

7 Resultados da pesquisa

7.1. Introdução

Nesta etapa da pesquisa serão apresentados todos os resultados obtidos com a aplicação do questionário *online* (piloto e definitivo), segundo a metodologia apresentada no capítulo anterior.

Para dar aos *blogueiros* entrevistados a chance de enriquecer a qualidade das respostas, detalhando e justificando suas opções, foram também deixados campos abertos em algumas perguntas. E, sempre que pertinente, este conteúdo será apresentado como complemento aos dados estatísticos.

7.2. Resultado do questionário piloto

Dos 15 convidados - selecionados pelo pesquisador baseado no conhecimento prévio da capacidade técnica e analítica que o pesquisador tem de cada um e na premissa de que todo entrevistado deve ter um *blog* ativo - à participar da pesquisa, 14 responderam às questões e, somente, 1 acessou o questionário mas, não respondeu.

A análise dos resultados do teste piloto foi possível identificar uma boa aceitação dos *badges* entre os *blogueiros*, com 53,9% respondendo positivamente a questão: Você usa algum tipo de *badge* no seu *blog*? Enquanto 46,2% que disseram não.

Além disso, os três principais motivos para o uso dos *badges* apontados pelos usuários do teste-piloto foram:

- Considero uma maneira de trazer outros conteúdos interessantes, publicados por mim ou não, para o meu *blog* (42,9 %);
- permitem uma visão mais ampla das minhas atividades na Internet (28,6 %); e
- agregam valor ao meu *blog* (14,3%).

Além disso, foi interessante identificar que 61,5% dos entrevistados consideram o seu *blog* um veículo de mídia, o que reforça o fato de que a

competição entre os veículos de mídia tradicional e os *blogs* (ou conteúdo gerado pelo usuário) é uma tendência.

Na sequência são apresentados os resultados de forma detalhada divididos em dois blocos: o primeiro sobre os *blogueiros* e os *blogs*, e o segundo, mais específico, sobre *badges*.

7.2.1.

Sobre os *blogueiros* e os *blogs*

Conforme explicado, seguem as respostas das perguntas apresentadas na primeira parte do questionário piloto desta pesquisa, onde estão concentradas as perguntas mais relacionadas ao *blogueiro* e ao *blog*.

a) Quanto ao sexo

Conforme mostra a figura a seguir, 69.2% dos *blogueiros* respondentes eram do sexo masculino e 30.8% do sexo feminino.

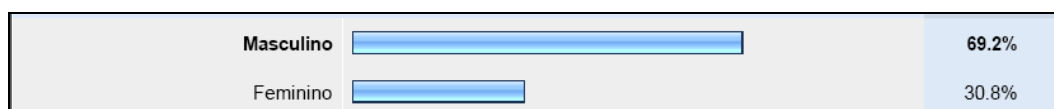


Figura 39: Percentual dos *blogueiros* dos sexos masculino e feminino (N=14).

b) Faixa etária

A faixa etária dos entrevistados ficou concentrada no intervalo entre 25-35 anos com 92.3%, seguido de usuários na faixa dos 36-45 anos com 7.7% como apresentado no gráfico.

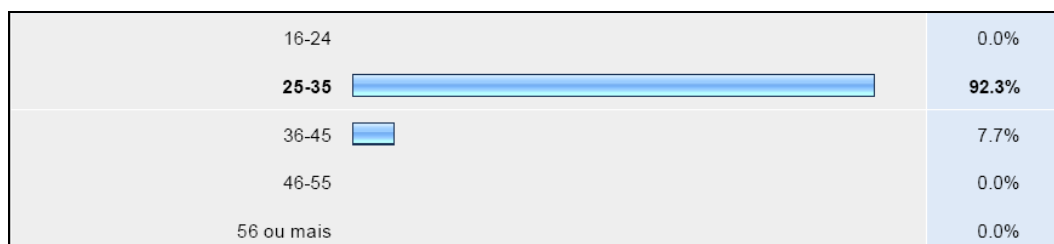


Figura 40: Faixa etária dos *blogueiros* (N=14).

c) Temas abordados no *blog*

Quais os principais temas abordados por você no seu *blog*? No questionário piloto esta pergunta foi feita de forma aberta para que fosse possível a coleta de algumas opções para uso posterior no questionário

definitivo, conforme será apresentado mais a frente neste capítulo. As respostas que tiveram o maior número de ocorrências foram:

- Usabilidade
- Tecnologia
- Internet
- Gadgets
- Design
- Arquitetura da Informação
- Cibercultura
- Música
- Comportamento
- Sociedade
- Variedades do meu dia-a-dia

d) Tempo de atividade do *blog*

Com relação ao tempo que os entrevistados mantêm seus *blogs* ativos, os itens 6 meses ou menos e 2 anos, empataram no número de respostas e apresentaram 30.8% das ocorrências. Também houve empate entre os períodos 1 ano e mais de 5 anos com 15.4% das respostas. Ambos seguidos do período de 4 anos que teve 7.7% das ocorrências, conforme apresentado no gráfico.

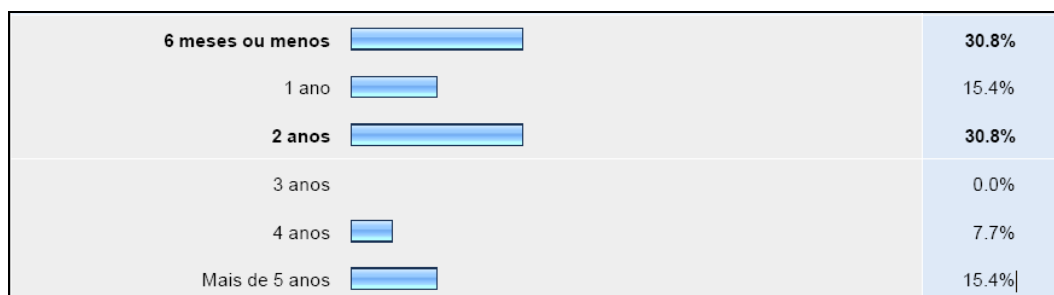


Figura 41: Tempo que os *blogueiros* já mantinham seu *blogs* em atividade (N=14).

e) Ferramentas de atualização do *blog*?

A maioria dos entrevistados, como 92.3%, usa como ferramenta de atualização dos seus *blogs*, o Wordpress. Somente 7.7% usa o *Blogger.com*. Não foram registradas ocorrências para as outras opções: *Blogger.com.br* (versão em português), *MovableType* e *Typepad* conforme gráfico abaixo.

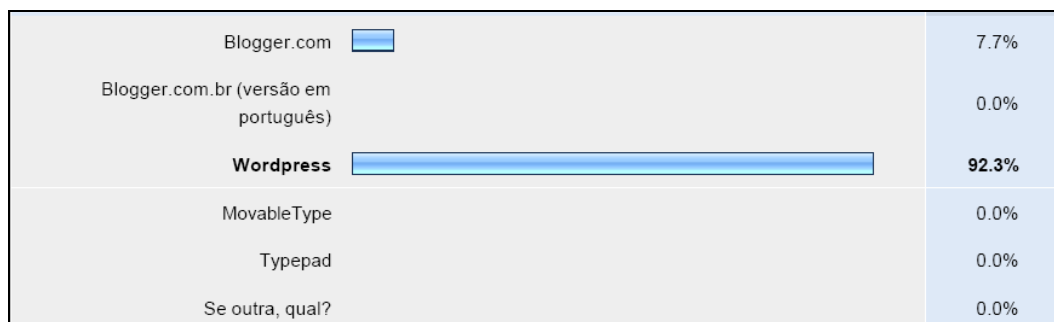


Figura 42: Ferramentas utilizadas pelo *blogueiros* na atualização dos *blogs* (N=14).

f) Frequência de atualização do *blog*

Quanto a frequência de atualização dos *blogs* o resultado indicou que a maioria dos *blogueiros*, com 23.1% das respostas, atualiza o *blog* de 15 em 15 dias, conforme pode ser observado no gráfico. Na sequência, vêm os que atualizam 3 vezes por semana e 2 vezes por semana, com 15.4% das ocorrências. Por último, mais não menos importante, com 7.7%, estão os que atualizam mais de duas vezes por dia e uma vez por semana. Não registraram nenhuma ocorrência as opções: mais de uma vez por dia, Diariamente, 5 vezes por semana e 4 vezes por semana.

Vale destacar que alguns usuários ressaltaram que a periodicidade de atualização dos seus *blogs* estava baixa no momento, conforme pode ser observado por declarações como: “*tem variado, mas a frequência de atualização anda muito baixa*”; “*não existe frequência*”; e “*Ando bem devagar, com atualização baixíssima...*”

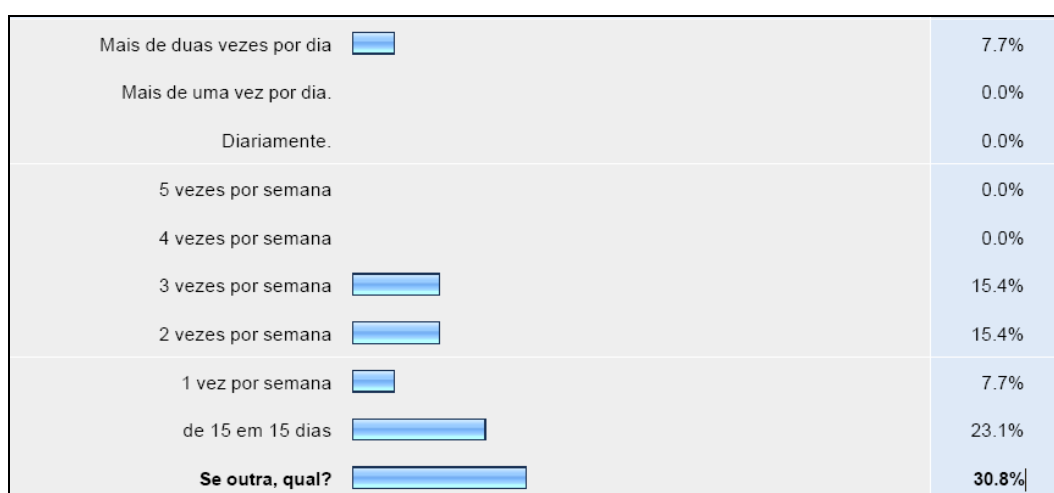


Figura 43: Frequência com a qual os *blogueiros* atualizam os *blogs* (N=14).

g) Acompanhamento da audiência e outros dados do *blog*

Boa parte dos entrevistados assumiu que não acompanha a audiência dos seus respectivos *blogs*. Tendo essa opção 38.5% das ocorrências. Já um percentual maior dos entrevistados acompanha a audiência dos *blogs* com o auxílio da ferramenta *Google Analytics.com*, cuja opção ficou com 53.9% da preferência.

As outras ferramentas (*StatCounter.com*, *Sitemeter.com*, *Histats.com*, *Nostats.com*, *Getclicky*, *Reinvigorate*, *Mint* e *Blogflux*) não foram selecionadas por nenhum dos participantes do questionário piloto, conforme indicado no gráfico.

Porém, é importante ressaltar, que é possível acompanhar a audiência dos *blogs* via ferramentas de hospedagem, como informou um dos entrevistados: *“Não costumo acompanhar com frequência, mas ao menos uma vez por ano confiro algumas estatísticas de acesso usando uma ferramenta própria do meu hosting, Dreamhost.”*

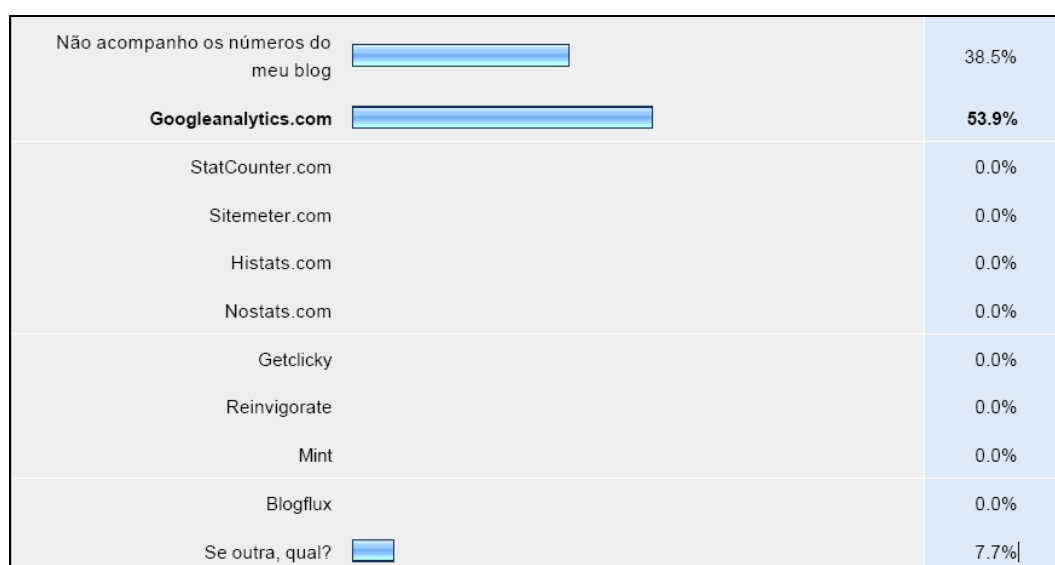


Figura 44: Ferramentas para acompanhamento da audiência utilizadas pelos *blogueiros* (N=14).

h) Relação *blog* x veículo de mídia

A maioria dos *blogueiros* que, respondeu ao questionário piloto, considera o seu *blog* um veículo de mídia com, 61.1%, contra 38.5% que não considera o seu *blog* um veículo de mídia, conforme apresentado no gráfico seguinte.

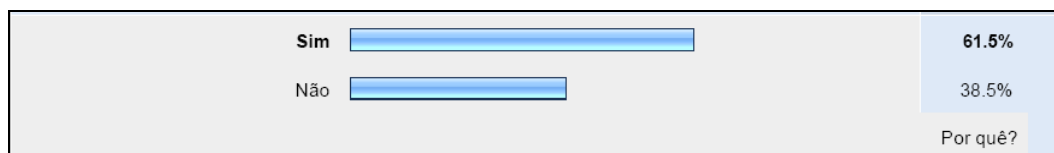


Figura 45: *Blogueiros* que consideram, ou não, seu *blog* como um veículo de mídia (N=14).

Entre as justificativas apresentadas para as respostas positivas estão:

“porque é um veículo de comunicação e compartilhamento de informações”;

“Um canal de mídia aberto, como interação.”;

“Me comunico através dele. Considero um veículo multimídia.”;

“Porque publica informações de forma distribuída e as informações possuem uma curadoria e valores de opinião.”;

“Por que é através dele que se faz a comunicação entre o que escrevo e os leitores”;

E entre as justificativas para não considerar o *blog* um veículo de mídia estão:

“Não é atualizado com frequência e não representa opiniões pessoais minhas, apenas um panorama das coisas q gosto sem entrar em méritos e julgamentos”;

“É apenas uma maneira de expor algumas idéias/opiniões.”; e

“Acho muito forte meu blog ser considerado um veículo de mídia, acho que ele ainda se mantém como um weblog bem pessoal e sem pretensões maiores.”

7.2.2. Sobre *badges* e *blogs*

Neste bloco de perguntas do questionário foram concentradas as perguntas relacionadas ao uso de *badges* e a relação desses aplicativos com o *blog*.

i) Uso de *badge(s)* no seu *blog*

Houve um equilíbrio entre os *blogueiros* que usam algum tipo de *badge* e os que não usam. Mesmo assim, os *blogueiros* que usam *badges* têm ligeira maioria, com 53.9%, contra 46.2% que disseram não usar, conforme mostra o gráfico.

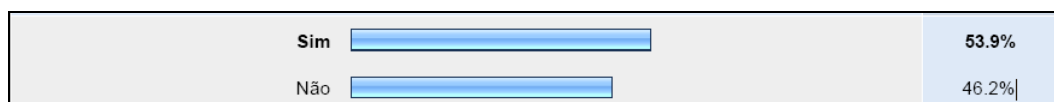


Figura 46: *Blogueiros* que usam, ou não, *badges* em seus *blogs* (N=14).

j) Motivo para inclusão de *badge(s)* no *blog*.

Dentre as opções apresentadas para representar o principal motivo para a inclusão de um *badge* no *blog*, as que receberam maior número de ocorrências foram:

- Considero uma maneira de trazer outros conteúdos interessantes, publicados por mim ou não, para o meu *blog* (42.9%)
- Permitem uma visão mais ampla das minhas atividades na Internet (28.6%):
- Agregam valor ao meu *blog* (14.3%)

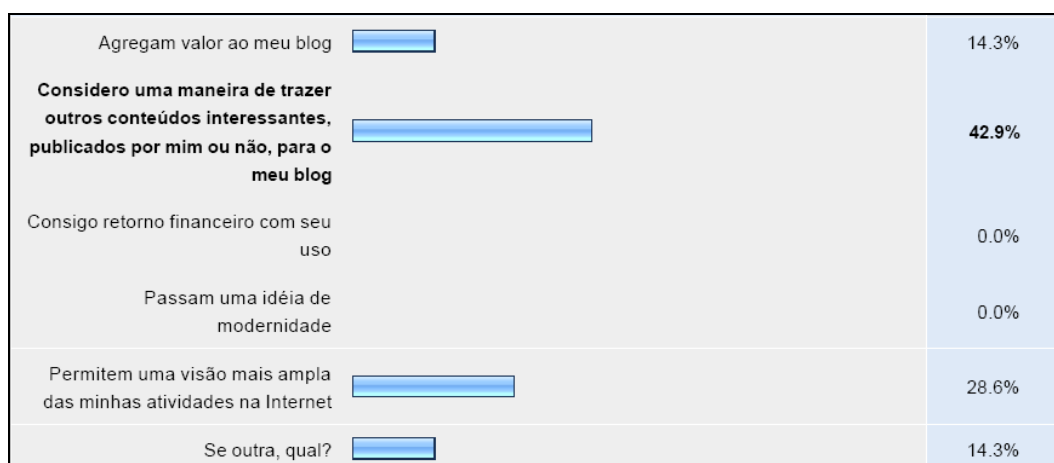


Figura 47: Principal motivo para uso de *badgs* em *blogs* de acordo com os *blogueiros* (N=14).

k) Local onde são encontrados os *badges* para uso no seu *blog*

A grande maioria dos *blogueiros*, com 85.7%, disse que encontra os *badges* que usa ou gostaria de usar nos *sites* que usa e navega regularmente. As centrais que oferecem várias opções como Yahoo e Microsoft ficaram em segundo lugar com 14.3%. A opção em outros *blogs* que já usam *badges* não recebeu votos, conforme pode ser observado no gráfico.

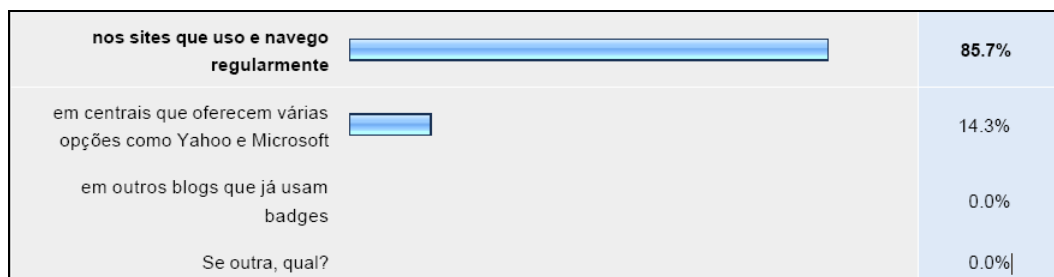


Figura 48: Locais onde os *blogueiros* encontram *badges* que usam ou que gostariam de usar (N=14).

I) Sinalização dos *badges*

O gráfico mostra que na opinião dos *blogueiros*, o que melhor pode sinalizar a oferta de *badges* em um página é uma expressão é:

- Uma expressão, nome ou palavra (57.1%)
- *Link* na navegação do *site* (28.6%)
- Ícone ou símbolo (14.3%)

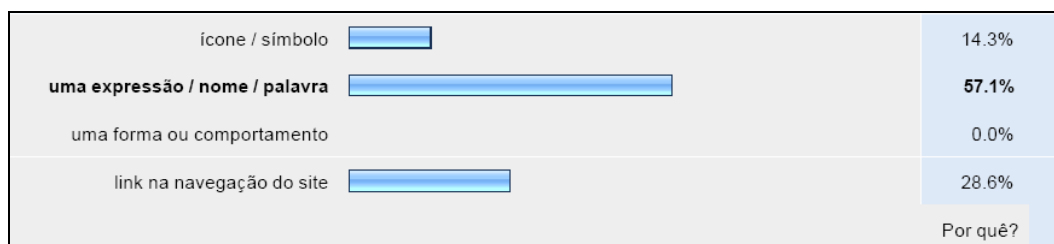


Figura 49: Melhor forma de sinalização de *badges* de acordo com os *blogueiros* (N=14).

Mais uma vez, os *blogueiros* contribuíram justificando suas escolhas. Entre as justificativas destacam-se:

“Se conseguir uma sinalização e uma expressão única para Badge já seria muito bom. Hoje temos uma confusão com os nomes, em alguns lugares chamam de Badge e em outros de Widgets”

“Sempre procuro pela palavra Widget no site para saber se ele oferece o serviço.”

m) Valor da customização

A customização é de grande importância para 71.4% dos *blogueiros*. E só 28.6% não a valorizam, como pode ser visto no gráfico. Os *blogueiros* justificaram a escolha favorável à customização da seguinte forma:

“Customizo o tipo de informação que quero oferecer e deixo de acordo com a aparência do meu blog.”

“Sim, pois assim podem ser integrados mais naturalmente ao layout do meu blog”

“Sim, é impossível agradar todos os usuários com apenas uma oferta de badge, a possibilidade de customizá-lo vai com certeza atingir um público maior.”

Houve uma única justificativa em defesa da aplicação dos *badges* sem customização:

“A customização elimina características gráficas que remetem a fonte de origem.”

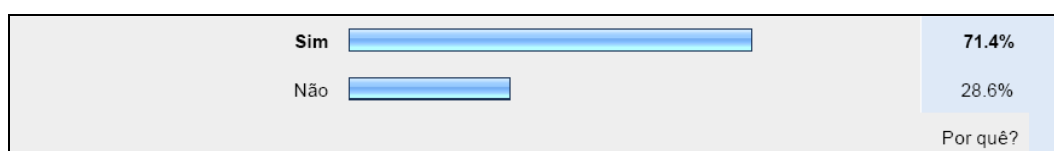


Figura 50: Valor da existência de customização dos *badges* de acordo com os *blogueiros* (N=14).

n) Funções da customização dos *badges*

Entre as opções que representam o que é mais importante na customização dos *badges*, escolher a cor dos elementos (fonte, fundo, *link*, título) é a de maior importância para os *blogueiros* com, 42.9%, seguida por Escolher o tipo de mídia apresentado no *badge* (texto, foto, vídeo, áudio) e Escolher a forma de apresentação do conteúdo com, 28.6% 2. “Escolher o título do *badge*” e “Escolher a tecnologia utilizada no *badge* (flash, html/JavaScript)” não registraram nenhuma ocorrência conforme é apresentado no gráfico.

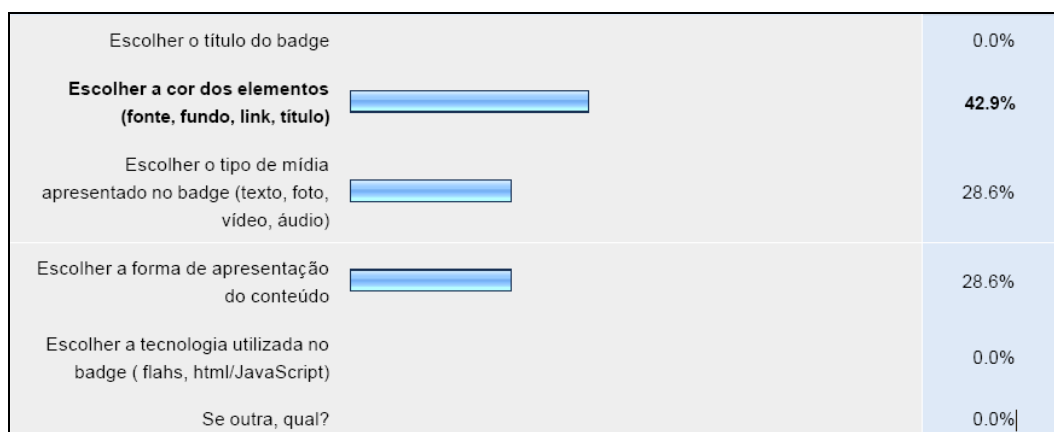


Figura 51: Funções mais importantes para customização dos *badges* de acordo com os *blogueiros* (N=14).

o) Visualização prévia da customização do *badge*

Essa é uma unanimidade entre os *blogueiros*. Todos (100%) concordam que esta é uma funcionalidade fundamental da página de customização dos *badges*, conforme mostra o gráfico.

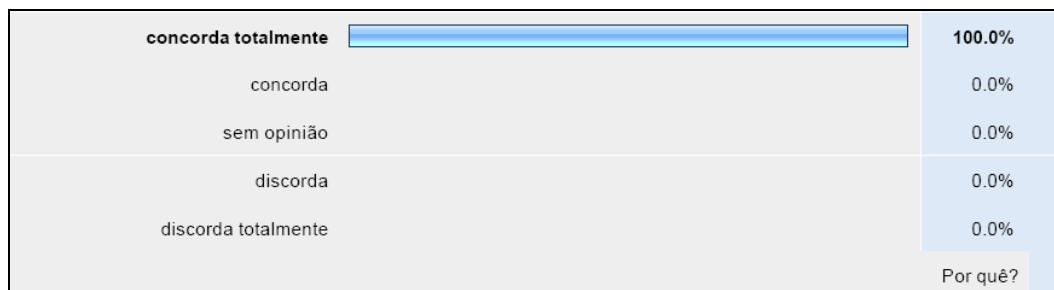


Figura 52: Importância da visualização prévia da customização dos *badges* para os *blogueiros* (N=14).

E as principais justificativas são bastante contundentes:

“Para ter segurança do que estou inserindo e não haver retrabalho de edição depois de concluído.”

“Indispensável, o usuário ter a possibilidade de customizar um badge e não visualizar suas modificações não faria sentido. Como ele descobriria se está bom? Publicando no site é que não pode, tem que acontecer uma avaliação prévia.”

p) Mudanças, diferenças, alterações no *blog* com uso de *badge*

Os *Blogueiros* também foram questionados sobre possíveis alterações nos seus *blogs* após a implementação de algum tipo de *badge*. E, como esta era uma pergunta aberta, os *blogueiros* que responderam deixaram claro que os *badges* são uma ferramenta complementar aos *blogs*, conforme pode ser observado por algumas respostas:

“Não, porem a sensação de estar entregando algo um pouco mais relevante é confortante”

“Sim, alguns alunos meus vão até o meu blog para ver ou o que eu escrevi ou até mesmo consultar algum badge”

“Mais completo, com informações mais relevantes dentro do contexto blog pessoal.”

q) Comentário, crítica, sugestão sobre os *badges*

Os *blogueiros* deixaram comentários no mínimo interessantes sobre *badges* de uma maneira geral. Podemos destacar a observação sobre os *badges* causarem algum tipo de lentidão no carregamento dos sites:

“Badges podem deixar seu site lento devido ao código (javascript ou actionscript etc) e prejudicar o “core” do seu site. Badges são aperitivos de coisas de seu interesse e não a mensagem principal”

Outro ponto relevante diz respeito a falta de uma nomenclatura padrão que gera dúvidas na hora de procurar esse tipo de recurso, conforme reforça um dos usuários ouvido na pesquisa:

“Ainda não vejo nome “badge” como um padrão para esse tipo de elemento. Observo grandes sites nomeando os “badges” de “widgets”. O meu entendimento de widgets é: Mini aplicativos rodando numa plataforma num OS. O nome Badge tende a se tornar padrão no futuro para definir um widget que roda num browser? Ou tende a desaparecer e tudo será considerado widget?”

E por último, mas não menos importante está a observação relativa à relevância dos *badges* para a integração de conteúdos variados em uma única página:

“Acho a ‘popularização’ dos badges uma das melhores evoluções da internet atual, a possibilidade de integrar diferentes conteúdos e sites em apenas uma página (e com conteúdo dinâmico) acrescenta um valor enorme a ela.”

r) Principais motivos para NÃO usar *badges* no seu blog

Os *blogueiros* que disseram não usar *badges*, 46.2%, conforme visto anteriormente, não apontaram motivos concretos para tal. Um dos mais diretos afirmou que os *badges* têm:

“dificuldade de instalação e poluição visual (pouco aderente ao template do meu blog).”

Outros apontaram como principal motivo o fato de ser:

“uma “blogueira” iniciante, ainda não dediquei atenção suficiente ao assunto”

E para finalizar vale registrar que outro *blogueiro*:

“Não uso por mero acaso. Fiz eu mesmo a maior parte da customização do meu blog, adaptando códigos que encontrei nos fóruns de discussão do próprio Wordpress para que concretizar projeto que eu mesmo havia criado. Até o momento, tudo o que eu planejei consegui desenvolver eu mesmo, sem precisar puxar conteúdo de outro lugar ou aplicar códigos externos no meu site. Mas, a princípio, não tenho nenhuma reserva quanto ao uso de badges - simplesmente não precisei nesta versão do meu site. Na versão anterior usei um do Flickr, para exibir thumbnails das minhas fotos mais recentes. Mas na versão atual do meu site, deixei isso de lado.”

Já outro, “não acho relevante, devido ao perfil atual do meu blog, mostrar conteúdo de outros sites ou ainda outros conteúdos de minha autoria cadastrados em outros sites, como Twitter ou flickr.”

7.3.

Resultado do questionário definitivo sobre a estratégia e a usabilidade dos *badges* na web 2.0

Com base no resultado obtido no questionário piloto foram feitos alguns ajustes nas perguntas, opções de resposta e ordem lógica de apresentação das questões, como detalhado no capítulo anterior. Manteve-se a divisão do questionário em dois blocos, sendo o primeira sobre os *blogueiros* e *blogs*, e o segunda, mais específica, sobre *badges* e *blogs*.

Da mesma forma que no questionário piloto, não serão divulgados - conforme informado no e-mail que convidou os 500 *blogueiros* selecionados para responder o questionário definitivo - nome, e-mail e URL (endereço eletrônico) dos *blogs*.

Vale lembrar que – seguindo a fórmula do questionário piloto – para dar aos *blogueiros* entrevistados a chance de enriquecer a qualidade das respostas, detalhando e justificando suas opções foram deixados campos abertos em algumas perguntas que compunham o questionário. E, sempre que pertinente, este conteúdo será apresentado de forma a enriquecer os resultados da pesquisa.

Para completar, é importante ressaltar que dos 500 *blogueiros* convidados, 124 aceitaram participar da pesquisa, ficando as respostas dispostas da seguinte forma:

7.3.1. Sobre os *blogueiros* e *blogs*

Nesta primeira parte da apresentação dos resultados obtidos com a aplicação do questionário *online* são trabalhados dados relativos às questões que envolvem o *blogueiro* e o *blog*.

a) Quanto ao sexo

A pesquisa registrou uma forte predominância de *blogueiros* do sexo masculino, com 85% contra 15% do sexo feminino, conforme mostra a figura.

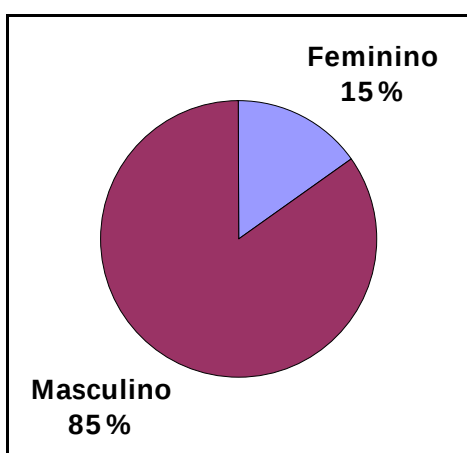


Figura 53: Importância da visualização prévia da customização dos *badges* para os *blogueiros* (N=124).

b) Faixa etária

Conforme é exibido no gráfico, duas faixas etárias concentraram a maioria das respostas: 25-35 anos, com 49.5% e 16-24 anos, com 36% dos respondentes. Na seqüência ficou a faixa de 36-45 anos com 11.7%, depois 46-55, com 1.8% e com apenas 0.9% 56 ou mais. Ou seja: existe uma concentração na faixa 16 a 35 anos, sendo que praticamente metade tem de 25 a 35 anos.

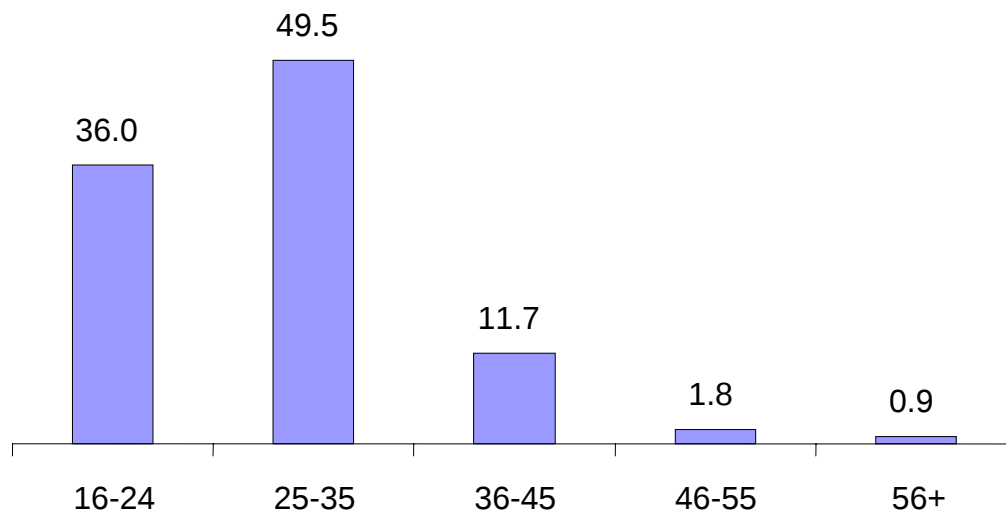


Figura 54: Importância da visualização prévia da customização dos *badges* para os *blogueiros* (N=124).

c) Temas abordados no *blog*

Dentre as opções de temas apresentadas – com base no questionário-piloto - as opções com maior incidência foram:

- Internet (62.4%)
- Tecnologia (52.3%)
- Comportamento (42.2%)
- Variedades do meu dia-a-dia (41.3%)
- Cibercultura (33%)
- Sociedade (32.1%)
- Música (25.7%)
- Gadget (19.3%)
- Design (15.6%)
- Usabilidade (11%)
- Arquitetura da Informação (7.3%)

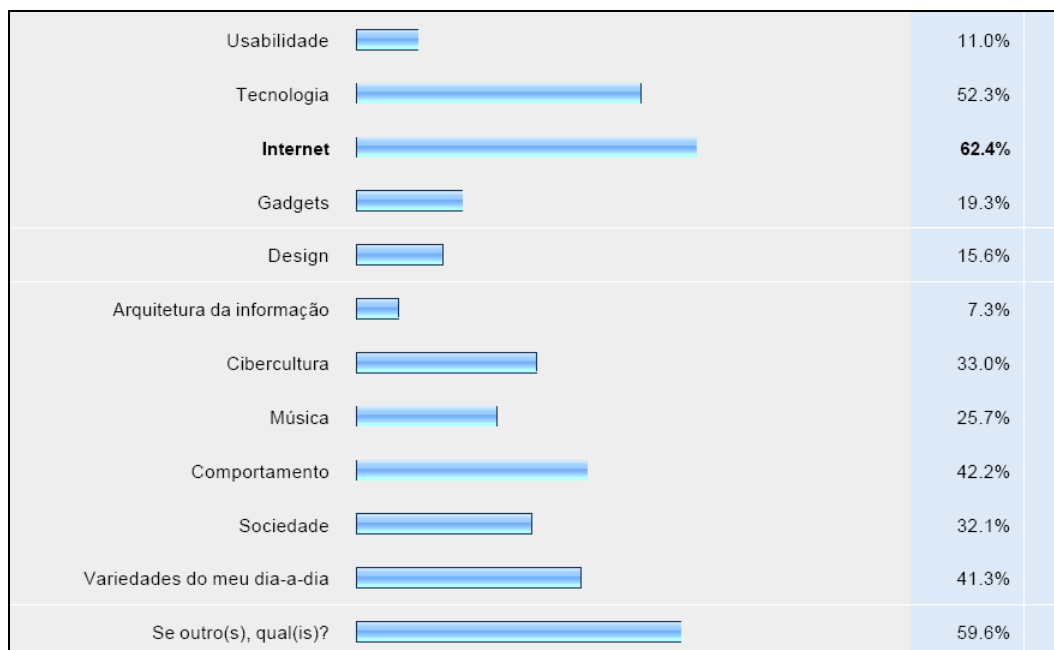


Figura 55: Principais temas abordados pelos *blogueiros* em seus *blogs* (N=124).

d) Tempo de atividade do *blog*

Mesmo a maioria dos *blogs* tendo sido iniciado há um ano com 35.8% das ocorrências foram registradas 19.3% com dois anos, 15.6% com quatro anos e 8.3% com mais de cinco anos.

E, alinhado a outros números apresentados nos capítulos iniciais deste trabalho, 11.9% dos *blog* têm 6 meses ou menos, como podemos ver no gráfico. Isso representa que há um percentual significativo de *blogs* novos sendo criados.

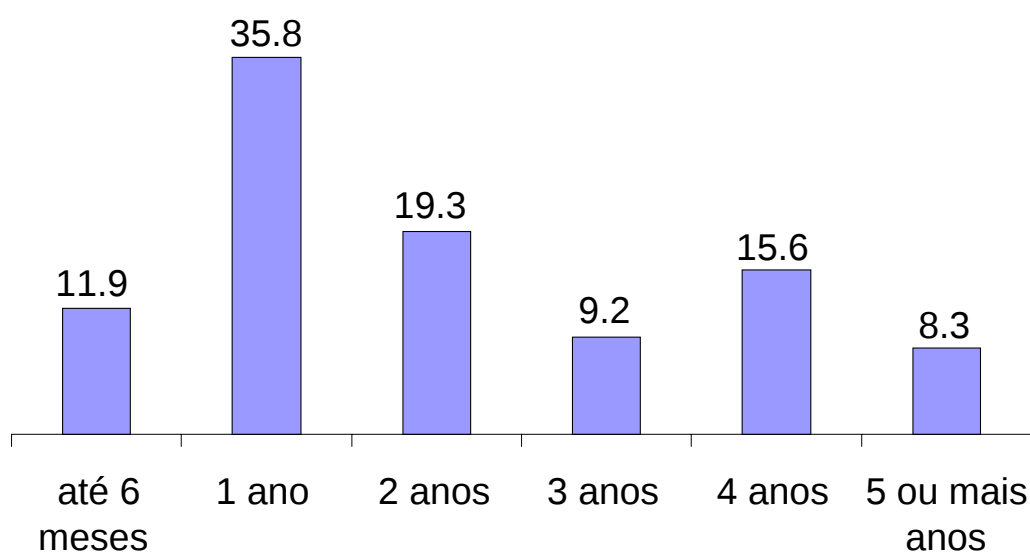


Figura 56: Tempo de atividade do *blog* de acordo com cada *blogueiro* (N=124).

e) Ferramenta de atualização do *blog*

A ferramenta mais usada para a atualização dos *blogs* pelos *blogueiros* que participaram dessa pesquisa é o Wordpress, com 60% das ocorrências. Segundo relatório do IBOPE/NetRatings o “Wordpress.com cresceu 1.019% entre julho de 2006 e julho de 2007, chegando a 7.8% do total de internautas residenciais brasileiro”.

Depois vem o *blogger.com*, com 15%, MovableTypes, com 6%, *Blogger.com.br*, com 5% e B2 Evolution, com 3%. O restante dos *blogueiros* ouvidos – 11% - disse usar outras ferramentas.

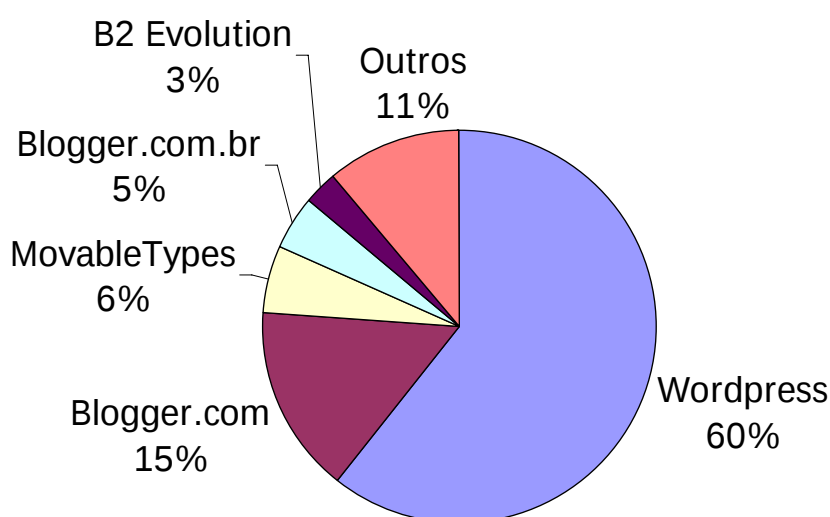


Figura 57: Ferramentas de atualização mais utilizadas pelos *blogueiros* (N=124).

f) Frequência de atualização do *blog*

A maioria dos *blogueiros* apresenta um alto índice de atualização conforme detalhado abaixo:

- Mais de duas vezes por dia (11.9%)
- Mais de uma vez por dia (7.3%)
- Atualizam diariamente (30.3%)
- 5 vezes por semana (20.2%)

Ou seja: 71% atualiza o *blog* 5 ou mais vezes por semana, como é apresentado no gráfico. Na faixa de 4 vezes por semana temos 8.3% seguidos de 7.3% que atualizam 3 vezes por semana. Aqueles que atualizam o *blog* 1 vez

por semana são 5.5% da amostra e 2 vezes por semana 4.6%. E por último estão os que atualizam de 15 em 15 dias com 0.9%



Figura 58: Frequência de atualização dos *blogs* de acordo com os *blogueiros* (N=124).

E, numa análise que aglutina algumas das opções fica ainda mais evidente que a frequência de atualização dos *blogs* é bastante alta. Como dito anteriormente podemos ver na figura 59 que, 71% dos *blogueiros* atualiza o seu *blog* 5 ou mais vezes por semana. Na faixa de 3 a 4 vezes por semana temos 16% e 13% atualizam ocasionalmente, o que significa 2 vezes por semana ou menos.

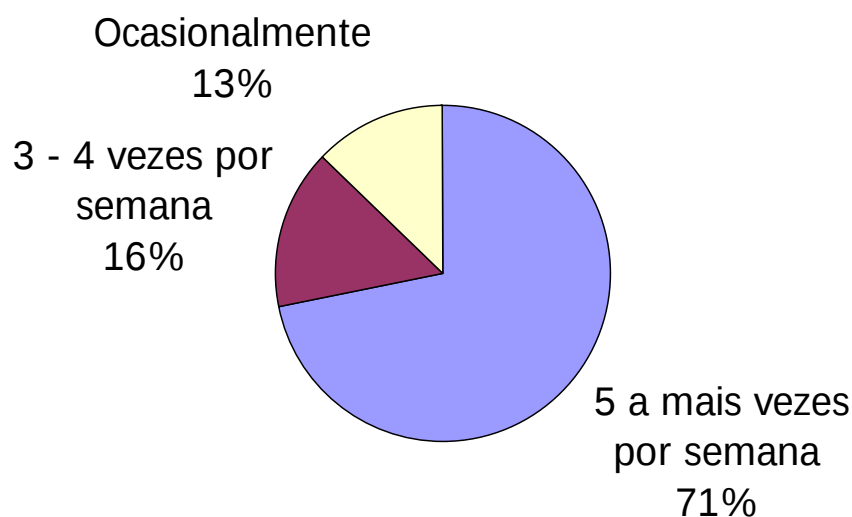


Figura 59: Frequências aglutinadas de atualização dos *blogs* de acordo com os *blogueiros* (N=124).

g) Acompanhamento da audiência e outros dados do *blog*

Como pode ser observado no gráfico, o *Google Analytics.com*, com 62.4% das ocorrências é a ferramenta preferida pelos *blogueiros* para acompanhamento da audiência e de outros dados do *blog*.

É importante destacar também que 1.8% dos *blogueiros* não acompanham os números dos *blogs*.

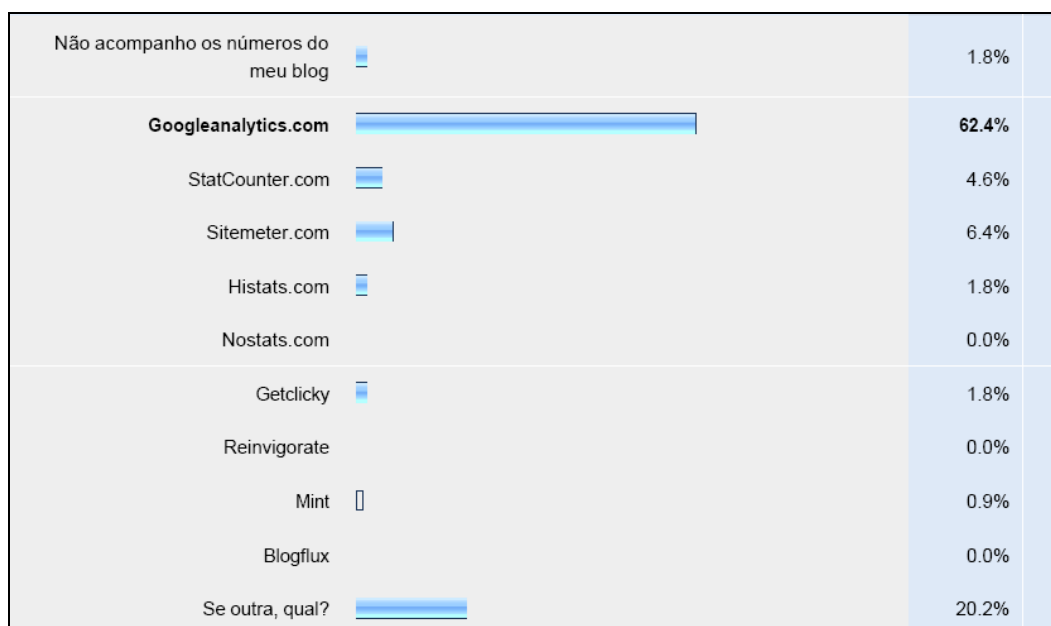


Figura 60: Ferramentas preferidas pelos *blogueiros* para acompanhamento da audiência do *blog* (N=124).

As respostas abertas - como algumas das destacadas acima – junto com os dados já apresentados sobre acompanhamento de audiência, expuseram mais algumas facetas sobre o acompanhamento da audiência e outros números dos *blogs*, pelos *blogueiros*.

Pode-se dizer que 98% dos *blogueiros* acompanham, de alguma forma, a audiência do *blog*. Alguns deles, mais precisamente 5% usa mais de uma ferramenta. E 8% usa a ferramenta fornecida pelo prestador de serviço de hospedagem, conforme mostra o gráfico seguinte.

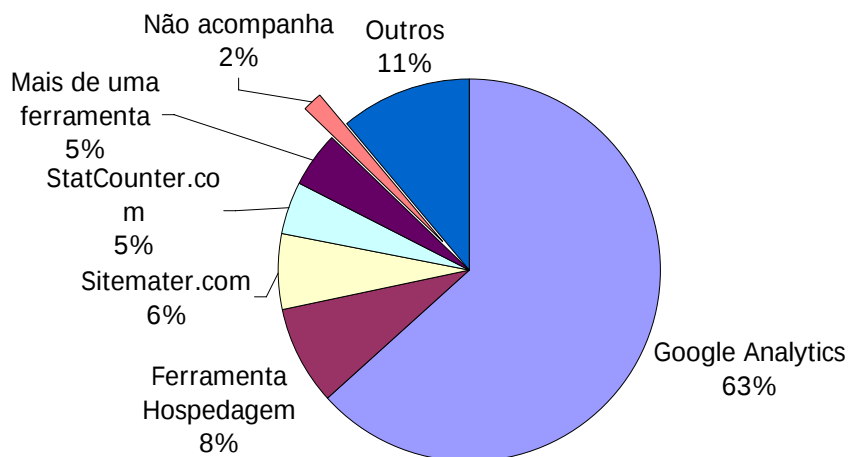


Figura 61: Acompanhamento da audiência do *blog* pelos *blogueiros* (N=124).

h) Relação *blog* x veículo de mídia

A grande maioria, como pode ser observado na figura 62, considera o seu *blog* um veículo de mídia, com 87% das ocorrências.

Como no teste piloto, muitos *blogueiros* justificaram suas respostas e com isso passaram informações e exploraram conceitos importantes para o entendimento de alguns pontos como: influência e credibilidade, relevância, espaço para debate de assuntos, cobertura de eventos locais, publicidade.

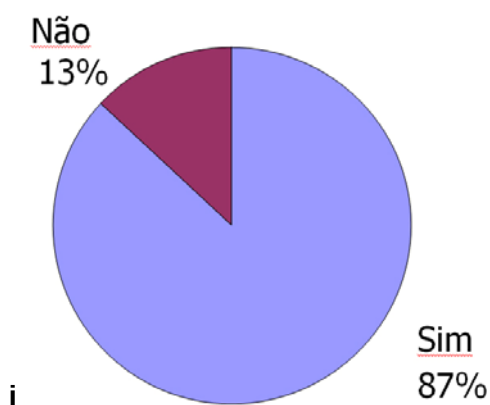


Figura 62: *Blogueiros* que consideram, ou não, seu *blog* um veículo de mídia (N=124).

A seguir algumas justificativas para as respostas positivas sobre o fato de encarar o *blog* como um veículo de mídia:

“Sim. Embora o meu *blog* não seja jornalístico, na acepção restrita da palavra em que ela determina apuração de informações, a opinião e algumas informações presentes podem influenciar, para o bem ou para o mal, a visão de outros. Essa influência é muitas vezes uma das características da mídia tradicional.”

“Sim. Porque meus artigos estão acessíveis a qualquer pessoa com acesso à internet, sem custo algum - ao contrário de jornais, revistas e etc - e com uma enorme facilidade. Considero mais relevante e confiável uma resenha e/ou avaliação de um produto por um blogueiro que conheço, com credibilidade do que jornais e revistas, que muitas vezes puxam a casaca para o cara que anuncia no mesmo. Já com os blogs não há isto, até mesmo porque os blogueiros não tem controle sobre os anúncios que são exibidos em seus blogs (considerando que a maioria esmagadora usa Google AdSense para monetizar). Acredito que os blogs vieram para ficar e para expor a opinião das pessoas que por muito tempo não tiveram onde expor suas idéias e seus conhecimentos.”

“Sim. Não entrando no mérito da relevância, pois isso varia conforme o blog (lembrando que a relevância também pode ser aplicada para outros tipos de mídia), blogs são por natureza veículos de mídia. Assim como existem pessoas que buscam jornais e revistas, muitas outras lêem blogs buscando pontos de vista e informações que não sejam pasteurizadas por um jornal qualquer. Outro ponto que deve ser considerado quando pensamos no blog como mídia, são as pessoas que utilizam o Google buscando informações variadas. Blogs e outros tipos de mídia disputam o espaço das primeiras páginas de igual para igual, associando este fato a incapacidade de muitas pessoas em diferenciar um jornal de um blog, o blog ganha status de fonte de informação sobre aquilo que foi buscado. Veja bem, mais uma vez não devemos levar em conta a relevância e eficácia da informação encontrada, seja em um blog ou jornal, mas seu posicionamento em sites de busca, que, na maioria das vezes, transforma o blog em um veículo de mídia. É uma questão complexa, não sei se fui claro.”

“Sim. Todo blog com conteúdo escrito de forma séria e visando informar um determinado público pode ser considerado, por mim, um veículo de mídia. As fontes de informação se apresentam hoje nas mais variadas formas, desde o papel até o SMS. Sendo assim, os blogs já têm seu espaço definido como ferramenta de veiculação de informações. Aliás, o destaque deste tipo de mídia acontece eventualmente, tanto no Brasil quanto no exterior.”

Existem também, claro, justificativas contrárias ao fato de encarar um *blog* com um veículo de mídia. Na sequência pode-se observar algumas delas:

“Não. Acho que o alcance do blog é pequeno, assim como o número de leitores fixos.”

“Não. O blog é usado apenas para assuntos relacionados com informática, download, dicas.”

“Não. Há muito mais por trás de um veículo de mídia do que um rapazote escrevendo descobertas e dicas que descobre”

“Não. devido ao baixo número de acessos e por não tratar dos assuntos abordados com seriedade”

7.3.2. Sobre *badges* e *blogs*

Da mesma maneira que no questionário piloto, este bloco de perguntas do questionário concentrou as perguntas relacionadas ao uso de *badges* e a relação desses aplicativos com o *blog*.

i) Uso de *badge(s)* no seu *blog*

Entre os *blogueiros* pesquisados, a maioria, com 64%, disse que usa *badges* em seus *blogs* contra 36% que disse não.

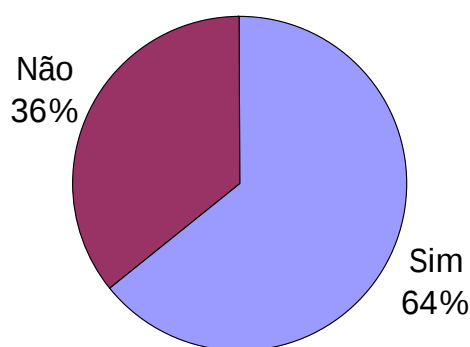


Figura 63: *Blogueiros* que usam, ou não, *badges* em seus *blogs* (N=124).

j) Motivo para inclusão de *badge(s)* no *blog*

Para os 64% dos *blogueiros* que usam *badges*, o motivo mais relevante para justificar esta ação é o fato desses aplicativos agregarem valor aos *blogs*, com 32.9% das ocorrências. A segunda razão mais apontada pelos *blogueiros* para justificar o uso de *badges* em seus *blogs* é que esta é uma maneira de trazer outros conteúdos interessantes, publicados pelos *blogueiros* ou não, para o *blog*. Esta opção ficou com 30% das ocorrências. Permitir uma visão mais ampla das minhas atividades na Internet ficou com 14.3%. Conseguir retorno financeiro teve 10.0% das ocorrências e complementam meu perfil e meu 'log' pessoal: fotos, músicas que escuto, o que estou fazendo, etc. 7.1% Passam uma idéia de modernidade não recebeu indicações.

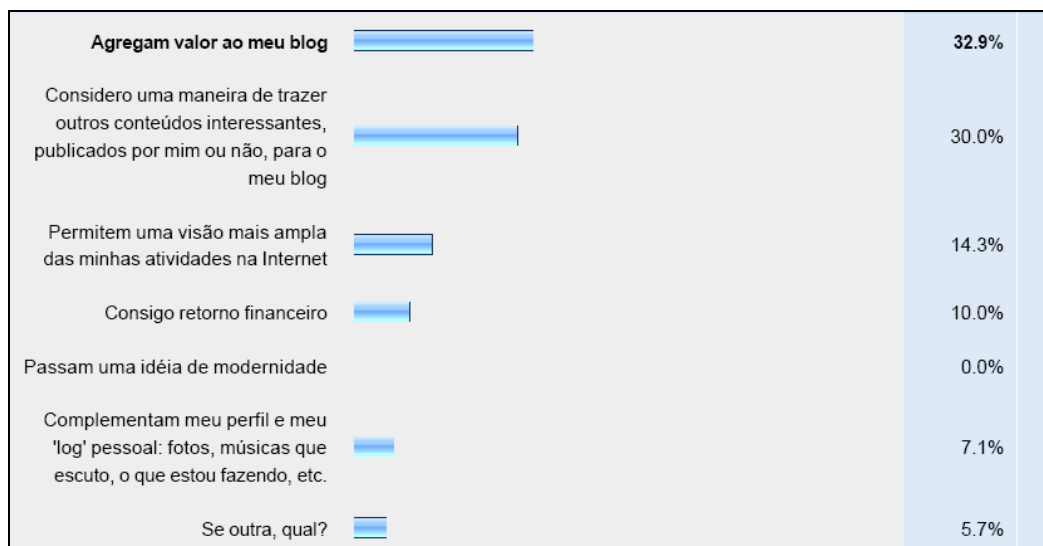


Figura 64: Principais motivos para inclusão de *badges* em seus *blogs*, de acordo com os *blogueiros* (N=124).

Mais uma vez, as justificativas apresentadas pelos *blogueiros* no campo deixado para respostas abertas, mostrou detalhes do comportamento deste publico conforme pode ser observado abaixo:

“Atualmente uso apenas um, o MyBlogLog, como forma de complemento das estatísticas do blog. Serve para conhecer mais detalhadamente quem me visita.”

“Na verdade a resposta seria um conjunto de opções listadas acima. Entre elas o retorno financeiro, a maneira de veicular conteúdo semelhante ao publicado no meu site e o complemento de perfil (fotos, músicas, vídeos, etc)”

“Agrega valor ao blog, traz conteúdo interessante de outros blogs e sites e completa meu perfil. Sobre retorno financeiro, vou pensar isso em 2008.”

“Faço divulgação em meu blog principal de conteúdos que publico em meus blogs secundários.”

Neste caso, ficou claro que 3% dos *blogueiros* que participaram da pesquisa conferem a mais de uma das opções apresentadas a razão para usar *badges* em seus *blogs*, conforme é exibido no gráfico abaixo.

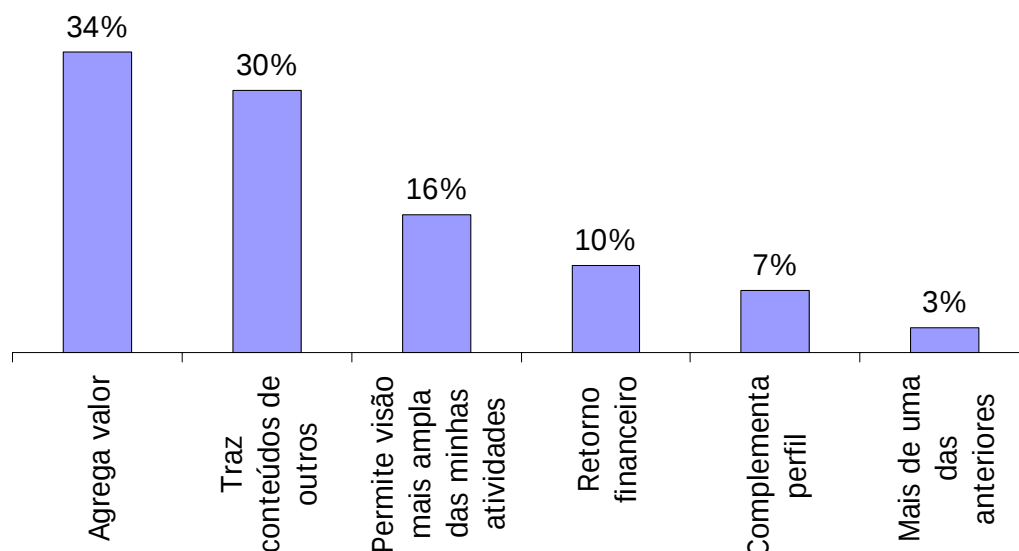


Figura 65: Principais opções escolhidas pelos *blogueiros* para o uso de *badges* em seus respectivos *blogs* (N=124).

k) Local onde são encontrados os *badges* para uso no seu *blog*

Ainda não há um consenso sobre qual o melhor ou mais costumeiro dos locais para se encontrar *badges*. Os *blogueiros* que participaram da pesquisa ficaram bem divididos entre os *sites* que usam e navegam regularmente, com 52.2% e outros *blogs* que já usam *badges*, com 40.3%. As centrais que oferecem várias opções como Yahoo e Microsoft tiveram apenas 1.5% das ocorrências.

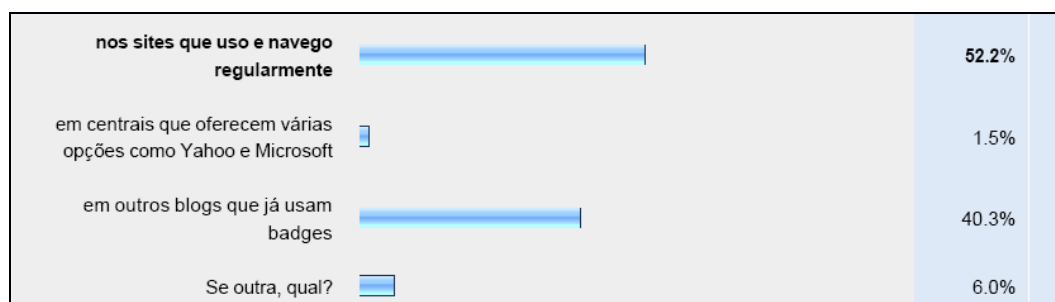


Figura 66: Local onde os *blogueiros* costumam encontrar os *badges* que usam (N=124).

Entre as justificativas apresentadas pelos *blogueiros* no campo deixado para respostas abertas destaca-se:

“Sempre que mudo ou adiciono um novo badge, geralmente não há uma central, pode ser o Twitter, que já usei uma época, o Del.icio.us ou o Google Reader, que tenho testado muito eventualmente. Geralmente não parto de outros blogs, mas de uma necessidade de informações.”

l) Sinalização dos *badges*

Para a maioria dos *blogueiros* a melhor forma de sinalizar a existência de um *badge* na página de um *site* é usando um “ícone acompanhado de um nome”, com 36.2% da preferência. Já uma “expressão, nome ou palavra” é a melhor opção para 21.7% dos *blogueiros*. Depois, com 17.4%, vem uma “forma ou comportamento”. Já somente um ícone é a preferência de 14.5% dos *blogueiros*. E, por último, *link* na navegação do *site* recebeu 10.1% das indicações, conforme pode ser observado no gráfico.

Os *blogueiros* justificaram as respostas da seguinte forma:

“ícone + nome. Os ícones permitem uma ligação mais rápida com elementos “externos”. Somente o texto representa pouca criatividade, riqueza, ou importância no desenvolvimento. E o nome auxilia na criação da marca.”

“ícone + nome. Acredito que nesse caso o interessante mesmo é por o ícone, para aqueles familiarizados com o serviço possam logo identificar do que se trata. Já o nome complementa o que o ícone mostrou só que para os outros usuários que não tem conhecimento do que aquele produto se trata. A combinação dos 2 definitivamente é a melhor escolha. Mas tudo é uma questão da arquitetura da informação em uma página. Por exemplo, as vezes não há espaço e o melhor mesmo é só por um link do que poluir a página com tal coisa.”

“ícone + nome. A opção ícone mais nome é simples. Eu escolhi ela do ponto de vista da usabilidade. Hoje temos um símbolo laranja que pra qualquer um acostumado com a web significa RSS, contudo esse ícone era usado sempre com seu nome ao lado inicialmente. A função era simples, explicar o que significava aquilo. Badge é um termo que poucos conhecem até mesmo as pessoas que os utilizam. Portanto sinalizar a opção de um badge com ícone (padronizado, como acontece com o RSS) e com um nome simplifica bastante a coisa para um usuário menos experiente.”

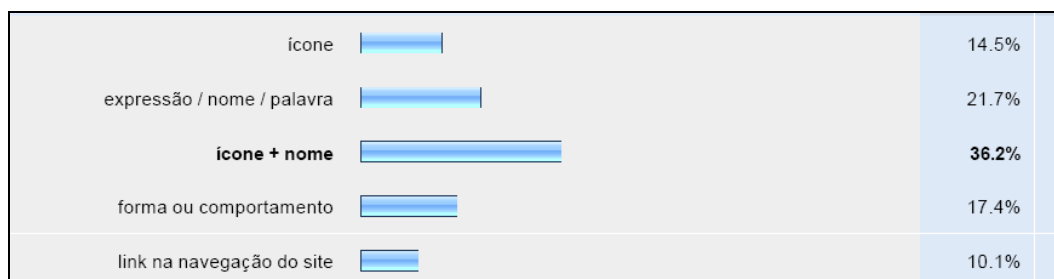


Figura 67: Melhores formas para sinalizar *badges* escolhidas pelos *blogueiros* (N=124).

m) Valor da customização

A maioria esmagadora, 97.1%, valoriza mais os *badges* que oferecem customização, como mostra o gráfico. Somente 2.9% dos *blogueiros* não valorizam mais os *badges* que oferecem customização.

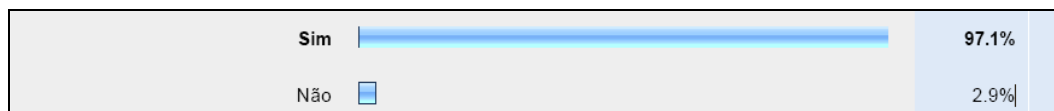


Figura 68: Percentual dos *blogueiros* que valorizam, ou não, a customização dos *badges* (N=124).

Entre as principais justificativas para as respostas estão:

“Porque para não poluir mais do que já fazem, badges customizáveis são melhores, pois permitem uma melhor configuração tanto de configuração, quanto de layout para uma melhor adaptação à página.”

“Há aqui uma relação perigosa: é fato que, quanto menos customização possível, melhor para serviço e usuário, já que a chance de erros (e retornos negativos) diminui. Por outro lado, tenho uma preocupação em manter a identidade e consistência visual do blog - se houver a possibilidade de editar estas características, melhor.”

“Um badge não pode impor sua identidade visual sobrepondo a do site em que aparece. Ele precisa estar integrado ao visual já existente e oferecer opções de personalização das funcionalidades também (exclusão de itens desnecessários, por exemplo).”

“Porque posso customizá-los de modo a expressar melhor minha personalidade e preferências pessoais.”

“Não entendo de código e, por isso, na maioria das vezes não tenho como customizá-los.”

n) Funções da customização dos *badges*

Foi visto que customizar os *badges* é de extrema relevância para a maioria dos *blogueiros*. Porém, o que é mais importante na customização? Os *blogueiros* que participaram da pesquisa indicaram que as funções mais importantes ligadas à customização do *badge* são:

- Escolher a cor dos elementos (fonte, fundo, *link*, título) (54.4%)
- Escolher o assunto ou o critério do que será apresentado no *badge* (ex. tecnologia, moda, mais vistos) (14.7%).

- Escolher o tipo de mídia apresentado no *badge* (texto, foto, vídeo, áudio) teve (11.8%)
- Escolher a quantidade de conteúdo apresentado (ex.: 1, 5 ou 10 notícias) (4.4%)
- Escolher a tecnologia utilizada no *badge* (flash, html/JavaScript) (2.9%)
- Escolher o título do *badge* tiveram igualmente (2.9%)



Figura 69: Funções mais importantes a customização dos *badges* para os *blogueiros* (N=124).

Vários *blogueiros* - 9% - responderam também que gostariam de ter todas as opções disponíveis, conforme mostra o gráfico a seguir.

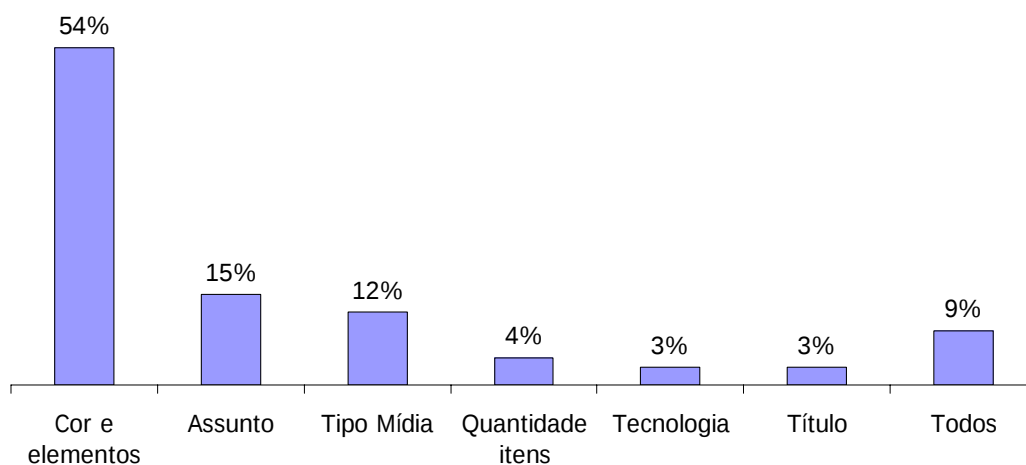


Figura 70: Funções mais importantes na customização dos *badges* para os *blogueiros* (N=124).

o) Visualização prévia da customização do *badge*

Coerente ao fato da customização ser extremamente valorizada pela maioria dos *blogueiros*, 76.5% concorda totalmente que ver o resultado da customização previamente também é uma funcionalidade fundamental. Concordam 20.6%, não têm opinião 1.5% e discorda 1.5%.

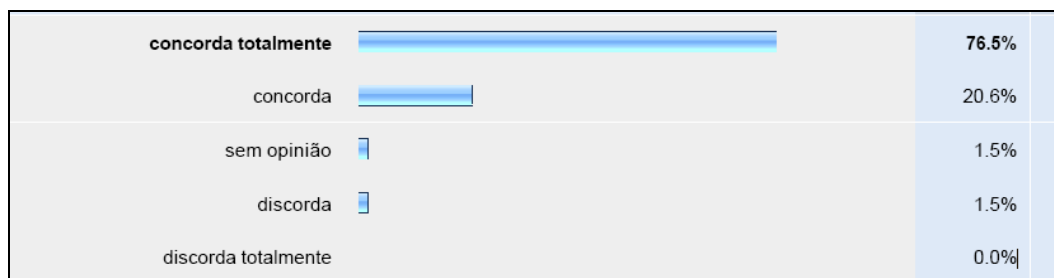


Figura 71: Valor da visualização prévia da customização dos *badges* (N=124).

p) Mudanças, diferenças, alterações no *blog* com uso de *badge*

No questionário foi solicitado que *blogueiros* comentassem se registram algum tipo de alteração em seus *blogs* com o uso de *badges*. As respostas sobre resultados positivos foram as seguintes:

“Sim. Os que trouxeram maiores resultados, foram aqueles relacionados a redes sociais. Saber quem navegou, saber que está linkado a você parece trazer grande “valor” para quem chega ao blog pela primeira vez. Além disso, outros badges agregam informação e permitem que a falta de atualização em seus posts, não seja sentida de forma tão acentuada, quando há outras ferramentas/artigos/fontes de outros blogs ou portais. Um item impeditivo de muitos destes badges é a navegabilidade que é comprometida e o desempenho, seja no carregamento ou navegação no blog. Outro item que considero importante é o fato de ter pessoas escrevendo estes badges. Assim pessoas que não estão ligados a codificação de programas podem usufruir de funcionalidades que não seriam acessíveis a elas.”

“Acho que a utilização desses recursos dá um melhor visual ao blog, e também mostra que o blog/blogueiro está por dentro das últimas tecnologias da internet. Com isso os visitantes podem ver que não é um blog qualquer, abandonado, pois sempre está usando coisas novas e interessantes.”

“Creio que agrega valor ao disponibilizar mais conteúdo no site. Além de instigar mais o leitor a interagir com o site seja através do micro blogging, links, entre outros. É mais uma forma de deixar o seu leitor informado, fazendo ele buscar mais informações sobre o assunto do seu blog em outros lugares e redes.”

“No meu caso específico, a ferramenta que causou a maior variação foi o Del.icio.us. Antes de utilizá-la, costumava reunir os links que me chamavam a atenção num único post, publicado aleatoriamente. Agora, a agilidade é incomparável. Também utilizo a exibição de fotos do flickr, mas sinto que é como se eu usasse um porta-retratos na mesa do escritório: tem função meramente decorativa.”

“Maior interatividade por parte dos visitantes, que vêem através deles outras coisas a respeito de mim e do conteúdo que eu produzo.”

“Senti mudança com relação ao link do Technorati, segundo me disseram, e, pelas minhas impressões, os números de pessoas que o favoritam no site é indicador de blog/site onde eles sempre voltam em busca de informações. E, o badge do Blogcatalog, que me surpreendeu pelo serviço social, pois, ele aproxima mesmo os blogs e blogueiros! Gostaria que o serviço do Blogblogs (Brasil) fosse assim, de vez em quando dá problema com o serviço deles.”

“Um aumento no número de assinantes no RSS, por exemplo, foi um dos resultados.”

E as respostas que indiram resultados negativos em relação ao uso de *badges* nos *blogs* foram as seguintes:

“Nada de fundamental, mas continuo usando e pretendo aumentar o uso, acreditando em dividendos futuros.”

*“Não. Como uso *badges* apenas no feed (Del.icio.us, flickr) não tem muita diferença.”*

“Não, normalmente quem nota estas partes em um site são outros usuários experientes, usuários corriqueiros e que estão pela primeira vez, apenas focam no título da matéria que procuram.”

*“Não. Até porque *badges* são itens complementares, não essenciais, de um blog.”*

q) Principais motivos para NÃO usar *badges* no seu blog

Como visto no início da apresentação dos resultados do questionário definitivo, na parte sobre *badges* e *blogs*, 64% dos *blogueiros* que participaram da pesquisa disseram que usam *badges* em seus *blogs*. Porém, 36% disse não. Desses que não usam *badges*, 33% acha que não é relevante, 26% acreditam que o maior problema seja a poluição visual (que pode ser melhor trabalhada com customização).

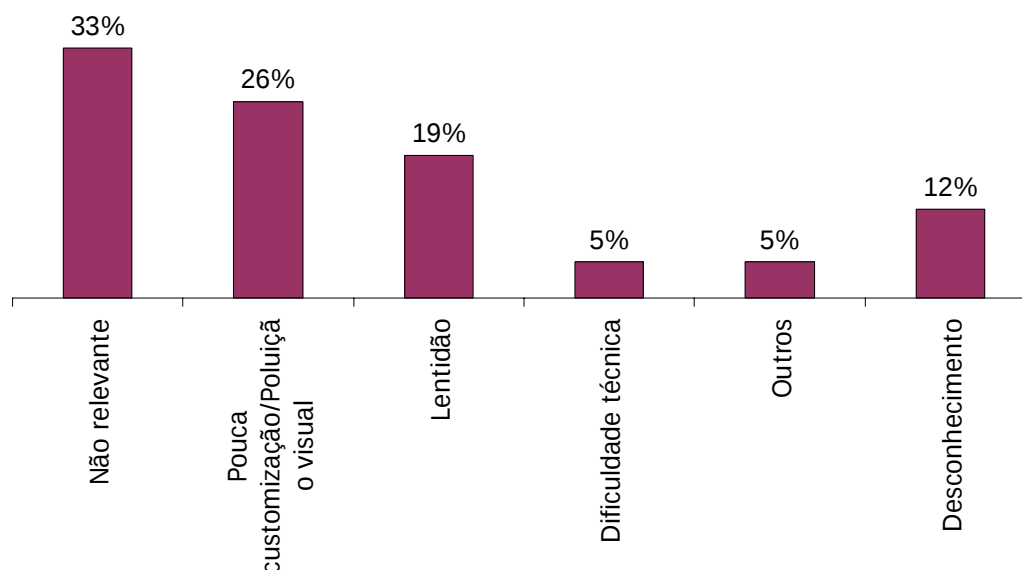


Figura 72: Principais motivos para a não utilização de *badges* nos *blogs* de acordo com os *blogueiros* (N=124).

Entre as justificativas mais relevantes apontadas pelos *blogueiros* estão:

“Até hoje, nunca tinha ouvido falar em badges...”

“Nunca me passou pela cabeça, aliás só descobri o que é badge por este questionário.”

“Corro o risco de deixar meu site offline se algum destes não funcionar corretamente.”

“Não consigo tirar EXATAMENTE o que realmente eu gostaria de divulgar dos outros sites e o que não. Assim prefiro copiar a notícia e citar a fonte.”

“Os dois motivos pelos quais não coloco no meu blog são porque podem deixar ele mais lento devido ao código, além de poluir o visual do meu blog. Até mesmo porque não vejo muita relevância em utilizar badges em meu blog.”

“Há badges em que o serviço demora a responder, como foi o caso do blogblogs, eu usava dois serviços deles, o identificador de comentaristas e os últimos comentaristas, e o blog não terminava de carregar nunca, devido à falta de resposta ou lentidão do site do blogblogs.”

7.4.

Testes estatísticos

Após a aplicação do questionário, da consolidação e da análise dos dados, foram realizados teste estatísticos para tentar identificar possíveis correlações entre os dados resultantes da pesquisa. Para os testes estatísticos (todos que

comparam duas variáveis), foi usado o qui-quadrado. Segundo MALHOTRA (2006) "Utiliza-se a estatística qui-quadrado (χ^2) para testar a significância estatística da associação observada em uma tabulação cruzada. Ajuda-nos a determinar se existe uma associação entre as duas variáveis". Normalmente é um valor da dispersão para duas variáveis de escala nominal. Ele informa em que medida é que os valores observados se desviam do valor esperado, caso as duas variáveis não estivessem correlacionadas.

O teste chi quadrado permite verificar igualdade (semelhança) entre categorias discretas e mutuamente exclusiva (por exemplo diferenças de comportamento entre homens e mulheres). Cada indivíduo ou item deve pertencer a uma e somente uma categoria.

7.4.1.

Relação entre uso de *badge* e tempo de existência do *blog*

Estatisticamente não pudemos comprovar nenhuma alteração significativa no uso de *badges* entre os grupos por tempo de existência do *blog*. No entanto, para a amostra, os grupos de *blogs* mais velhos fazem maior uso de *badges*, conforme pode ser observado no gráfico abaixo.

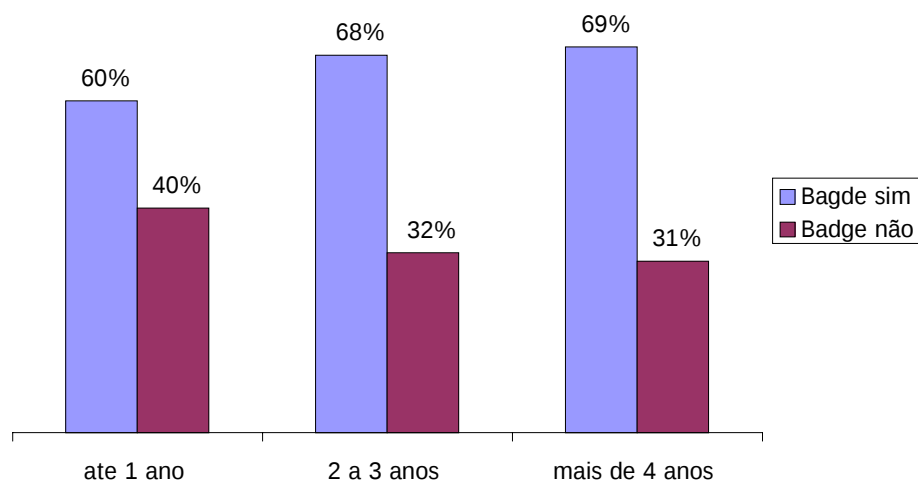


Figura 73: Relação entre o uso de *badge* e o tempo de existência do *blog* (N=124).

7.4.2.

Relação entre o uso de *badge* e a idade do *blogueiro*

Ao comparar no gráfico as faixas etárias dos *blogueiros* e o uso ou não do *badge* podemos perceber que, apesar de estatisticamente ficarmos no limite em

aceitar que não há diferenças, - 5,3% de probabilidade de aceitar (quando o ideal é aceitarmos acima de 5%). Existe uma leve tendência de que a idade possa realmente influenciar, pelo fato de tratar de uma tecnologia o que geralmente é mais aceito pelos mais jovens. Tal tendência poderia ser comprovada caso a amostra da pesquisa fosse maior.

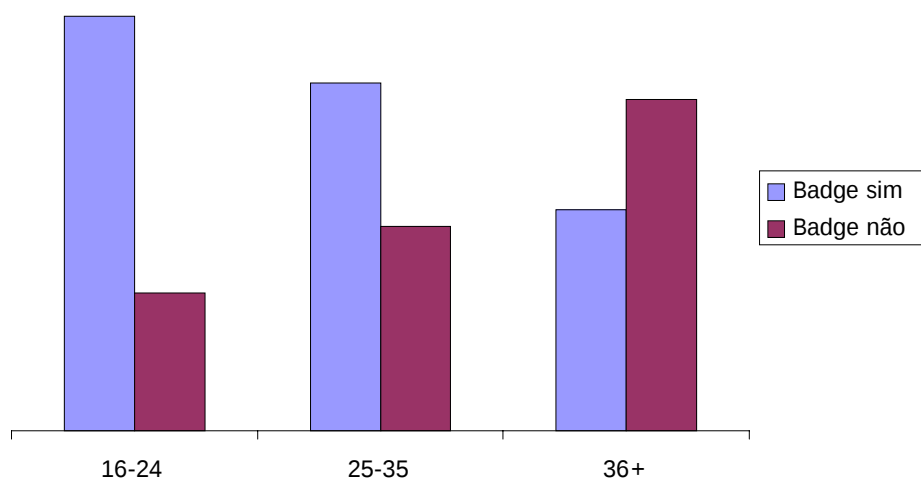


Figura 74: Relação entre o uso de *badge* e a idade do *blogueiro* (N=124).

7.4.3.

Relação entre o uso de *badges* e o *blog* como veículo de mídia

Pelo qui-quadrado (χ^2) foi estatisticamente comprovado que existe uma tendência das pessoas que consideram o *blog* um veículo de mídia de usarem *badges*. A relação pode ser entendida já que o uso de *badge* pode ser uma forma de trazer outros conteúdos relevantes e agregar valor.

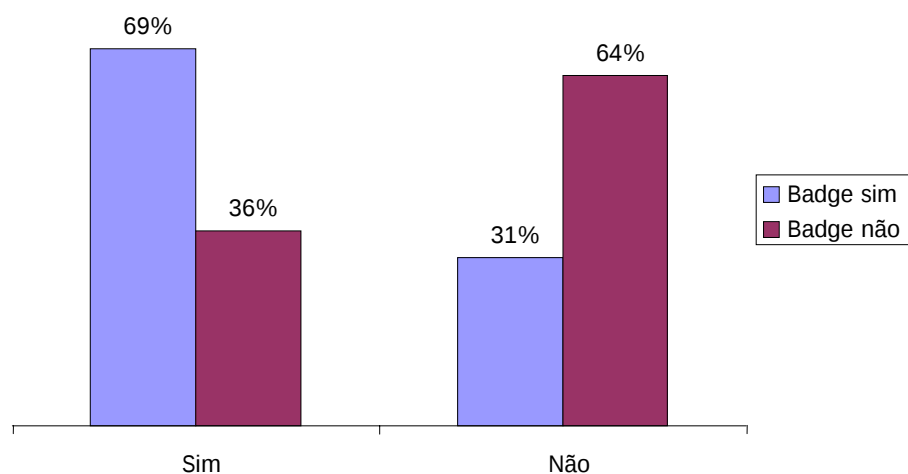


Figura 75: Relação entre o uso de *badge* e a idade do *blogueiro* (N=124).

7.4.4.

Relação entre uso de *badge* e temas abordados nos *blogs*

Não foi possível, estatisticamente, comprovar qualquer relação. No entanto, no grupo da amostra, podemos perceber que o uso de *badge* é maior entre os *blogs* que tratam de assuntos mais tecnológicos, como design, gadgets, usabilidade e arquitetura da informação.

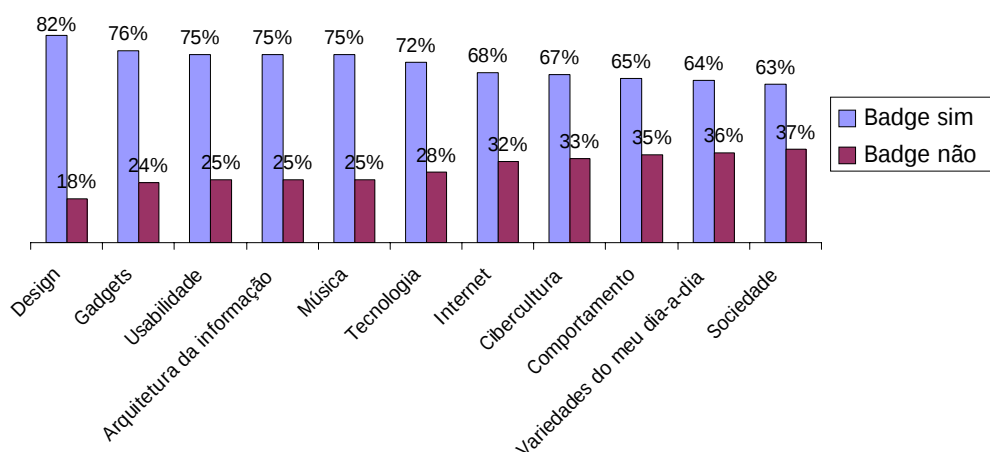


Figura 76: Relação entre o uso de *badge* e a idade do *blogueiro* (N=124).

7.5.

Perfil dos *blogueiros* e dos *blogs*

Como dito nos capítulos 2 e 4, respectivamente, o número de *blogs* criados cresce constantemente em um ritmo muito forte e os *blogueiros* configuram um público muito importante para os *sites* que pretendem oferecer *badges*. Por isso, com base nos resultados apresentados no capítulo anterior é importante apresentar algumas conclusões sobre o perfil do *blogueiro* brasileiro.

Porém, é necessário ressaltar que esta pesquisa não tem o objetivo de identificar o perfil do *blogueiro* brasileiro. No entanto, as perguntas apresentadas no questionário relativas aos *blogueiros* apresentam alguns indícios representativos de como este grupo está configurado atualmente.

7.5.1.

Quanto ao sexo, idade dos *blogueiros* e tema, tempo de existência, estatísticas e periodicidade dos *blogs*

Foi verificado, com base nos números apresentados que os *blogueiros* brasileiros entrevistados são predominantemente do sexo masculino, estão

concentrados na faixa etária de 16 a 35 anos, sendo que praticamente metade tem de 25 a 35 anos. Os temas abordados nos *blogs* são extremamente variados, passando por Cinema, Literatura, Televisão, maternidade, arte, fotografia, *blogs*, empreendedorismo, Direito, Política, religião, humor, administração, Desenhos Animados, Sistema Operacional Linux, Marketing Viral, Publicidade e Propaganda, Redes Sociais, Livros, Jornalismo, Esportes, Meio Ambiente, Sexo e relacionamentos, Cerveja, Espiritualidade, Televisão, acessibilidade entre outros.

Já sobre o tempo que os *blogueiros* mantêm seus *blogs* em atividade é possível afirmar que tanto há *blogs* muito recentes - cerca de 47% dos *blogs* que participaram da pesquisa têm 1 ano ou menos, o que casa com a informação sobre o crescente número de *blogs* em todo o mundo - quanto *blogs* que já têm um histórico significativo. Com base nos dados da pesquisa é possível afirmar que mais da metade (52.30%) dos *blogueiros* entrevistados mantém *blog* com até 5 anos ou mais. Além disso, notou-se uma liderança significativa da ferramenta de criação e administração de *blog* *WordPress*, com 60% da preferência. Esse dado representa um alerta sobre a necessidade do desenvolvimento de soluções compatíveis com esta ferramenta. Pois, assim, haverá uma maior facilidade de penetração nos *blogs*. Tão preferida quando o *WordPress* é a ferramenta de análise de estatísticas, *Google Analytics*. Entre os *blogueiros* esta ferramenta apresentou 62% da preferência. Além disso, é importante ressaltar que no extremo oposto, só 3% dos *blogueiros* não acompanha as estatísticas de seu *blog*, o que demonstra uma preocupação forte com audiência e conhecimento da navegação por *posts* mais lidos e páginas mais visitadas, entre outras estatísticas.

Outra conclusão muito importante é a de que grande maioria dos *blogueiros* (71%) atualiza o seu *blog* 5 ou mais vezes por semana, o que dá aos *blogs* uma dinâmica interessante e, até certo ponto, competitiva em relação aos veículos de mídia tradicionais.

7.5.2. Relação *blog* x veículo de mídia

Seguindo esta linha de raciocínio a conclusão sobre se os *blogueiros* encaram ou não seus *blogs* como veículos de mídia não podia ser diferentes da encontrada: a grande maioria considera o seu *blog* um veículo de mídia, com 87% das ocorrências, conforme detalhado anteriormente. Os *blogueiros*

justificaram essa forma de encarar os *blogs* com base em conceitos importantes e aplicáveis a qualquer veículo de mídia como: influência e credibilidade, relevância, espaço para debate de assuntos, cobertura de eventos locais e publicidade. Como base nessas respostas, pôde-se concluir que *blogueiros* não percebem uma grande distância entre seus *blogs* e os veículos de mídia tradicionais. Logo, podemos concluir que *blogueiros* se vêem aptos a divulgar, opinar e promover debates sobre qualquer assunto como veículos de mídia. Existiram respostas negativas, mas em número muito menor e com justificativas menos sólidas.

7.6.

Uso de *badges* nos *blogs*

Após traçado o perfil dos *blogueiros* e analisados os resultados obtidos na pesquisa serão apresentadas as conclusões sobre a estratégia e a usabilidade dos *badges* e a relação desses aplicativos com o *blog*, tendo sempre os princípios da filosofia Web 2.0 como base.

7.6.1.

Sobre utilização

O primeiro e mais direto resultado encontrado pela pesquisa é o fato de que uma parcela significativa (36%) dos *blogueiros* não usa *badges*. O que deve ser encarado como um forte indício comprobatório da hipótese: a inexistência de orientações claras sobre qual a melhor forma de comunicar a disponibilidade dos *badges* em um *site* e a falta de um conjunto de boas práticas para tornar o uso dos *badges* simples, fácil e, principalmente, viral pode ser um empecilho para a utilização deste recurso por um maior número de pessoas.

Além disso, segundo os 36% dos *blogueiros* que não usam *badges*, 12% justifica o fato informando que desconhecem do que se trata. E 26% credita à pouca customização e a poluição visual o não uso de *badges* em seus *blogs*. Pode-se concluir, então, que é necessário o desenvolvimento de um trabalho que encontre a melhor forma de comunicar e oferecer os *badges* de forma a serem percebidos por um maior número de *blogueiros* como um serviço flexível e de valor agregado que, não por acaso, é o motivo de maior relevância para os 64% dos *blogueiros* que usam *badges*.

Além disso, os *blogueiros* acreditam que os *badges* são uma maneira de trazer outros conteúdos interessantes, publicados pelos *blogueiros* ou não, para

o *blog*. O que reforça a idéia de que os *blogueiros* pretendem oferecer uma visão mais ampla do que acham de interessante, uma espécie de edição, da mesma maneira que os veículos de mídia tradicionais o fazem. Isso está diretamente ligado ao fato -, estatisticamente comprovado e detalhado no capítulo anterior - de que é maior a propensão do uso de *badges* por *blogueiros* que consideram seus *blogs* veículos de mídia.

7.6.2. Sobre customização

Sabendo que uma parcela significativa dos *blogueiros* não usa os *badges* por causa de problemas relacionados à customização e poluição visual, como relatado acima, é premente apresentar as conclusões sobre esta funcionalidade (customização) que é considerada um diferencial importante por 97.1% que afirmam valorizar mais os *badges* que a oferecem (permitindo ao *blogueiro* ver o resultado da customização previamente).

Então, com base nesses dois fatos e nos resultados apresentados no capítulo anterior conclui-se, antes de qualquer outra decisão, que ao trabalhar com *badges* em qualquer *site* é fundamental pensar em como serão oferecidas as opções de customização e o que estará disponível para customização.

Conforme apresentado no capítulo anterior, escolher a cor dos elementos (fonte, fundo, *link*, título) é a funcionalidade ligada a customização, com 54.4%, das ocorrências que os *blogueiros* mais valorizam. Porém, a análise completa das respostas permite chegar à conclusão que a customização deve ocorrer em todos os níveis, desde a escolha da cor dos elementos, como já foi dito, passando pela escolha do assunto, mídia, quantidade de conteúdo e chegando até a seleção do tipo de tecnologia (flash, html/JavaScript) no qual o *badge* será gerado.

7.6.3. Sobre encontrar e identificar

A segunda importante conclusão deste trabalho é que, certamente, irá ajudar aos projetistas a aumentar o uso dos *badges* está ligada ao fato que não há um consenso sobre qual o melhor ou mais costumeiro local onde os *blogueiros* encontram os *badges* que usam. Porém, é possível afirmar, com base nos resultados apresentados anteriormente, que os *blogueiros* não costumam ir até centrais de *badges* (como as do Yahoo! e Microsoft).

Logo, é possível concluir que a identificação de um *badge* é fator primordial para que o *blogueiro* o reconheça. E seguindo este raciocínio, com base nos resultados da pesquisa, pode-se afirmar que a melhor forma de sinalizar a existência de *badge* em um *site* é com a composição de um ícone mais um nome.