



A Internet em Portugal

Sociedade em Rede 2014



Publicações OberCom

ISSN 2182-6722

Índice

Sumário Executivo	4
Análise de Indicadores.....	5
Utilização de Internet.....	5
Os Internautas portugueses - Caracterização	8
A Navegação por conteúdos	11
Os Portugueses e as redes sociais	16
Nota Metodológica	21
Ficha Técnica.....	22

Índice de Figuras

Figura 1 – Acesso à Internet nos agregados domésticos, em Portugal, entre 2011 e 2013	5
Figura 2 – “Que tipo de ligação à Internet tem em casa?” (Resp. múltipla) em Portugal, em 2013.	6
Figura 3 – “É utilizador de Internet?”, em Portugal, em 2013	6
Figura 4 – “Com que frequência utiliza a Internet?”, em Portugal, em 2013	7
Figura 5 – “Utiliza a Internet em dispositivos móveis?” (Telemóvel, Smartphone ou Tablet), em Portugal, em 2013.....	7
Figura 6 – “O que seria para si mais difícil deixar de fazer?”, em Portugal, em 2013.....	8
Figura 7 – Utilização de Internet, por género, em Portugal, em 2013.....	9
Figura 8 – Utilização de Internet, por escalão etário, em Portugal, em 2013.....	9
Figura 9 – Utilização de Internet, por grau de escolaridade, em Portugal, em 2013.....	10
Figura 10 – Utilização de Internet por conteúdos e por dispositivo (Resp. múltipla), em Portugal, em 2013.....	12
Figura 11 – Conteúdos visualizados em sites como o Youtube (Resp. Múltipla), em Portugal, em 2013.....	14
Figura 12 – Importância atribuída a fontes de informação online para assuntos em geral, em Portugal, em 2013.....	15
Figura 13 – “Em que altura do dia costuma consultar notícias?” por utilização de Internet, em Portugal, em 2013.....	15
Figura 14 – “Em que sites de redes sociais tem perfil criado?” (Resp. Múltipla), em Portugal, em 2013.....	16
Figura 15 – Dados disponibilizados nos perfis de redes sociais (Resp. Múltipla), em Portugal, em 2013.....	17
Figura 16 – Funcionalidades mais utilizadas nos sites de redes sociais (Resp. múltipla), em Portugal, em 2013.....	18
Figura 17 – Número de amigos que tem no perfil de rede social mais utilizada, em Portugal, em 2013.....	19
Figura 18 – “As pessoas na sua área de amigos da rede social que mais utiliza são maioritariamente...”, em Portugal, em 2013	19
Figura 19 – Apoio a causas nas redes sociais, em Portugal, em 2013.....	20

Sumário Executivo

O estudo, análise e produção de investigação sobre a Internet é um processo complexo, tão complexo quanto o próprio objecto de estudo em si. A Internet, enquanto agente aglomerador de informação, é a mais intensa experiência comunicacional que a sociedade humana já viveu. A rapidez e facilidade com que a Internet chega a todos os pontos do globo contrasta fortemente com a exigência técnica que impõe aos seus utilizadores, em termos de capacidade de utilização e de constante actualização face ao que acontece e que se sucede, interminavelmente, em rede.

Esta é, também, uma das primeiras oportunidades do OberCom – Observatório da Comunicação, para apresentar dados produzidos no âmbito do Inquérito Sociedade em Rede 2013, aplicado em meados de 2013 a uma amostra representativa da sociedade portuguesa (n=1542).

Relativamente aos dados apurados, verificou-se que o número de acessos à Internet nos agregados domésticos em Portugal tem vindo a subir de forma regular nos últimos anos, tendo-se verificado, no entanto, entre 2012 e 2013 um aumento de apenas 0,2 pontos percentuais, dos 57,0% para os 57,2%. Em termos de tipos de ligação, os lares portugueses encontram-se ligados, na sua maioria, por Cabo (28,5%), Banda Larga ADSL (11,1%) e Fibra óptica (9,9%).

Os inquiridos que dizem ser utilizadores de Internet são 55,2%, sendo que 38,3% nunca utilizaram este media e 6,5% dizem ter deixado de o utilizar em 2013. A maioria dos utilizadores de Internet portugueses utilizam a Internet diariamente (72,9%), mas apenas 38,5% acedem através de dispositivos móveis (telemóvel, smartphone ou tablet). A utilização de Internet é feita de forma equilibrada em termos de género (51,0% de utilizadores do género masculino e 49,0% do Feminino) mas não em termos de idade (a taxa de utilização decresce drasticamente com o aumento da idade dos inquiridos) e de escolaridade (a taxa de utilização sobe drasticamente com o aumento do grau de escolaridade). Quando questionados sobre que media seria mais difícil deixar de utilizar, os inquiridos do inquérito Sociedade em Rede 2013 colocam a Internet em terceiro lugar, atrás da televisão (43,9%) e do telemóvel (24,1%).

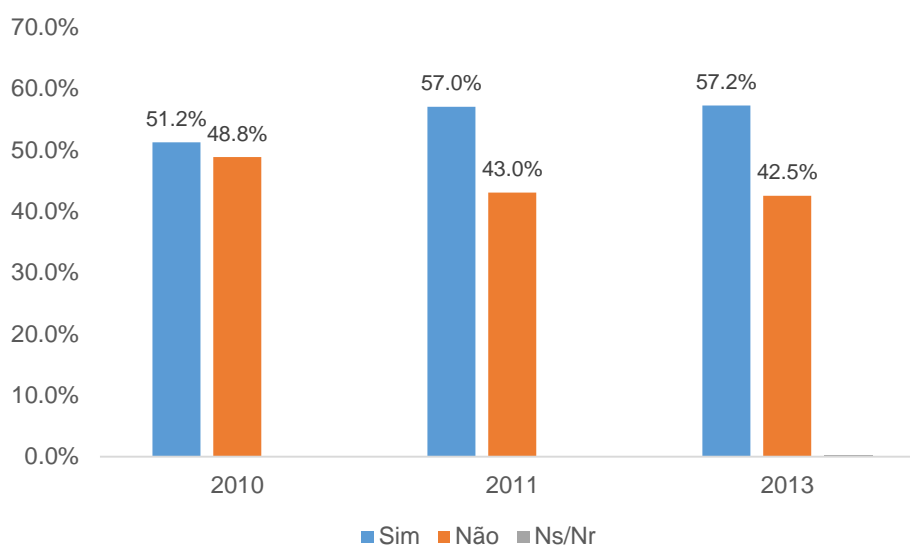
Em termos de estrutura, este relatório divide-se em três capítulos-chave: A Utilização de Internet, A Navegação por conteúdos e Os Portugueses e as redes sociais, estrutura essa que completa uma visão abrangente sobre a utilização que os portugueses fazem da Internet.

Análise de Indicadores

Utilização de Internet

Tal como no resto da Europa, a utilização de Internet em Portugal tem vindo a sofrer aumentos consistentes ao longo dos anos. Como se pode observar pela Figura 1, essa tendência verifica-se também em 2013, face ao ano de 2012, em termos de acesso nos agregados domésticos

Figura 1 – Acesso à Internet nos agregados domésticos, em Portugal, entre 2011 e 2013



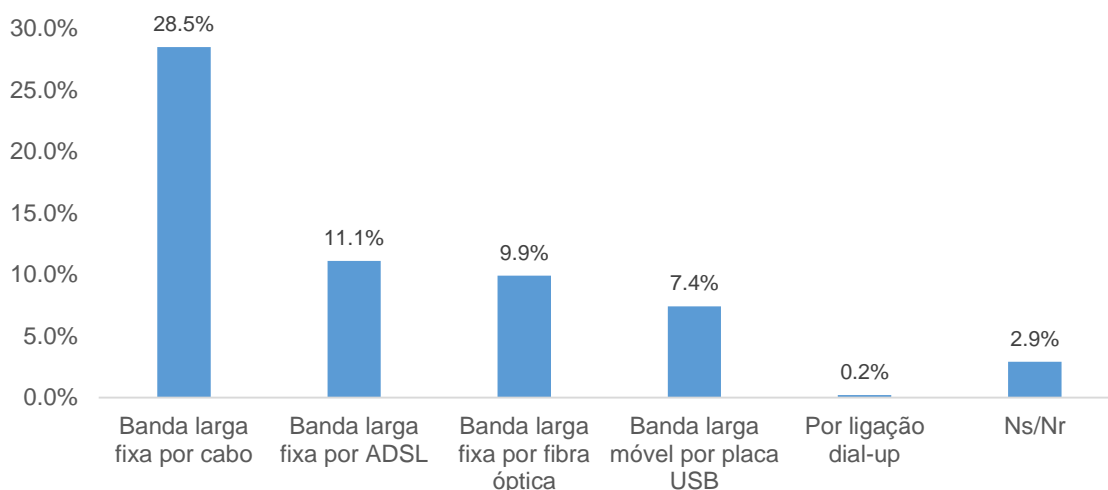
Fonte: OberCom. Inquérito Sociedade em Rede 2010 (n=1250), 2011 (n=1250) e 2013 (n=1542)

No entanto, essa tendência de subida abrandou significativamente face ao aumento verificado entre 2011 e 2012, no número de acessos nos lares portugueses. Entre 2011 e 2012 o número de acessos subiu em 5,8 pontos percentuais, dos 51,2% em 2011 para os 57,0% em 2012. Em 2013, de acordo com a mais recente edição do inquérito Sociedade em Rede, a percentagem de acessos era de 57,2%, face a uma percentagem de agregados sem acesso de 42,5%, ou seja, um aumento de 0,2 pontos percentuais face a 2012, entre os agregados com ligação à Internet.

Em termos de tipo de ligação, verificamos que em 2013 há uma predominância de ligações por Cabo entre os agregados Portugueses com ligação à Internet (Cf. Figura 2, na página seguinte). 28,5% dos inquiridos têm ligação de Internet por Cabo em casa, sendo que apenas 9,9% estão ligados através de Fibra Óptica, tecnologia mais recente mas tendencialmente associada a mensalidades mais elevadas que o Cabo ou ADSL. Verifica-se, também, uma

presença ainda forte das ligações por Banda Larga Fixa (11,1% dos inquiridos) e uma percentagem também expressiva de ligações por Banda Larga Móvel (7,4%), cuja principal característica de atracção face às restantes possibilidades é, precisamente, o facto de poder acompanhar o utilizador onde quer ele vá, num país em que a cobertura 3G se encontra largamente disseminada, salvo algumas regiões menos povoadas do interior português. A ligação Dial-up, claramente obsoleta face às restantes, totaliza 0,2 pontos percentuais.

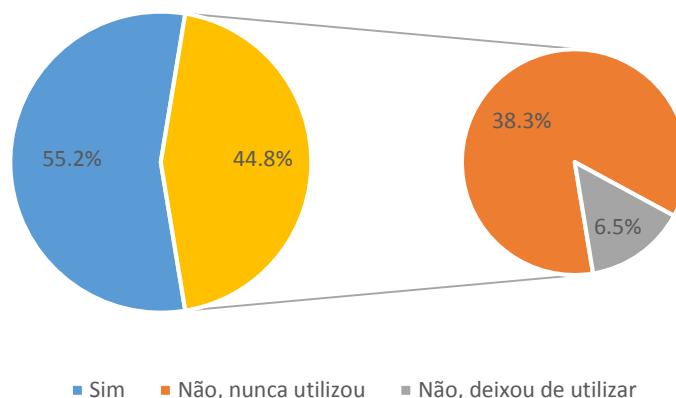
Figura 2 – “Que tipo de ligação à Internet tem em casa?” (Resp. múltipla) em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=852)

Apurando os valores sobre a utilização de Internet, verifica-se que 55,2% dos inquiridos utilizam a Internet, contra 44,8% que não utilizam. Entre os não utilizadores, é de salientar que 6,5% deixaram de utilizar a Internet em 2013 e 38,3% nunca utilizaram este recurso.

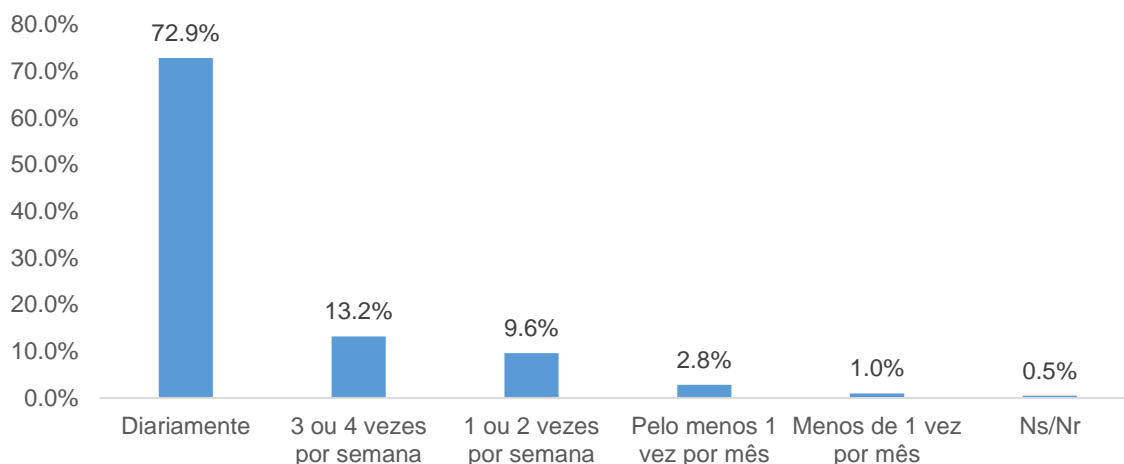
Figura 3 – “É utilizador de Internet?”, em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=1542)

De acordo com a Figura 4, na página seguinte, verifica-se que a utilização da Internet por parte dos inquiridos no âmbito do inquérito Sociedade em Rede 2013 é feita, essencialmente, de forma diária.

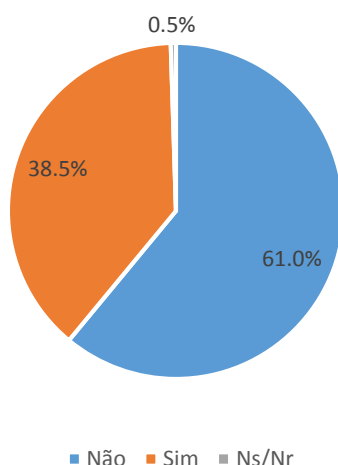
Figura 4 – “Com que frequência utiliza a Internet?”, em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=852)

72,9% da amostra afirma utilizar a Internet diariamente, sendo que 13,2% diz fazê-lo 3 ou 4 vezes por semana e 9,6% 1 ou 2 vezes por semana. 2,8% dizem utilizar a Internet pelo menos 1 vez por mês e apenas 1,0% dos inquiridos afirmam recorrer a este media menos de uma vez por mês.

Figura 5 – “Utiliza a Internet em dispositivos móveis?” (Telemóvel, Smartphone ou Tablet), em Portugal, em 2013



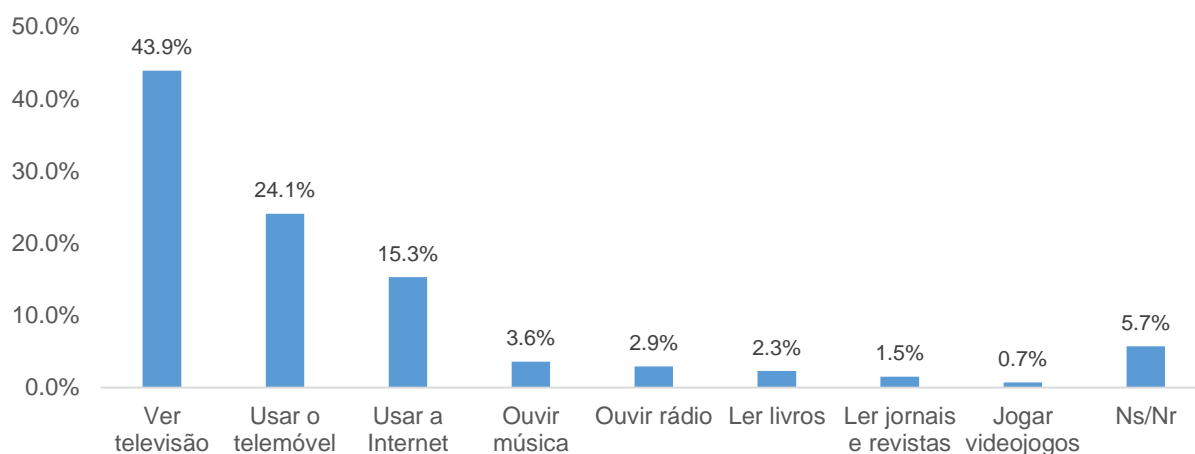
Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=852)

A utilização de Internet em dispositivos móveis continua a ser, de acordo com os dados apresentados na Figura 5, minoritária. Em 2013, 38,5% dos inquiridos dizem ter utilizado

dispositivos móveis para aceder à Internet (via telemóvel, smartphone ou tablet), contra 61,0% que dizem não o fazer.

Quando questionados sobre qual a actividade mediática que mais dificilmente deixariam de fazer, os Portugueses revelam, de acordo com a Figura 6, uma forte dependência mediática pela televisão (43,9%), pelo uso do telemóvel (24,1%, sendo que a taxa de incidência de segundo aparelho é bastante alta no país) e só depois pela Internet, que 15,3% dizem ser o media que mais dificilmente deixariam de utilizar.

Figura 6 – “O que seria para si mais difícil deixar de fazer?”, em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=1542)

As restantes actividades mediáticas de que os Portugueses mais dependem são, por ordem decrescente, a audição de música (3,6%), a audição de rádio (2,9%), a leitura de livros (2,3%), o consumo de produtos de imprensa (1,5%) e o consumo de videojogos (0,7%). É de salientar, no entanto, que estas cinco categorias são sem dúvida aquelas que mais têm transitado, das mais variadas formas, para o formato online, pelo que muitos dos inquiridos contemplam, na categoria “Usar a Internet”, muitas destas práticas mediáticas que cada vez mais se encontram aglomeradas dentro de um grande media.

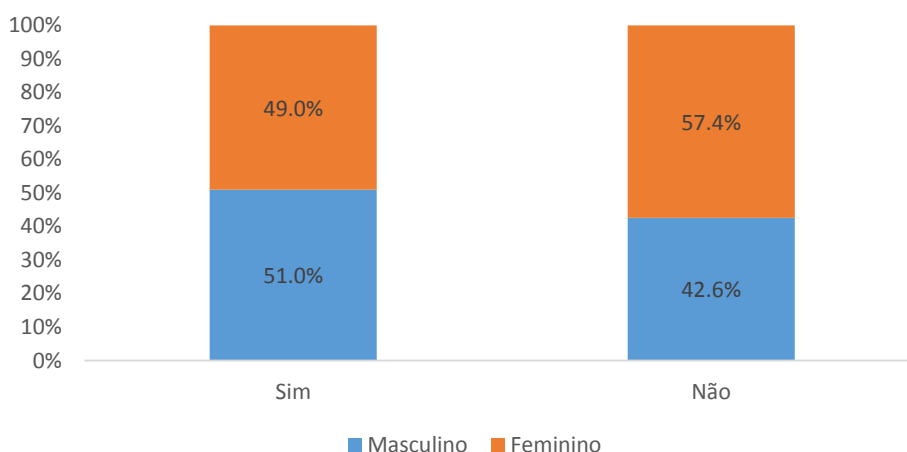
Os Internautas portugueses - Caracterização

Para compreender a utilização da Internet em Portugal é necessário aprofundar conhecimento sobre quem são os Internautas portugueses. Num país cada vez mais “online”, a utilização de Internet tende cada vez mais a ultrapassar as barreiras demográficas, ditas “tradicionais”, que se impõem na utilização de novas tecnologias. Se diferenças entre perfis de literacia para os media são ainda uma variável importante na apropriação tecnológica, cada vez

mais surgem recursos que procuram atrair novos públicos, mesmo que pouco literados em termos tecnológicos.

Começando pelo género, a Figura 7, abaixo, indica-nos que a diferenciação por género, entre utilizadores, é praticamente inexistente, já que a diferença entre géneros é de apenas 1,0 ponto percentual (51,0% dos que utilizam a Internet são do género Masculino e 49,0% do feminino).

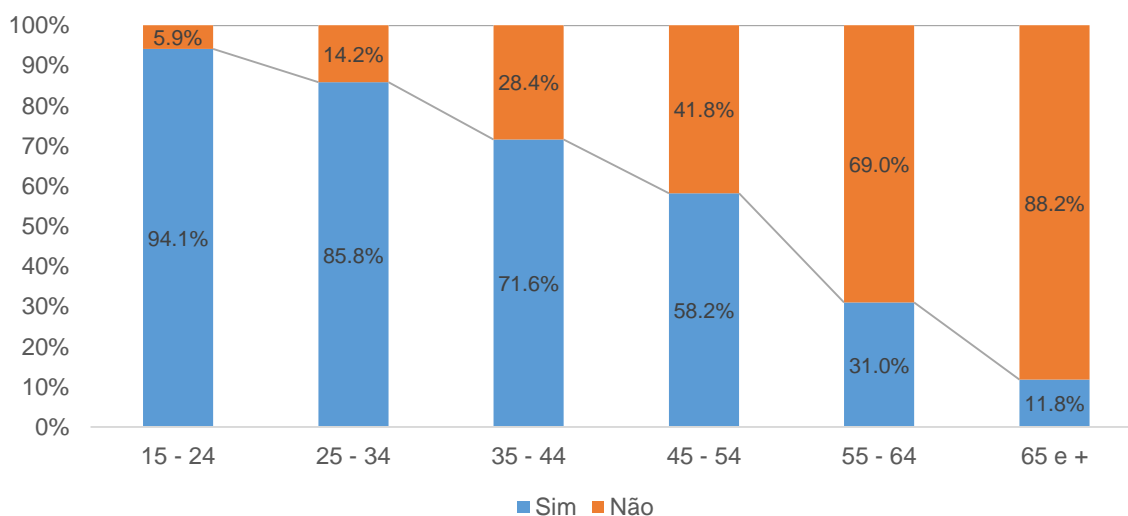
Figura 7 – Utilização de Internet, por género, em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=1542)

É entre os não-utilizadores que se encontra uma tendência expressiva face ao género, já que a diferença entre o género Masculino (42,6%) e o Feminino (57,4%) sobe para os 14,8 pontos percentuais, querendo isto dizer que a probabilidade de encontrar um não-utilizador do género Feminino é significativamente maior que a probabilidade de encontrar um do género Masculino.

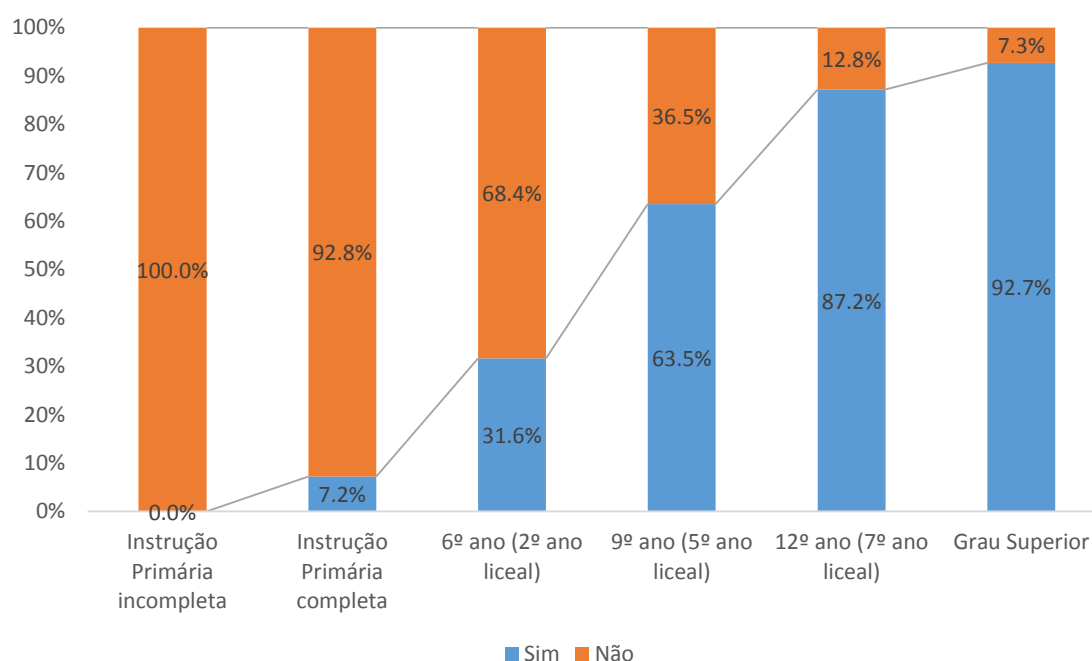
Figura 8 – Utilização de Internet, por escalão etário, em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=1542)

A idade é um factor já muitas vezes referenciado na diferenciação entre utilizadores e não-utilizadores de Internet, sendo que quanto maior a idade dos indivíduos, maior tende a ser a taxa de não utilização. A Figura 8, na página anterior, mostra-nos, precisamente, esse panorama, em Portugal, em 2013: entre os inquiridos que têm entre 15 e 24 anos, a taxa de utilização é de 94,1%, enquanto que entre os inquiridos mais velhos, com 65 e mais anos, essa taxa baixa drasticamente para os 11,8%. O efeito em “escada”, graficamente exemplificado pela linha de tendência a cinzento na Figura em análise, é reflexo de um paradigma de utilização demográfico da Internet mas que tenderá, a médio / longo prazo, a ser eliminado pela própria renovação geracional da sociedade portuguesa, dado que os indivíduos nascidos em ecossistemas informacionais tendem a ser utilizadores ávidos de novos media, práticas que continuam, no entanto, a ser potencialmente afectadas pelas suas condições sócio-económicas.

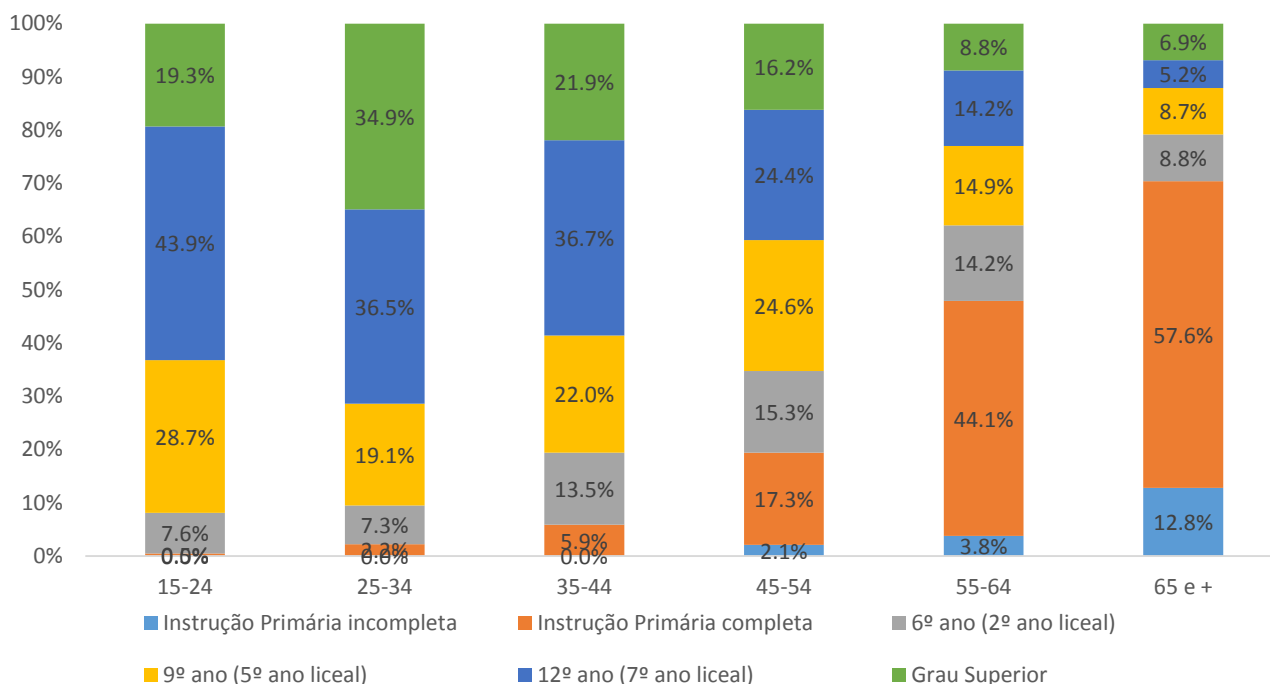
Figura 9 – Utilização de Internet, por grau de escolaridade, em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=1542)

O cruzamento da utilização de Internet com o grau de escolaridade é revelador de uma tendência também fortemente vincada. No caso desta variável sócio-demográfica, que revela também um efeito em “escada” visualmente sugestivo, quanto maior a escolaridade dos indivíduos, maior será a taxa de utilização de Internet. Entre os inquiridos com Instrução Primária incompleta e com Instrução Primária completa, as taxas de utilização de Internet são praticamente residuais (0,0% e 7,2%, respectivamente), situação oposta à das sub-amostras mais escolarizadas. Os indivíduos com o 12º ano completo e com Grau Superior atingem taxas de utilização muito elevadas de 87,2% e 92,7%, respectivamente.

Figura 10 – Grau de escolaridade por escalão etário, em Portugal, em 2013



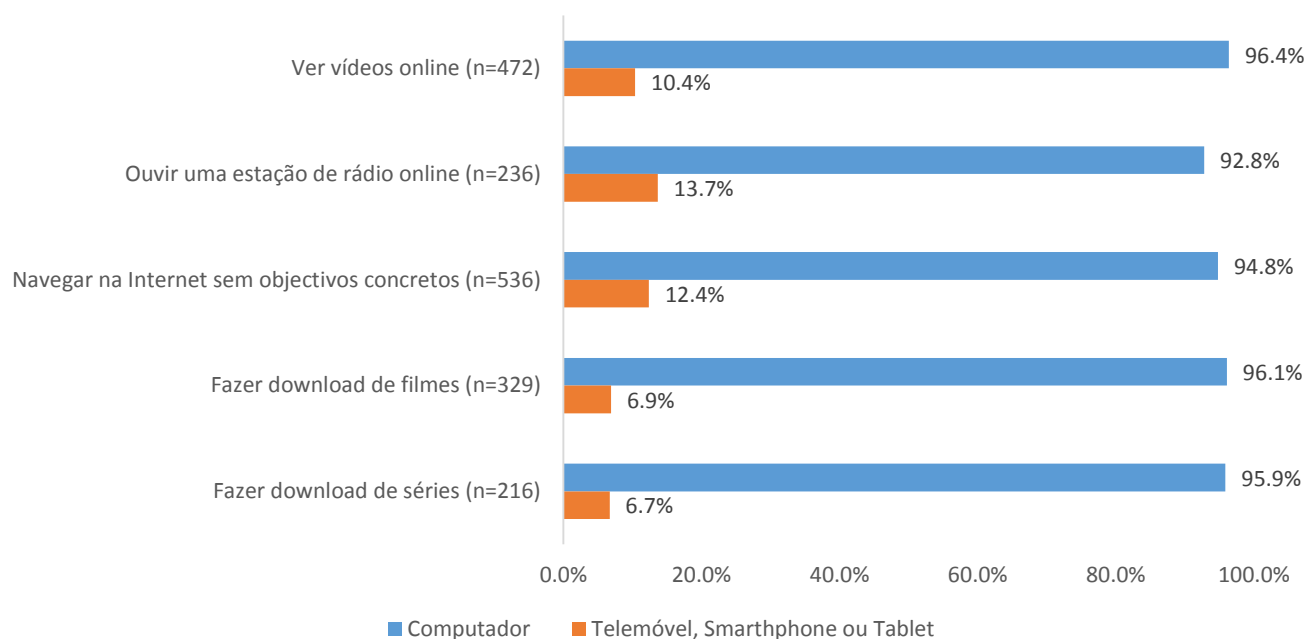
Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=1542)

É de salientar que, de acordo com os dados do inquérito A Sociedade em Rede 2013, os perfis de escolaridade menos elevada correspondem aos indivíduos mais velhos. 57,6% dos inquiridos com 65 e + anos têm apenas a Instrução Primária completa, e 12,8% a Instrução Primária incompleta. Os indivíduos que têm entre 25 e 34 são os que mais atingiram Graus Superiores (34,9%). Os Inquiridos que têm entre 15 e 24 anos são os que mais completaram o 12º ano, sendo que, tendo em conta a disseminação dos estudos superiores no sistema educativo português, muitos deles irão completar pelo menos um grau superior.

A Navegação por conteúdos

A relação entre a navegação online, o tipo de conteúdos consumidos e o formato de acesso aos mesmos é complexa de compreender, na medida em que cada indivíduo dispõe de diversas possibilidades, e cada internauta, de acordo com os seus níveis de literacia, pode construir perfis de consumo diferentes. Procuramos, através da Figura 11, esquematizar quem faz o quê e como o faz, na Internet, em termos gerais.

Figura 11 – Utilização de Internet em geral, por dispositivo (Resp. múltipla), em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=variável, depende da actividade realizada online)

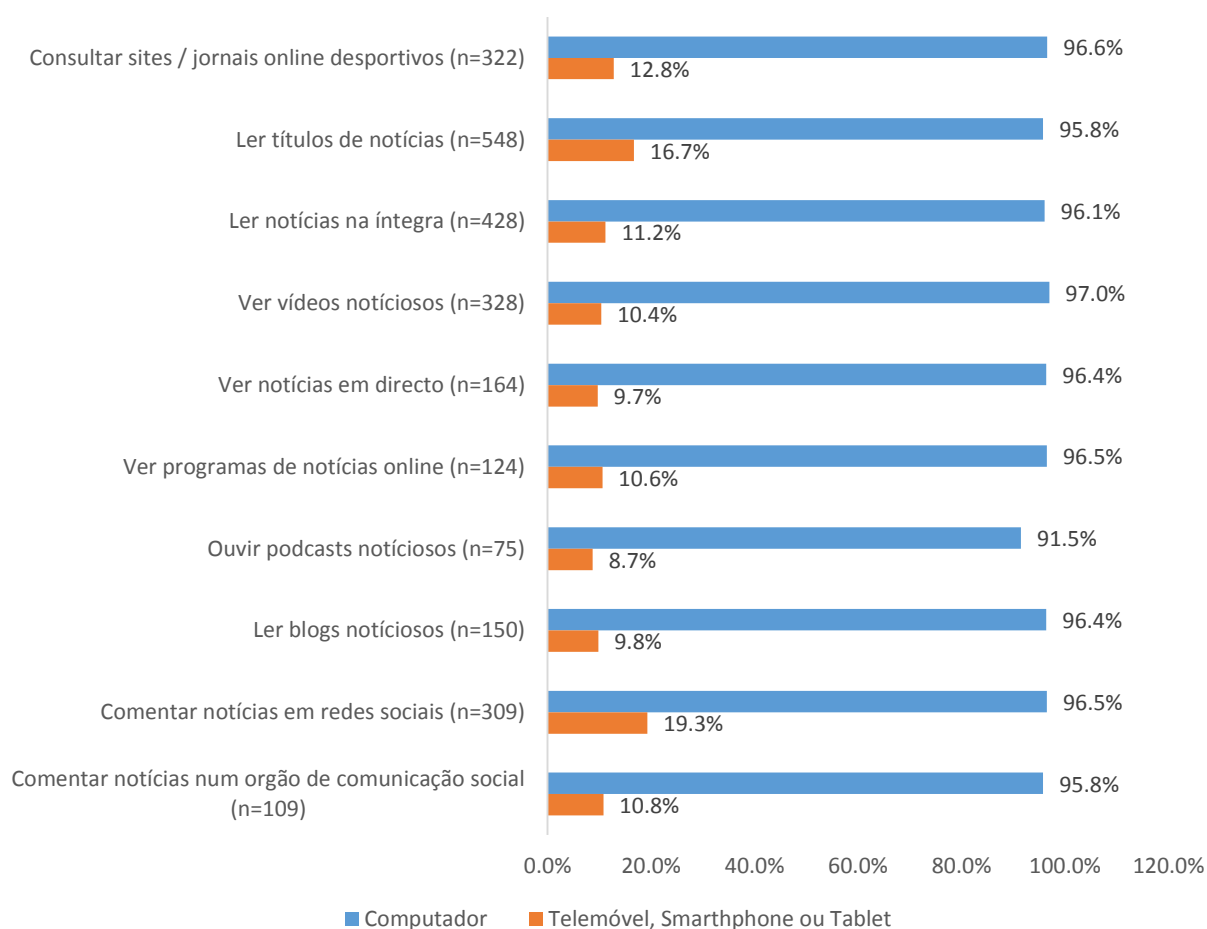
Verifica-se, antes de mais, que apesar da crescente vulgarização dos dispositivos que permitem acesso portátil à Internet, grande parte dos inquiridos ainda realiza poucas tarefas no telemóvel o tablet, sendo que esmagadora maioria utiliza o computador (portátil ou de secretária) para consumir conteúdos ou realizar tarefas online.

As percentagens de utilização da Internet em computador (portátil ou de secretária) são elevadas em todas as categorias, entre os 92,8% (ouvir uma estação de rádio online) e os 96,1% (fazer download de filmes) mas os números relativos à utilização de dispositivos móveis (telemóvel, smartphone ou tablet) apontam para uma sugestiva transição dos hábitos online para as plataformas móveis. Assim sendo, 13,7% dos Internautas portugueses que ouvem rádio online, dizem fazê-lo no dispositivo móvel, 12,4% navegam na Internet sem motivos concretos, e 10,4% visualizam vídeos online (streaming) nesses dispositivos. O download de filmes e séries atinge percentagens menores (de 6,9% e 6,7%), já que esses conteúdos tendem a ser consumidos em dispositivos que oferecem melhores condições de visualização (computadores portáteis ou de secretário) e não *on-the-go*, em aparelhos portáteis.

Relativamente aos consumos noticiosos, por plataforma, a Figura 12, na página seguinte, contém algumas tendências dignas de nota. As taxas de consumo são, à semelhança do observado na Figura 11, elevadas nos computadores (portáteis e de secretária), entre os 91,5% (audição de podcasts noticiosos) e os 97,0% (visualização de vídeos noticiosos), mas há conclusões sugestivas a retirar dos consumos de dispositivos móveis. Pois, 19,3% dos

internautas que comentam notícias em redes sociais dizem fazê-lo em telemóvel, smartphone ou tablet. 16,7% dos que lêem títulos de notícias online dizem concretizar essa prática num ou mais dispositivos desse género. A consulta de sites / jornais online desportivos atinge uma percentagem de 12,8% nesses dispositivos, enquanto que a leitura de notícias na íntegra chega aos 11,2 pontos percentuais. Entre as tarefas menos realizadas salienta-se a audição de podcasts noticiosos (8,7% dizem consumir este tipo de conteúdos em dispositivos portáteis), a visualização de notícias em directo (9,7%) e a leitura de blogs noticiosos (9,8%).

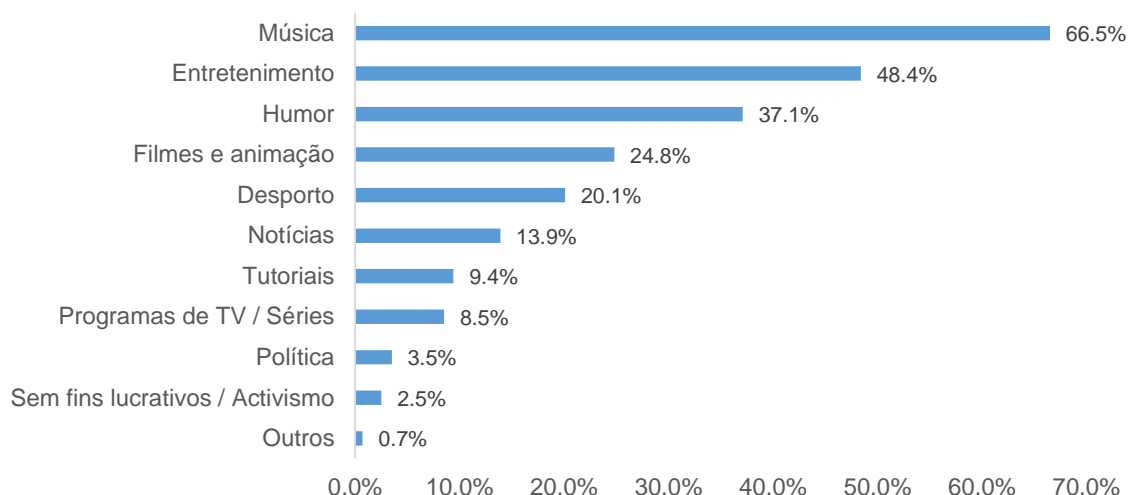
Figura 12 – Utilização de Internet para consumos noticiosos, por dispositivo (Resp. múltipla), em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=variável, depende da actividade realizada online)

Relativamente ao streaming de conteúdos audiovisuais como o Youtube, as preferências dos utilizadores de Internet em Portugal por esse tipo de plataformas coincide, sobretudo, com a audição de música – 66,5% dos utilizadores de Internet (apesar da vertente vídeo destes serviços, muito deles possuem ofertas musicas diversificadas, com playlists ou discografias extensas) (Cf. Figura 13, abaixo).

Figura 13 – Conteúdos visualizados em sites como o Youtube (Resp. Múltipla), em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=852)

O consumo de conteúdos de entretenimento e de humor é também expressivo, com percentagens de 48,4% e 37,1%, respectivamente. A visualização de filmes e animações totaliza 24,8 pontos percentuais, o consumo de conteúdos desportivos 20,1% e a utilização destas plataformas para visualizar / ouvir notícias 13,9%. Entre as categorias apresentadas aos inquiridos aquando da realização do inquérito, mas que menos peso percentual atingem são o consumo de conteúdos relacionados com iniciativas sem fins lucrativos / activismo (2,5%) e de conteúdos relacionados com política (3,5%).

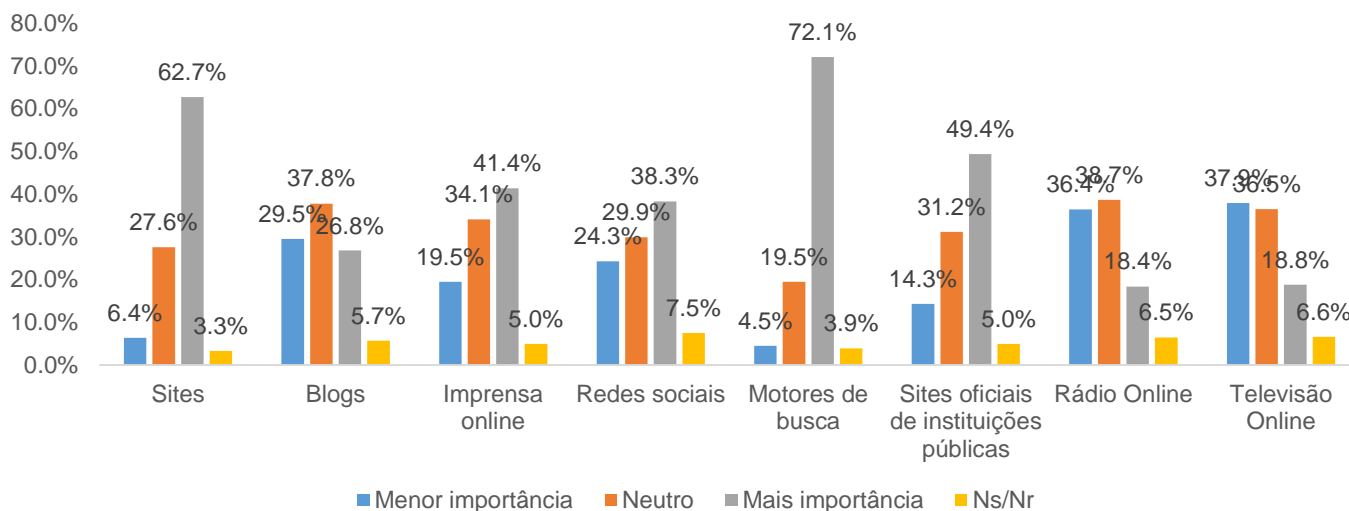
O consumo de conteúdos noticiosos online está relacionado com a importância que os utilizadores atribuem às fontes disponíveis, e esses níveis de importância tendem a diferir, como se pode observar pela Figura 14, na página seguinte.

A fonte online a que os internautas portugueses mais atribuem importância é aos motores de busca: 72,1% dos internautas atribuem maior importância a este recurso, sendo que apenas 4,5% atribuem menor importância. A segunda fonte online com mais importância atribuída são os Sites em geral, com percentagens de 62,7% em Mais importância. Os sites de Instituições oficiais de instituições públicas também obtêm avaliação positiva, sendo que 49,4% dos Internautas portugueses atribuem a esta fonte Mais importância.

Entre as fontes com menor importância destacam-se a Televisão online e Rádio online (37,9% e 36,4% dos inquiridos, respectivamente, consideram estas fontes de Menor importância para informação sobre assuntos em geral). Também os Blogs são vistos como fontes menos consideradas para informação em geral online (29,5% atribuem Menor importância e 37,8% atribuem um grau Neutro de importância).

De acordo com a Figura 14, Imprensa online e Redes sociais possuem perfis de importância semelhantes. No caso da Imprensa online, 41,4% dos inquiridos atribuem mais importância, contra 38,3% no caso das Redes sociais, no entanto, no caso das Redes sociais, há mais internautas a considerar este recurso de menor importância (24,3%) que no caso da Imprensa online (19,5%).

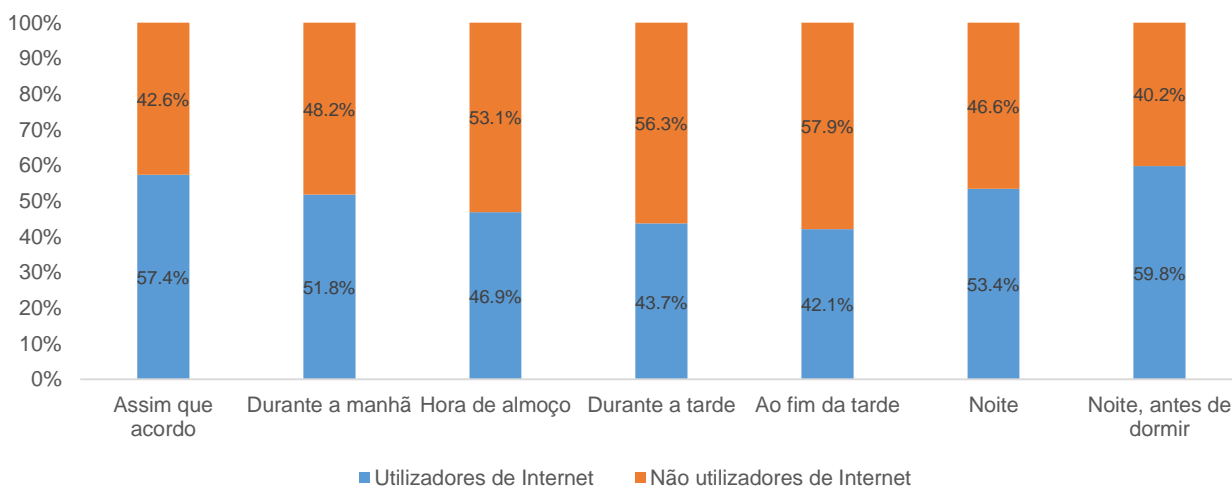
Figura 14 – Importância atribuída a fontes de informação online para assuntos em geral, em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=852)

Relativamente ao consumo de notícias, e de acordo com a Figura 15, verificámos que há padrões de consumo diferentes, ao longo do dia, entre os utilizadores e os não utilizadores de Internet.

Figura 15 – “Em que altura do dia costuma consultar notícias?” por utilização de Internet, em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=1542)

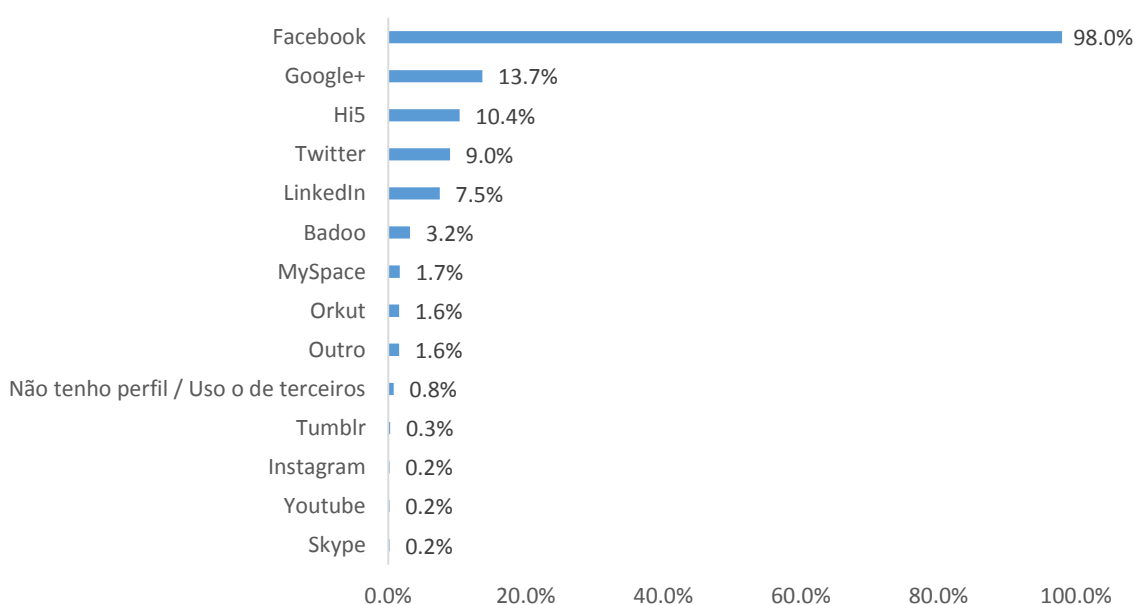
Os indivíduos que utilizam a Internet tendem a consumir conteúdos noticiosos ou de manhã muito cedo, Assim que acordam (57,4%) ou muito tarde, no período da Noite, antes de dormir (59,8%), sendo que o período em que menos consultam notícias é Durante e ao Fim da tarde (percentagens de 43,7% e 42,1%, respectivamente), sendo que é neste período que os não-utilizadores de Internet mais consomem notícias (percentagens de 56,3% e 57,9%, também respectivamente).

Os Portugueses e as redes sociais

As redes sociais têm sido uma realidade online fortemente explorada pelos portugueses, que diversificam quer a sua actividade em cada rede quer a utilização de diversas redes, muitas vezes em simultâneo.

De acordo com a Figura 16, 98,0% dos internautas portugueses utilizadores de redes sociais têm perfil criado na rede Facebook. 13,7% possuem perfil na rede Google+ e 10,4% na rede Hi5, seguidos de Twitter, LinkedIn e Badoo (com percentagens de 9,0%, 7,5% e 3,2%, respectivamente).¹ A verdade é que há uma série de serviços online, que pela sua estrutura e evolução cada vez mais tendem a assumir características de outros serviços dos quais inicialmente se distinguiam.

Figura 16 – “Em que sites de redes sociais tem perfil criado?” (Resp. Múltipla), em Portugal, em 2013



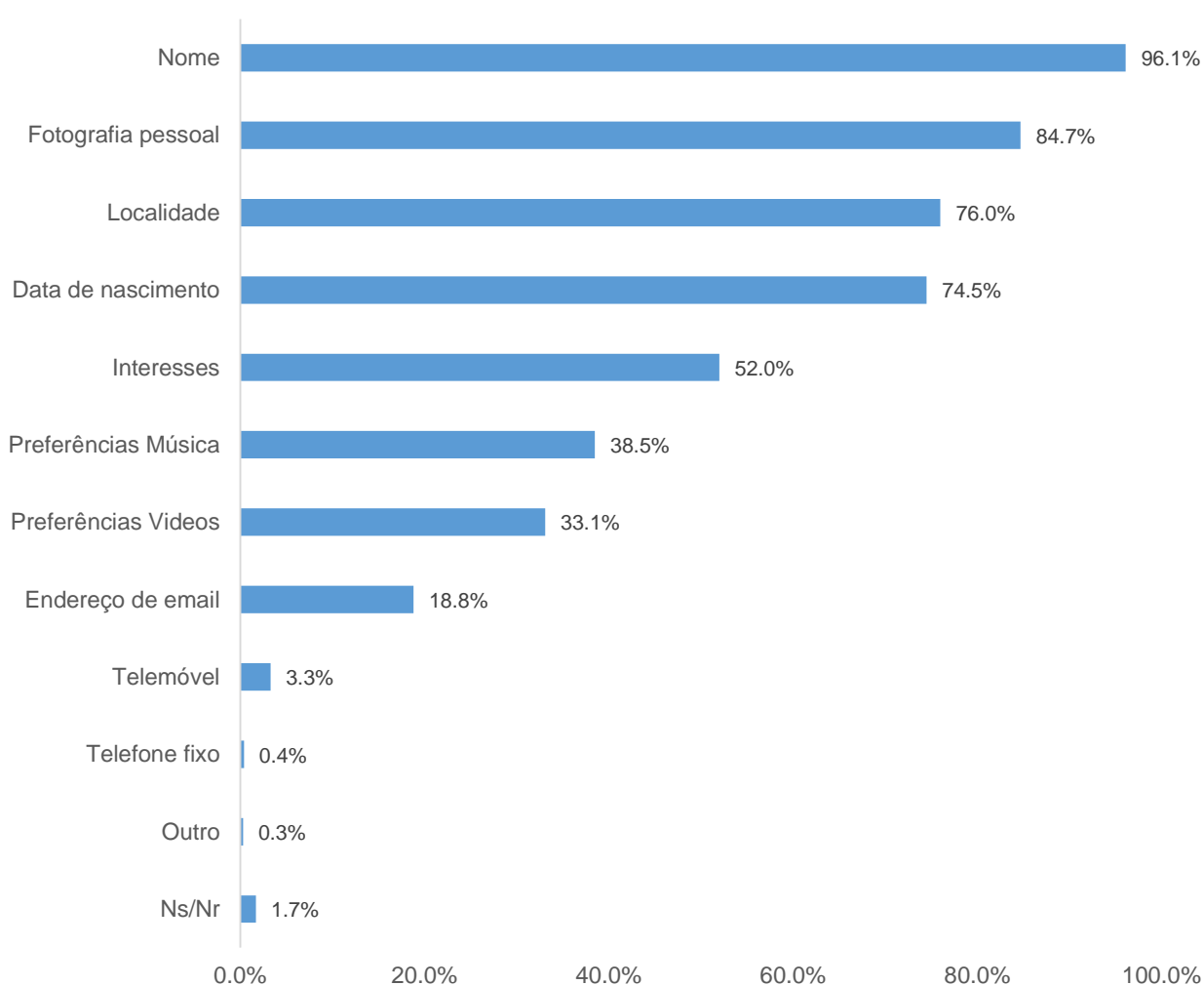
Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=667)

¹ Nota: Listadas na Figura 14 surgem referências que habitualmente não surgem incluídas na lista de Redes sociais, tais como o serviço de streaming Youtube ou o software de conversação / videoconferência Skype, ambos os serviços com percentagens de 0,2%. A razão para a inclusão destas categorias é devida ao facto de a pergunta que consta do inquérito Sociedade em Rede 2013 possuir uma categoria listada como “Outra. Qual_____?”, sendo dada a liberdade ao inquirido de registar quais as redes em que está inserido.

Relativamente ao fornecimento de informação online, este é cada vez mais um tema importante, por estar estreitamente relacionado com questões ligadas à privacidade e confidencialidade dos dados. De acordo com a Figura 17, os dados mais divulgados são o Nome, Fotografia pessoal, Localidade e Data de Nascimento, com percentagens de 96,1%, 84,7%, 76,0% e 74,5%.

Os dados relativos a formas de contacto pessoal, tais como o Telefone fixo, Telemóvel e Endereço de email são os menos divulgados pelos internautas portugueses nas redes sociais, com percentagens de 0,4%, 3,3% e 18,8%, respectivamente.

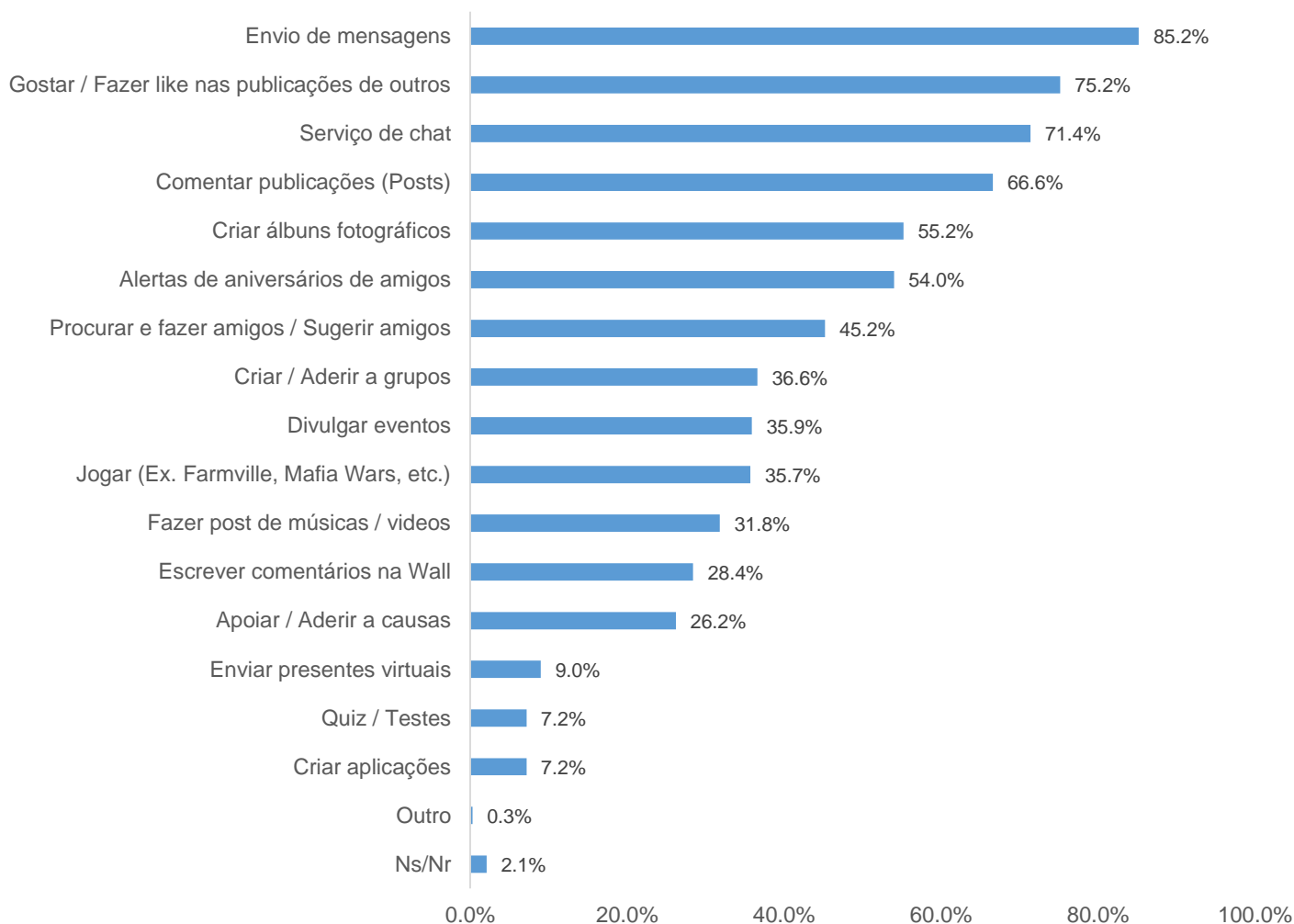
Figura 17 – Dados disponibilizados nos perfis de redes sociais (Resp. Múltipla), em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=667)

As acções possibilitadas pelas redes sociais são infindáveis, sendo que os utilizadores fazem das suas páginas de perfil o ponto de partida para a sua navegação online. Observando a Figura 18, podemos compreender o que é que os internautas portugueses mais fazem nas redes sociais.

Figura 18 – Funcionalidades mais utilizadas nos sites de redes sociais (Resp. múltipla), em Portugal, em 2013

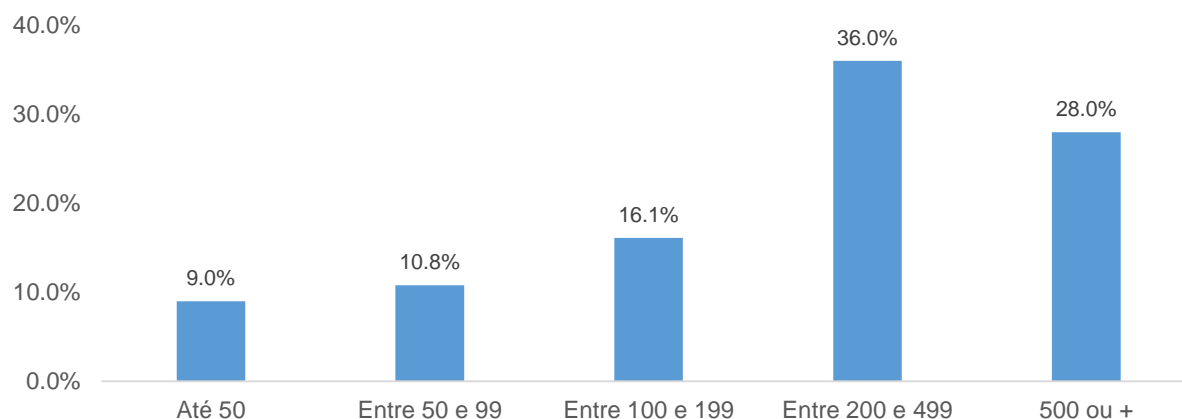


Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=667)

As funcionalidades mais usadas pelos utilizadores de redes sociais portuguesas são o Envio de mensagens, Gostar / Fazer like nas publicações de outros, o serviço de chat, comentar publicações (posts) e criar álbuns fotográficos, com percentagens de 85,2%, 75,2%, 71,4%, 66,6 e 55,2%, respectivamente. As funcionalidades menos actualizadas são a criação de aplicações, a realização de quiz /testes, o apoio / adesão a causas virtuais e escrever comentários na Wall, com percentagens, também respectivas, de 7,2%, 7,2%, 9,0%, 26,2% e 28,4%.

Verifica-se, portanto que as funcionalidades mais populares entre os utilizadores de redes sociais em Portugal dizem respeito a comunicação directa com outros utilizadores (Envio de mensagens, gostar das publicações de outros, chat e comentários) enquanto que as menos populares dizem respeito a aspectos da rede que exijam mais mobilização pessoal ou proactividade.

Figura 19 – Número de amigos que tem no perfil de rede social mais utilizada, em Portugal, em 2013

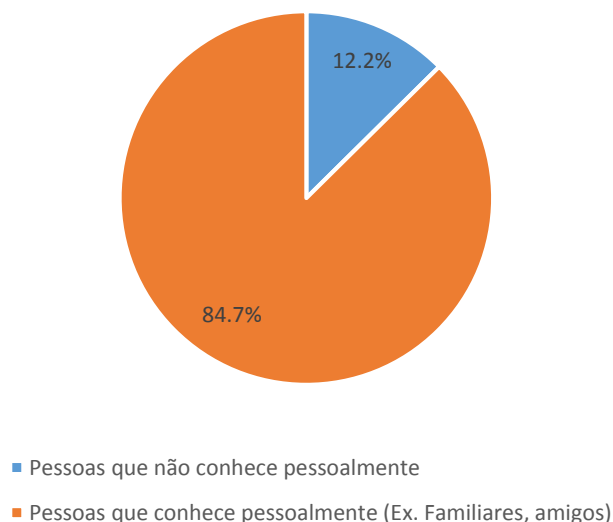


Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=667)

Observando a Figura 19, acima, verificamos que os utilizadores de redes sociais portuguesas têm, efectivamente, muitos contactos no seu perfil principal de redes sociais (na mais utilizada), 54,0% têm pelo menos 200 amigos, sendo que 28,0% têm 500 ou mais. Apenas 9,0% dizem ter menos de 50 amigos na sua rede social mais utilizada.

Estes dados são particularmente interessantes quando conjugados com os dados constantes da Figura 20, abaixo.

Figura 20 – “As pessoas na sua área de amigos da rede social que mais utiliza são maioritariamente...”, em Portugal, em 2013



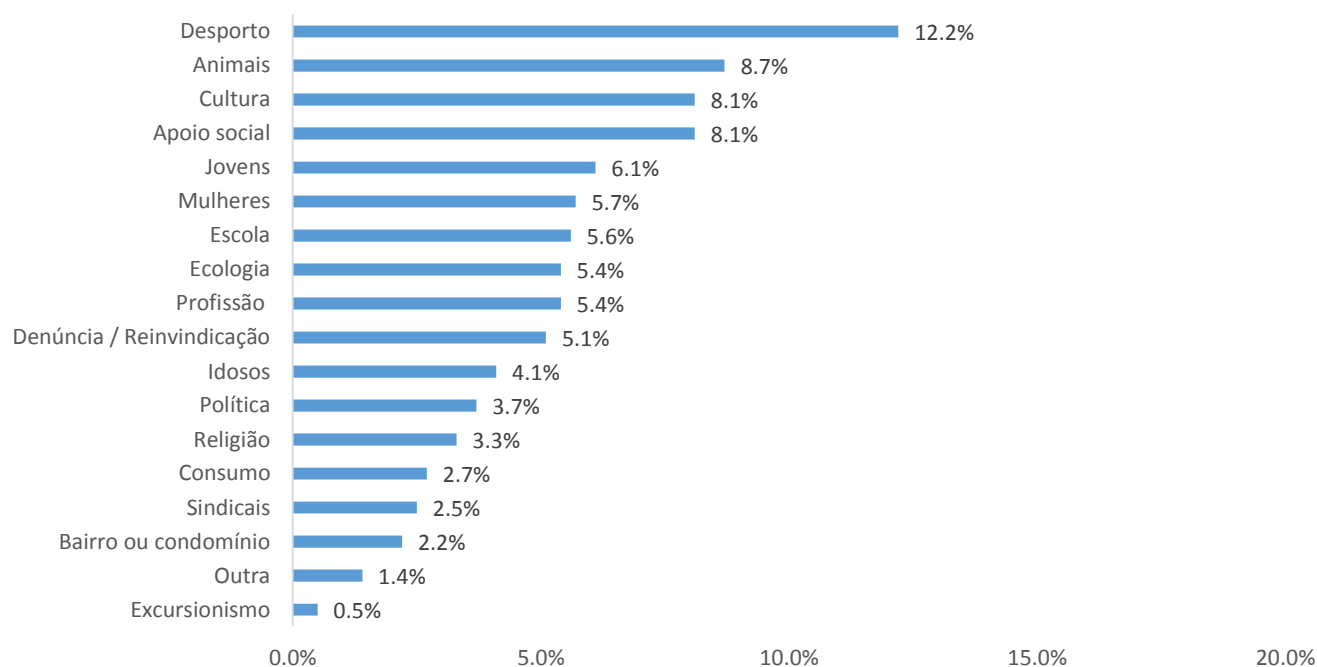
Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=667)

Apesar de os utilizadores portugueses tenderem a ter uma lista de amigos extensa na sua rede social mais utilizada, a esmagadora maioria destes utilizadores afirma só ter na sua lista de

amigos pessoas que conhece pessoalmente (84,7%) (familiares ou amigos, por exemplo), contra 12,2% que dizem ter na sua lista amigos pessoas que não conhecem pessoalmente, maioritariamente. Isto pode indicar que uma de duas hipóteses: que os utilizadores de redes sociais portuguesas têm, de facto muitos amigos chegados, pessoais, que constam das suas listas de amigos na rede, ou então que a rede social, e as interações que permite, alteram substancialmente a percepção das amizades e da proximidade com o outro, bem como da definição de amizade em si.

A Figura 21 hierarquiza as causas mais apoiadas pelos portugueses, em 2013, nas redes sociais. O tipo de causa mais apoiada é a causa relacionada com desporto (12,2%), seguida das causas relacionadas com animais ou direitos dos animais (8,7%).

Figura 21 – Apoio a causas nas redes sociais, em Portugal, em 2013



Fonte: OberCom. Inquérito a Sociedade em Rede 2013 (n=667)

As causas relacionadas com política atingem apenas 3,7% dos inquiridos, enquanto que as causas sindicais mobilizaram apenas 2,5% dos utilizadores de redes sociais em Portugal. As causas culturais e relacionadas com apoio social mobilizaram, em 2013, 8,1% dos utilizadores de redes sociais em Portugal.

Nota Metodológica

INQUÉRITO SOCIEDADE EM REDE 2013 | ASPECTOS METODOLÓGICOS

QUANTO AO UNIVERSO:

O Universo é constituído por indivíduos de ambos os sexos, com 15 e mais anos, residentes em Portugal.

QUANTO À AMOSTRA

A Amostra é constituída por 1.542 entrevistas, com a seguinte distribuição por Região NUTs:

REGIÃO NUTs	ENTREVISTAS	%
Norte	532	34,5
Centro	343	22,2
Lisboa e Vale do Tejo	416	27,0
Alentejo	116	7,5
Algarve	65	4,2
Região Autónoma da Madeira	38	2,5
Região Autónoma dos Açores	32	2,1
TOTAL	1.542	100

QUANTO AO MÉTODO DE SELECÇÃO DO ENTREVISTADO:

A selecção dos entrevistados processou-se da seguinte forma:

1º Passo: Selecção dos pontos de amostragem, considerando a Região NUTs e o Habitat/Dimensão das localidades. Foram seleccionados 88 pontos de amostragem.

2º Passo: Selecção dos lares pelo método ziguezague. Após a definição de um ponto de partida (=rua de início do trabalho) são seguidas regras para determinação do itinerário.

3º Passo: Selecção do entrevistado. Os entrevistados foram seleccionados através do método de quotas, com base numa matriz que cruzou as variáveis Género e Grupo Etário.

QUANTO AO MÉTODO DE RECOLHA DA INFORMAÇÃO:

A informação foi recolhida através de entrevistas pessoais. O questionário foi elaborado pelo cliente (ISCTE-IUL) e adaptado pela Consulmark2, na sequência das 20 entrevistas de pré-teste que foram realizadas.

QUANTO AO TRABALHO DE CAMPO E À EQUIPA DE ENTREVISTADORES:

O trabalho de campo decorreu entre os dias 29 de Abril e 8 de Julho de 2013 e foi realizado por 43 entrevistadores da Consulmark2, que receberam formação específica para a condução deste estudo.

O trabalho de supervisão incidiu sobre, pelo menos, 15% do trabalho de cada entrevistador

QUANTO À ENTREGA DOS DADOS:

Os dados recolhidos foram entregues no dia 12 de Julho de 2013, num ficheiro. SAV.

Foi aplicado um ponderador com base nas variáveis: Região NUTs, Género e Grupo Etário.

Ficha Técnica

Título: A Internet em Portugal – Sociedade em Rede 2014

Data de Edição: Janeiro de 2014

Coordenação Científica: Gustavo Cardoso e Sandro Mendonça

Autoria: Gustavo Cardoso, Sandro Mendonça, Tiago Lima, Miguel Paisana, Marta Neves

ISSN: Publicações OberCom - ISSN 2182-6722



OberCom - Observatório da Comunicação

Palácio Foz - Praça dos Restauradores

1250-187 LISBOA

e-mail: obercom@obercom.pt

tel.: +351 213221319

fax: +351 213221320

<http://www.obercom.pt>