Universidade do Minho –
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
carlaprec3@gmail.com

Rosa Cabecinhas

Universidade do Minho –
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
cabecinhas@ics.uminho.pt

Resumo

A blogosfera pode configurar-se como um novo espaço de expressão para actores que os *media* tradicionais silenciam e secundarizam, como é o caso das mulheres. Esta possibilidade de participação é particularmente relevante a nível local e regional, uma vez que estão em causa matérias nas quais há maior possibilidade de intervenção, mesmo no âmbito do processo de decisão política. Foi nesta linha de contributo para a discussão acerca da *Polis* que foi lançado, em Setembro de 2007, num blogue de Braga, uma petição *online*, que acabou por fazer parte da agenda pública da cidade. Com base nesta iniciativa do blogue 'Avenida Central', fazemos uma primeira abordagem à participação feminina na blogosfera, constatando que, apesar das potencialidades que este meio de auto-edição apresenta, ainda se verifica um baixo nível de intervenção das mulheres. A questão da presença feminina na blogosfera é muito relevante a nível científico, uma vez que o fenómeno está insuficientemente estudado, apesar de estar em consolidação, e crucial do ponto de vista social, pois está em causa o exercício da cidadania, pelo que deverá merecer mais estudos, depois deste contributo para o mapeamento de campo.

Palavras-chave: Mulheres, *Media*, Blogosfera, Participação, Cidadania

1 – Vozes silenciadas

A representação das mulheres nos meios de comunicação social tem sido largamente debatida pelos académicos, pelas várias correntes do movimento feminista e por diversos organismos internacionais. No entanto, foi sobretudo a partir das décadas de 60 e 70 do século XX que se começou a perceber o poder que os *media* tinham como agentes de produção das representações e práticas que definem o género (van Zoonen, 2004). É consensual que os meios de comunicação social são vistos como a instituição central da actual configuração do sistema social, ou seja, como mediadores entre o cidadão e a realidade social. Neste sentido, assumem um papel fulcral enquanto formadores da opinião pública, sendo que a forma como eles constroem e veiculam ideologias é marcante na definição social do ‘feminino’.

A palavra, como instrumento de poder e de troca, foi negada durante séculos às mulheres e elas ainda continuam a não ter acesso ao discurso da mesma forma que os homens. Como refere Lakoff (1982: 45), “a marginalidade e a falta de poder das mulheres reflecte-se não só nos modos como se espera que as mulheres falem, mas também nos modos como se fala das mulheres”. No que se refere ao campo mediático, o discurso continua a difundir mensagens estereotipadas e pouco representativas das mulheres na sociedade (e.g. Barreno, 1976; Gallagher, 1981; Farré *et al*, 1998; Monteiro & Policarpo, 2002; van Zoonen, 2004; Silveirinha, 2004; Díez, 2005; Mota-Ribeiro, 2005; Cerqueira, 2008). Actualmente, este discurso veicula um “sexismo inibido” (Rojo & Gallego, 1997: 313), bem presente nos mais variados meios de comunicação. Além disso, “as notícias e programas da actualidade reflectem uma hierarquia de valores em que os temas que dizem respeito às mulheres têm uma prioridade baixa, quando são incluídos” (Gallagher, 2004: 87). Quando os temas são rotulados de interesse feminino assumem menor importância. Isto quer dizer que as mulheres continuam a ser “simbolicamente aniquiladas” (Tuchman, 2004), o que já era discutido nos anos 70 do século passado, embora os estereótipos actuais sejam mais subtis.

A emancipação das mulheres é uma realidade, sendo que os progressos são visíveis em diversas áreas. Elas passaram da esfera privada para o domínio público, embora ainda continue a existir uma divisão entre o homem público e a mulher privada. De acordo com Pissarra Esteves (2003: 93), no que se refere ao espaço público, os *media* têm um “enraizamento paradoxal na experiência simbólica”, uma vez que podem servir como “dispositivos de administração e controlo” ou como “meios de resistência social”. No tocante à questão das identidades, no caso das minorias sociais (onde se inclui a de género), os *media* convencionais continuam a silenciar, secundarizar e excluir as suas vozes. Porém, estas

podem usá-los numa tentativa de se expressar enquanto grupo e de conseguir ganhar alguma visibilidade no espaço público. Podemos, assim, referir que as mulheres são muitas vezes representadas, tal como acontece com outras minorias, como um grupo homogéneo, não existindo o reconhecimento da singularidade e distintividade enquanto pessoas (Cabecinhas, 2007).

As novas tecnologias da informação e comunicação são vistas como uma mais-valia para estes grupos que, tradicionalmente, sofrem uma “dominação simbólica” (Bourdieu, 1999; Amâncio & Oliveira, 2006). Neste domínio, o acesso das mulheres à esfera pública tem sido facilitado pelo meio digital, que oferece inúmeras possibilidades (formatos específicos, sistemas interactivos, conteúdos multimédia, etc.).

Porém, elas continuam numa posição assimétrica no que se refere à sua representação na imprensa digital (Cabo *et al*, 2007). Em paralelo, existem obstáculos, entre os quais se destacam o acesso desigual aos computadores e o facto de a informática ser um domínio tradicionalmente masculino, aspectos que inibem a entrada das mulheres no ciberespaço (Spender, *in* Gallagher, 2004). Rosemary Wright (*in* Ferreira, 2007: 381) fala mesmo de uma “masculinidade profissional no campo da informática, identificada por um conjunto de características (comportamentos, identidades, experiências, relações, práticas e aparência) e estratégias discursivas próprias (terminologia, universo linguístico, etc.)”. É nesta perspectiva que Virgínia Ferreira (2007: 381) refere que a relação das mulheres com este meio é “um produto histórico e cultural da construção da tecnologia como masculina”.

A questão do acesso dos elementos femininos ao meio digital tem sido uma das prioridades de actores políticos globais como a UNESCO, que consideram que se trata de uma ferramenta crucial para o empoderamento das mulheres. No que concerne à representação mediática, são apontadas algumas alternativas, sendo que as ferramentas de auto-edição, como é o caso dos blogues, surgem como uma proposta. Estes são apresentados como um meio com um potencial inovador e de interactividade, que permite que homens e mulheres apresentem e modelem as suas identidades no ciberespaço. Segundo Spender (*in* Gallagher, 2004), a Internet é “intrinsecamente igual, não-hierárquica e até libertadora”.

Os blogues surgiram em 1997, sendo definidos como “uma página de Internet, actualizada com muita regularidade, organizada cronologicamente” (Barbosa & Granado, 2004: 12). No início, muitos dos blogues “versavam a tecnologia informática e os seus autores eram, na grande maioria, programadores e especialistas na área” (Barbosa & Granado, 2004: 14). Mas o fenómeno alargou-se, verificando-se o “regresso da subjectividade opinativa (regresso da opinião e do ‘eu’ que escreve), que se tinha perdido com a industrialização do jornalismo”

(Rodrigues, 2006: 4). A par de blogues como “diários íntimos” (Rodrigues, 2006: 114 a 116) ou de revelação de identidades pessoais (Rodrigues, 2006: 101 a 114), surgem outros que se preocupam com a discussão acerca da *Polis* (Ribeiro, 2008).

Os blogues abrem, pois, o caminho à “democratização do acesso à palavra, ao espaço público, ao enriquecimento da conversação social” (Pinto *in* Barbosa & Granado, 2004: 6). Guisepe Granieri (2006: 121) defende que, “inserido num espaço público, em que a sua opinião é ouvida e portanto tem sentido, o cidadão tende a alinhar-se, a exprimir-se”.

Todos/as os/as bloggers podem escrever livremente sobre temas do seu interesse e comentar a informação que se encontra disponível. Esta possibilidade pode ser encarada como uma mais-valia para elas, frequentemente excluídas das notícias de actualidade e de outros formatos informativos (Lopes, 2006), que assim podem ter uma postura pró-activa e utilizar estas ferramentas para fazer ouvir as suas vozes. Pedro Andrade (2007) narra, por exemplo, o caso do blogue ‘Baghdad Burning: Girl Blog From Iraq’, escrito por uma jovem iraquiana de 25 anos, em 2003, aquando da intervenção militar no Iraque. Esta blogger, que utilizava um pseudónimo para não ser atacada, alcançou uma grande notoriedade. Conseguiu publicar dois livros e foi aclamada a nível mundial. Além disso, recebeu um importante prémio de jornalismo na secção da reportagem literária, o *Lettre Ulysse Award for the Art of Literary Reportage*. O autor salienta ainda que um dos primeiros livros a abordar o fenómeno da blogosfera foi escrito por uma mulher, Rebecca Blood. A sua obra *The Weblog Handbook*, editada em 2002, explicava o funcionamento dos blogues, numa época em que se davam os ‘primeiros passos’ nesta ferramenta da Web 2.0.

Nesta era da informação (Castells, 2003), os blogues perfilam-se como ‘guardiões’ da democracia, pois possibilitam às mulheres um espaço de expressão que, historicamente, nem sempre esteve disponível. Contudo, segundo Rosa Oliveira (2006), os blogues assinados por mulheres têm assumido uma carga pejorativa, tal como aconteceu com a escrita feminina durante séculos. Os preconceitos continuam a ser os mesmos. Estes diários difundidos na Internet são considerados superficiais e insuficientes. Aliás, na perspectiva desta autora, os diários que estão associados a produções femininas são marginalizados porque reflectem o estatuto social e os papéis desempenhados por elas ao longo dos tempos. Contrariamente, quando são escritos por homens são vistos de outra forma, uma vez que eles exercem funções “mais voltadas tradicionalmente para a acção”, como é o caso da política ou de assuntos relacionados com viagens.

1.1. – O sexo conta por detrás do monitor?

A questão da identidade é fulcral quando falamos da Internet e da era pós-moderna. “O *self* na idade moderna é débil, quebradiço, fracturado, fragmentado” (Giddens, 1994: 156). Esta ideia é partilhada por Manuel Castells (2003), que vê a identidade como um processo de construção de sentido, através de um conjunto de atributos culturais, que têm prioridade sobre as outras fontes. Assim, um indivíduo ou um actor colectivo podem assumir várias identidades em função do contexto.

Com as novas tecnologias, como a Internet, cria-se uma nova forma de feminismo. O ciberfeminismo é, na perspectiva de Donna Haraway, um movimento que utiliza as novas tecnologias como forma de libertação das mulheres, pois possibilita uma construção em que elas estão livres do corpo. “O ciberfeminismo tudo tem a ver com a afirmação e o acesso ao poder (o *empowerment*) da parte das mulheres, a redefinição da sua identidade e a coexistência de identidades múltiplas e alternativas, a existência de várias vozes (...)” (Macedo, 2007: 255). Neste domínio, Calvo e Fernández (2008) fazem mesmo referência a uma espécie de terceiro sexo virtual, o *cyborg*, que classificam como a “a perfeita união entre o indivíduo e a tecnologia, assexuado e inteiramente funcional”.

A viagem pela blogosfera cria, assim, a ilusão de um espaço aberto, democrático, multicultural, onde se pode ser simultaneamente emissor e receptor. Num espaço sem rosto e sem corpo físico procura-se interagir com o mundo. Muitos aproveitam o ciberespaço para assumir um novo ‘eu’, ou seja, adoptam uma nova identidade (Rodrigues, 2006). Alguns autores de blogues utilizam alcunhas ou nomes fictícios, omitindo informações, de forma a criar personagens e construir imaginários (Barbosa & Granado, 2004). A propósito, Catarina Rodrigues (2006) diz que muitas vezes os blogues assumem-se como alternativas às ideias dominantes. Uma perspectiva partilhada por Calvo e Fernández (2008), que mencionam que na Internet convivem as ideologias dominantes e marginais.

Neste cenário em que cada um pode escolher a personagem que quer interpretar, o confronto entre a imagem real e a criada ao teclado pode gerar alguns conflitos interiores. Os encontros de bloggers tornaram-se um hábito, desde os que partilham afinidades geográficas (como por exemplo as reuniões que juntam os bloggers do Minho, Guimarães, Beja, Vila Viçosa, Borba, Mangualde ou Alandroal) até aos que comungam os mesmos interesses temáticos (blogues de museus, de ensino superior, de cultura e/ou criatividade, etc.). A perspectiva de encontrar ‘cara-a-cara’ aqueles com quem se está habituado a lidar no ciberespaço pode criar algumas angústias.

“Nunca fui a um encontro de blogues. Nunca fui a um encontro com cinquenta e tal ‘desconhecidos’... Estou a stressar! Como diz a Maria, é como começar o ano com uma turma nova numa escola nova e não saber como é que vai correr... E agora? Que dizer? Que vestir? Como nos vamos apresentar? Socorro! Help... E se eu enfiar um saco de batatas na cabeça e fingir que vou a uma corrida de sacos?””, escrevia Jaleli, em Abril de 2004, no ‘Palavras em Férias’ (<http://palavrasemferias.blogs.sapo.pt/arquivo/122681.html>).

A questão foi retomada por Cainha, no ‘...Ou Nem Tanto...’ (<http://putadevida.wordpress.com/2004/04/27/encontro-de-blogs>):

“[No] próximo sábado mais de meia centena de bloggers vão finalmente ver-se cara-a-cara. Por mim falo que não conheço ninguém, nem pessoalmente nem mesmo por foto. A Jacky diz que já está a stressar com a ansiedade. Eu tenho algumas expectativas, claro, curiosidade em ligar textos e rostos. Nunca fui a um encontro destes, de bloggers, ou de frequentadores de canais do IRC, por isso não sei como irei reagir. [...] Sei que vai ser sempre um choque porque vamos confrontar uma imagem de alguém com o que ela efectivamente é. E de certeza que quer essa imagem tenha resultado de descrições feitas quer da nossa própria imaginação dificilmente irá coincidir com a realidade. “Que dizer? Que vestir? Como nos vamos apresentar?”, continua a Jacky. Acho que a última dúvida é importante. Não só como nos vamos apresentar mas como vamos ligar a pessoa que temos à frente ao blogue que costumamos consultar no nosso computador”.

A dúvida acerca da verdadeira identidade de Sofia Bragança Buchholz, do blogue ‘31 da Armada’, foi levantada por João Villalobos, do ‘Corta Fitas’, depois da autora ter escrito na revista *Atlântico* de Fevereiro de 2008 um texto em que tece críticas às mulheres, sem contudo parecer ter consciência dos estereótipos flagrantes contidos no seu próprio discurso:

“Aprecio no sexo oposto o companheirismo, a franqueza e a boa disposição. Acima de tudo, a ausência da ‘complicação feminina’. As mulheres são seres elaborados, complexos, sensíveis e conseqüentemente falsas, matreiras, invejosas. Estendem o ombro às amigas para logo em seguida, quando lhes convém, as crucificarem. Convidam-nas à confissão para, mais tarde, lha atirarem à cara. São arditosas, rebuscadas, perigosas. Tramadas com o mesmo sexo!”, pode ler-se num excerto publicado no blogue da revista *Atlântico* (5 de Fevereiro) (<http://www.atlantico-online.net/blogue/2008/02/05/nas-bancas-31>).

Perante estas afirmações, comentou João Villalobos, a 5 de Fevereiro (<http://corta-fitas.blogspot.com/2008/02/dvida-de-gnero.html>):

“Já suspeitava há algum tempo que o nome Sofia Bragança Buchholz não passava de um pseudónimo. Mas, o que nunca me atravessou a cachimónia até ao dia de hoje, foi a

assustadora ideia de que se tratasse de um gajo. No entanto, numa primeira leitura deste fragmento publicado no blogue da revista *Atlântico*, a conclusão pareceu-me inevitável”.

Em resposta, a 8 de Fevereiro, Sofia Bragança Buchholz publicou um “esclarecimento”, no qual apresenta *links* para locais onde é possível encontrar a sua fotografia.

“Quanto [...] à dúvida de género do blogger, se a memória não me falha, já a delicada e feminina Carla [Quevedo], no início da sua existência blogosférica, se deparou com este mesmíssimo problema: ser confundida com um homem. Pergunto-me o que faz a blogosfera fazer este tipo de interpretação. O facto de se postar fotografias de mulheres bonitas? (É exclusivo masculino esta ode à beleza?) O tipo de humor utilizado? A ideia preconceituosa de que as mulheres só falam de coisas fúteis e nunca de política ou economia? Pois, não faço ideia!”, argumentou a blogger (<http://31daarmada.blogs.sapo.pt/1361485.html>).

A existência de uma ideia pré-concebida acerca da imagem feminina traduz-se em comentários como o de Tiago Galvão, no blogue ‘Atlântico’, argumentou a blogger (<http://31daarmada.blogs.sapo.pt/1361485.html>), a 7 de Julho de 2008: “Estava com vontade de esgalhar uma, quando descobri algo ainda mais degradante para uma mulher do que pornografia: o blogue de Laurinda Alves (<http://laurindaalves.blogs.sapo.pt>)”.

Noutros casos, o interesse pela blogosfera no feminino leva à criação de espaços próprios para os blogues produzidos por ou para mulheres, como os “Blogs Femininos”, do Sapó Mulher. Esta iniciativa propõe-se ser uma “montra diversificada de ideias e debates” e contribuir para “aumentar em quantidade e em qualidade a blogosfera feminina em língua portuguesa” (<http://mulher.sapo.pt/blogs>). Nesta linha, tem-se verificado também a realização de entrevistas a mulheres-bloggers, como foi o caso do ‘Navegador Solitário’ (<http://agrywhite.blogspot.com>), em Junho e Julho de 2008. Mas esta questão do sexo dos bloggers já tinha sido discutida em 2005, num colóquio, organizado por José Carlos Abrantes e pela livraria Almedina, sobre *Blogues no Feminino*. Como registou Rogério Santos no blogue ‘Indústrias Culturais’ (<http://industrias-culturais.blogspot.com/2005/10/blogues-no-feminino-decorreu-com-muito.html#links>), a reflexão contou com a presença de algumas bloggers e da investigadora Isabel Ventura, que apresentou um pequeno estudo sobre os blogues femininos. Na primeira parte fez um inquérito a 27 pessoas, para averiguar o que pensavam sobre os blogues. Concluiu que a preferência dos blogues femininos vai para o diário e poesia/actualidade e dos masculinos para a actualidade e militância política. Em seguida, Isabel Ventura analisou cinco blogues de mulheres, acabando por sustentar que, nestes espaços, existe um grande investimento de tempo, um suporte documental vasto, mistura de tom confessional com o distanciamento e reflexão sobre vários temas do

quotidiano. Em simultâneo, mencionou que as bloggers falavam sobre a discriminação de género, aborto e *media*, ou seja, existiam alguns temas comuns entre estas mulheres, que usavam este meio como forma de intervenção política.

Simultaneamente, no panorama português assiste-se ao aumento do número de blogues de investigadores/as que se dedicam aos estudos de género. A par destes estão os blogues de carácter mais activista, ou seja, que são geridos por membros de associações feministas. De referir que, em muitos casos, as duas vertentes estão relacionadas. Estes espaços, individuais ou colectivos, assumem uma postura interventiva, uma vez que visam questionar a realidade, de forma a alcançar a mudança social. O blogue ‘Cuscucas de Gajas’ (<http://cuscucasgajas.blogspot.com>) é um dos mais visitados, no qual se encontra um *blogroll* muito diversificado, que abarca os espaços de cariz mais académico ou aqueles que possuem uma vertente de activismo militante. O ‘Mal da Indiferença’ (<http://feministactual.wordpress.com>) e o ‘Colectivo Feminista’ (<http://www.colectivofeminista.blogspot.com>) também se tornaram conhecidos, conseguindo mesmo projecção nos *media* tradicionais, com uma reportagem feita pela revista *Pública*, em 2006, sobre as feministas da actualidade em Portugal. Destacamos ainda o ‘Blogue da Rede’ (<http://redejovensigualdade.org.pt/blog>), que contém informações sobre as mais diversas temáticas ligadas à promoção da igualdade entre homens e mulheres e à denúncia de formas flagrantes e dissimuladas de sexismo.

Há, contudo, casos em que os leitores desconhecem a identidade de quem está ao teclado, uma vez que à Internet anda inevitavelmente associada a magia ou a maldição do anonimato (Boczkowski, 1999), quer seja nos blogues ou mesmo nas caixas de comentários dos *sites* dos meios de comunicação.

Em Portugal, as primeiras experiências de jornalismo electrónico remontam a 1995, tendo o *Jornal de Notícias* sido o pioneiro (Julho), seguido pelo *Público* (Setembro) e *Diário de Notícias* (Dezembro) (Granado *in* por Castanheira, 2004: 29). Analisando os comentários das notícias sobre a criação da Fundação Jorge Antunes pelo último governador português em Macau, publicadas no *Expresso* em 2000 (a edição semanal do jornal começou a ser transposta para a Internet em Julho de 1997), José Pedro Castanheira (2004: 170) chegou à conclusão que, “do universo de 730 contributos dos leitores, só 46 (6,3%) são identificados com nome e e-mail” e que, num inquérito, “apenas 8 leitores (1,09%) assumiram a autoria do comentário e a sua verdadeira identidade”.

Um inquérito *online* aos usuários da Internet no domínio ‘pt’, da responsabilidade de investigadores do ISCTE, mostrava, aliás, que “quando se pede aos utilizadores da Net

informações pessoais, a maioria (46%) só dá alguns dados, um quinto abandona ou boicota (dá dados falsos) e apenas um quarto dos utilizadores dá dados correctos” (Castanheira, 2004: 73). Quem está por detrás de um ecrã de um computador pode vestir a pele que lhe apeter, numa verdadeira cultura da simulação (Turkle, 1997).

Catarina Rodrigues (*in* Ledo Andión, 2007: 61) argumenta que, “apesar da liberdade sem limites do mundo *online*, os constrangimentos do mundo *offline* parecem ainda impedir muitos autores de se identificarem, talvez por temerem represálias”. Não obstante, num contexto em que as pessoas se sentem a salvo da vigilância e da crítica (Sproull e Kiesler, 1991), o nível dos comentários pode atingir patamares indesejáveis, obrigando os meios de comunicação a optar pela moderação, fazendo deste trabalho um “grande negócio” (Granado, 2008).

O mesmo se passa nos blogues, onde a questão da identidade dos autores e da moderação ou não dos comentários continua na ordem do dia (e. g. Pereira, 2008, 4 de Outubro; Soubrouillard, 2008, 6 de Outubro), mais de dez anos após o surgimento desta “Ágora na Net” (Rodrigues, 2004). A história da blogosfera portuguesa tem, contudo, também sido marcada por alguns casos em que blogues anónimos saltaram para as páginas dos jornais, como o caso do ‘Freedomtocopy’, que acusou Miguel Sousa Tavares de ter plagiado no livro *Equador*, da personagem ‘Chicken Charles – O Anti-Herói’, que motivou uma queixa por parte do presidente da Câmara Municipal da Covilhã, ou a intervenção do ‘Muito Mentiroso’ no processo Casa Pia (Fonseca, 2007). Mais recentemente, em Junho de 2008, o ‘Póvoa Online’ foi encerrado por ordem do Tribunal, depois de uma providência cautelar interposta pelo presidente e pelo vice-presidente da Câmara Municipal da Póvoa de Varzim, mas no momento imediatamente a seguir os autores anónimos criaram o blogue ‘Póvoa Offline’ (<http://povoaoffline.blogspot.com>) (Pereira, 2008, 30 de Junho). Por desvendar a identidade do autor de ‘O Meu Pipi’, que chegou a ser editado em livro (Queirós, 2008, 22 de Março: 9).

2 – Polifonia de vozes

O primeiro blogue português terá sido o ‘Macacos Sem Galho’, criado a 30 de Março de 1999, embora a grande explosão da blogosfera nacional só tenha ocorrido em 2003 (Canavilhas, 2004; Santos, 2004). Os blogues têm vindo, desde então, “a multiplicar-se de

forma explosiva, constituindo hoje um dos fenómenos mais marcantes não só da Internet como daquilo a que, para simplificar, poderíamos chamar a esfera mediática” (Serra, 2006a). Não obstante constituírem “um espaço onde qualquer pessoa (que tenha acesso à Internet) pode dizer o que pensa sobre um determinado assunto, um espaço que proporciona a troca de conhecimento e muitas vezes impulsiona o debate” (Rodrigues, 2004: 29), a verdade é que, em Portugal, ainda há um “relativo desconhecimento da existência da blogosfera e da actividade de blogging”. Dados de 2006, publicados no ‘Flash Report’ do Obercom intitulado ‘Bloguers e Blogosfera.pt’¹ (2008: 17), indicam que, “no conjunto da população portuguesa, apenas um quinto das pessoas sabe o que é um blogue (20%); e no conjunto dos internautas apenas cerca de metade sabe o que é um blogue (55%)”, sendo ainda que “apenas cerca de um quarto dos internautas costuma navegar na blogosfera (23,6%) e um sétimo construiu e mantém um blogue (14%)” (Cheta, 2008: 8).

Um estudo internacional, citado por Luís Miguel Queirós, num artigo no jornal *Público* (2008, 22 de Março: 6), “indica que Portugal é, em termos relativos, um dos países onde mais gente escreve em blogues e os lê. Segundo uma sondagem da Nielsen, mais de 20% dos cibernautas portugueses visitam blogues diariamente, o que representa o dobro da média europeia”.

Um dos pioneiros da blogosfera nacional na área política diz que “já se fala em 200 mil” blogues em Portugal e os números “parecem apontar para um país com uma opinião pública numerosa, interessada e interveniente”. Contudo, Luís Miguel Queirós (2008, 22 de Março: 6) ressalva que, “se não houvesse razões mais óbvias para suspeitar de que não será bem assim, o próprio estudo da Nielsen forneceria motivos de reserva suficientes, já que conclui que os países europeus com mais baixos índices de escrita e leitura de blogues são os escandinavos, ao passo que aqueles em que a blogosfera se mostra mais dinâmica são, além de Portugal, a Grécia e a Itália”.

O perfil sociodemográfico traçado pelo ‘Flash Report’ do Obercom ‘Bloguers e Blogosfera.pt’ (2008: 12) indica que 62,5% dos bloggers são do sexo masculino e 37,5% do sexo feminino. São também os homens que mais lêem blogues (57,8% dos consumidores de blogues são do sexo masculino e 42,2% do sexo feminino) e que mais marcam presença na Internet (55,1% dos internautas são do sexo masculino e 44,9% do sexo feminino). Estes números contrastam com a população portuguesa, na qual 52% são mulheres e 48% homens.

¹ Este trabalho foi recebido com algumas críticas, a nível metodológico, nomeadamente por Paulo Querido (2008, 15 de Abril), que o classificou como “irrelevante, primário e inútil” (<http://pauloquerido.net/blogosfera/um-caso-de-subversao-dos-old-media>).

Relativamente aos produtores de blogues, há diferenças no que diz respeito à segmentação temática em função do sexo. Segundo os dados apresentados no estudo do Obercom, de Rita Cheta, com coordenação científica de Gustavo Cardoso e Rita Espanha (2008: 17), os homens são os únicos que produzem blogues de ‘temas polémicos da actualidade noticiosa’, ‘política’ e ‘assuntos profissionais’, enquanto as mulheres detêm 100% dos blogues de ‘saúde’. Os elementos do sexo masculino produzem mais blogues que têm como tema principal a ‘vida pessoal de um círculo restrito de pessoas’ (68,3% de homens e 31,7% de mulheres), ‘outros’ (futebol, informática, literatura/poesia) (63,7% de homens e 36,3% de mulheres) e ‘entretenimento’ (51,5% de homens e 48,5% de mulheres). As mulheres têm mais blogues de ‘cultura e comunicação’ (51,2% de mulheres e 48,8% de homens).

A desigualdade em função do sexo em pleno processo de “blogalização” (Lever, 2008) também é visível a nível internacional. O relatório *State of Blogosphere 2008*, elaborado por David Sifry, da Technorati, indica que dois terços dos bloggers são homens (66% de homens e 34% de mulheres). Por regiões, 73% dos bloggers da Europa e da Ásia e 57% dos produtores de blogues dos Estados Unidos são homens. De acordo com o referido relatório, no que diz respeito ao tipo de blogue, 83% dos produzidos por mulheres e 76% dos produzidos por homens são pessoais, enquanto 38% dos femininos e 50% dos masculinos são profissionais.

No capítulo dos jornalistas-bloggers, o anuário *Medios de Comunicación: El Escenario Iberoamericano – Tendencias’07*, que se debruça sobre 20 países iberoamericanos, mostra que “um em cada quatro blogues é elaborado por uma jornalista” (29,5%). Em Portugal, dos 14 jornalistas com blogues contemplados no estudo, 4 são mulheres (28,57%) (Torres, 2007: 217 e 218).

Apesar destas diferenças, Barbara Kaye (2007: 128) lembra que há autores que referem que o panorama tende a alterar-se. “Vários estudos indicam que os utilizadores de blogues são jovens, com elevado nível de formação, homens com elevados rendimentos, que são veteranos no uso da Internet (Greenspan, 2003; Rainie, Fox & Follows, 2003). Dados mais recentes apontam, contudo, para um ‘crescimento acima da média’ (Rainie, 2005) do uso da blogosfera pelas mulheres, minorias e indivíduos entre os 30 e os 49 anos”.

Segundo estudos norte-americanos, as mulheres são responsáveis por mais de metade dos blogues, sendo que os elementos do sexo feminino escrevem mais e asseguram uma maior longevidade destes espaços (Perseus, 2003). A blogosfera parece assumir uma atitude sexista, sendo que alguns autores referem que os blogues assinados por mulheres nunca terão a mesma popularidade que os que são mantidos por homens. Os blogues com maior influência

são mantidos por veteranos da Internet, que tendem a ser homens americanos caucasianos (Pedersen & Macafee, 2007: 1473).

Estes indicadores levantam a questão de saber se há efectivamente pouca presença feminina na blogosfera ou se se trata de um problema de falta de visibilidade do seu trabalho. Será que as mulheres estão afastadas da blogosfera ou o facto de alguns blogues assinados por homens conseguirem maior destaque, mesmo nos meios de comunicação tradicionais, cria a ideia de que elas são menos activas no ciberespaço? Será que os blogues de mulheres se concentram, de facto, em determinadas áreas tradicionalmente conotadas com a esfera feminina ou são os espaços dedicados a outras temáticas que não são (re)conhecidos?

3 – Ecos regionais

Boaventura de Sousa Santos e os investigadores envolvidos no projecto internacional ‘Reinventar a emancipação social: Para novos manifestos’ afirmam:

“O modelo hegemónico de democracia (democracia liberal, representativa), apesar de globalmente triunfante, não garante mais que uma democracia de baixa intensidade assente na privatização do bem público por elites mais ou menos restritas, na distância crescente entre representantes e representados e numa inclusão política abstracta feita de exclusão social” (Santos, 2003: 27).

Este afastamento dos cidadãos da participação também se sente em Portugal. André Freire (2003: 133) constata entre outros aspectos, “uma forte adesão dos cidadãos aos princípios básicos da democracia, mas também um forte criticismo face à classe política, uma insatisfação crescente com o desempenho da democracia e um elevado afastamento face ao poder”, que se traduzem em aspectos como a abstenção eleitoral (Freire, 2003: 154).

Neste cenário, os novos instrumentos proporcionados pela rede global pareciam revelar possibilidades infinitas para a participação cívica, contribuindo para o robustecimento da cidadania (Gilmor, 2005) e fazendo perspectivar uma ciberdemocracia (Poster, 1995), uma democracia do teclado (Grossman, 1996), uma democracia electrónica (Rodotà, 1999). Contudo, apesar de as novas tecnologias, e em especial a Internet, abrirem “novas perspectivas à democracia”, na verdade, elas “não são o garante único e exclusivo de uma democracia participada” (Oliveira *et al*, 2004: 81).

O espaço local e regional tornou-se numa das áreas privilegiadas de actuação, uma vez que estão em causa matérias nas quais há maior possibilidade de intervenção, mesmo no âmbito

do processo de decisão política. Como refere Catarina Rodrigues (2006a: 169-170), “tem sido verificado um crescente número de blogues que surgem em pequenas cidades, vilas e até aldeias, um pouco por todo o país”, para defender causas públicas, apontar problemas, criticar a actualidade local, analisar os *media* regionais e expor potencialidades da localidade em questão.

Os blogues regionais caracterizam-se, portanto, “pelo seu olhar atento sobre os *media* e o poder local, fazendo uma análise constante da actualidade. Para além disso, ecoam neste tipo de blogues as chamadas de atenção para situações que não têm lugar na comunicação social, bem como pistas para trabalhos jornalísticos que até então foram esquecidos, chegando mesmo a colmatar algumas deficiências informativas. O recurso à fotografia é também uma constante. Estas ferramentas assumem-se assim como uma importante forma de comunicação que promove a interacção, o debate e a troca de saber com total liberdade de problematização e questionamento, também a nível local” (Rodrigues, 2006a: 185).

Estes instrumentos de intervenção no espaço público acabam por ser, simultaneamente, fontes de informação, complemento ou até alternativa aos meios de comunicação locais (Rodrigues, 2006a, 170-171), dados os constrangimentos com os quais estes *media* lidam diariamente em Portugal (e.g. Alves, 1997; Correia, 1997; Correia, 1998; Carvalheiro, 2000; Camponez, 2002; Coelho, 2003; Faustino, 2004; Costa, 2004; Costa, 2005; Santos, 2005; Amaral, 2006, Ribeiro, 2006).

Nas palavras de Daniel Oliveira, no ‘Arrastão’ (<http://arrastao.org/blogosfera/blogosfera-regional>), estes blogues com o foco de atenção centrado a nível local e regional,

“têm sido, em muitos lugares, um espaço raro de opinião livre. Uns são anónimos, outros assinados, uns são de políticos ou candidatos a políticos, outros de simples cidadãos, uns são individuais outros colectivos. Uns são excelentes e outros nem por isso. Mas se há blogues que têm sentido as pressões e as perseguições políticas (por vezes judiciais) são os blogues locais. Demasiados autarcas estão pouco habituados à crítica e à denúncia”.

O que se passa com os blogues não difere muito da realidade com a qual vivem os *media* locais e regionais, inerente ao trabalho de proximidade. Esta tensão foi descrita, por Carlos Júlio (1997: 344), na qualidade de director da revista *Imenso Sul*, para o quadro alentejano, mas mais de uma década depois ela não terá mudado substancialmente nessa e noutras latitudes:

“Noticiar algo no Alentejo – mesmo que seja apenas factualmente – é sempre, na ideia de alguns, tomar partido. Se se noticia que o partido A pensa desta maneira, ou que houve uma cisão no partido B, é porque se está a favor do partido ou da pessoa A e contra o partido ou a

pessoa B. Talvez que noutros locais aconteça a mesma situação, mas ela tem maior relevância no Alentejo, onde jornalistas e protagonistas, sejam eles políticos ou não, estão sempre a tropeçar uns nos outros: seja em actos públicos, seja no café, no restaurante ou no cinema, e a personificação das questões seja constante. Como já outros o têm dito, no Alentejo, nunca é o jornal A ou B que diz isto ou aquilo. É sempre o jornalista tal, que às vezes se conhece desde pequeno e de quem não se espera isenção, mas sim cumplicidade”.

Um blogger de Beja referia, aliás, que “editar um blogue num meio pequeno, onde toda a gente se conhece, tem obviamente bastante impacto” (Rodrigues, 2006a: 180).

A expressão da opinião pessoal na blogosfera pode ser, apesar dos constrangimentos, o ponto de partida para debates que muitas vezes se concretizam presencialmente ou para a partilha de preocupações que dá origem a estruturas mais formais. Os representantes de 15 blogues de Guimarães, por exemplo, reuniram-se em Dezembro de 2007 para discutir os “cinco projectos para a cidade” apresentados no final de Setembro pela Câmara Municipal, tendo daí resultado um documento-síntese (<http://colinasagrada.blogspot.com/2007/12/bloggers-de-guimares-discutem-cinco.html>) com o seu contributo para a análise das intervenções a levar a cabo. Por seu turno, no primeiro trimestre de 2008, os blogues ‘Avenida Central’ (<http://avenidacentral.blogspot.com>), de Pedro Morgado; ‘Colina Sagrada’ (<http://colinasagrada.blogspot.com>), de Samuel Silva; ‘Disputa’ (<http://disputa.blogspot.com>), de Cláudio Rodrigues; ‘Fontes do Ídolo’ (<http://fontesdoidolo.blogspot.com>), um blogue colectivo no qual participam Bruno Machado e João Marques; ‘Mal Maior’ (<http://malmaior.blogspot.com>), de Vítor Pimenta; e ‘Mesa da Ciência’ (<http://mesadaciencia.blogspot.com>), um colectivo do qual Francisco Rodrigues faz parte, suscitaram três ‘Conversas Improváveis’, procurando conjugar temas muitas vezes desencontrados, com recursos a convidados, numa iniciativa designada por ‘Café Blogue’. Paralelamente, os utentes da ligação Braga-Porto-Braga da CP lançaram o blogue ‘Bragaporto40minutos’ (<http://www.bragaporto40minutos.blogspot.com>) e uma petição *online* (<http://www.ipetitions.com/petition/bragaporto>) para pedir a redução do tempo de duração das viagens, que acabou por se revelar a génese da ‘Associação Comboios do Século XXI’, já devidamente constituída.

4 – Auscultar as vozes do ‘Avenida Central’

Um dos exemplos de que “os blogues podem ser actos de participação cívica” (Gilmor, 2005: 144) é o Avenida Central, feito a partir de Braga, que foi considerado o melhor blogue nacional na categoria Cidade/Região (<http://melhorblogportugues.com/vencedores/vencedores-na-categoria-cidade-ou-regiao>) na eleição do melhor da blogosfera portuguesa em 2007. Este espaço dinamizado por Pedro Morgado, criado a 7 de Novembro de 2006, tem feito do despertar da intervenção cívica um dos seus principais ‘cavalos de batalha’. O blogger tem-se esforçado por promover o debate para que a cidade de Braga não continue “amorfa e acrítica”, como escreveu a 7 de Novembro de 2007 (<http://avenidacentral.blogspot.com/2007/11/blog-post.html>).

Foi deste blogue que surgiu, em Setembro de 2007, uma petição *online* (<http://www.petitiononline.com/braga/petition.html>) a solicitar um estudo para o regresso do eléctrico e a incentivar o debate sobre o sistema de mobilidade, que reuniu mais de 820 assinaturas e, até 29 de Outubro de 2008, 546 comentários em 53 posts com a *tag* ‘Pelo Regresso do Eléctrico’² ([http://avenidacentral.blogspot.com/search/label/Pelo Regresso do El%C3%A9ctrico](http://avenidacentral.blogspot.com/search/label/Pelo+Regresso+do+El%C3%A9ctrico)). Na sequência desta iniciativa, o tema acabou por ser discutido pelos agentes políticos na Câmara de Braga e na Assembleia Municipal, bem como por motivar inúmeros artigos na imprensa nacional e regional, quer informativos, quer de opinião, mesmo com chamadas à primeira página. Já depois da petição, a autarquia bracarense anunciou a contratualização de um estudo de mobilidade, a efectuar com o apoio da Direcção Geral dos Transportes Terrestres e do Departamento de Sociologia da Universidade do Minho. No parecer técnico que acompanha o trabalho, o coordenador do Plano de Acção Mobilidade, Transportes e Logística da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte, António Pérez Babo (2008: 11), defende que o prolongamento da linha ferroviária da Estação terminal, em Maximinos, até à freguesia de Gualtar, em exploração tipo metro, é uma “possibilidade que deve ser encarada” pela Câmara de Braga. Depois da apresentação do estudo, este é um dossiê a aguardar uma decisão política.

² Dada a natureza do meio em questão e uma vez que este é processo político ainda em curso, estes números podem ser constantemente alterados.

5 – Procedimentos metodológicos

Para este estudo partimos desta iniciativa do ‘Avenida Central’, com o objectivo de averiguar a participação feminina num movimento da sociedade civil despoletado na blogosfera. Começámos pela recolha dos/as autores/as dos comentários aos *posts* sobre o regresso do eléctrico. No entanto, para verificar a presença das mulheres na blogosfera da região, também analisámos a lista de blogues intitulada ‘Avenidas do Minho’, com 91 endereços. Retirámos todos os nomes ou *nicknames* apresentados e o contacto disponível *online*, quer nos comentários que deixaram a propósito da petição, quer nos endereços dos blogues (individuais e colectivos).

Em seguida, partimos para a observação indirecta da nossa amostra. A técnica de recolha de dados utilizada foi o inquérito por questionário. Com esta análise pretendemos uma primeira abordagem acerca desta realidade, daí a construção de um questionário curto e simples, com perguntas claras e precisas, que nos possibilitasse o levantamento de informações acerca dos/as bloggers e das suas motivações para entrar na blogosfera e/ou participar em movimentos cívicos. Optámos por questões de resposta fechada de tipo dicotómico ou de escolha múltipla. Apenas integrámos uma questão de resposta aberta. O questionário teve duas versões, uma destinada às pessoas que comentaram o dossiê ‘Pelo Regresso do Eléctrico’ no ‘Avenida Central’ e outra aos autores dos blogues disponibilizados no *blogroll* ‘Avenidas do Minho’.

Depois de realizado o pré-teste do questionário, procedeu-se à sua aplicação junto da amostra. Neste caso, o questionário foi enviado por *email*, através de 153 contactos electrónicos previamente recolhidos³. Obtivemos 89 respostas, uma das quais foi anulada, uma vez que estava por preencher.

Convém mencionar que a discussão da petição “Pelo Regresso do Eléctrico” suscitou alguns momentos de maior polémica no blogue ‘Avenida Central’, sendo que alguns autores dos *posts* optaram por não se identificar. Além disso, pensámos que o envio dos questionários por meio digital possibilitaria uma taxa de retorno mais elevada, além de garantir a estas pessoas o anonimato, o que poderá aumentar a autenticidade das respostas, na medida em que contribui para a diminuição dos riscos das respostas não socialmente correctas. Todavia,

³ Os endereços electrónicos foram recolhidos no perfil disponibilizado pelos bloggers ou nos respectivos blogues ou páginas pessoais na Internet. No caso de não ter sido encontrado qualquer endereço de contacto, foi deixada uma mensagem no blogue ou noutras plataformas digitais – tais como o Hi5 – a solicitar o envio do *email*, num total de 30 contactos desta natureza.

sabemos das limitações deste método, que tem que “vencer a resistência natural e a inércia dos indivíduos” (Quivy & Campenhoudt, 2005: 184). Importa explicar que alguns dos blogues encontrados nas ‘Avenidas do Minho’ são colectivos, daí que tivéssemos pedido através do correio electrónico dos blogues aos autores para enviarem as respostas individualmente, de forma a fazermos uma caracterização de todos os elementos da equipa. No caso de ter sido encontrado um contacto directo dos autores dos blogues, foi-lhes também enviado o questionário.

Por fim, como o nosso objectivo passou pela análise dos/as bloggers da região Minho, optámos por não incluir uma questão relativa à localização geográfica no questionário porque partimos do pressuposto de que os/as autores/as dos blogues tinham ligação à região. Nos casos em que não se identificavam como sendo ‘minhotos’, os próprios autores alertaram para esse facto quando responderam ao questionário. Como já referimos, enviámos 153, sendo que recebemos 88 questionários válidos, 62 de bloggers e 26 de comentadores/as da petição.

Os 91 blogues apresentados na lista ‘Avenidas do Minho’⁴, 21 dos quais colectivos, traduzem-se em 246 bloggers ou personagens com nomes diferentes, uma vez que não é possível averiguar se são, de facto, pessoas diferentes. Desse conjunto, 32 apresentam nomes femininos e identificam-se como sendo mulheres no perfil de bloggers⁵. Quatro das mulheres participam em dois ou mais blogues. Para o envio do questionário, foi possível recolher 16 endereços pessoais de correio electrónico. Uma vez que “o principal problema dos *weblogs* é a perda de privacidade” e que “a segurança não é total na Internet”, sendo que os dados disponibilizados “podem ser usados por pessoas com intenções menos correctas” (Barbosa & Granado, 2004: 19), este número de contactos de *email* poderá traduzir prudência na apresentação de informações de índole pessoal. Em relação ao restante grupo, há 191 nomes masculinos ou neutros, sendo que 16 participam em dois ou mais blogues.

Relativamente aos comentários aos *posts* colocados no ‘Avenida Central’ no dossiê ‘Pelo Regresso do Eléctrico’, analisámos um total de 546, sendo 26 assinados por mulheres, o que corresponde a apenas 4,76%. Além disso, verificámos que 15 destes 26 comentários são da mesma pessoa, sendo detentora de 57,69% das participações femininas. Existem 25 casos em que as pessoas assinam com iniciais ou com nomes neutros, que não permitem uma identificação como homem ou mulher. Contudo, nestas circunstâncias, os comentadores seguintes têm tendência para partir do pressuposto de que se trata de um homem. De salientar

⁴ O *blogroll* analisado foi o que estava disponível no blogue a 1 de Outubro de 2008.

⁵ Uma dessas mulheres faz parte do grupo responsável por este trabalho, pelo que não respondeu ao questionário.

que encontramos 165 comentários anónimos, alguns dos quais podem ter sido escritos por mulheres. Se esses anónimos forem eliminados da contagem, ficam 381 comentários assinados com nomes femininos, masculinos ou neutros, fazendo com que os 26 contributos de mulheres representem 6,82% das participações.

Tendo por base a reflexão teórica sobre a temática e a experiência quotidiana, partimos para a análise empírica com a hipótese de que, apesar das potencialidades que a blogosfera apresenta para a afirmação das vozes femininas, uma vez que este é um mecanismo de auto-edição, ainda se verifica um baixo nível de participação das mulheres na blogosfera a nível regional.

6 – Análise e discussão dos resultados

Tal como postulava a nossa hipótese de trabalho, existe uma esmagadora maioria de produtores de blogues ou comentadores da petição ‘Pelo Regresso do Eléctrico’ que são ou dizem ser do sexo masculino. No entanto, estas conclusões são, em primeiro lugar, um reflexo do nosso ponto de partida, uma vez que enviámos poucos *emails* para mulheres. Isto significa que elas parecem estar ausentes da blogosfera, quer enquanto produtoras, quer enquanto comentadoras, facto que também pode advir do blogue escolhido para a análise. Relativamente ao sexo declarado dos respondentes, 80 são homens (93%) e 6 são mulheres (7%), sendo 4 comentadoras da petição e duas produtoras de blogues. Relativamente à idade, 39 pessoas (45,9%) situam-se na faixa etária dos 26 aos 40 anos (4 mulheres e 35 homens), logo seguida de 32 pessoas (37,6%) entre os 18 e os 25 anos (2 mulheres e 30 homens). Dos 40 aos 65 anos existem 14 indivíduos (16,5%), todos do sexo masculino. Estes dados parecem indicar que os indivíduos mais jovens são mais adeptos dos meios digitais. Além disso, revelam que as mulheres mais velhas estão mais afastadas deste domínio. Convém ainda salientar que existe um grande número de comentadores da petição que se situam na faixa etária mais jovem (50%). No caso dos bloggers encontramos mais indivíduos entre os 26 e os 40 anos (51,7%). Estes dados podem advir do facto de os mais jovens serem utilizadores mais frequentes dos transportes públicos na cidade de Braga, daí preocuparem-se mais em debater a questão. De acordo com o *Estudo de Mobilidade da População Residente no Concelho de Braga* (Costa e Soares, 2007: 15), entre os 14 e os 24 anos, 35,2% dos inquiridos são clientes dos Transportes Urbanos e 26,06% não são. Já na faixa entre os 25 e os 64 anos, 69,5% dos inquiridos não usam os autocarros da empresa municipal e 50,9% usam.

No que concerne às habilitações literárias, a maior parte dos inquiridos tem licenciatura (40,7%) ou frequenta o ensino superior (30,2%). Existe um número diminuto de indivíduos que possuem apenas o ensino básico (2,3%), sendo que o número de doutorados é superior (7%, todos homens). Não se registam diferenças assinaláveis entre homens e mulheres, com excepção da que referimos. Estes resultados vão de encontro às tendências apontadas por outros estudos, que revelam que a maioria dos utilizadores de blogues tem um elevado nível de escolaridade.

Em termos de ocupação, quase todos os bloggers estão em situação activa (55,8% estão empregados e 41,9% são estudantes). As áreas profissionais referidas pelos inquiridos são muito diversificadas. No caso das mulheres, as profissões são jornalista, relações públicas, socióloga e engenheira civil. Relativamente às áreas de estudo, as mulheres que responderam ao questionário referem arquitectura e ciências da comunicação. Salienta-se ainda que existe um grande número de bloggers que são estudantes de Filosofia (17), o que se justifica pelo facto de pertencerem a um blogue colectivo, em que foram enviados questionários referentes a todos os co-autores.

Quando questionados sobre o número de blogues que possuem, 45,9% dizem ser autores ou co-autores de “um”, mas 20% declaram ter “mais de três blogues”. Neste domínio, não se registam diferenças entre homens e mulheres, pois duas das nossas inquiridas dizem possuir “mais de três blogues”, sendo este número igual para as autoras de apenas “um” blogue. A blogosfera já faz parte rotina dos inquiridos, pois 63,2% afirmam ter o(s) blogue(s) “há mais de dois anos”, enquanto só 1,5% é que estão blogosfera “de um a seis meses”.

Mas o que é que levou estas pessoas a entrar no mundo da blogosfera? De entre as várias opções colocadas no questionário, com possibilidade de resposta múltipla, a “intervenção” foi a mais escolhida (71%), seguida do “debate” (41,4%). Em terceiro lugar aparece a “curiosidade” (23%). A questão da “auto-realização” também é focada por 21,8% dos inquiridos. Há ainda quem refira que utiliza a blogosfera para “divulgação de trabalhos” – na linha do que referem Barbosa & Granado (2004: 19), “exteriorização de sentimentos” ou “dar a conhecer o [seu] mundo”. De referir que o *ranking* é exactamente igual para ambos os sexos.

Relativamente à frequência de actualização dos blogues, a média dos homens é de 2,81 (dp=1,01) e das mulheres é de 3,83 (dp=1,33) (numa escala de 1 a 6, em que 1 é “várias vezes por dia” e 6 “raramente”). Isto quer dizer que uma grande parte dos inquiridos afirma que actualiza o/os blogue/s “mais de uma vez por semana” (54%). Os que assumem que a frequência é de “várias vezes ao dia” ainda são 10,3% e apenas um dos inquiridos refere que

só actualiza “raramente”. Verifica-se, assim, a possível interiorização de uma norma social, ou seja, eles/elas assumem o socialmente desejável, que é actualizar com frequência estes espaços, mesmo que na realidade isso não aconteça. Porém, se nos focarmos na diferença entre homens e mulheres verificamos que nenhuma das inquiridas refere que actualiza diariamente o blogue. Ou seja, 66,7% das mulheres actualizam “mais de uma vez por semana”, 16,7% “menos de uma vez por semana”, uma percentagem igual para as que actualizam “raramente”.

Estes dados remetem para a questão da disponibilidade temporal, dado que um blogue “exige tempo”, pois “para apresentar todos os dias um ou vários *posts* interessantes é necessária alguma pesquisa” (Barbosa & Granado, 2004: 19). Como o quotidiano feminino está tradicionalmente dividido entre a jornada laboral fora de casa e o trabalho doméstico, e uma vez que neste caso estamos a falar de mulheres com vida profissional activa, não será despendendo levantar algumas interrogações acerca da gestão do tempo.

De acordo com os resultados deste estudo exploratório, a blogosfera é uma fonte muito utilizada. Relativamente à frequência de visualização de blogues (numa escala de 1 a 6, em que 1 é “várias vezes” por dia e 6 “raramente”), a média dos homens é 1,88 (dp=0,87), enquanto a das mulheres é 2,50 (dp=1,23). Assim, a visualização por grande parte dos inquiridos é feita “várias vezes por dia” (43,7%). Nesta questão as mulheres também mostram que são usuárias menos frequentes, pois 50% das inquiridas referem visualizar blogues “mais de uma vez por semana” e 33,3% visitam “várias vezes ao dia”.

Quando questionados sobre os blogues que mais visualizam, os indivíduos manifestam preferência pelos “regionais” (43,7%), seguidos pelos “nacionais” (40,2%) e “internacionais” (29,9%). Todavia, esta distribuição não é unânime entre homens e mulheres, uma vez que eles manifestam preferência pelos blogues “regionais” e elas pelos blogues “nacionais” (83,3% das mulheres preferem estes espaços e somente 16,7% preferem os regionais). Neste sentido, a questão da proximidade com as temáticas abordadas parece ser central para os utilizadores que se apresentam como sendo do sexo masculino, que recorrem a este meio para saber mais informações ou para debater/intervir sobre assuntos que os afectam no dia-a-dia de forma mais directa.

Uma das características dos blogues é permitirem que os leitores possam fazer comentários. Paulo Querido e Rui Ene (2003: 9) referem que uma das características que distinguem os blogues das “‘antigas’ páginas pessoais em geral”, e que constituiu um dos seus “atractivos”, é a “interactividade, sob a forma de comentários dos leitores, que podem emitir opiniões sobre cada entrada do autor ou autores, ficando tais opiniões agregadas à entrada a que respeitam”.

Relativamente ao nível de participação em discussões lançadas nos blogues, a média dos homens é 2,89 (dp=0,89) e a das mulheres é 3,05 (dp=1,05) (numa escala de 1 a 5, em que 1 é “quase sempre” e 5 é “nunca”). Em termos gerais, 52,9% dos inquiridos dizem que participam “várias vezes”.

A única questão aberta que colocámos no questionário tinha como objectivo perceber porque é que os indivíduos participam na blogosfera. Sintetizando as repostas, a justificação para a “participação” está, em primeiro lugar, na “intervenção social” (23,9%), seguida da “apresentação de pontos de vista” (18,1%), do “debate” (14,7%) e do “exercício de cidadania” (5,7%). Segundo a literatura, o número de respostas às questões abertas tende a ser inferior, o que se verificou nesta pergunta, em que 75% dos homens e 50% das mulheres responderam.

Encontrámos várias respostas que aludem para a defesa de pontos de vista em relação a determinado assunto: “Porque discordo da opinião do autor do texto, ou realçando pontos de vista ‘esquecidos’”. A necessidade de expressar opiniões, sobretudo quando são diferentes da maioria, é apontada como uma justificação:

“Gosto de saber que não estou sozinho quando defendo determinado ponto de vista. Agrada-me a sensação de pertencer a um grupo, ainda que volátil e incorpóreo, com (pelo menos) algumas preocupações comuns. Ou seja, é a fuga necessária e saudável ao estado de facilitismo e anedota social em que Portugal vai mergulhando”.

Nesta questão também há quem foque o facto de a blogosfera permitir o anonimato dos participantes: “Acho que é interessante a discussão de pontos de vista sobre as matérias em apreço, ainda que aqui e além possa ser prejudicada pelo anonimato dos comentários”. Enquanto para alguns bloggers a possibilidade não ser reconhecido é encarada como uma mais-valia, há quem considere que pode prejudicar o debate. Aliás, este problema levantou-se no blogue ‘Avenida Central’ aquando da petição, pois alguns dos comentários eram muito ofensivos, o que levou à moderação por parte do autor do blogue, Pedro Morgado.

Há ainda um número considerável de respostas que frisam a importância do debate, da troca de conhecimentos entre pessoas que partilham interesses comuns: “Participo quando a discussão tem um bom nível que me permite adquirir mais conhecimento sobre o tema em questão” ou “Necessidade de debate e de espírito crítico construtivo”. Estas respostas indicam que para estes participantes a questão da criação de uma comunidade de partilha é essencial. Um dos bloggers refere que a blogosfera possibilita a “oportunidade de debater questões da actualidade que normalmente escapam ao debate ‘de café’ ou mesmo ao debate político, num espaço livre, com pessoas interessantes com quem partilho alguns interesses”. Esta ideia remete para a blogosfera como fonte de informação, ou seja, como uma alternativa ou

complemento aos meios de comunicação tradicionais. Numa das respostas menciona-se o “exercício de cidadania, dada a ‘ditadura’ imposta pelos ‘media’. Debate de ideias”. A blogosfera desenha-se como uma alternativa que começa a ganhar cada vez mais relevância para os cidadãos, que consideram que pode ser capaz de influenciar decisões políticas e mesmo de criar uma mobilização colectiva. “Por entender a sua importância no panorama nacional/regional”.

“Porque uma das virtudes da blogosfera é a democratização da informação. Esta já não está apenas no poder dos ‘media’ e poder debater e esclarecer (ou ser esclarecido) na blogosfera é um aliciente muitíssimo grande e se tudo for levado dentro das regras éticas e feito com sentido construtivo, poderá ser considerado como um grande acto de cidadania”.

O exercício da cidadania é igualmente apontado por alguns dos participantes. Utilizar a blogosfera como forma de intervenção social, com o objectivo de marcar a agenda pública (política e mediática).

“Porque entendo que a discussão é a melhor forma de chegar às melhores conclusões. Por outro lado, através do nosso trabalho na blogosfera é possível marcar a agenda da discussão pública e, deste modo, contribuir para a melhor reflexão dos agentes de decisão”.

A blogosfera é mesmo vista como uma ‘família’, um espaço de encontro de pessoas que criam laços de afinidade, mesmo que o ponto de encontro seja apenas o suscitar do debate. “Ter discussões com pessoas que se não fosse a blogosfera nunca se teriam...” ou “(...) Assim procedo com os outros membros da família”. Há quem apenas comente os *posts* quando já conhece o autor do blogue e sente que faz parte da sua rede de relações digitais: “Interesse pela questão e proximidade suficiente com o blogger”.

Pode-se, assim, concluir, no que se refere às motivações dos indivíduos que os homens apresentam respostas mais centradas na questão da cidadania, da intervenção, do debate e da troca de conhecimentos. As mulheres que responderam ao questionário apenas salientam a apresentação de pontos de vista.

Questionados acerca dos seus temas de interesse, numa pergunta de escolha múltipla, os bloggers indicaram sobretudo a “sociedade” (77%), a “política” (75,9%) e a “cultura” (67,8%). A “saúde” é o tema sugerido escolhido por menos pessoas (10,3%). A ordem de escolha é semelhante para homens e mulheres, à excepção da “cultura”, que surge em primeiro lugar nas escolhas do sexo feminino, em simultâneo com a “sociedade”, e em quarto das opções do sexo masculino. Curiosamente, as mulheres mostram maior interesse pela temática de “desporto” (33,3%) do que os homens (23,8%). Neste campo, convém mencionar que os/as bloggers também revelaram outras áreas de interesse que não estavam previstas nas

possibilidades apresentadas no questionário, sendo que na maioria dos casos estão relacionadas com as suas actividades profissionais ou áreas de estudo.

No que se refere ao número de amigos que possuem blogues (numa escala de 1 a 4, em que 1 significa “todos” e 4 “nenhum”), a maioria dos indivíduos que responderam ao questionário declara ter “poucos amigos” que possuam blogues (81,6%). Relativamente a esta questão, não se verificam diferenças no padrão de resposta. Questionados sobre a autoria dos blogues, os inquiridos referem conhecer maioritariamente “individuais” (82,1%) e, como era de esperar, da autoria de “homens” (56,9%), embora os inquiridos refiram também um grande número de blogues “mistos” (36,9%). Relativamente a esta questão, é de frisar que as mulheres referem conhecer maioritariamente blogues “mistos” (66,7%).

Como referimos, aquando da explicitação da metodologia adoptada, enviámos duas versões do questionário, uma para os bloggers das ‘Avenidas do Minho’ e outra para os comentadores dos *posts* da petição ‘Pelo Regresso do Eléctrico’. Nesta última versão questionámos os inquiridos, com possibilidade de resposta múltipla, sobre as razões que os/as levaram a comentar a petição no Avenida Central. O “envolvimento com os temas da cidade” aparece em primeiro lugar (50%), seguido da “importância da questão” (42,3%). Neste domínio, o padrão de resposta é semelhante para homens e mulheres. Há ainda quem refira que “a importância do transporte sobre carris”, o “interesse pelo modo de transporte ferroviário” ou “a mobilidade insustentável na cidade de Braga” é que estiveram na base da sua participação.

7 – Considerações Finais

Qual o nível de participação das mulheres na blogosfera? Quais os temas pelos quais se sentem mais envolvidas? Quem são essas mulheres que estão por detrás do ecrã? O que é que as faz participar? O sexo do blogger é um facto importante no tipo de participação? Será que a participação é percebida da mesma forma independentemente do alegado sexo de quem a produz?

As perguntas que se podem colocar sobre esta temática são muitas e têm os mais variados alcances. Mas muitas continuam, para já, sem resposta, uma vez que a participação de pessoas que assinam com nomes femininos neste estudo exploratório é de tal forma reduzida que dificulta qualquer leitura mais substancial. A par dos indicadores que dão conta da menor presença das mulheres na blogosfera, como já foi referido, há outros factores a ter em conta para explicar este reduzido número de pessoas que se afirmam do sexo feminino, que se prendem com o facto de o ponto de partida para esta análise ser um blogue de um homem,

com um forte pendor de intervenção regional, o que poderá deixar de fora do *blogroll* do ‘Avenida Central’ os blogues com outros centros de interesse, onde eventualmente a presença feminina seja mais numerosa.

Por outro lado, nesta mesma linha, o caso específico em análise – a petição ‘Pelo Regresso do Eléctrico’ – é um dossiê com implicações políticas, área em que, tal como refere a literatura, tradicionalmente não há uma elevada participação feminina na blogosfera. Perante estes resultados, será certamente interessante alargar o número de blogues em análise, incluindo espaços geridos por homens e mulheres, e de áreas diversificadas.

O facto de 56,9% dos inquiridos conhecerem blogues da autoria de homens é um indicador de que os resultados deste estudo poderão corresponder a uma tendência para, na região, haver um número inferior de blogues mantidos por mulheres. Há, contudo, que referir que há blogues mantidos com pseudónimos, que tanto podem ser de homens como de mulheres, mas que por uma questão de dominação simbólica, tal como acontece com os comentários assinados com nomes neutros, são muitas vezes associados ao sexo masculino.

O anonimato, os *nicks* e as identificações incompletas, como por exemplo, apenas um nome sem qualquer dado adicional, são uma realidade também a nível regional, o que faz com que haja quem destaque este como um dos aspectos mais negativos da blogosfera e aponte para a importância de elevar o nível da discussão. Esta não é uma preocupação circunscrita à realidade minhota, uma vez que é transversal a este fenómeno, mesmo com o Parlamento Europeu a incentivar a que se realize um “debate aberto sobre todas as matérias relacionadas com o estatuto dos blogues” (http://www.europarl.europa.eu/news/expert/infopress_page/039-37795-266-09-39-906-20080922IPR37794-22-09-2008-2008-true/default_pt.htm) e os sistemas judiciais a braços com casos diversificados (e.g. Carrol & Frank, 2007: 205).

Os dados obtidos não são surpreendentes porque estudos levados a cabo nos Estados Unidos e Inglaterra indicam que as mulheres mantêm blogues com conteúdos de carácter mais pessoal; privilegiam os aspectos mais sociais da blogosfera, ao contrário dos homens, que colocam a ênfase na informação; têm menos sofisticação técnica; e maior predilecção pelo anonimato (Pedersen & Macafee, 2007: 1488). Na mesma linha, Luíza Lobo, no livro *Segredos Públicos – Os Blogs de Mulheres no Brasil* (2007), coloca a tónica nos blogues como sucessores dos ‘diários íntimos’, através dos quais “as mulheres romperam o pacto de silêncio e transformaram-se nas protagonistas de enredos em que revelam as suas vidas para quem as quiser ler”, pese embora com a possibilidade do recurso ao anonimato (<http://oglobo.globo.com/saude/vivermelhor/mat/2007/04/20/295445507.asp>).

A “intervenção social” e o “debate” apresentam-se, para a nossa amostra, como as principais

razões que estão na origem da participação, quer através da manutenção de blogues próprios ou de comentários em blogues de outras pessoas, assinada com o nome próprio ou não. Num estudo sobre os blogues políticos em Portugal, João Canavilhas (2004: 19) constatou que, entre os que se dedicam à política local – esta categorização não é inteiramente aplicável ao ‘Avenida Central’, que não se resume a ser um blogue de política local, mas é a que mais se assemelha a necessidade de ter uma intervenção cívica é a motivação que reúne maior consenso, com todos os bloggers de acordo e 67% a afirmarem mesmo estar ‘totalmente de acordo’. O informar e ser informado e a necessidade de um espaço de opinião são as outras duas motivações que reúnem maior consenso. A tentativa de marcar a agenda mediática e a obtenção de reconhecimento público não recolhem o acordo destes bloggers, com esta última a merecer um ‘totalmente em desacordo’ de 67% dos inquiridos”.

O fenómeno da blogosfera tem, também, sido acompanhado com atenção crescente por parte dos actores políticos, a qual se pode verificar, por exemplo, pela presença no *blogroll* ‘Avenidas do Minho’ dos blogues do Gabinete de Comunicação da Câmara de Braga – Município de Braga (<http://municipiobraga.blogspot.com>) –, do líder da Coligação Juntos por Braga (PSD/CDS-PP/PPM) – Braga 2009 (<http://bracara2009.blogspot.com>) – ou das juventudes partidárias. Este fenómeno também é verificável no dossiê da petição, no qual os partidos políticos esclarecem as suas posições. A iniciativa acabou mesmo por chegar aos órgãos autárquicos, marcando a discussão política na Câmara e na Assembleia municipais.

A atenção conseguida pela iniciativa do blogger Pedro Morgado poderá estar, no entanto, relacionada com a cobertura que a comunicação social fez deste assunto (Ribeiro, 2008). Os artigos publicados na imprensa sobre a petição, desde jornais de âmbito nacional a publicações destinadas ao público da Universidade do Minho, mostram que a blogosfera é uma importante fonte de informação e que os *media* têm de estar atentos ao que por lá se passa, sob pena de deixarem de noticiar uma parte da vida colectiva. Não deve ser esquecido o facto de a blogosfera concentrar o contributo de especialistas nos mais variados temas, uma vez que, tal como refere Dan Gilmor (2005: 119), “os leitores (os telespectadores ou ouvintes) sabem mais do que muitos profissionais dos *media*”. Este acompanhamento tem sido feito através da criação de rubricas destinadas à citação de blogues ou do tratamento informativo dos temas lançados na blogosfera.

No caso em apreço, a primeira notícia sobre a petição *online* foi escrita por um jornalista-blogger, que se apercebeu do movimento que se estava a gerar em torno da ideia do regresso do eléctrico e lhe deu visibilidade nas páginas do *Jornal de Notícias* (Ribeiro, 2008).

“A blogosfera tem, portanto, potencialidades para identificar – e mesmo produzir – as

questões com as quais os meios de comunicação de massa devem trabalhar em determinado momento. Assim, ao proporcionar fontes fidedignas de opinião e informação que serão consultadas pelos profissionais dos meios de comunicação de massa, a blogosfera constitui-se como instrumento de medição dos interesses, opiniões e preocupações da sociedade e um meio (indirecto) de influência no debate e nas decisões políticas” (Montez & Gama, 2006: 518).

Se é ponto assente a importância do acompanhamento da blogosfera por parte dos meios de comunicação, de forma a auscultarem essa parte da realidade social, também é imperioso reconhecer o papel que os *media* têm na ampliação do debate em curso nos blogues. João Canavilhas dizia, em 2004, que “a passagem para a esfera pública”, para a “grande opinião pública”, parecia “continuar a depender do impulso dos *media* tradicionais”.

“O recurso aos *media* tradicionais resulta de uma negociação entre mediasfera e blogosfera, pelo que não deve ser vista como uma dependência de uma parte em relação à outra. Implicitamente, a projecção mediática da opinião produzida nos blogues é o “pagamento” pelo recurso dos *media* tradicionais aos blogues, enquanto fontes de informação e instrumentos versáteis que permitem uma informação rápida, complementar ao seu produto tradicional” (Canavilhas, 2004: 22).

A relação entre os meios de comunicação tradicionais e os bloggers tem vantagens mútuas e, depois do impacto inicial da adaptação do sistema mediático a estes novos meios de auto-edição, começa a tornar-se cada vez mais natural, com os *media* a multiplicarem o número de blogues, quer de cariz mais reflexivo ou de cobertura noticiosa de eventos. Inês Amaral (2006: 59-60) defende, aliás, que “os blogues e os seus autores são actualmente novos actores sociais intervenientes na sociedade”, que “influenciam directamente a estrutura sociopolítica da sociedade, na medida em que são representados como novos elementos providos de poder social”. A relevância que a sociedade lhes atribui “está directamente relacionada com a representação que têm nos *media*”.

Os blogues têm vindo a assumir protagonismo próprio. Luís Miguel Queirós (2008, 22 de Março: 6) sublinha que “um dos mitos sobre a blogosfera é que esta só adquire a visibilidade que os jornais e a televisão lhe dão, e não teria grande influência real e directa na sociedade. A manifestação de cem mil professores em Lisboa, em grande medida organizada através de blogues, como por exemplo o ‘Sala de Professores’, parece desmentir este juízo”.

O destaque que é dado aos blogues depende, portanto, de vários factores, entre os quais a credibilidade que lhes é atribuída. Como salienta Paulo Serra (2006b), esta pode surgir pelo facto de os bloggers já serem conhecidos, transferindo esse capital simbólico para a

blogosfera, como é o caso paradigmático do ‘Abrupto’, de Pacheco Pereira. Porém, no caso de blogues de anónimos ou de pessoas que não são conhecidas na esfera pública, a credibilidade pode ser intrínseca. Segundo Fogg (*in* Serra, 2006b: 9), pode falar-se de “credibilidade adquirida” (construída ao longo do tempo) e de “credibilidade reputada” (conseguida através dos prémios ganhos, tais como a distinção de blogue do ano).

Neste caso, trata-se do blogue do ano em 2007 na categoria Cidade/Região, que tem mantido uma actuação constante de intervenção cívica, traduzida no lançamento de outra petição *online*, desta feita em conjunto com o blogue ‘Vimaranes’, em defesa da ‘RTP com desporto para todos’ (http://www.ipetitions.com/petition/rtp_desporto/index.html), que motivou um requerimento de um deputado (<http://avenidacentral.blogspot.com/2008/07/as-dvidas-da-rtp-ii.html>), para além da resposta do gabinete do Provedor do Telespectador, uma iniciativa que mais uma vez teve eco na comunicação social.

Apesar disso e das cerca de 305 mil visitas do blogue (no início do dia 31 de Outubro de 2008), a importância do ‘Avenida Central’ não é um dos factores assinalados como motivos para a escrita de comentários sobre a petição. O “envolvimento com a vida da cidade” e a “importância do tema” são as razões mais apontadas, o que significa uma ligação ao espaço local, num contexto de globalização, remetendo para o conceito de “glocal”⁶ (e.g. Giddens, 1999; Castells, 1999; Robertson, 1999). A este resultado não será também alheia a questão da desejabilidade social, que leva as pessoas a optarem por dizer que participam pelo interesse da temática e não pela importância do blogue em si.

De notar que as respostas dos bloggers também destacam a questão da criação de comunidades de interesses (e.g., Jenkins, 2006; Yus, 2007), mesmo que digam que poucos amigos têm blogues (81,6%), o que não está isento de riscos:

“A blogosfera pode apresentar melhores resultados ao nível da identificação colectiva, uma vez que possibilita a criação de comunidades *online* com base em interesses comuns. A esta vantagem corresponde, porém, uma dificuldade na realização do projecto democrático, dado que o agrupamento por interesses pode traduzir-se em isolamento social. Ou seja, o blogue que se destina apenas a um certo tipo de público, ou a um grupo de interesse, pode reforçar a fragmentação social se não forem verificadas as ligações entre os diferentes pontos de vista e interesses que compõem a blogosfera” (Montez & Gama, 2006: 519).

⁶ Inês Amaral (2006: 51) diz que “o mapa não é o território da blogosfera. A desterritorialidade permite a expansão dos limites e a imensa teia de blogues está em permanente mutação, sempre interligada pelas (“umbiguistas”) ligações internas à própria blogosfera”.

O facto de as pessoas que participaram no debate sobre o dossiê do eléctrico serem jovens – mais novos do que os bloggers – é, contudo, um indicador positivo, que poderá acalantar algumas expectativas sobre o exercício da cidadania no futuro. Embora a blogosfera não seja a solução para o “desinteresse generalizado pelos assuntos políticos”, ela apresenta-se como “uma ferramenta que potencia a participação democrática” (Montez & Gama, 2006: 518), uma vez que as suas características transformam “este espaço virtual num fórum de discussão impar” (Canavilhas, 2004: 5). Se o facto de o blogger não ser obrigado a revelar a sua verdadeira identidade permite “uma participação mais descomprometida” (Canavilhas, 2004: 6), também se verifica que os abusos acontecem. No debate sobre a petição, 165 comentários foram colocados ao abrigo do anonimato. O autor do blogue chegou mesmo a intervir, pedindo contenção e eliminando alguns dos comentários. A moderação de todos os comentários foi accionada no blogue em Agosto de 2008.

Olhando para os dados obtidos, verifica-se que há perguntas que persistem e que precisam de respostas urgentes, depois deste contributo para o mapeamento de campo: Quais os motivos do aparente baixo nível de participação das mulheres na blogosfera? Será correcto falar de blogues femininos e masculinos? Porque é que muitas escondem a sua ‘verdadeira identidade’ sob a capa de *nicknames*? Será que a blogosfera está a funcionar como um mecanismo de reprodução dos estereótipos que foram sedimentados durante séculos? Ou poderemos encarar os blogues como ferramentas que visam a mudança social? Que instrumentos metodológicos se apresentam como os mais adequados para estudar este fenómeno?

A Internet faz parte das nossas vidas, desde o lazer até às actividades profissionais. Mas, tal como os jornais, que começaram por colocar simplesmente as edições impressas *online* (Pavlik, 2001), sem se aperceberem que estavam a lidar com uma realidade diferente, também por vezes ao nível da investigação se esquece que este é um meio com características diferenciadoras de todos os outros. Ao pensar em estudar o *online* é inevitável investir no desenvolvimento de metodologias para analisar adequadamente um meio onde as pessoas podem assumir quase instantaneamente múltiplas identidades, sem que a origem geográfica seja o factor preponderante (alguns estudos sobre a blogosfera com diferentes metodologias *in* Tremayne, 2007).

Se no caso da análise da imprensa há metodologias consolidadas, no campo da Internet ainda há um longo caminho a percorrer. Nesse sentido, um estudo sobre a presença das mulheres no ciberespaço também terá de incluir o aperfeiçoamento dos procedimentos, de forma a obter uma amostra representativa do universo em análise e a conseguir lidar com questões como a

possibilidade do anonimato de quem escreve comentários nas edições *online* dos jornais e mantém blogues ou a volatilidade do meio.

É, então, imprescindível caracterizar quem participa, quais as modalidades dessa participação, quais as motivações e quais as condições culturais, sociais e económicas que lhe são subjacentes, através de entrevistas, grupos focais e inquéritos. Num meio tão heterogéneo, importa também fazer uma análise qualitativa do conteúdo dos contributos, de forma a definir se há traços de identificação das vozes que se perfilam nas diferentes áreas.

Referências bibliográficas

- Amâncio, Lúcia & Oliveira, João (2006). 'Men as individuals, women as sexed category: Implications of symbolic asymmetry for feminist practice and feminist psychology'. *Feminism & Psychology*, Vol. 16, No. 1, pp. 35-43.
- Amaral, Inês (2006). A emergência dos weblogs enquanto novos actores sociais. *Revista Prisma*. [Em linha]. URL: http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n3_outubro_de_2006/a_emergencia_dos_weblogs_en_qua.html.
- Andrade, Pedro (2007). Corpo virtual e Web 2.0: escritas do feminino na Internet e na blogosfera. [Em linha]. URL: <http://www.cecl.com.pt/workingpapers/content/view/18/1/1/2/>.
- Barbosa, Elisabete & Granado, António (2004). *Weblogs – Diário de bordo*. Porto: Porto Editora.
- Barreno, Maria Isabel (1976). *A imagem da mulher na imprensa*. Lisboa: Comissão da Condição Feminina.
- Boczkowski, Pablo (1999). 'Understanding the development of online newspapers. Using computer-mediated communication theorizing to study Internet publishing'. *New Media & Society*, Abril.
- Bourdieu, Pierre (1999). *A Dominação Masculina*. Oeiras: Celta.
- Cabecinhas, Rosa (2007). *Preto e Branco – A naturalização da discriminação racial*. Lisboa: Campo das Letras.
- Cabo, Ruth *et al* (eds.) (2006). *Monitorización de la presencia de la mujer en la prensa digital española*. Madrid: Dirección General de la Mujer de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid.
-

- Calvo, Santiago & Fernández, Ana Sofia (2008). *La mujer y el inmigrante en Internet*, Martins. Moisés & Pinto, Manuel (org.). Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação ‘Comunicação e Cidadania’, Universidade do Minho, Braga. [Em linha]. URL: <http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/viewFile/155/151>.
- Canavilhas, João (2004). Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores? [Em linha] URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=canavilhas-joao-politica-e-weblogs.html>.
- Carroll, Brian & Frank, Bob (2007). ‘Blogs without borders: international legal jurisdiction issues facing blogs’, in Tremayne, Mark (ed.) (2007). *Bloggng, citizenship, and the future of media*. New York and London: Routledge.
- Castanheira, José Pedro (2004). *No reino do anominato – Estudo sobre o jornalismo online*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Castells, Manuel (2003). *O poder da identidade*, Volume II. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cerqueira, Carla (2008). *A imprensa e a perspectiva de género: As vozes femininas nas notícias de primeira página do Público e do Correio da Manhã*, in Actas das III Jornadas Internacionais de Jornalismo, Universidade Fernando Pessoa. [Em linha]. URL: <https://bdigital.ufp.pt/dspace/bitstream/10284/325/1/Actas%20das%20Jornadas%202008.pdf>.
- Cheta, Rita (2008, Março). Blogues e blogosfera.pt. OberCom. [Em linha] URL: <http://www.obercom.pt/client/?newsId=373&fileName=fr5.pdf>.
- Díez, Pilar (2005). *Representación de género en los informativos de rádio y televisión: Segundo Informe*. Madrid: Instituto Oficial de Rádio y Televisión. [Em linha] URL: www.rtve.es/oficial/iortv/SegundoInforme.pdf.
-

- Esteves, João Pissarra (2003). *Espaço público e democracia*. Lisboa: Edições Colibri.
- Farré, Jordi *et al.* (1998). *Telediario y género: la presencia de la mujer en los telediarios*. Barcelona: Institut Catalã de la Dona. [Em linha] URL: http://www.iaa.upf.es/formats/formats2/far_e.htm.
- Ferreira, Virgínia (2007). ‘Quando as mulheres eram computadoradoras’ – Reflexões em torno das variações da feminização da programação em informática’, in Amâncio, Lígia *et al* (eds.) *O longo caminho das mulheres – Feminismos 80 anos depois*. Lisboa: Dom Quixote.
- Freire, André (2003). Desempenho da democracia e reformas políticas – o caso português em perspectiva comparada [Em linha] URL: (http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?pid=S0873-65292003000300010&script=sci_pdf&tlng=).
- Fonseca, Pedro (2007). *Blogues proibidos*. Vila Nova de Famalicão: Centro Atlântico.pt.
- Gallagher, Margaret (1981). *Unequal opportunities: the case of women and the media*. Paris: UNESCO.
- Gallagher, Margaret (2004). ‘O Imperialismo de batom e a nova ordem mundial: As mulheres e os media no final do século XX’, in Silveirinha, Maria João (eds.) (2004) *As Mulheres e os Media*. Lisboa: Horizonte, pp. 64-96.
- Giddens, Anthony (1994). *Modernidade e identidade Pessoal*. Oeiras: Celta.
- Gilmor, Dan (2005). *Nós, os media*. Barcarena: Editorial Presença.
- Granado, António (2008, 26 de Setembro). Comunicação apresentada no Seminário ‘Jornalismo: Mudanças na Profissão, Mudanças na Formação’. Braga. <http://twitter.com/luissantos> [Acedido em 15-10-2008].
- Granieri, Guisepe (2006). *Geração blogue*. Barcarena: Editorial Presença.
-

- Kaye, Barbara (2007). Blog use motivations: an exploratory study, *in* Tremayne, Mark (ed.) (2007). *Bloggng, citizenship, and the future of media*. New York and London: Routledge.
- Lever, Eva (2008). Las mujeres e los blogs. Sala de Prensa. [Em linha] URL: <http://www.saladeprensa.org/>.
- Lakoff, Robin (1982). Language and woman's place, *Language in Society*, 2: 45-80.
- Lobo, Luíza (2007). Segredos Públicos – Os Blogues de Mulheres no Brasil. [Em linha] URL: <http://oglobo.globo.com/saude/vivermelhor/mat/2007/04/20/295445507.asp>.
- Lopes, Felisbela (2006). *Homens públicos, mulheres privadas – A presença da mulher na informação televisiva*. IX Congresso Ibercom. Sevilha – Cádiz [Em linha] URL: www.hapaxmedia.net/ibercom/pdf/LopesFelisbela.pdf.
- Macedo, Ana Gabriela (2007). 'Donna Haraway, o ciberfeminismo e as novas cartografias do feminino', *in* Amâncio, Lígia *et al* (eds.) *O longo caminho das mulheres – Feminismos 80 anos depois*. Lisboa: Dom Quixote, pp. 255-261.
- Montez, Rui Gama & João Vasco (2006). Esfera pública @ Blogosfera. *Revista Prisma*. [Em linha]. URL: http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n3_outubro_de_2006/esfera_publica_blogosfera.html
- Monteiro, Teresa & Policarpo, Verónica (2002). *As mulheres nos media portuguesas: um estudo exploratório*. [Em linha]: URL www.labcom.ubi.pt/agoranet.
- Mota-Ribeiro, Silvana (2005). *Retratos de Mulher – construções sociais e representações visuais do feminino*, Porto: Campo das Letras.
- Noguero, Roberto Vázquez (2007). A política no blog: onde está o debate? *Revista Prisma*. [Em linha] URL: http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n3_outubro_de_2006/.
-

- Oliveira, José Paquete, Cardoso, Gustavo, & Barreiros, José (2004). *Comunicação, cultura e tecnologias de informação*. Lisboa: Quimera Editores Lda.
- Oliveira, Rosa (2006). Cyberfeminismo x Feminismo: O que as mulheres fizeram com os blogs da Web?. [Em linha] URL:
http://www.fazendogenero7.ufsc.br/artigos/R/Rosa_Meire_Carvalho_de_Oliveira_36.pdf
[Acedido em 14-10-2008].
- Pavlik, John (2001). *Journalism and New Media*. Columbia University Press.
- Perdersen, Sara & Macfee, Caroline (2007). 'Gender differences in British blogging'. *Journal of Computer-Mediated Communication*, pp. 1472-1492.
- Pereira, Ana Cristina (2008, 30 de Junho). Pela primeira vez um blogue é suspenso por ordem do tribunal. *Público*, pag. 12.
- Pereira, João Pedro (2008, 4 de Outubro), Da conversa ao insulto, em pouco mais de um clique. *Público – P2*, pag. 6 e 7.
- Poster, Mark (1995). CyberDemocracy: Internet and the public sphere. [Em linha] URL:
<http://www.hnet.uci.edu/mposter/writings/democ.html> [Acedido em 15-10-2008].
- Queirós, Luís Miguel (2008, 22 de Março). Um país de blogues. *Público – P2*, pag. 6 a 9.
- Querido, Paulo & Ene, Luís (2003). *Blogs*. Vila Nova de Famalicão: Centro Atlântico
- Querido, Paulo (2008). “Bloguers e blogosfera.pt”: um caso de subversão dos ‘old media’. Mas Certamente que Sim! <http://pauloquerido.net/blogosfera/um-caso-de-subversao-dos-old-media> [Acedido em 15-10-2008].
- Quivy, Raymond & Campenhoudt, Luc Van (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
-

- Ribeiro, Luísa Teresa (2008). *Os novos caminhos da participação cívica a partir da blogosfera: o Avenida Central*, in Actas das III Jornadas Internacionais de Jornalismo, Universidade Fernando Pessoa. [Em linha] <https://bdigital.ufp.pt/dspace/bitstream/10284/325/1/Actas%20das%20Jornadas%202008.pdf>.
- Rodrigues, Catarina (2004). Blogs: uma agora na net. *Agora.net – Revista sobre Novos Media e Cidadania*, n.º 4. [Em linha] URL: <http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/04/rodrigues-catarina-blogs-agora-na-net.pdf>.
- Rodrigues, Catarina (2006a). *Blogs e a fragmentação do espaço público*. Covilhã: Universidade da Beira Interior. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. [Em linha] URL: <http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/pdfs/rodrigues-catarina-blogs-fragmentacao-espaco-publico.pdf>.
- Rodrigues, Catarina (2006b). Blogs regionais como espaços de cidadania e participação. *Revista Prisma*. [Em linha] URL: http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n3_outubro_de_2006/blogs_regionais_como_espacos_d.html
- Rodrigues, Catarina (2007). Blogues e o regresso da subjectividade. In Ledo Anadión, Margarita (ed.) (2007). *Comunicación local no espazo lusófono*. Santiago de Compostela: Asociación Galega de Investigadores/as en Comunicación.
- Rojo, Luisa & Gallego, Javier (1997). 'Argumentação e inibição: o sexismo no discurso dos executivos espanhóis', in Pedro, Emília (eds.) (1997) *Análise Crítica do Discurso – Uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho, pp. 313-352.
- Santos, Luís (2004). 'A 'explosão' dos weblogs em Portugal: percepções sobre os efeitos no jornalismo', Actas do II Congresso Ibérico de Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior. URL: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/3065>
-

- Silverinha, Maria João (2004). 'Representadas e representantes: as mulheres e os media', *Revista Media & Jornalismo*, Coimbra: Edições Minerva, 5: 9-30.
- Serra, Paulo (2006a). A relação entre os blogs e os outros media: o caso da blogosfera portuguesa. *Revista Prisma*. [Em linha]. URL: http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n3_outubro_de_2006/a_relacao_entre_os_blogs_e_os.html.
- Serra, Paulo (2006b). Web e credibilidade. [Em linha]. URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-web-credibilidade-blogs.pdf>.
- Soubrouillard, Régis (2008, 6 de Outubro). Faut-il en finir avec les commentaires des blogs? *Marianne* 2. <http://www.marianne2.fr/Faut-il-en-finir-avec-les-commentaires-des-blogs-a91814.html> [Acedido a 15 de Outubro de 2008].
- Torres, María Bella Palomo (2007). *Medios de comunicación: El escenario iberoamericano – Tendencias'07*. Fundación Telefónica e Ariel, pag. 216 a 225. [Em linha] URL: <http://www.casamerica.es/es/content/download/35122/240075/version/1/file/Anuario+de+Medios+Telef3nica.pdf> [Acedido em 15-10-2008].
- Tremayne, Mark (ed.) (2007). *Blogging, citizenship, and the future of media*. New York and London: Routledge.
- Turkle, Sherry (1997). *A vida no ecrã – A identidade na era da Internet*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Tuchman, Gaye (2004). 'O aniquilamento simbólico das mulheres pelos meios de comunicação de massas,' in Silverinha, Maria João (eds.) (2004) *As Mulheres e os Media*. Lisboa: Horizonte, pp. 139-153.
- Van Zoonen, Liesbet (2004). *Feminist Media Studies*. London: Sage Publications.
-