

A Sociedade em Rede
Portugal 2010

A Imprensa na Sociedade em Rede

Julho de 2011

Índice

Introdução	3
Sumário executivo	4
Perfis e caracterização do consumo de jornais, em Portugal	6
Figura 1 - Diga-me, por favor, se leu jornais na última semana.....	6
Figura 2 - Diga-me, por favor, se leu jornais na última semana? – por género	7
Figura 3 - Diga-me, por favor, se leu jornais na última semana? - por região	7
Figura 4 - Diga-me, por favor, se leu jornais na última semana - por escalões etários	8
Figura 5 - Diga-me, por favor, se leu jornais na última semana – por grau de escolaridade ...	9
Figura 6 – Inquiridos que leram jornais em papel e online – por escalões etários	10
Figura 7 – Inquiridos que leram jornais em papel e online – por região	10
Figura 8 – Inquiridos que leram jornais em papel e online – por género	11
Figura 9 – Inquiridos que leram jornais em papel e online – por grau de escolaridade	11
Figura 10 – Inquiridos que só leram jornais em papel – por escalões etários	12
Figura 11 – Inquiridos que só leram jornais em papel – por região	12
Figura 12 – Inquiridos que só leram jornais em papel – por género	13
Figura 13 – Inquiridos que só leram jornais online – por escalões etários	13
Figura 14 – Inquiridos que só leram jornais online – por região	14
Figura 15 – Inquiridos que só leram jornais online – por género	14
Figura 16 – Inquiridos que só leram jornais online – por grau de escolaridade.....	15
Figura 17 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram.....	15
Figura 18 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por género)	16
Figura 19 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por região)	16
Figura 20 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram.....	17
Figura 21 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por género)	17
Figura 22 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por região)	18
Figura 23 – Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram.....	18
Figura 24 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por género)	19
Figura 25 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por região)	19
Figura 27 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por género)	20
Figura 28 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por região)	21
Figura 29 - Hoje em dia leio.... jornais e revistas do que há 5 anos atrás.	21
Figura 30 - Hoje em dia leio.... jornais e revistas do que há 5 anos atrás - por género.....	22
Figura 31 - Hoje em dia leio.... jornais e revistas do que há 5 anos atrás - por grau de escolaridade.....	23
Figura 32 - Hoje em dia leio.... jornais e revistas do que há 5 anos atrás - por escalões etários	23
Figura 33 - Hoje em dia leio.... jornais e revistas do que há 5 anos atrás - por região.....	24
A Imprensa escrita paga e relação com as plataformas online e gratuita	25
Figura 34 - Indique, por favor, se concorda com as seguintes afirmações.....	26
Figura 35 - Indique, por favor, se concorda com as seguintes afirmações.....	26
Figura 36 - Indique, por favor, se concorda com as seguintes afirmações.....	27
Figura 37 - Com que frequência costuma utilizar a internet para procurar notícias?	27
Figura 38 - Com que frequência costuma utilizar a internet para procurar notícias? (por região).....	28
Figura 39 - Com que frequência costuma utilizar a internet para procurar notícias? (por género).....	29
Figura 40 - Com que frequência costuma utilizar a internet para procurar notícias? (por grau de escolaridade)	29
Figura 41 - Com que frequência costuma utilizar a internet para procurar notícias? (por escalões etários).....	30
Figura 42 - Indique, por favor, se concorda com as seguintes afirmações.....	30
Figura 43 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "as notícias dos jornais gratuitos são suficientes para me manter informado" - por escalões etários.....	31
Figura 44 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "uma das vantagens dos jornais online é fornecerem informação em tempo real e por dia" - por escalões etários	32

Figura 45 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "os jornais online permitem aceder a mais informação (Ex: links, dossiers temáticos, arquivos)" - por escalões etários ..	33
Figura 46 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "com o aparecimento dos jornais online passei a ler mais notícias" - por escalões etários	34
Figura 47 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "com o acesso a notícias/info online deixei de comprar jornais em papel" - por escalões etários	34
Figura 48 - Diga-me, por favor, se nos últimos 12 meses leu algum jornal online pago:	35
Figura 49 – Inquiridos que, nos últimos 12 meses, leram algum jornal online pago (por região)	36
Figura 50 – Inquiridos que, nos últimos 12 meses, leram algum jornal online pago (por escalões etários).....	36
Figura 51 – Inquiridos que, nos últimos 12 meses, leram algum jornal online pago (por género).....	37
Figura 52 – Inquiridos que, nos últimos 12 meses, leram algum jornal online pago (por grau de escolaridade)	37
A relação com os outros Media	38
Figura 53 - Hoje em dia utilizo ... do que há 5 anos atrás	38
Figura 54 - Destas actividades, qual seria mais difícil para si deixar de fazer?	39
Figura 55 - E qual seria mais fácil para si deixar de fazer?	39
Figura 56 - Avalie o seu grau de confiança acerca da informação disponível.	40
Figura 57 – Quando há uma notícia que me interessa, tendo a obter informação relacionada, noutros Media	41
Figura 58 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "quando há uma notícia que me interessa tento obter informação relacionada noutros media" - por escalões etários.....	41
Figura 59 – Qual a importância que atribui a cada uma das fontes para se informar sobre algum assunto em geral?	42
Figura 60 – Qual a importância que atribui a cada uma das fontes para se entreter?	43
Metodologia	44
Ficha Técnica.....	46

Introdução

No presente relatório identificam-se algumas tendências de consumo de jornais, em Portugal, por comparação com outros Media e outras plataformas. Os dados que servem de suporte a este relatório foram recolhidos no âmbito do Inquérito Sociedade em Rede 2010, tendo algumas comparações sido feitas com o mesmo Inquérito levado para o terreno em 2008.

No primeiro capítulo – Sumário Executivo – apresenta-se uma súmula dos resultados mais relevantes.

Nos restantes capítulos, segue-se uma abordagem descritiva das questões associadas à Imprensa que resultam da edição de 2010 do Inquérito “Sociedade em Rede”, promovido pelo OberCom.

Este inquérito foi realizado a indivíduos com 15 e mais anos de idade, residentes em Portugal Continental. Foram validadas 1255 entrevistas, tendo os respondentes sido seleccionados através do método de quotas, com base numa matriz que cruzou as variáveis Sexo, Idade, Instrução, Ocupação, Região e Habitat/Dimensão dos agregados populacionais.

Os resultados da investigação desenvolvida vêm complementar estudos já realizados pelo OberCom, que continuam a promover e lançar questões para debate sobre o actual estado do Jornalismo e da Imprensa em Portugal. São exemplos os estudos “*Barómetro Media e Comunicação*” e “*Desafios do Jornalismo*”, este último desenvolvido e inspirado nas metodologias e análises do “*Pew Project for the Excellence in Journalism*” e na sua compreensão do fenómeno jornalístico nos EUA através do inquérito a cerca de 550 jornalistas deste país.

A edição de 2010 do Inquérito Sociedade em Rede procura, entre outros, responder e colocar questões fulcrais sobre a Imprensa, adiantando resultados que nos permitam não só perceber o posicionamento da Imprensa nos seus moldes mais tradicionais, como também compreender de que forma é feita, pelos consumidores, a transição para as plataformas online e outros registos baseados num consumo multiplataforma.

Os indicadores estatísticos foram analisados e cruzados com as determinações sócio-económicas da amostra (género, escalão etário, grau de escolaridade e região), constando da análise final apenas as comparações reveladoras de tendências expressivas e significativas.

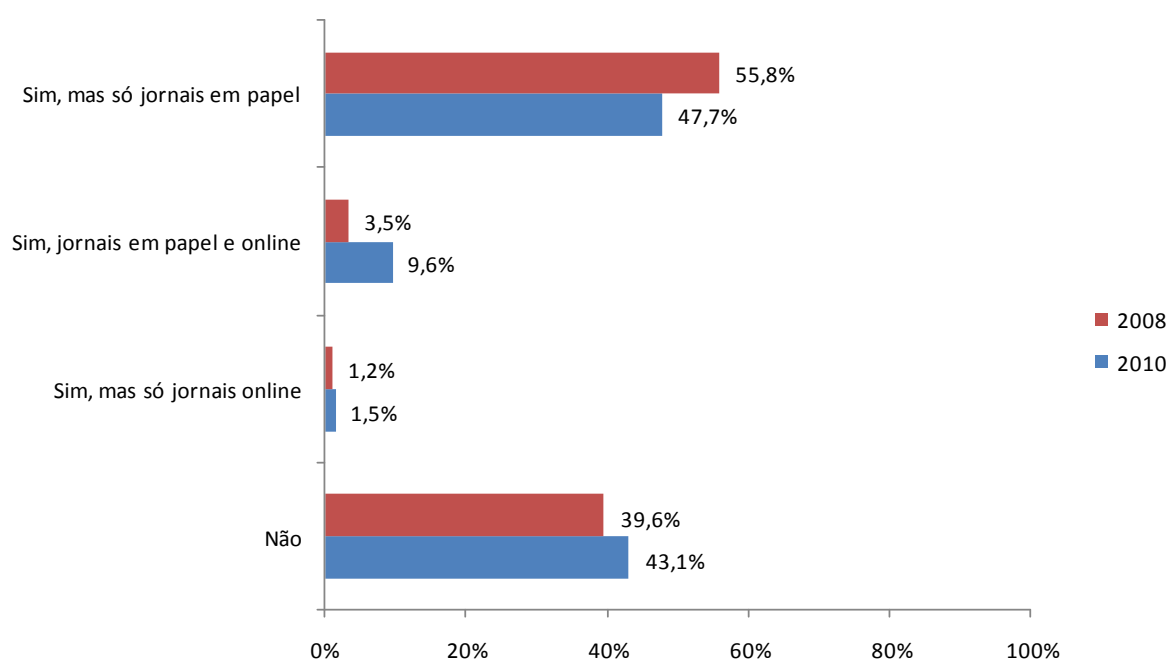
Sumário executivo

1. No anterior estudo sobre a Sociedade em Rede, promovido pelo OberCom em 2008, os resultados mostravam que, na semana anterior à realização do inquérito, 55,8% dos inquiridos teriam lido jornais em papel, 3,5% jornais em papel e online e 1,2% apenas jornais online. Pelo contrário, cerca de 39,6% de inquiridos consideravam não ter lido qualquer tipo de jornal. Em 2010, dos 1255 inquiridos, 714 afirmavam, quando da realização do inquérito, ter lido jornais na última semana. Com efeito, desses 1255 inquiridos, 47,7% consideravam ter lido apenas jornais em papel; 9,6% jornais em papel e online e apenas 1,5% afirmavam ter lido apenas jornais no formato online/digital. Em resumo, e tendo em conta o somatório dos leitores de jornais nos vários formatos, podemos dizer que há um decréscimo do número de leitores, por comparação com 2008, na ordem dos 3,5%. Em todo o caso, regista-se um crescimento no número de leitores de jornais online e, sobretudo, no número daqueles que lêem jornais em papel e online (0,3% e 6,1%, respectivamente). A diminuição mais sentida ocorre no número de leitores de jornais em papel, diminuição essa que atinge os 8,1%, de 2008 para 2010. Numa frase, poder-se-ia dizer que os inquiridos estão a ler mais no formato online ou a complementar mais a leitura em papel com o suporte online, o que os leva a ler menos jornais apenas no formato papel.
2. Quando avaliados os perfis de leitores de jornais, os resultados demonstram que há mais leitores do sexo masculino, sendo que a grande diferença (aproximadamente 70%) se situa ao nível do consumo dos jornais desportivos, ainda que os valores apontem para um predomínio de leitores do sexo masculino, qualquer que seja o tipo de publicação em análise (semanários, temáticos, generalistas, etc).
3. O Grande Porto e o Norte Litoral surgem também como as regiões com mais alta taxa de leitores de jornais, aparecendo depois a Grande Lisboa, e o Grande Porto, como as que apresentam maior percentagem de leitores no duplo formato papel e digital. Relativamente aos escalões etários, salienta-se que o primeiro escalão (15-24 anos) e último escalão (65 e + anos) surgem como os que apresentam maior taxa de não leitores de jornais. São também os mais novos aqueles que apresentam maior percentagem de leitores no duplo formato papel e online, com um valor próximo de 15,4%, bem superior ao valor médio da amostra que se situa nos 9,6%.
4. Se quisermos estabelecer uma tipologia para o jornal mais lido, e tendo por base os resultados obtidos, podemos constatar que ainda estamos perante uma predominância de jornais nacionais, pagos e diários, registando-se também por isso um menor índice de leitores de jornais temáticos e regionais.
5. Os resultados sugerem que, de 2008 para 2010, houve um aumento do número de inquiridos que consideram ler hoje menos jornais e revistas do que em 2008.

6. Tendo em conta a percepção que os inquiridos têm acerca dos hábitos de leitura de jornais e revistas, considerados para os últimos 5 anos, os resultados evidenciam que as mulheres terão sido as que menos jornais e revistas passaram a ler, sendo que também os inquiridos com instrução primária incompleta tendem a registar mais essa tendência de diminuição. Importa igualmente referir que são os inquiridos mais novos, residentes no Grande Porto e Grande Lisboa, aqueles que auto-percepcionam maior crescimento na leitura de jornais e revistas. Por contraponto, o escalão etário mais elevado (65 e + anos), bem como as regiões do Algarve e Centro Litoral, surgem como as zonas que registam a percentagem mais elevada de inquiridos que, num período de 5 anos, passaram a ler menos jornais.
7. No que respeita à relação entre Imprensa Tradicional e novos formatos, o online e o gratuito, a grande maioria dos inquiridos considera que os novos formatos digital e gratuito não terão sido motivo para se deixar de consumir/adquirir uma publicação no seu formato tradicional pago. Com efeito, a grande maioria dos inquiridos ainda não utiliza as plataformas online para fins de divulgação, partilha de notícias, considerando igualmente que as notícias dos jornais gratuitos não são suficientes para manter um nível de informação adequado. Ao mesmo tempo, uma grande percentagem de inquiridos (cerca de 49%) considera ser uma das vantagens dos jornais online o fornecerem informação em tempo real e 24 horas por dia.
8. Entre os inquiridos utilizadores de internet, uma maioria considerável (57,1%) costuma utilizar a internet para procurar notícias pelo menos semanalmente. Destes utilizadores, apenas 9,5% dos inquiridos leram, no último ano, algum jornal online pago.
9. A leitura de jornais e revistas é, de uma lista de actividades relacionadas com a utilização de diferentes Media, vista como uma das actividades que mais fácil seria de abandonar, em consonância com o que é registado também para a Rádio e os videojogos.
10. Quando analisado o grau de confiança relativamente a diferentes Media, os resultados mostram que uma considerável maioria avalia a Imprensa de forma positiva. Por comparação com os resultados obtidos para 2008, ter-se-á dado um aumento, na ordem dos 2,5%, do número de inquiridos que consideram confiar hoje na Imprensa e na sua informação disponível.

Perfis e caracterização do consumo de jornais, em Portugal

Figura 1 - Diga-me, por favor, se leu jornais na última semana

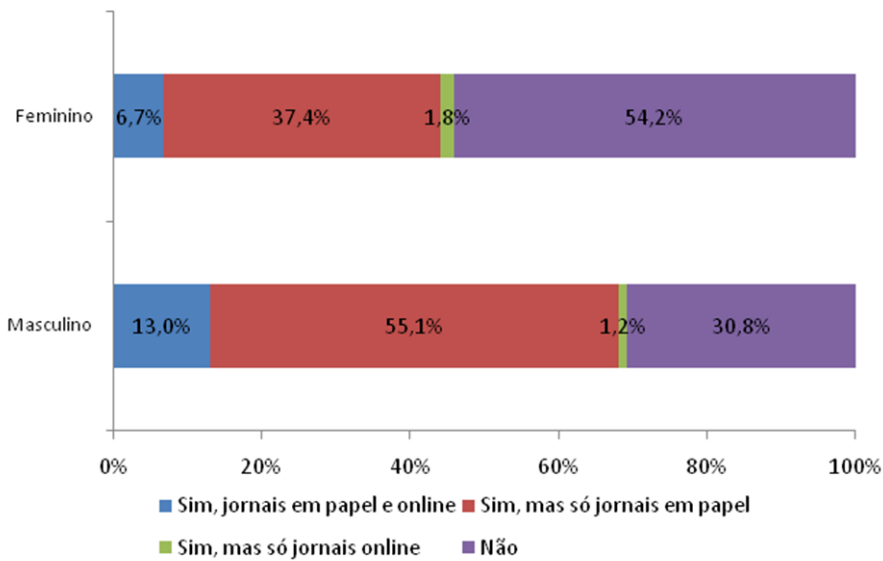


n=1255 (SR2010)
n=1039 (SR2008)

No anterior estudo sobre a Sociedade em Rede, promovido pelo OberCom em 2008, os resultados mostravam que, na semana anterior à realização do inquérito, 55,8% dos inquiridos teriam lido jornais em papel, 3,5% jornais em papel e online e 1,2% apenas jornais online.

De acordo com os dados recolhidos do Inquérito Sociedade em Rede 2010, 47,7% dos inquiridos terão unicamente lido jornais em papel na semana anterior ao momento do inquérito, sendo que 9,6% afirmaram ter lido jornais em papel e online e 1,5% apenas jornais online. Uma grande percentagem de inquiridos, cerca de 43%, refere não ter lido quaisquer jornais, independentemente da plataforma ou suporte. Assim sendo, e apesar de ser notória (de 2008 para 2010) a quebra no número de inquiridos que apenas lêem jornais em papel, a percentagem de inquiridos que utilizam o suporte tradicional supera ainda claramente o registado para o suporte online.

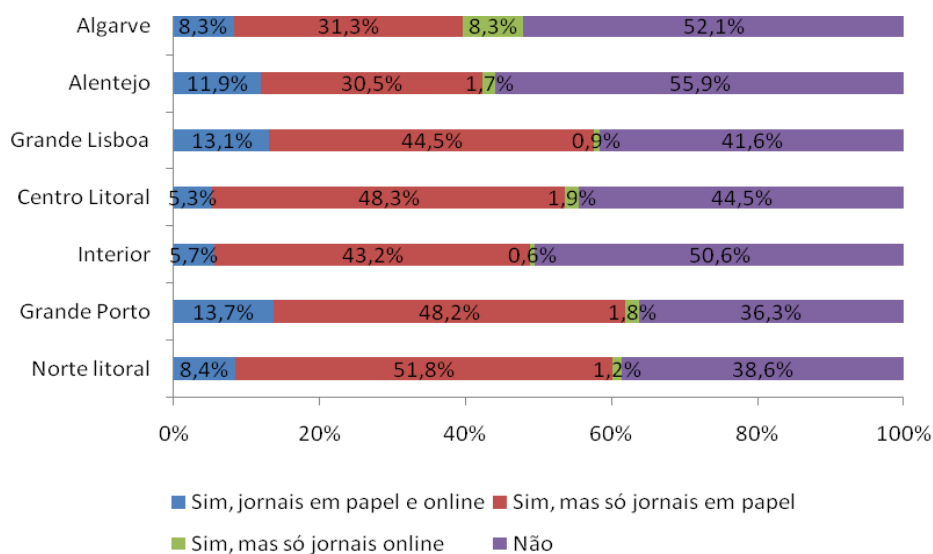
Figura 2 - Diga-me, por favor, se leu jornais na última semana? – por género



n=1255

Os inquiridos do sexo masculino são os que mais lêem jornais. Por contraponto, uma pequena maioria dos inquiridos do sexo feminino refere não ter lido jornais na última semana que antecedeu a realização do inquérito. Por outro lado, regista-se ainda que a maioria dos inquiridos do sexo masculino continua a ler jornais em suporte papel.

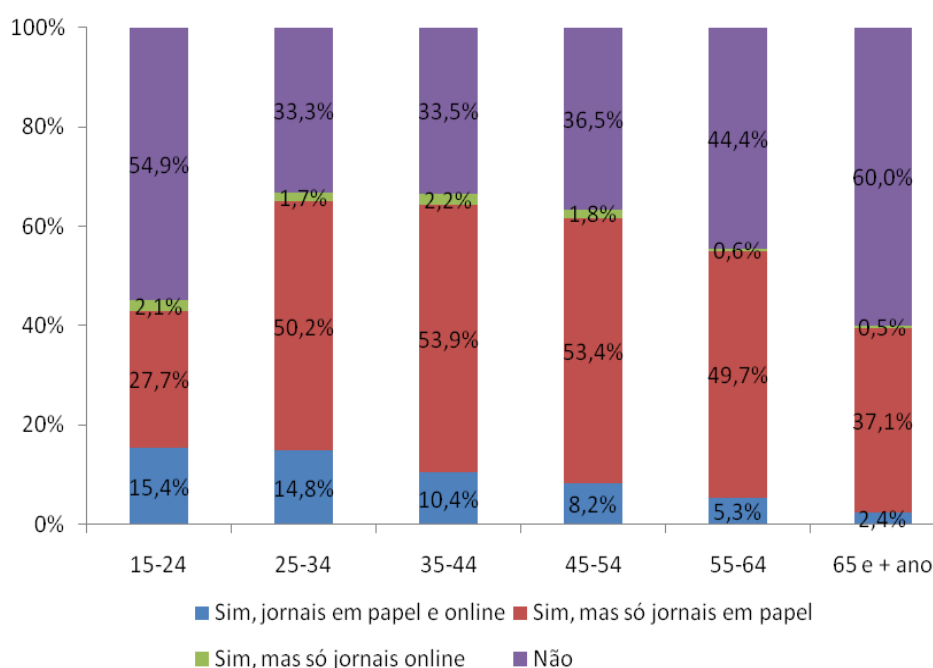
Figura 3 - Diga-me, por favor, se leu jornais na última semana? - por região



n=1255

Algarve, Alentejo e Interior são as zonas que apresentam maior percentagem de não leitores de jornais. O Norte Litoral é a região que apresenta maior taxa de leitores de jornais que utilizam apenas o suporte papel. Lisboa e Porto são as regiões com mais alto número de leitores de jornais que utilizam os suportes online e em papel.

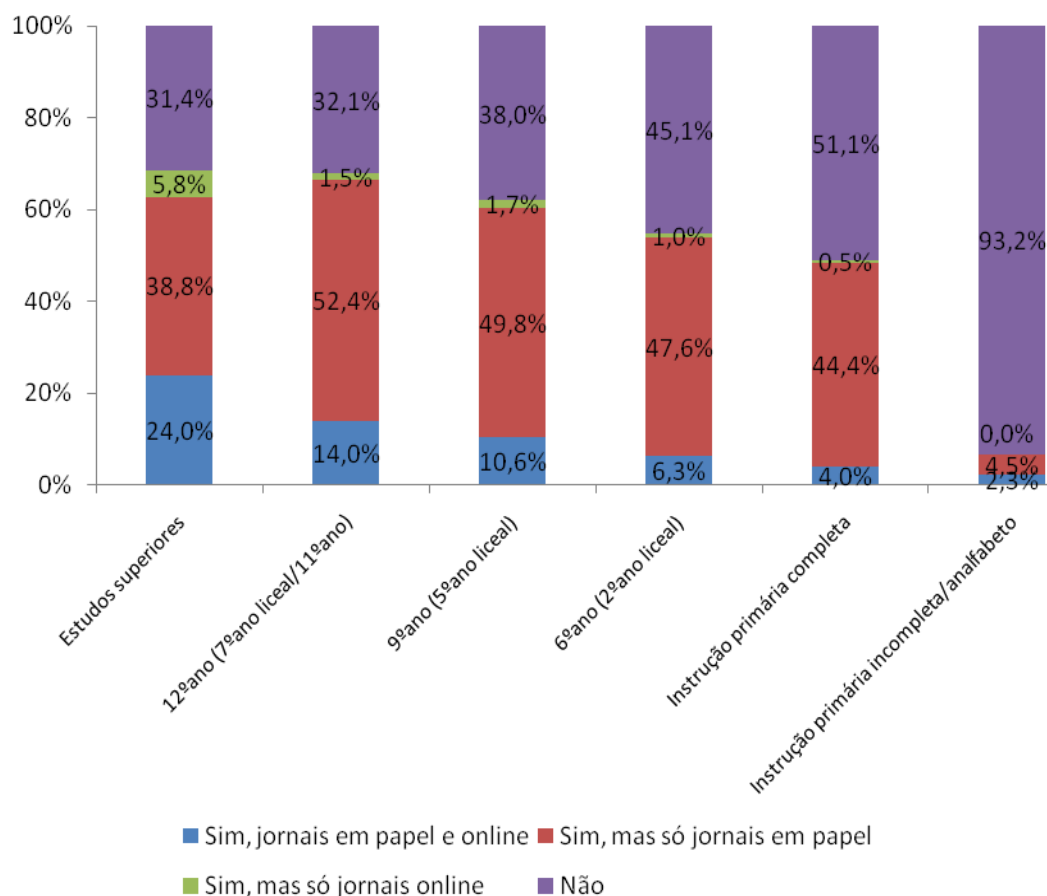
Figura 4 - Diga-me, por favor, se leu jornais na última semana - por escalões etários



n=1255

Os escalões etários mais jovens e mais velhos são aqueles que apresentam as maiores taxas de não leitura de jornais, cabendo aos restantes resultados próximos de 50% de leitura em papel. A leitura exclusiva de jornais online é praticamente residual, sendo que qualquer modalidade de leitura de jornais, quer em suporte papel, quer em suporte digital, diminui com o aumento da idade.

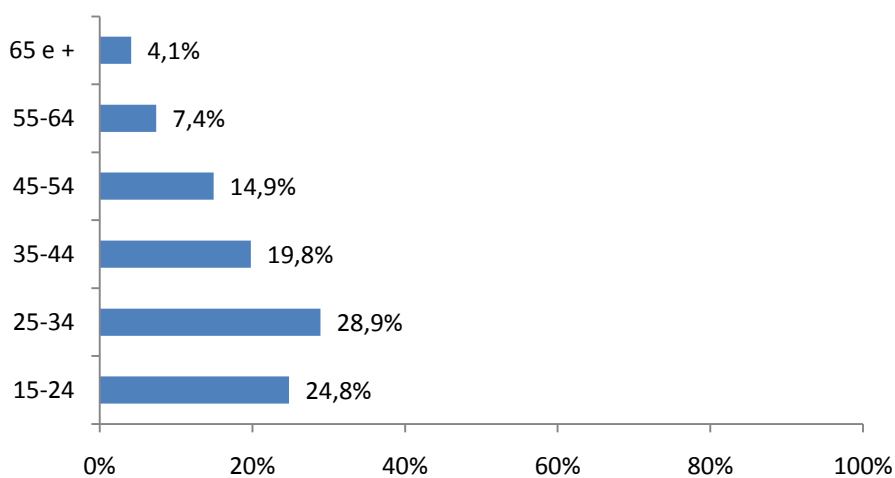
Figura 5 - Diga-me, por favor, se leu jornais na última semana – por grau de escolaridade



n=1255

Os inquiridos com instrução primária incompleta são aqueles que menos jornais leram ao longo da semana que antecedeu a realização do inquérito. Por outro lado, os inquiridos com Estudos Superiores são, entre todos, aqueles que apresentam uma percentagem maior de leitura de jornais no duplo formato online e em papel, sendo também para esta categoria maior a leitura de jornais no formato online.

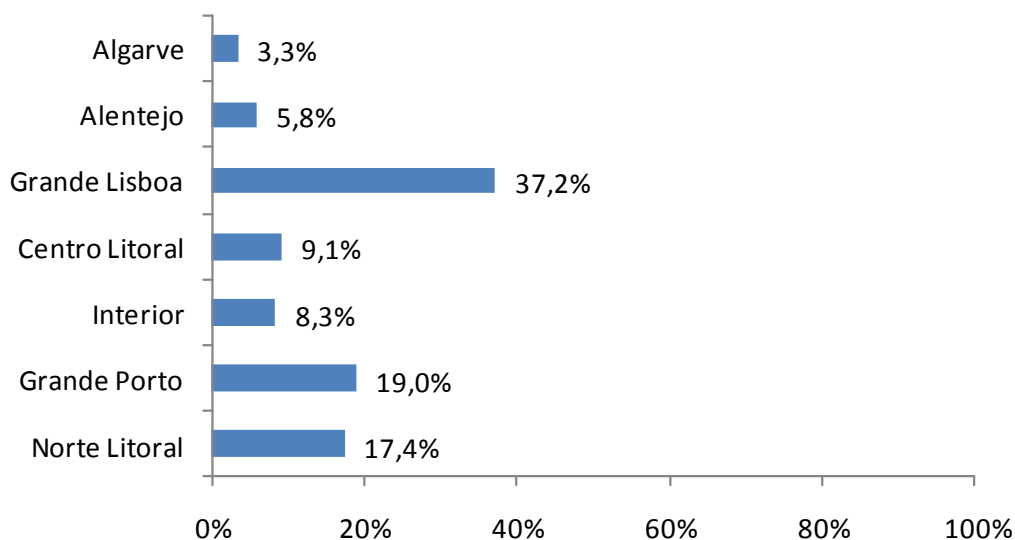
Figura 6 – Inquiridos que leram jornais em papel e online – por escalões etários



n=121 – inquiridos que leram jornais em papel e online

Os escalões etários mais jovens são aqueles que mais leram jornais em papel e online. Com efeito, cerca de 54% dos inquiridos que leram jornais em papel e online têm entre 15 e 34 anos.

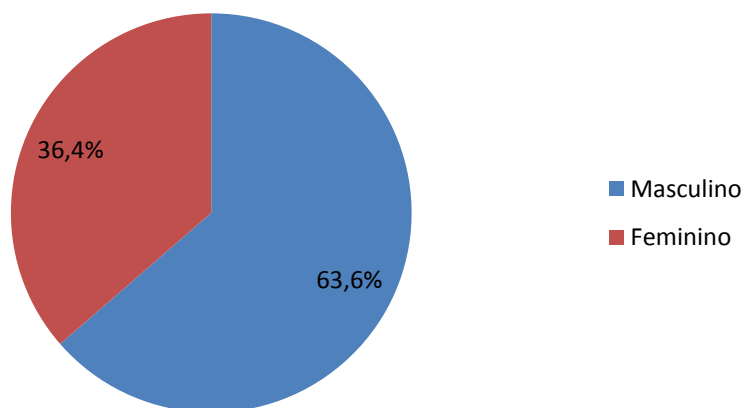
Figura 7 – Inquiridos que leram jornais em papel e online – por região



n=121 – inquiridos que leram jornais em papel e online

É na Grande Lisboa que mais jornais em papel e online se lê. Por contraponto, Algarve e Alentejo apresentam menores percentagens de leitores de jornais no duplo formato online e papel (3,3% e 5,8%, respectivamente).

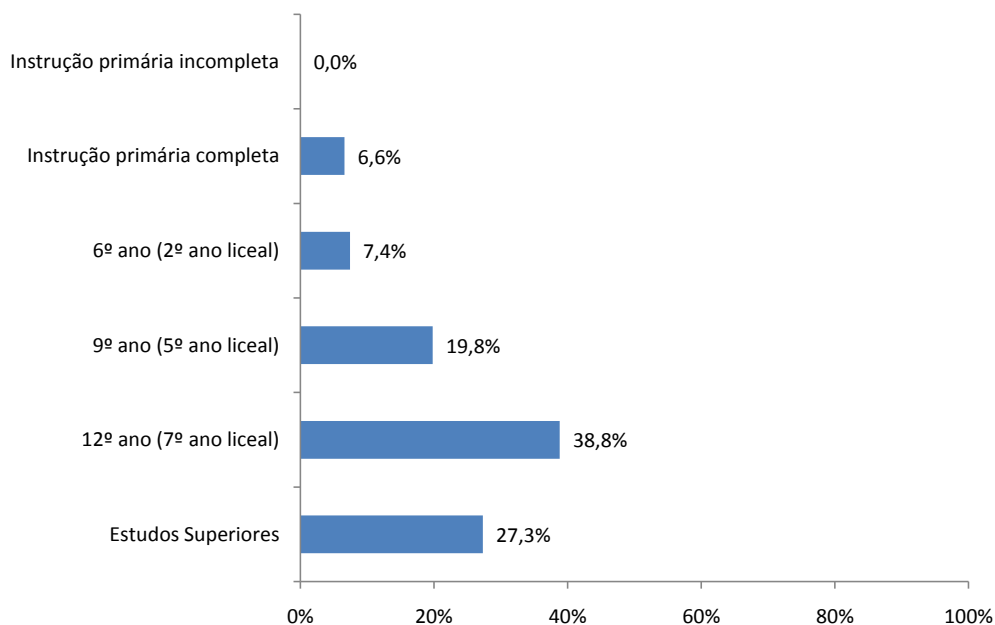
Figura 8 – Inquiridos que leram jornais em papel e online – por gênero



n=121 – inquiridos que leram jornais em papel e online

São os inquiridos do sexo masculino aqueles que mais jornais em papel e online lêem.

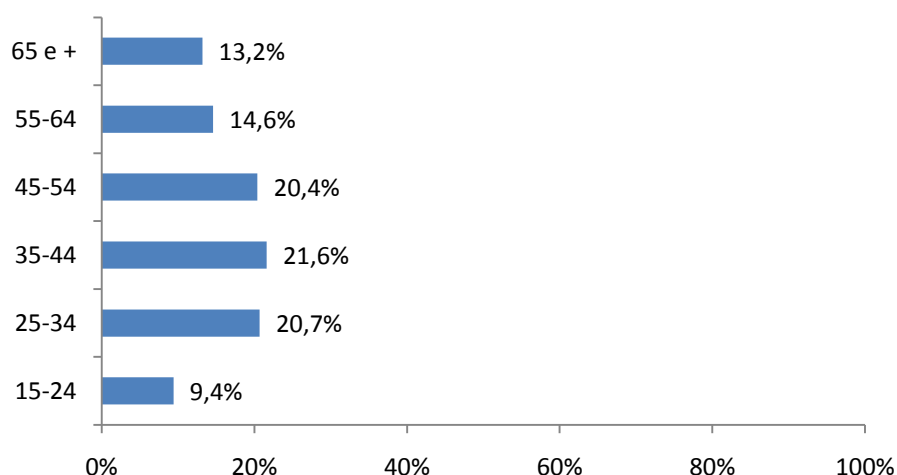
Figura 9 – Inquiridos que leram jornais em papel e online – por grau de escolaridade



n=121 – inquiridos que leram jornais em papel e online

Cerca de 66% dos inquiridos que leram jornais em papel e online, têm o 12º ano de escolaridade ou estudos superiores.

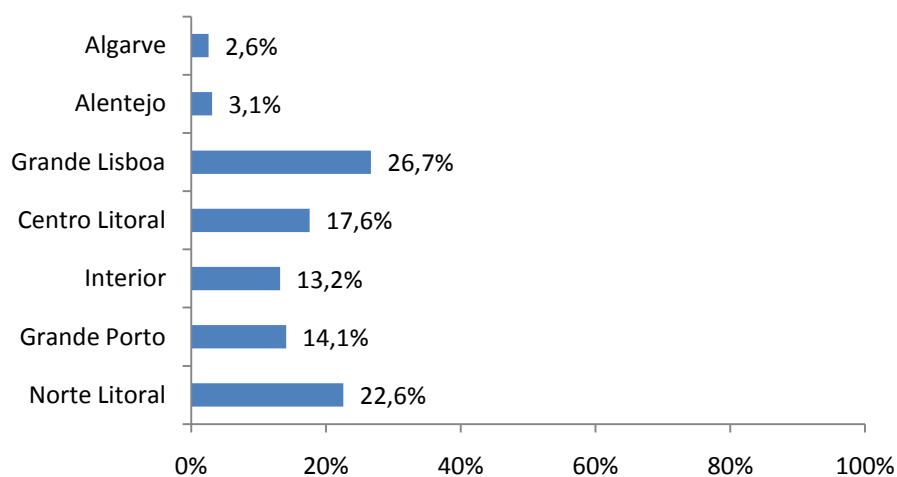
Figura 10 – Inquiridos que só leram jornais em papel – por escalões etários



n=574 – inquiridos que só leram jornais em papel

Os inquiridos com idades compreendidas entre 25 e 54 anos são aqueles que mais lêem jornais em papel. Com efeito, 62,7% dos leitores de jornais em papel situam-se nestes escalões etários.

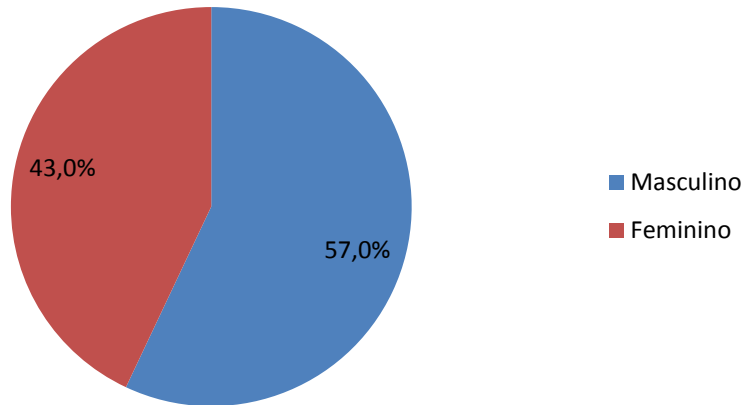
Figura 11 – Inquiridos que só leram jornais em papel – por região



n=574 – inquiridos que só leram jornais em papel

As regiões mais densamente povoadas (Grande Lisboa, Grande Porto e Litoral) apresentam maiores taxas de leitores de jornais em papel. Algarve e Alentejo são, por oposição, as regiões que apresentam menores percentagens de inquiridos leitores de jornais em papel.

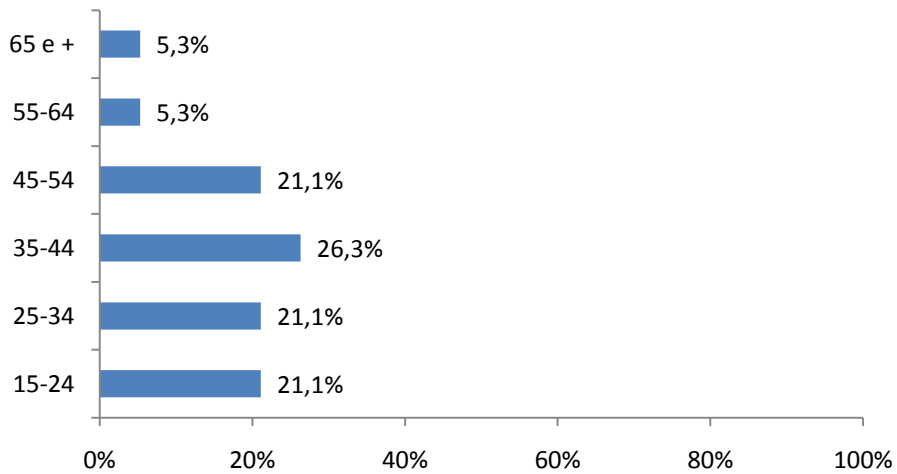
Figura 12 – Inquiridos que só leram jornais em papel – por género



n=574 – inquiridos que só leram jornais em papel

Os inquiridos do sexo masculino surgem novamente como os inquiridos que mais lêem jornais em papel.

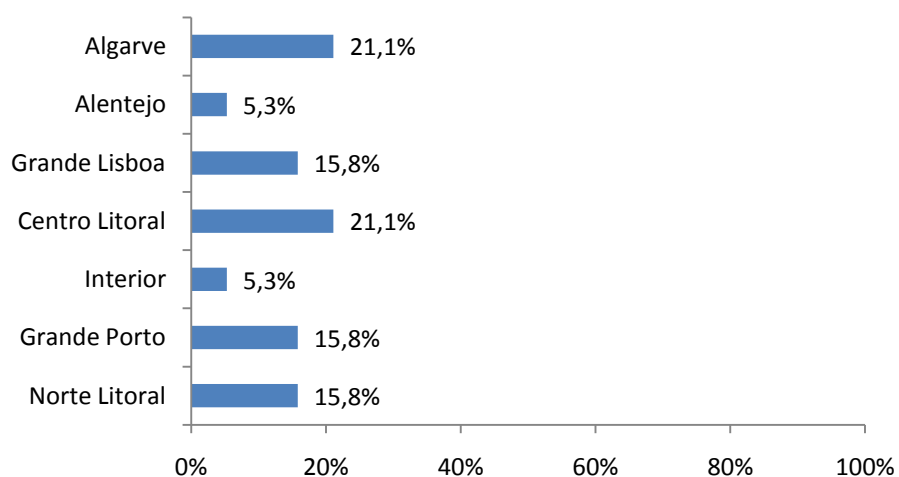
Figura 13 – Inquiridos que só leram jornais online – por escalões etários



n=19 - inquiridos que só leram jornais online

Ainda que poucos inquiridos considerem que lêem jornais apenas no formato online, parece claro que o menor número de leitores deste tipo de jornais se situa nos escalões etários mais avançados (55 e mais anos de idade).

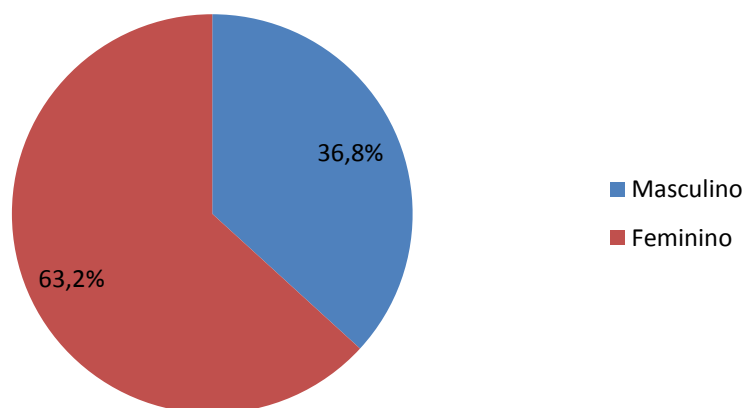
Figura 14 – Inquiridos que só leram jornais online – por região



n=19 - inquiridos que só leram jornais online

Por contraponto com o que vinha sendo registado para os leitores de jornais em papel e no duplo formato papel e online, o Algarve surge como uma das regiões que apresentam uma maior taxa de leitores de jornais online. Contudo, e uma vez que a sub-amostra de leitores de jornais unicamente no formato online é muito reduzida, torna-se pouco útil destacar estes números num contexto de maior representatividade.

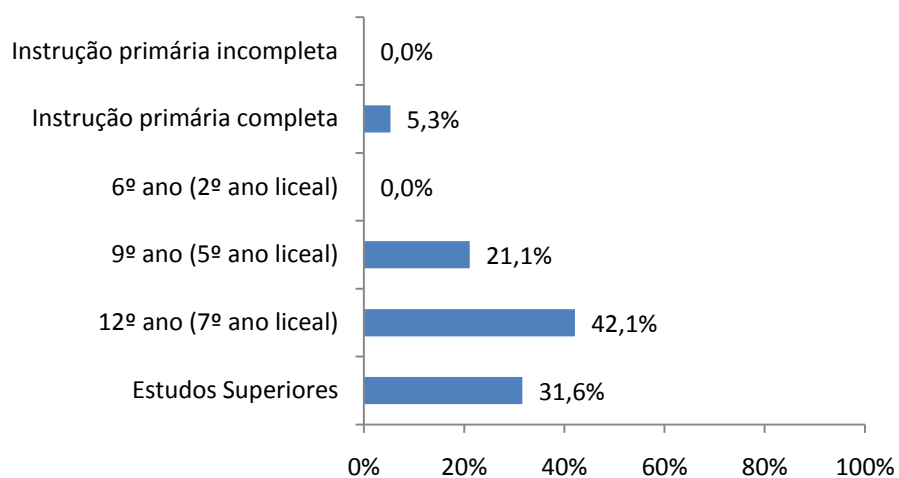
Figura 15 – Inquiridos que só leram jornais online – por género



n=19 - inquiridos que só leram jornais online

São os inquiridos do sexo feminino aqueles que mais jornais online tendem a ler (quase 2/3 do total).

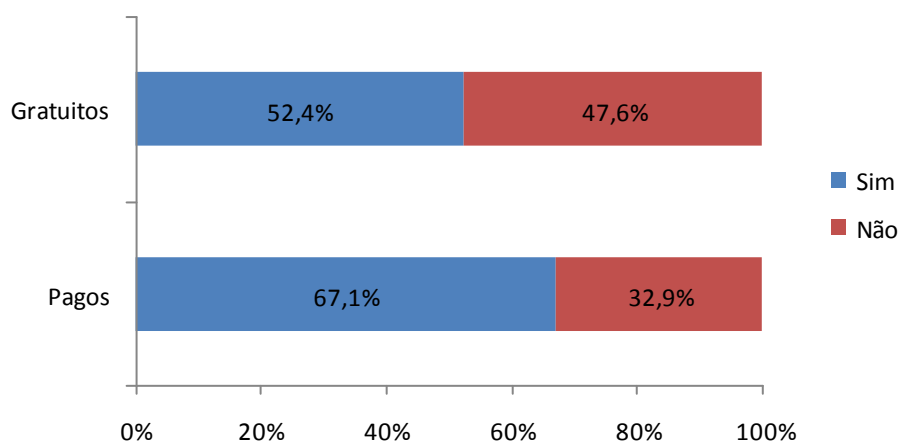
Figura 16 – Inquiridos que só leram jornais online – por grau de escolaridade



n=19 - inquiridos que só leram jornais online

São os inquiridos mais escolarizados aqueles que mais lêem jornais no suporte online. Cerca de 74% dos inquiridos que lêem jornais unicamente no formato online, têm o 12º ano de escolaridade ou mais.

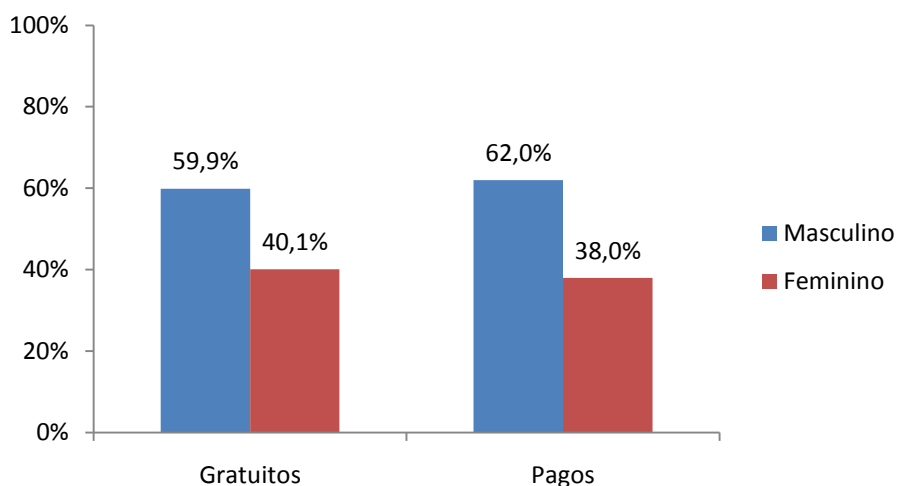
Figura 17 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram...



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

Uma maior percentagem de inquiridos que afirmaram ler jornais, ainda lê jornais pagos (67,1%), por comparação com aqueles que afirmam ler jornais gratuitos (52,4%).

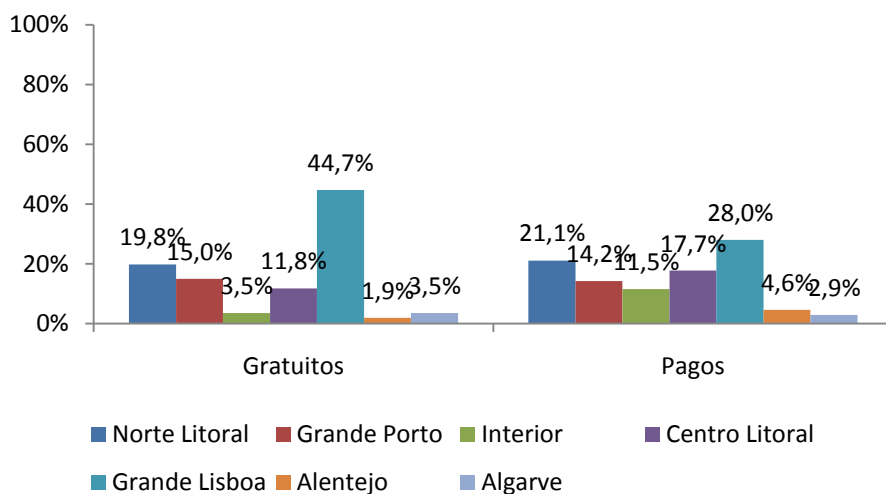
Figura 18 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por género)



n= 374 – inquiridos que leram jornais gratuitos
n=479 – inquiridos que leram jornais pagos

Os inquiridos do sexo masculino surgem como os principais leitores de jornais, quer gratuitos, quer pagos.

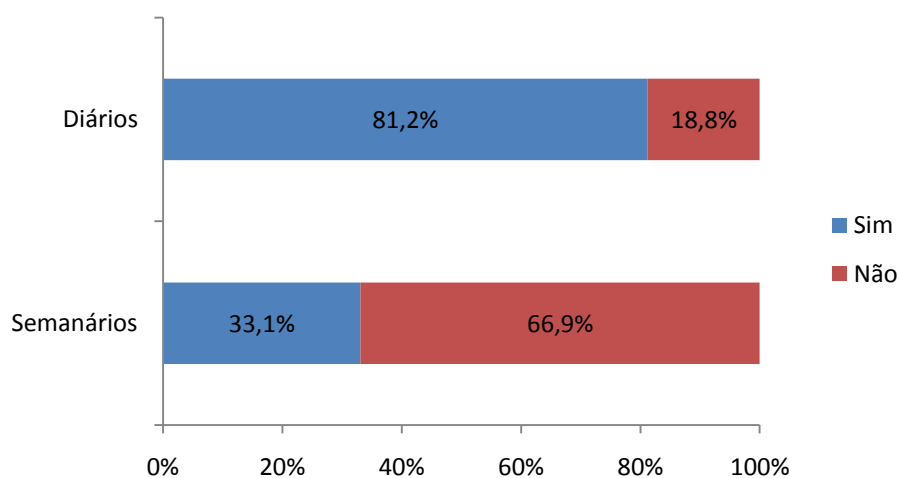
Figura 19 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por região)



n= 374 – inquiridos que leram jornais gratuitos
n=479 – inquiridos que leram jornais pagos

É na região de Lisboa que claramente se lê mais jornais gratuitos. Contudo, e no que respeita aos jornais pagos, nota-se uma distribuição mais equitativa pelas várias regiões, com excepção do Alentejo e Algarve, regiões que apresentam as menores percentagens de leitores de jornais pagos.

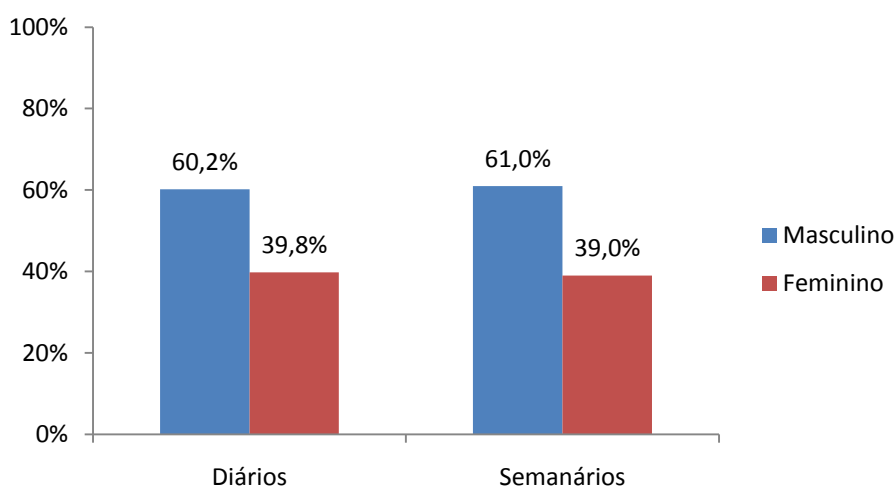
Figura 20 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram...



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

A leitura de jornais diários ultrapassa claramente a leitura de jornais de publicação semanal. Com efeito, a grande maioria dos inquiridos que assume ler jornais, lê jornais diários mas não lê semanários (81,2% e 66,9%, respectivamente).

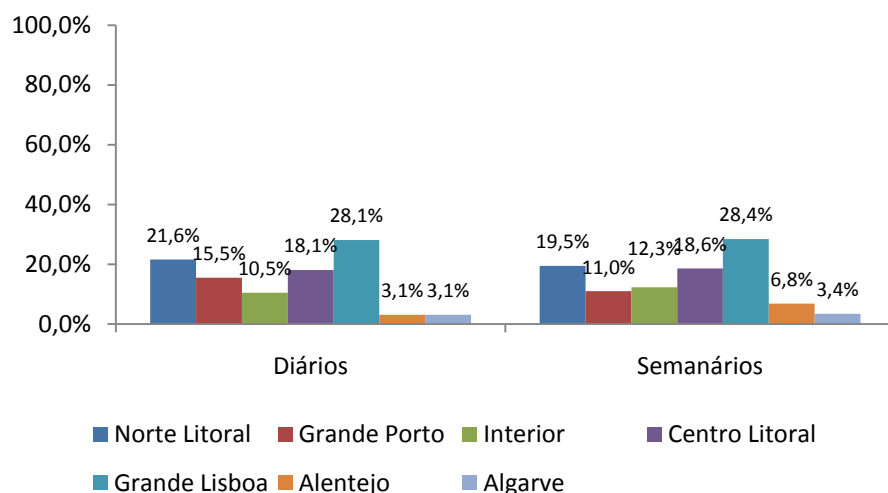
Figura 21 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por género)



n= 580 – inquiridos que leram jornais diários
n=236 – inquiridos que leram jornais semanários

Os inquiridos do sexo masculino voltam a ser os principais leitores de jornais diários e semanários.

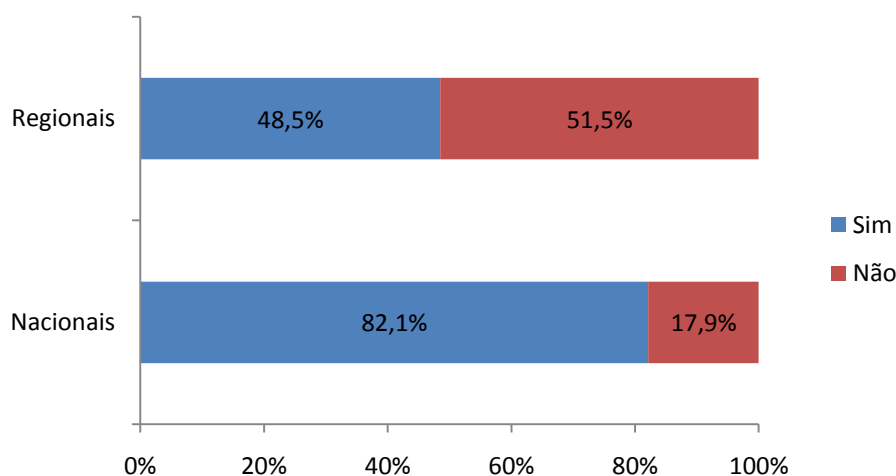
Figura 22 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por região)



n= 580 – inquiridos que leram jornais diários
n=236 – inquiridos que leram jornais semanários

Lisboa é a região com mais elevada percentagem de inquiridos leitores de jornais diários e semanários, logo seguida pelo Norte Litoral.

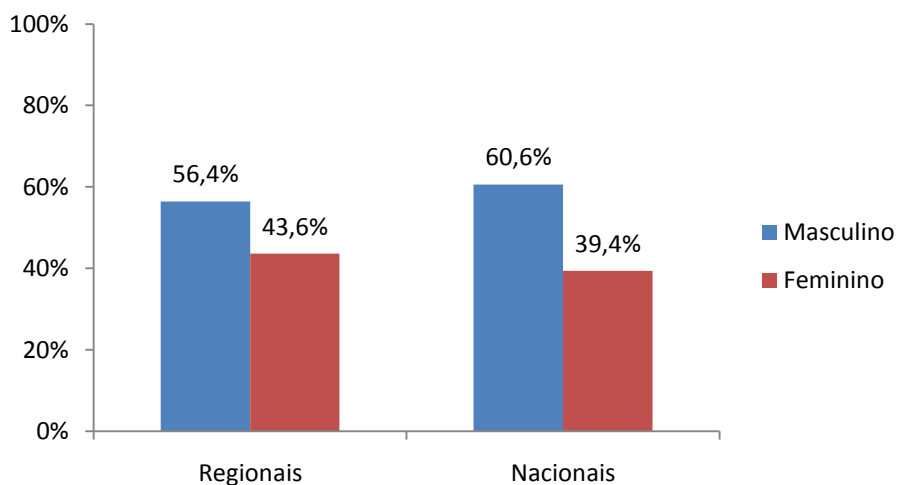
Figura 23 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram...



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

No que aos jornais regionais e nacionais diz respeito, importa destacar que a grande maioria dos inquiridos leitores de jornais lê jornais nacionais, ao contrário de uma pequena maioria que afirma não ler jornais regionais.

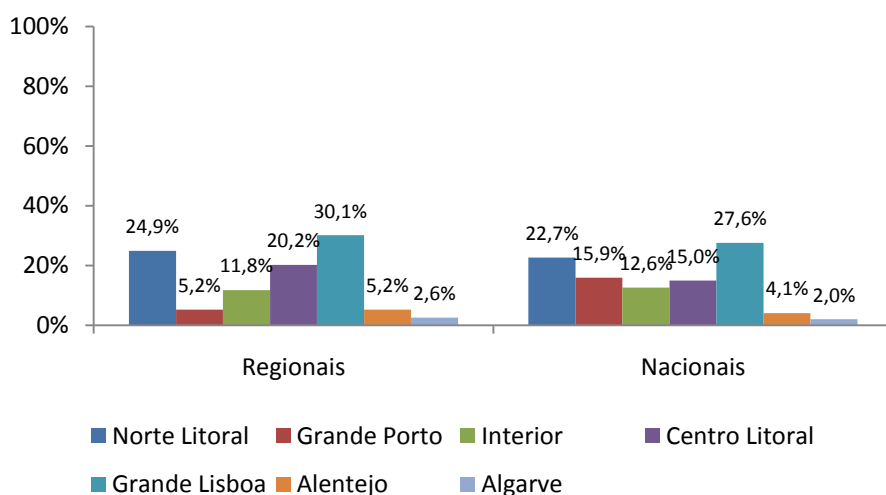
Figura 24 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por género)



n= 586 – inquiridos que leram jornais nacionais
 n= 346 – inquiridos que leram jornais regionais

Os inquiridos do sexo masculino fazem também parte do grande grupo de leitores de jornais regionais e nacionais.

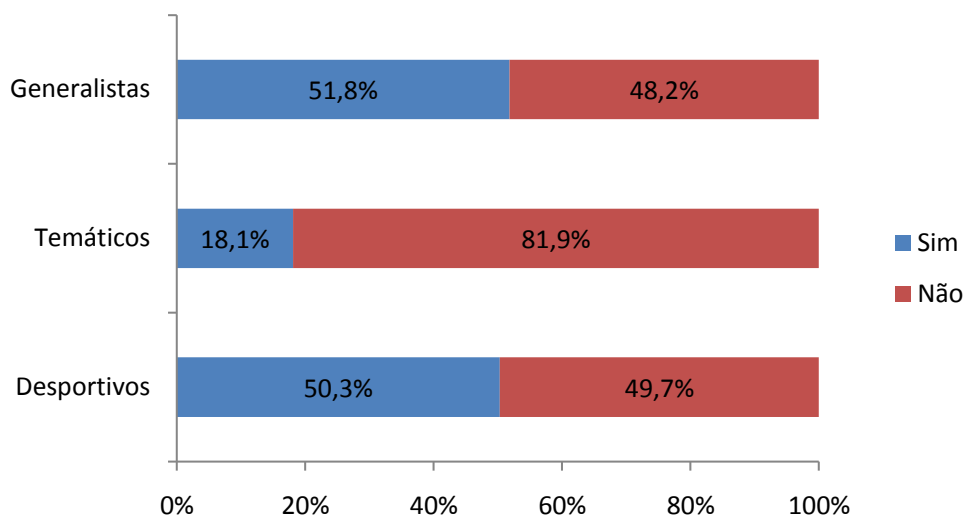
Figura 25 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por região)



n= 586 – inquiridos que leram jornais nacionais
 n= 346 – inquiridos que leram jornais regionais

Destes leitores de jornais nacionais e regionais, interessa referir que aqueles que residem na Grande Lisboa são os mais representados, novamente seguidos pelos inquiridos residentes no Norte Litoral.

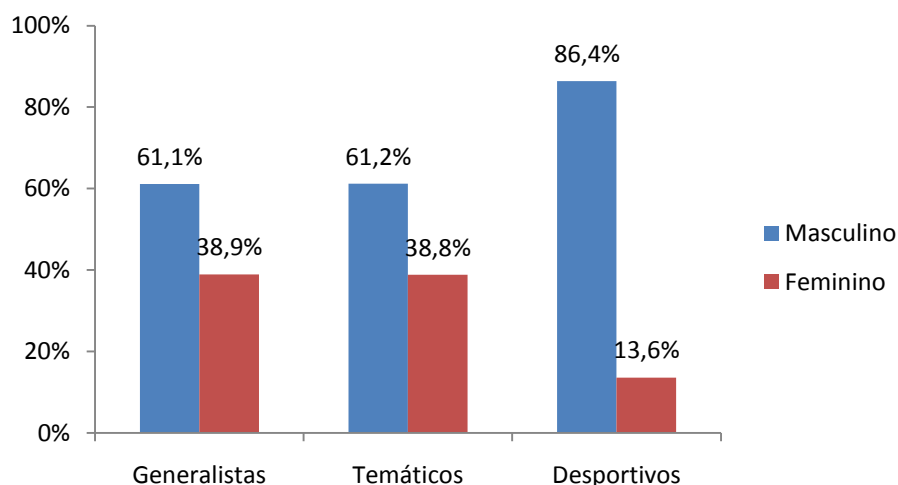
Figura 26 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram...



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

Uma pequena maioria de inquiridos lê jornais desportivos e generalistas (50,3% e 51,8%, respectivamente). Em contrapartida, a grande maioria dos inquiridos que afirmam ler jornais, não lê temáticos (cerca de 82%).

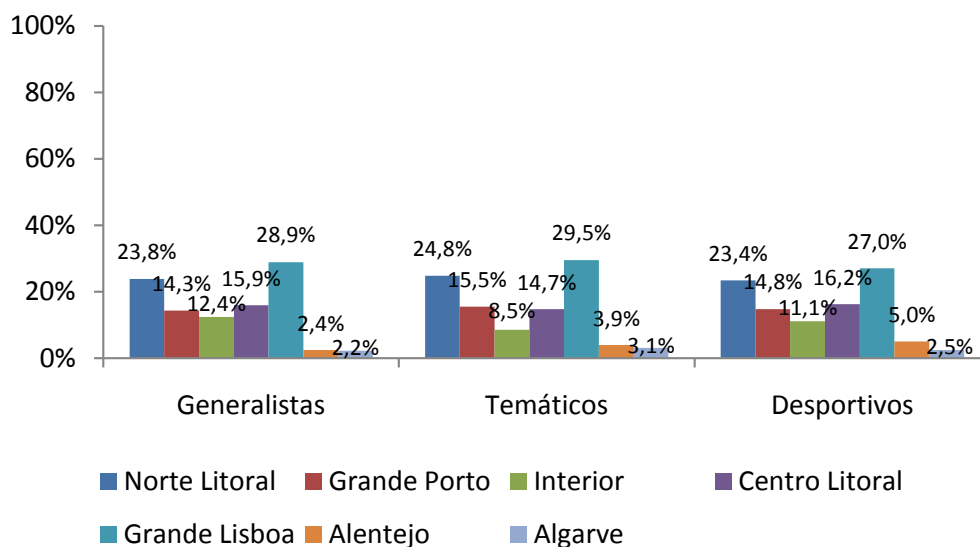
Figura 27 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por género)



n= 359 – inquiridos que leram jornais desportivos
n=129 – inquiridos que leram jornais temáticos
n= 370 – inquiridos que leram jornais generalistas

Dos leitores de jornais desportivos, há a realçar que os inquiridos do sexo masculino compõem mais de 4/5 da amostra de leitores deste tipo de publicações. No mesmo sentido, cerca de 2/3 dos inquiridos que lêem jornais generalistas e temáticos são também do sexo masculino.

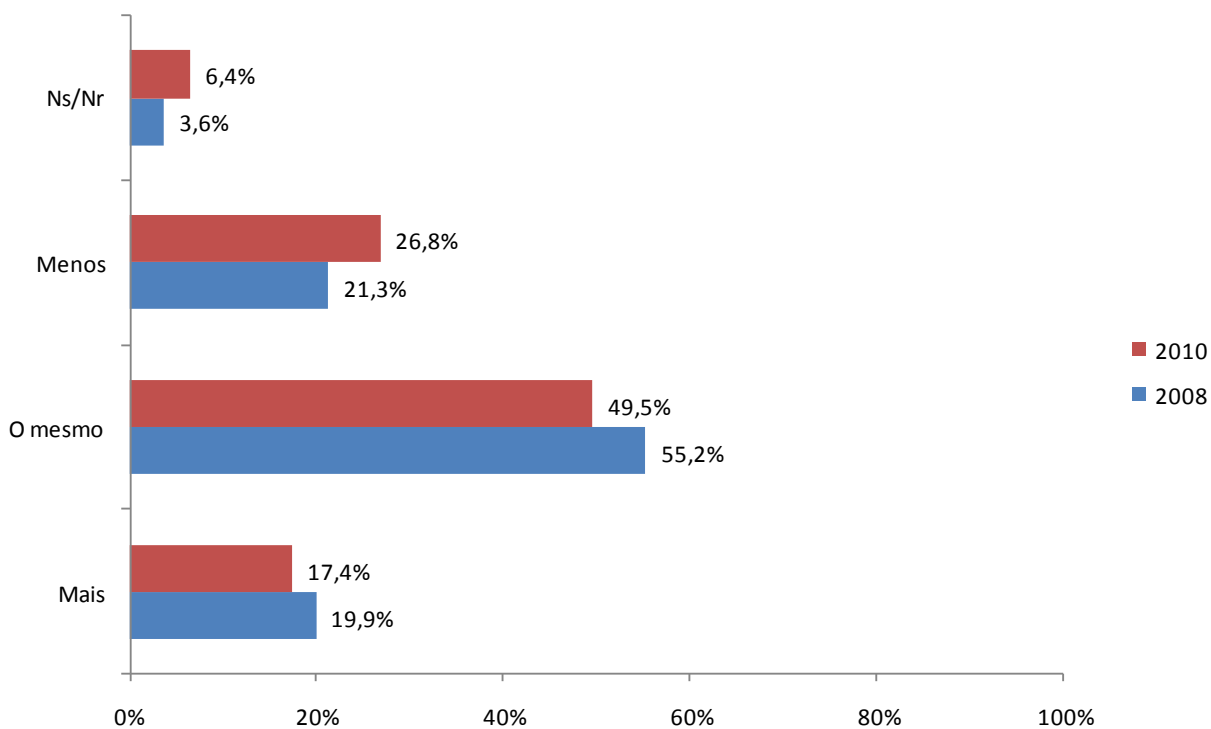
Figura 28 - Diga-me, por favor, se os jornais que leu eram... (por região)



n= 359 – inquiridos que leram jornais desportivos
n=129 – inquiridos que leram jornais temáticos
n= 370 – inquiridos que leram jornais generalistas

Por outro lado, há uma maior percentagem de inquiridos que lêem estes três tipos de publicações nas regiões da Grande Lisboa e Norte Litoral, por comparação com o que se regista mais uma vez para as regiões do Algarve e Alentejo, zonas onde se lê menos jornais.

Figura 29 - Hoje em dia leio.... jornais e revistas do que há 5 anos atrás.

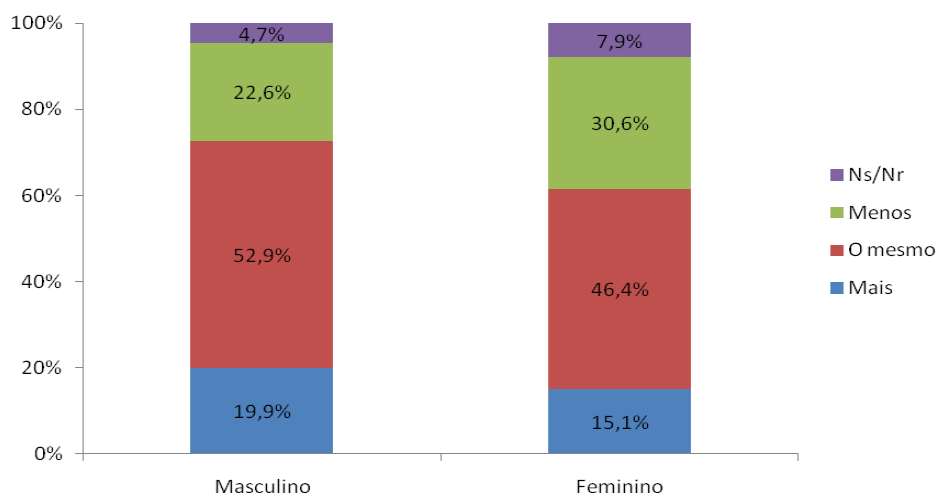


n= 1255 (SR2010)
n= 1039 (SR2008)

Quando perguntado aos inquiridos se lêem hoje mais ou menos jornais e revistas por comparação com o passado, as respostas de quase metade dos inquiridos apontam para que, hoje, se lê o mesmo do que o percebido há 5 anos atrás. Em todo o caso, quase 27% dos inquiridos lê hoje menos jornais e revistas do que há 5 anos atrás, por contraponto com os 17,4% que consideram ler hoje mais revistas e jornais.

Por outro lado, os resultados anteriores recolhidos em 2008 apontavam para uma maior percentagem de inquiridos que consideravam ler o mesmo ou mais jornais do que no passado, sendo que o número de inquiridos que consideravam ler menos jornais era inferior ao registado para 2010. Ou seja, em última análise, estamos perante resultados que sugerem que, de 2008 para 2010, houve um aumento do número de inquiridos que consideram ler hoje menos jornais e revistas do que em 2008.

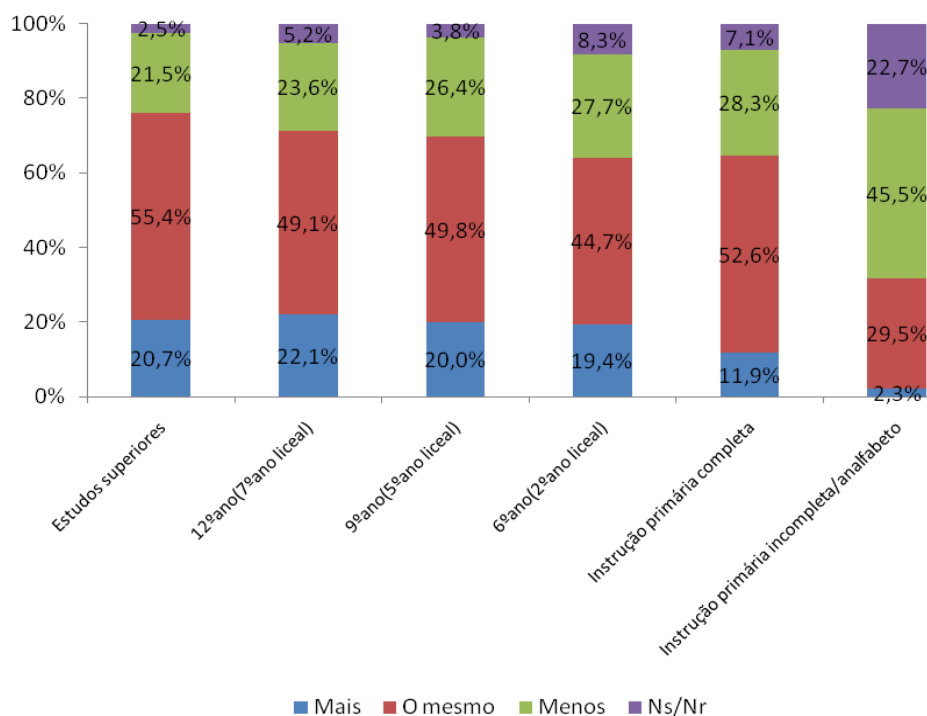
Figura 30 - Hoje em dia leio.... jornais e revistas do que há 5 anos atrás - por género



n= 1255

Quando analisados os resultados anteriores, por género, parece claro admitir que são os inquiridos do sexo masculino aqueles que entendem ler mais jornais hoje do que há cinco anos atrás. Por contraponto, a percentagem de inquiridos que lê hoje menos jornais e revistas do que há cinco anos atrás, é maior para os inquiridos do sexo feminino.

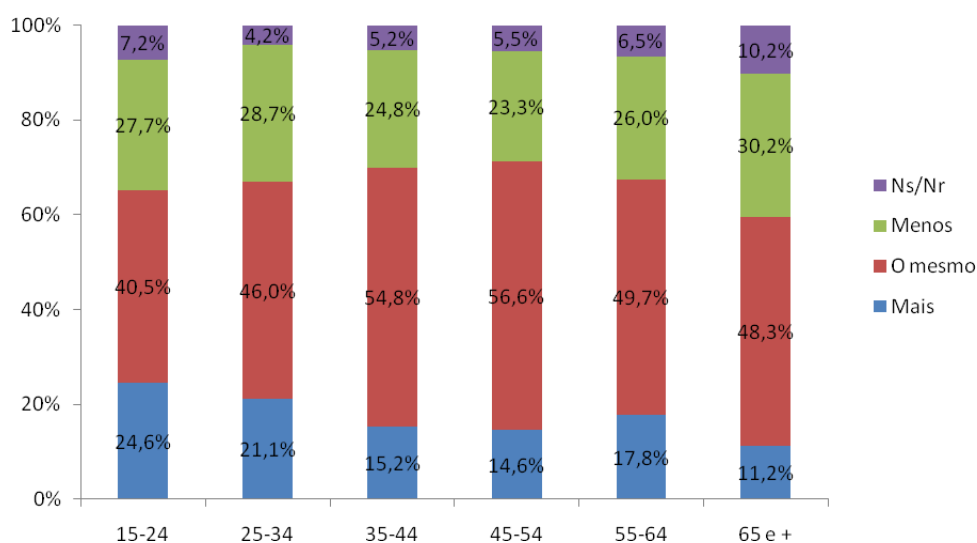
Figura 31 - Hoje em dia leio.... jornais e revistas do que há 5 anos atrás - por grau de escolaridade



n= 1255

No que ao grau de escolaridade diz respeito, importa destacar essencialmente que o número de inquiridos que responde ler hoje menos jornais e revistas do que há cinco anos atrás é tanto menor quanto maior for o grau de escolaridade adquirido.

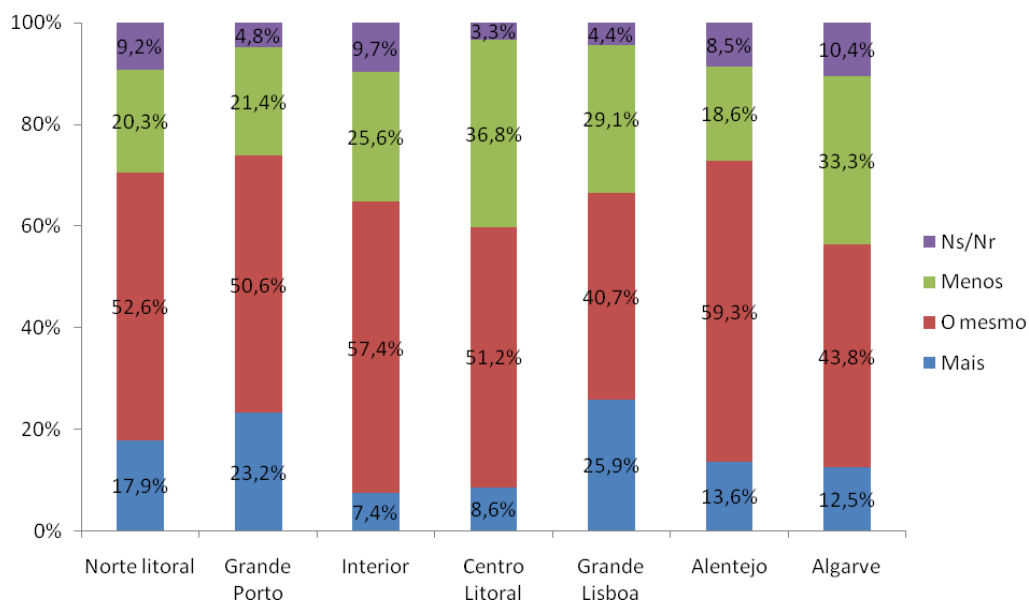
Figura 32 - Hoje em dia leio.... jornais e revistas do que há 5 anos atrás - por escalões etários



n= 1255

Quanto à idade, são os escalões mais jovens, dos 15 aos 34 anos, aqueles que representam a maior percentagem de inquiridos que lêem hoje mais jornais e revistas do que há cinco anos atrás.

Figura 33 - Hoje em dia leio... jornais e revistas do que há 5 anos atrás - por região



n= 1255

São as zonas mais densamente povoadas aquelas que apresentam índices de maior leitura de jornais e revistas (face há cinco anos atrás). Por outro lado, o Centro Litoral é definido como a região com maior percentagem de inquiridos que lêem hoje menos jornais e revistas por comparação com o mesmo período estipulado para análise.

A Imprensa escrita paga e relação com as plataformas online e gratuita

Da relação com o formato digital, podemos aferir que a maioria dos inquiridos leitores de jornais tende a não partilhar notícias online com amigos e familiares, não ter jornais associados às redes sociais, não deixar de comprar jornais em papel por ter acesso a notícias/info online. No entanto, sempre que estes leitores consideram haver uma notícia que interesse, a maioria tende a procurar mais informação relacionada a partir de outros Media.

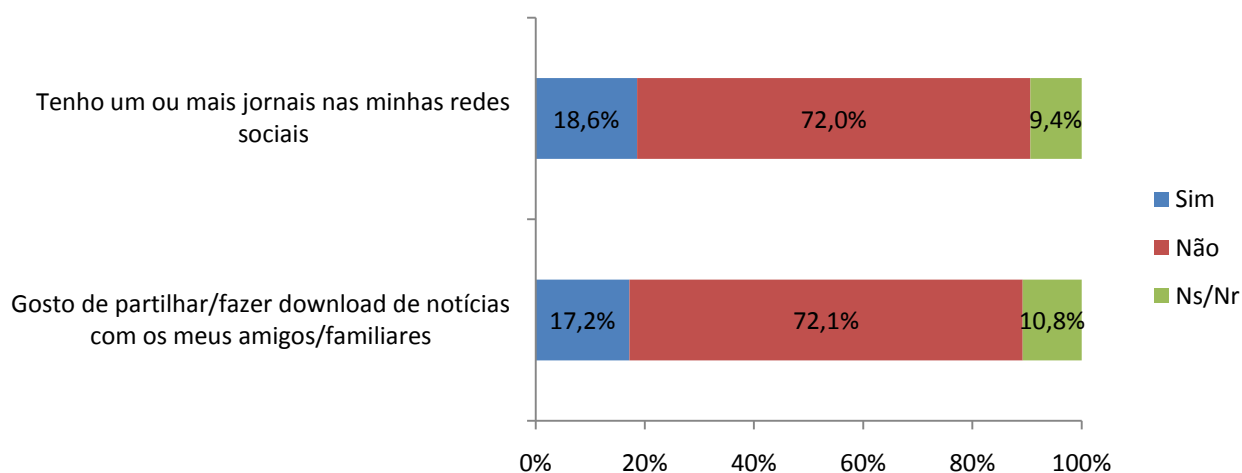
Para a maioria dos leitores de jornais, o aparecimento dos jornais online não levou à leitura de mais notícias. No mesmo sentido, o aparecimento dos jornais gratuitos é visto pela maioria dos leitores de jornais como algo que, por si só, não levou à leitura regular de jornais. Menos clara parece ser a tendência de resposta para a ideia de que os jornais online têm como vantagem a possibilidade de poderem vir a permitir maior grau de expressão dos cidadãos. Relativamente a esta questão, 35,3% concordam com esta ideia, contra os 28,9% que respondem que não. Por último, salienta-se que 40,5% dos inquiridos concordam com a ideia de que os jornais online permitem aceder a mais informação, sendo que cerca de 36% ainda não têm uma opinião clara relativamente a esta relação.

Para 48,6% dos leitores de jornais, uma das maiores vantagens dos jornais online é fornecer informação em tempo real e 24h por dia. Mas, 20% dos mesmos inquiridos não vêem como clara essa relação e 31,4% não têm uma resposta clara. Podendo manifestar-se aqui uma falta de percepção do valor acrescentado da leitura do online associada ao imediatismo, embora tal não tenha sido explorado, surge a hipótese de existirem múltiplas motivações para o consumo online, desde o acesso ao imediato até ao aprofundamento das notícias ou comodidade de leitura em momentos curtos de paragem de trabalho.

Quando questionados sobre se a imprensa regional garante informação acerca do que acontece em termos nacionais e internacionais, 49,6% respondem que não, contra 40,2%. Já no que diz respeito à relação entre a imprensa nacional e o ficar-se informado acerca das comunidades, os resultados sugerem que uma considerável maioria de inquiridos considera que hoje a imprensa nacional é uma das razões pelas quais se torna possível ser-se informado acerca das respectivas comunidades de pertença.

Por último, a maioria dos inquiridos leitores de jornais considera que as notícias dos jornais gratuitos não são suficientes para alguém se manter informado, podendo inferir-se que a percepção por parte dos leitores face a este tipo de jornais é a de lhe atribuir outra função que não a de ser informado.

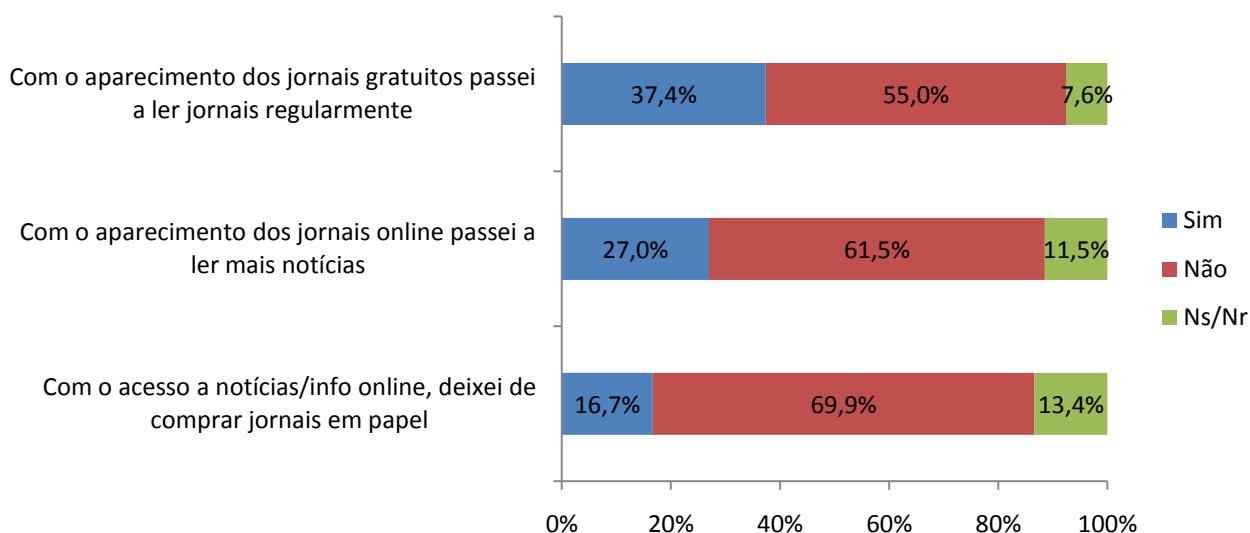
Figura 34 - Indique, por favor, se concorda com as seguintes afirmações



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

A grande maioria dos inquiridos não partilha ainda notícias com amigos no formato online e não associa nenhum jornal às suas redes sociais.

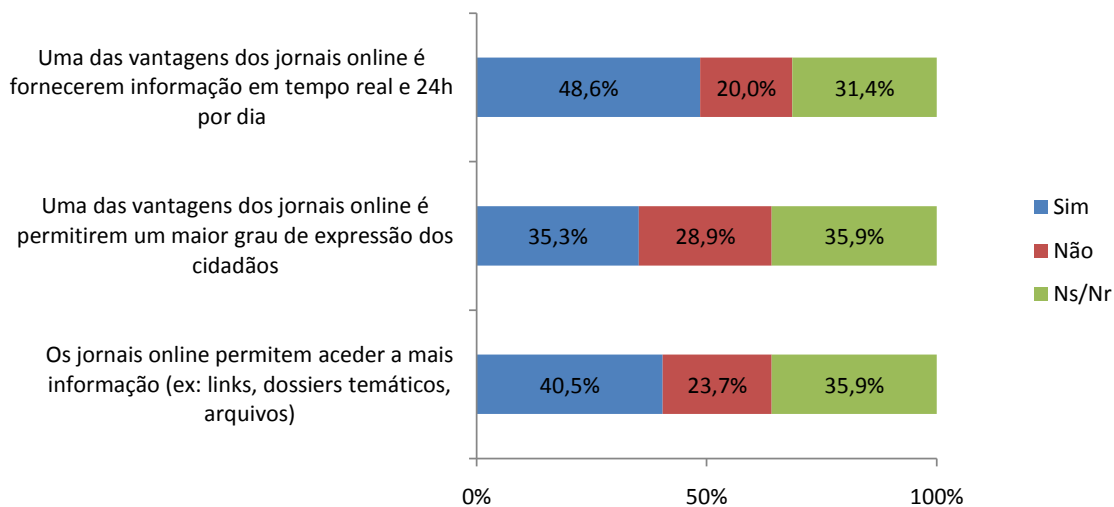
Figura 35 - Indique, por favor, se concorda com as seguintes afirmações



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

Para a maioria dos inquiridos, o aparecimento de jornais gratuitos e online não levou a que passassem a ler mais notícias e jornais. No entanto, a possibilidade de grande parte das notícias poderem ser vistas online também não levou a que a maioria dos inquiridos deixasse de comprar jornais em papel.

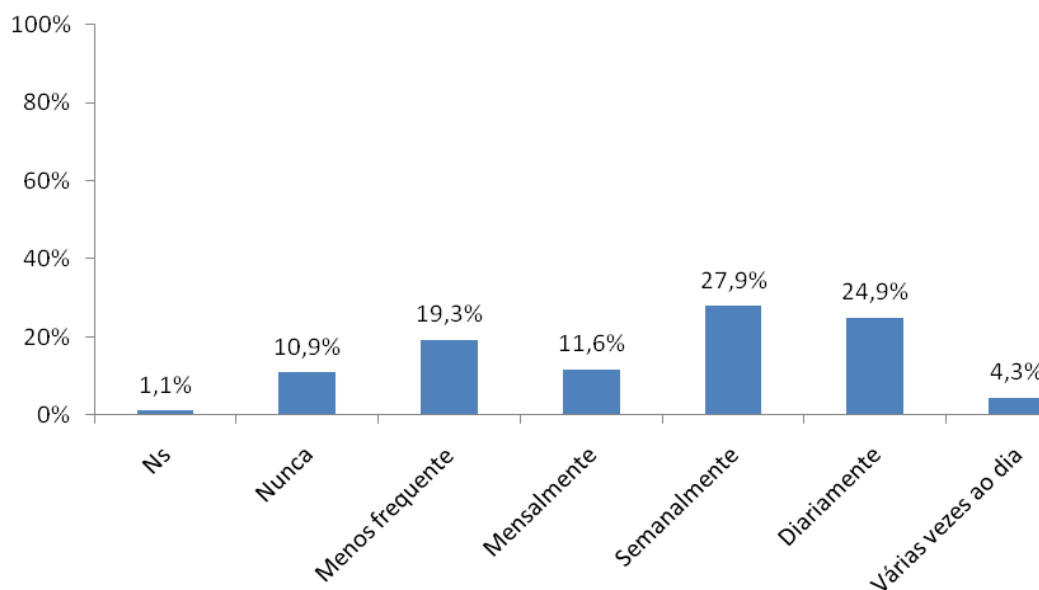
Figura 36 - Indique, por favor, se concorda com as seguintes afirmações



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

Mais de 40% dos inquiridos consideram que os jornais online permitem aceder a mais informação, num maior número de suportes, e em tempo real e 24h por dia. Em percentagem um pouco menor (35,3%) estão os inquiridos que consideram que os jornais online permitem um maior grau de expressão pelos cidadãos.

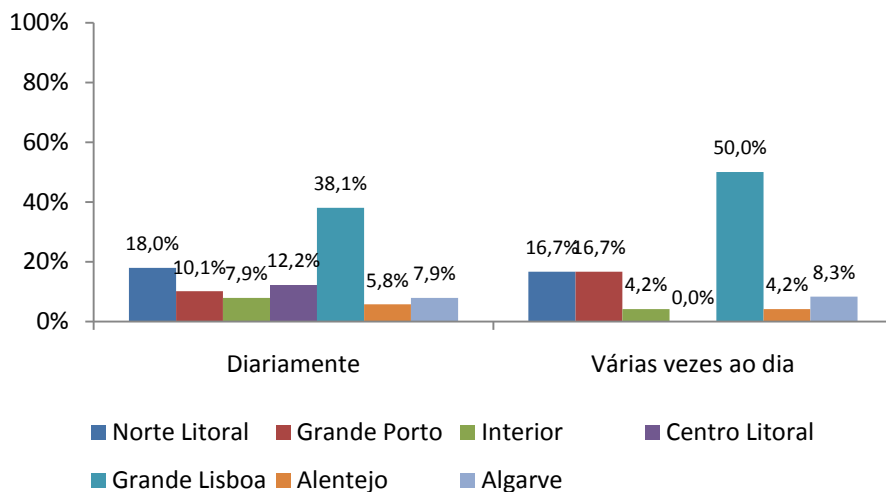
Figura 37 - Com que frequência costuma utilizar a internet para procurar notícias?



n=559 – inquiridos utilizadores de internet

Apesar de mais de 40% dos inquiridos garantirem que os jornais online permitem aceder a mais informação e em tempo real, para a grande maioria dos utilizadores de internet, a procura de notícias online tende a ser um acto de periodicidade mais semanal do que diária.

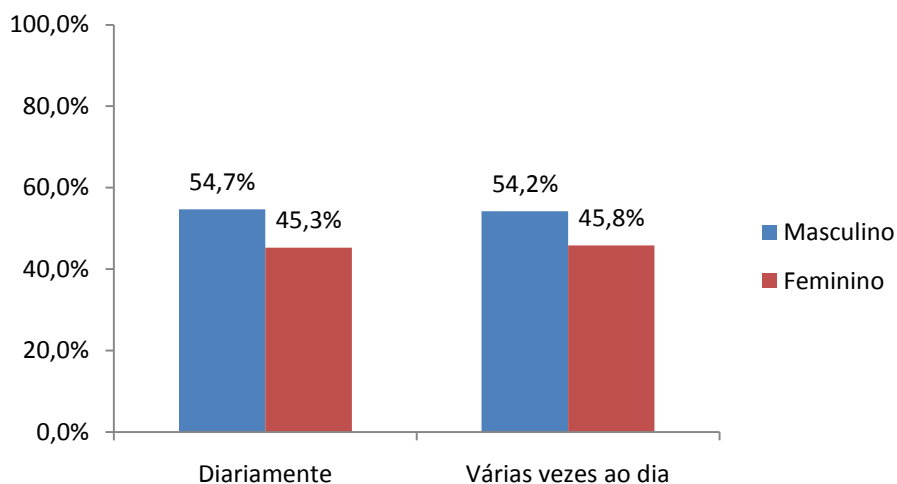
Figura 38 - Com que frequência costuma utilizar a internet para procurar notícias? (por região)



n=559 – inquiridos utilizadores de internet

A figura anterior permite concluir que, dos inquiridos que costumam utilizar a internet para procurar notícias diariamente ou várias vezes ao dia, a maior percentagem está associada à Grande Lisboa.

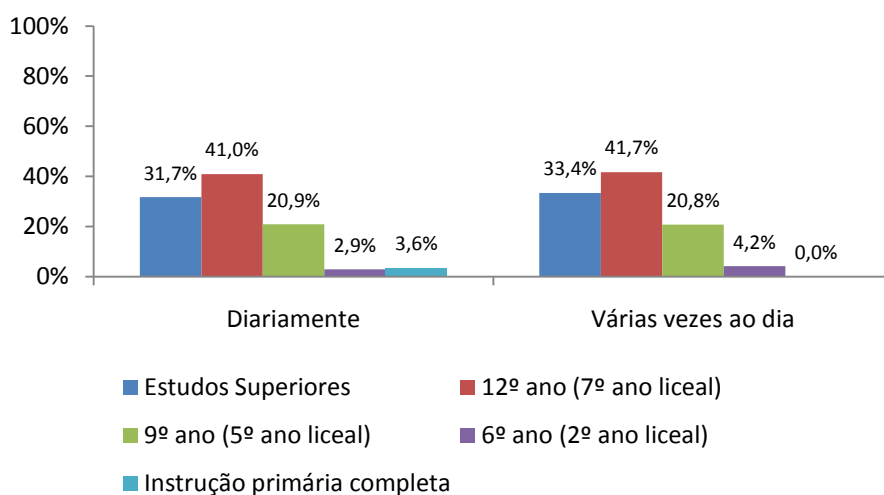
Figura 39 - Com que frequência costuma utilizar a internet para procurar notícias? (por género)



n=559 – inquiridos utilizadores de internet

Os inquiridos do sexo masculino são aqueles que mais procuram notícias na internet, seja diariamente ou várias vezes ao dia.

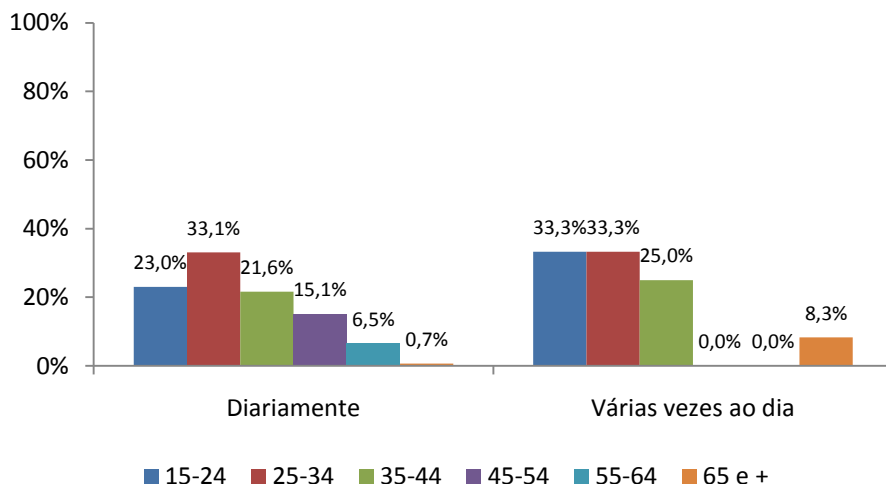
Figura 40 - Com que frequência costuma utilizar a internet para procurar notícias? (por grau de escolaridade)



n=559 – inquiridos utilizadores de internet

A grande maioria dos inquiridos que utilizam a internet para procurar notícias tende a ter o 12º ano ou mais. Com efeito, cerca de 73% dos inquiridos com 12º ano ou mais utilizam a internet para procurar notícias diariamente e 75,1% fazem-no várias vezes ao dia.

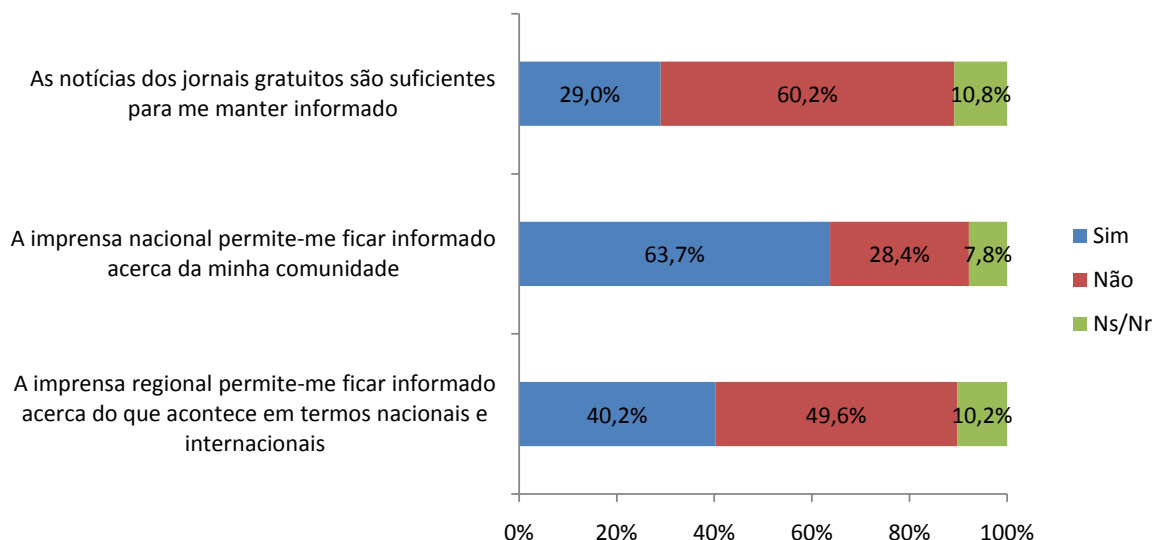
Figura 41 - Com que frequência costuma utilizar a internet para procurar notícias? (por escalões etários)



n=559 – inquiridos utilizadores de internet

Podemos reparar ainda que é nas idades mais jovens que mais frequentemente os inquiridos tendem a utilizar a internet para procurar notícias, diariamente ou várias vezes ao dia.

Figura 42 - Indique, por favor, se concorda com as seguintes afirmações

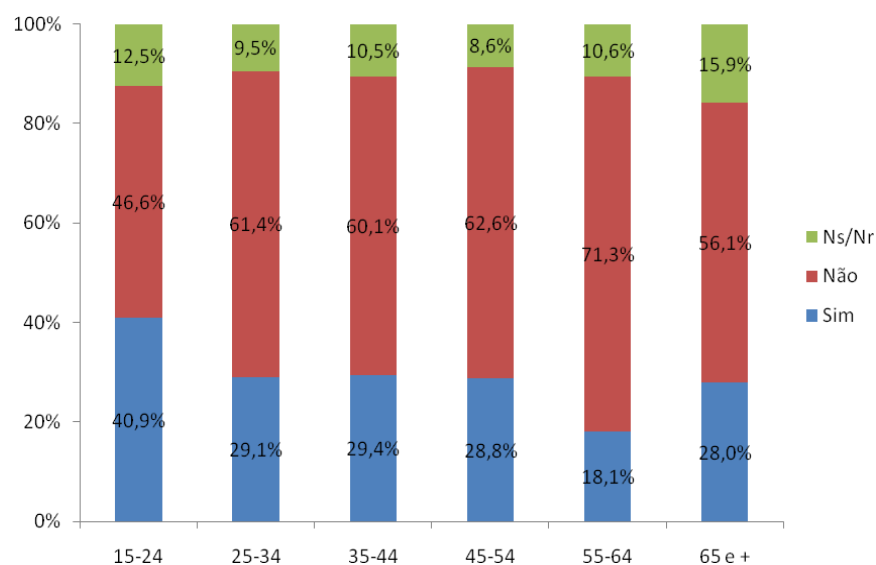


n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

Para a maioria dos inquiridos, as notícias dos jornais gratuitos não são suficientes no acto de informar e a imprensa nacional permite-nos ficar informados acerca da nossa comunidade. Para 49,6% dos inquiridos, a imprensa regional não

permite que fiquemos informados sobre o que acontece em termos nacionais e internacionais.

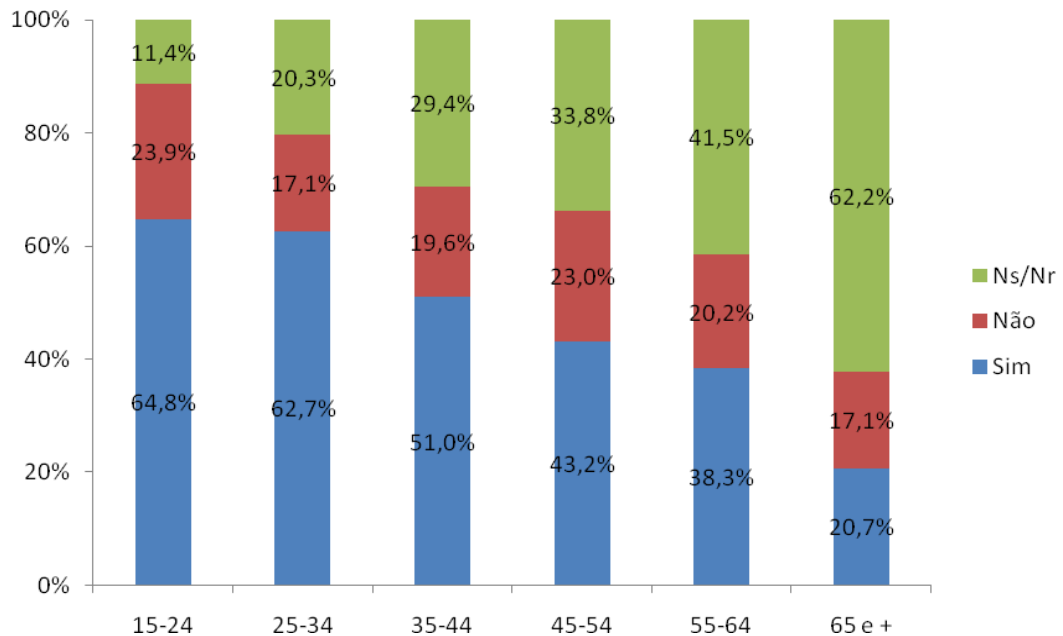
Figura 43 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "as notícias dos jornais gratuitos são suficientes para me manter informado" - por escalões etários



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

São os mais jovens (15-24 anos) aqueles que mais concordam com a ideia de que as notícias dos jornais gratuitos são suficientes para se manterem informados. Por outro lado, os escalões etários que vão dos 25 aos 64 anos apresentam maior percentagem de respostas de não concordância com a afirmação acima enunciada.

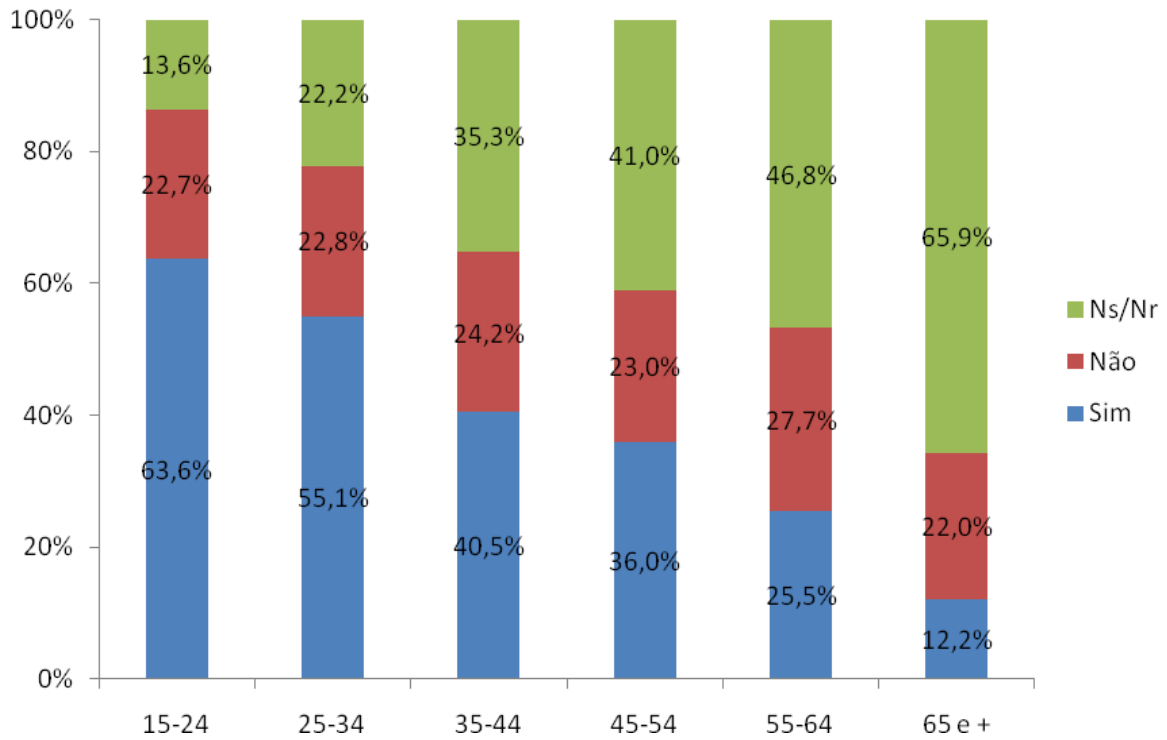
Figura 44 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "uma das vantagens dos jornais online é fornecerem informação em tempo real e por dia" - por escalões etários



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

Quando se pergunta se uma das vantagens dos jornais online é fornecerem informação em tempo real e por dia, as respostas parecem ser tão mais concordantes quanto menor o escalão etário em análise. Por outro lado, o número de inquiridos sem resposta aumenta com o avanço da idade dos inquiridos.

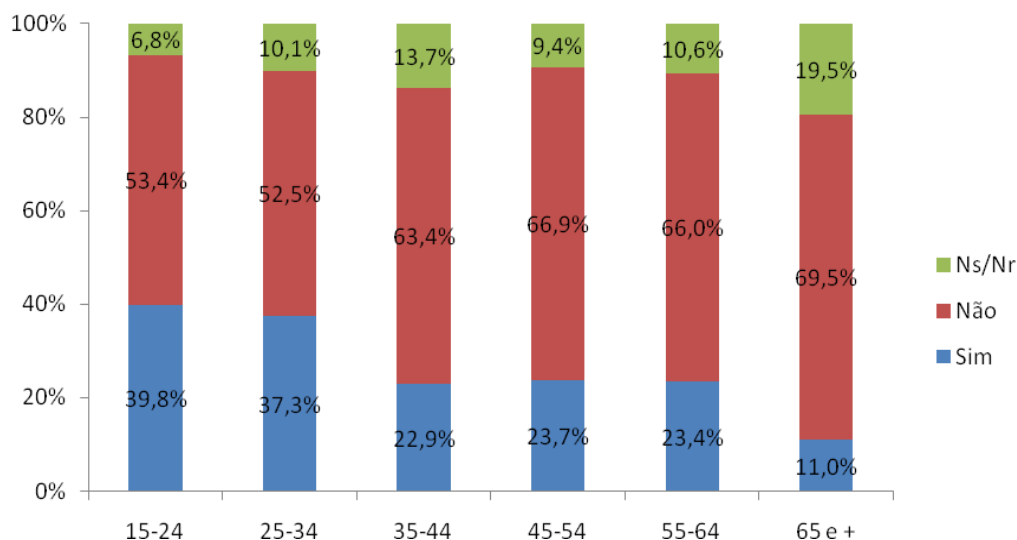
Figura 45 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "os jornais online permitem aceder a mais informação (Ex: links, dossiers temáticos, arquivos)" - por escalões etários



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

No mesmo sentido, são também os mais jovens aqueles que mais consideram que os jornais online permitem aceder a mais informação (Ex: links, dossiers temáticos, arquivos).

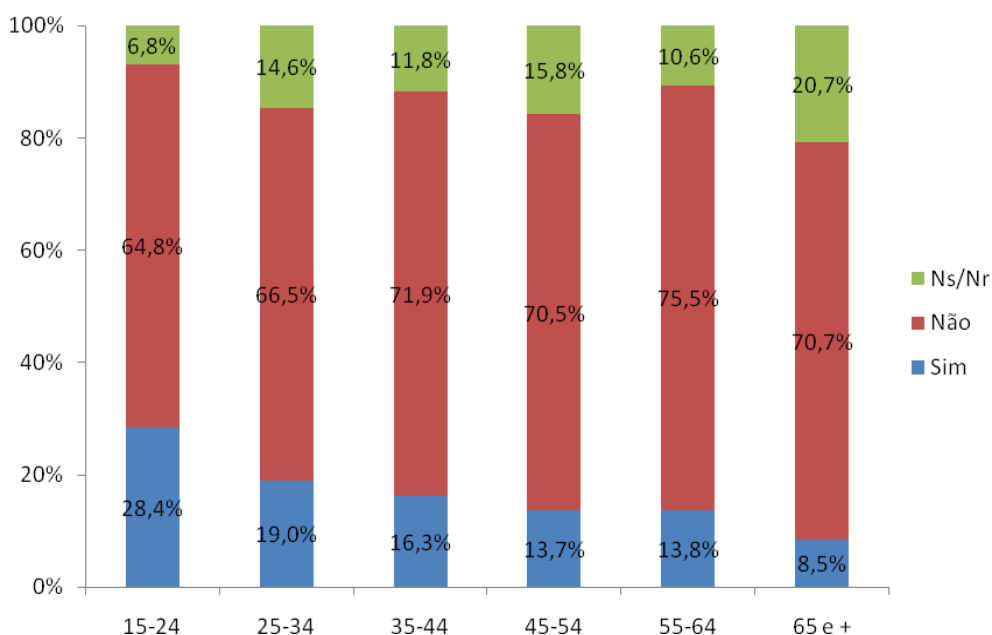
Figura 46 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "com o aparecimento dos jornais online passei a ler mais notícias" - por escalões etários



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

São os mais jovens aqueles que mais concordam com a ideia de que com o aparecimento dos jornais online, passaram a ler mais notícias em geral. Em particular, esse fenómeno é visível nos menores de 34 anos. Em todo o caso, e para qualquer que seja o escalão etário em análise, a maioria dos inquiridos defende que não foi pelo aparecimento dos jornais online que começaram a ler mais notícias.

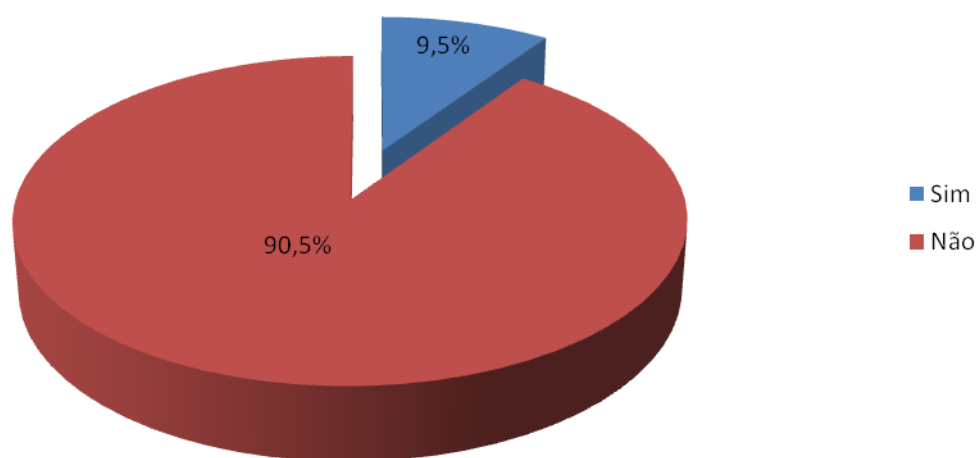
Figura 47 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "com o acesso a notícias/info online deixei de comprar jornais em papel" - por escalões etários



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

Por outro lado, e com o aparecimento das plataformas online, parece claro que os inquiridos que consideram ter deixado de comprar jornais em papel em função do acesso a notícias/info online é maior para os mais jovens. Serão eles os potenciais leitores migrantes do papel para online. No entanto, fica em aberto se nessa migração existirá a propensão para a compra e leitura ou só para o acesso gratuito.

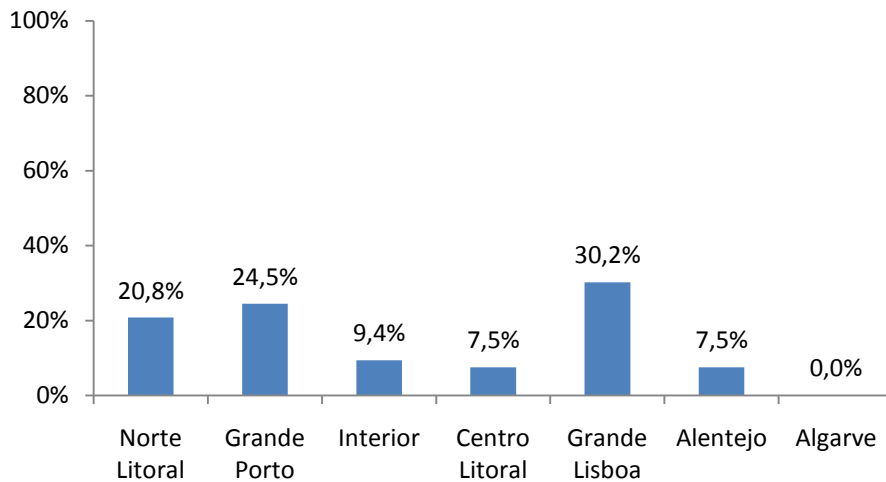
Figura 48 - Diga-me, por favor, se nos últimos 12 meses leu algum jornal online pago:



n=559 – inquiridos utilizadores de internet

Relativamente aos inquiridos utilizadores de internet, podemos constatar que cerca de 10% leram, nos últimos 12 meses, algum jornal online pago.

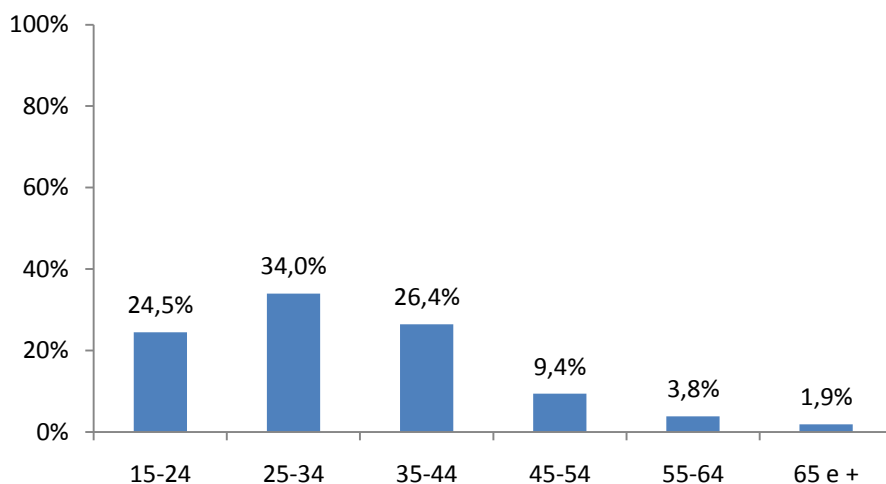
Figura 49 – Inquiridos que, nos últimos 12 meses, leram algum jornal online pago (por região)



n=53 – inquiridos utilizadores de internet que leram algum jornal online pago

Podemos constatar que, entre os inquiridos utilizadores de internet que leram algum jornal pago, a grande maioria reside na Grande Lisboa, Grande Porto ou Norte Litoral.

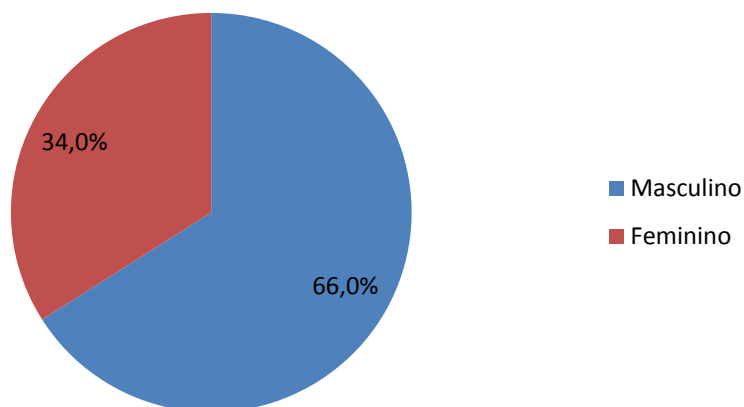
Figura 50 – Inquiridos que, nos últimos 12 meses, leram algum jornal online pago (por escalões etários)



n=53 – inquiridos utilizadores de internet que leram algum jornal online pago

Cerca de 85% dos inquiridos que, nos últimos 12 meses, leram algum jornal online pago, têm entre 15 e 44 anos de idade.

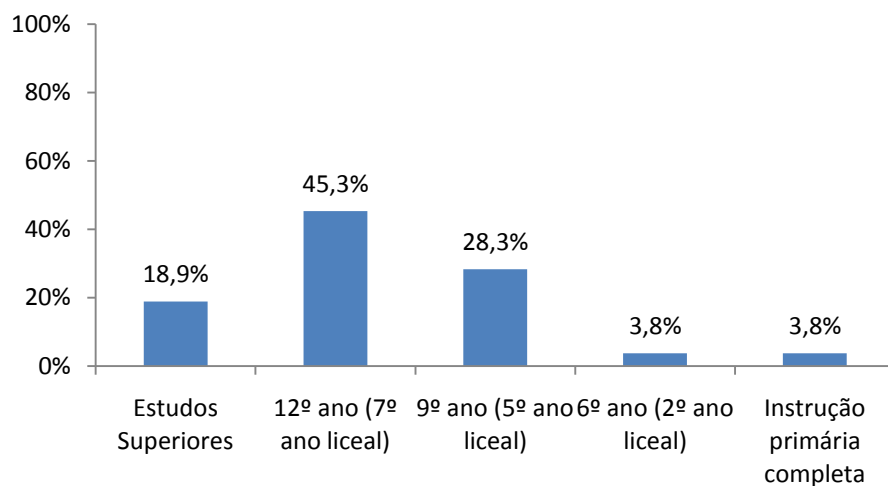
Figura 51 – Inquiridos que, nos últimos 12 meses, leram algum jornal online pago (por género)



n=53 – inquiridos utilizadores de internet que leram algum jornal online pago

Da sub-amostra de inquiridos leitores de algum jornal online pago, nos últimos 12 meses, cerca de 2/3 pertencem ao sexo masculino.

Figura 52 – Inquiridos que, nos últimos 12 meses, leram algum jornal online pago (por grau de escolaridade)

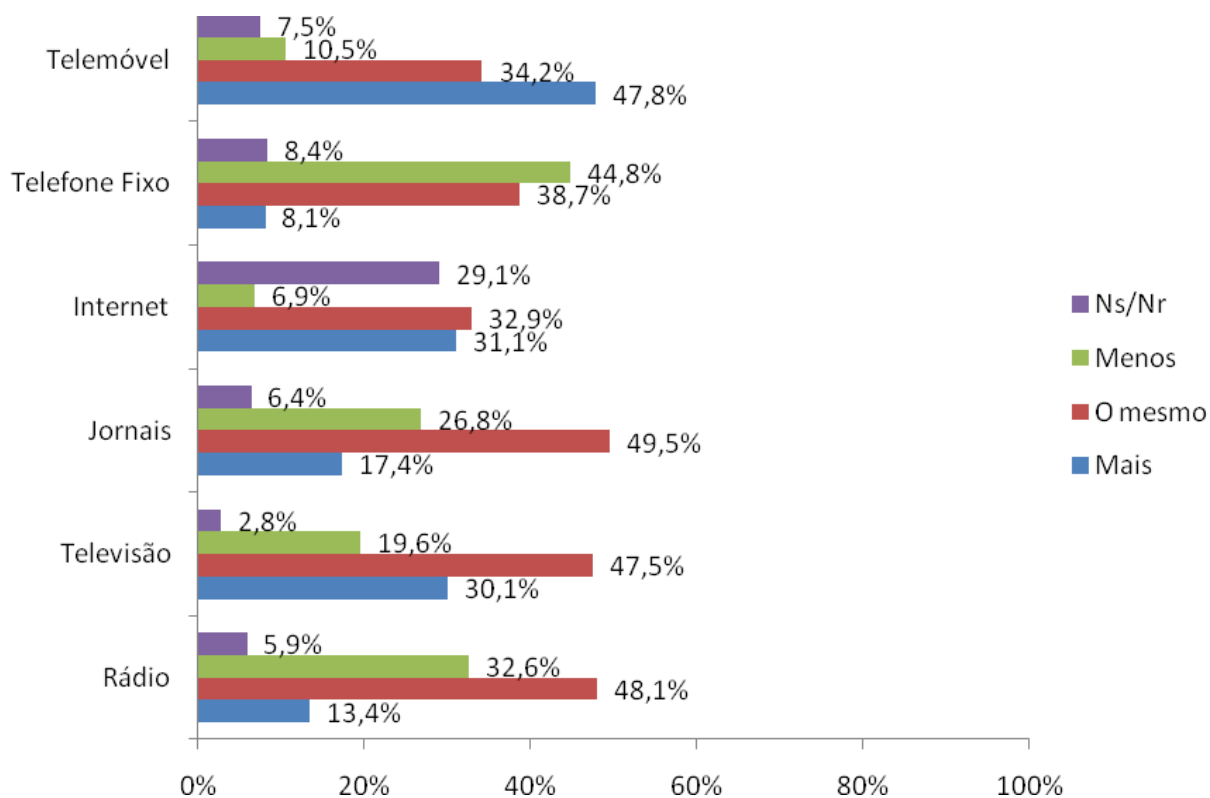


n=53 – inquiridos utilizadores de internet que leram algum jornal online pago

Uma considerável maioria de inquiridos (64,2%) que afirmaram ter lido algum jornal online pago, nos últimos 12 meses, tem o 12º ano ou mais. Por contraponto, apenas 3,8% de inquiridos com instrução primária completa e 3,8% com o 6º ano de escolaridade afirmaram ter lido algum jornal online pago no último ano.

A relação com os outros Media

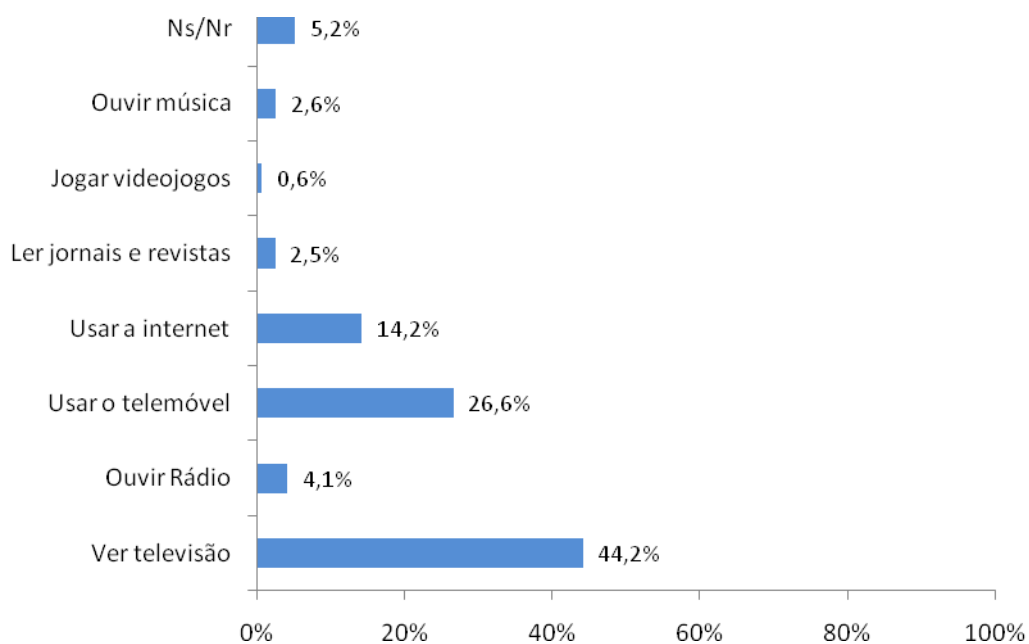
Figura 53 - Hoje em dia utilizo ... do que há 5 anos atrás



n=1255

Relativamente à utilização dos diferentes Media, os resultados sugerem que a grande maioria dos inquiridos consulta hoje o mesmo ou até mais jornais do que há cinco anos atrás, sendo que a utilização do telemóvel parece ser aquela que apresenta maiores índices de utilização por comparação com o percebido há cinco anos atrás.

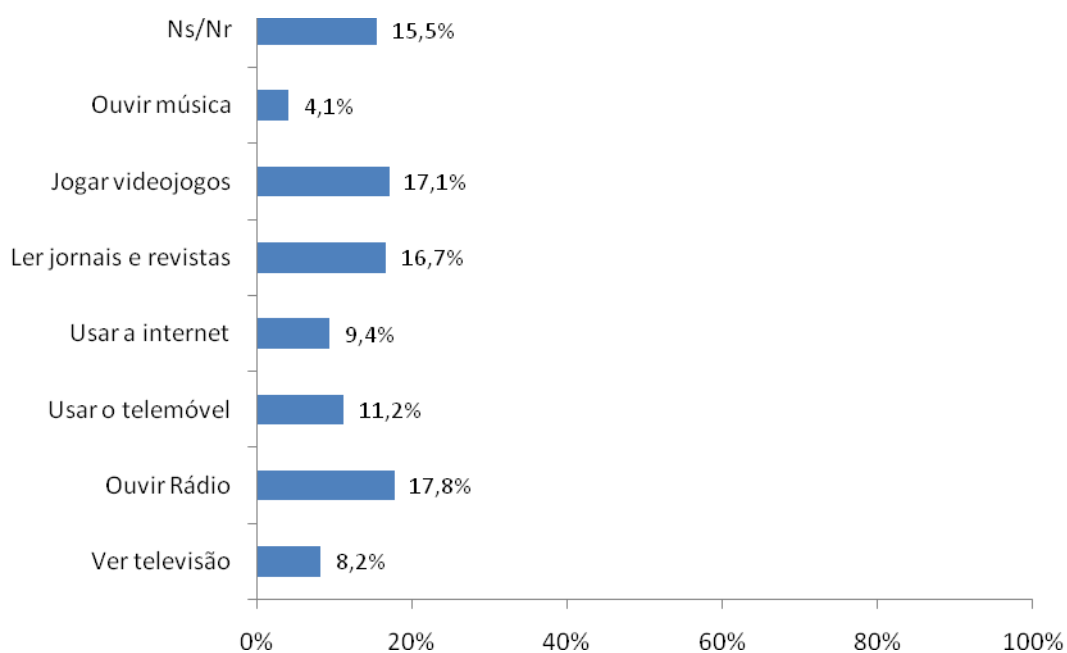
Figura 54 - Destas actividades, qual seria mais difícil para si deixar de fazer?



n=1255

Quando perguntado aos inquiridos sobre qual a actividade mais difícil de deixar de fazer, os resultados são claros e apontam para uma quase residual percentagem de inquiridos que vêm a leitura de jornais e revistas como uma eventual actividade associada a maiores índices de dependência como aqueles que são registados para a Televisão e Telemóveis.

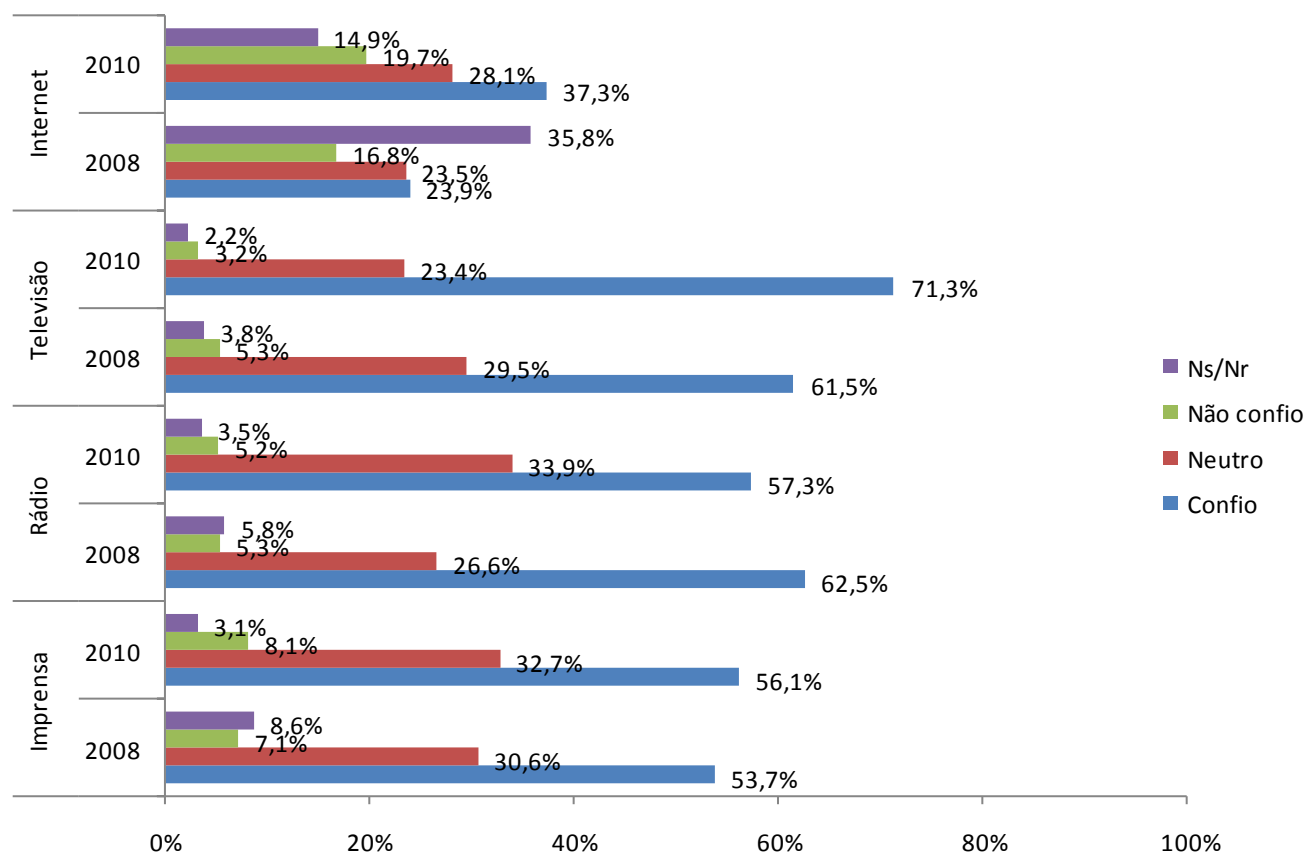
Figura 55 - E qual seria mais fácil para si deixar de fazer?



n=1255

Em consequência, a leitura de jornais e revistas é vista como uma das actividades que para os inquiridos é mais fácil de deixar de fazer.

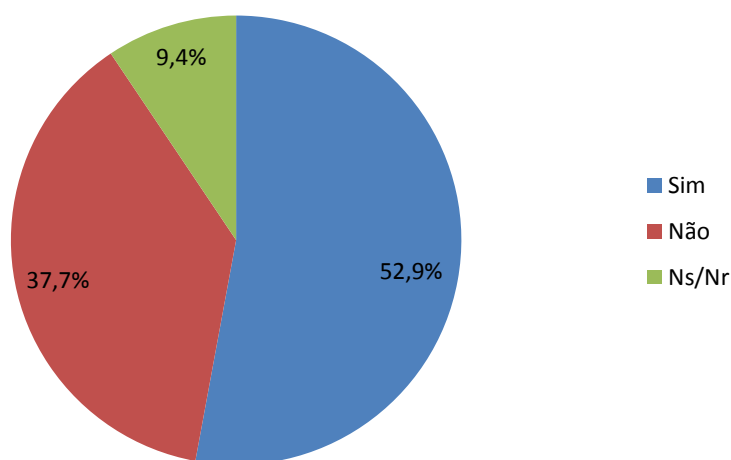
Figura 56 - Avalie o seu grau de confiança acerca da informação disponível.



n=1255 (SR2010)
n=1039 (SR2008)

Quando analisado o grau de confiança relativamente a diferentes Media, os resultados mostram que uma considerável maioria avalia a Imprensa de forma positiva. Com efeito, em 2010, 56,1% dos inquiridos confiavam na informação que é disponibilizada pela Imprensa, valor muito acima daquele que é obtido para a Internet. De reparar ainda que, no que respeita à Imprensa, e por comparação com os resultados obtidos para 2008, ter-se-á dado um aumento (de cerca de 2,5%) no número de inquiridos que consideraram confiar na Imprensa. Televisão e Rádio são, por outro lado, os dois Media que mais confiança parecem suscitar por parte dos inquiridos, sendo que a Televisão terá registado o maior aumento face a 2008 (cerca de 10%).

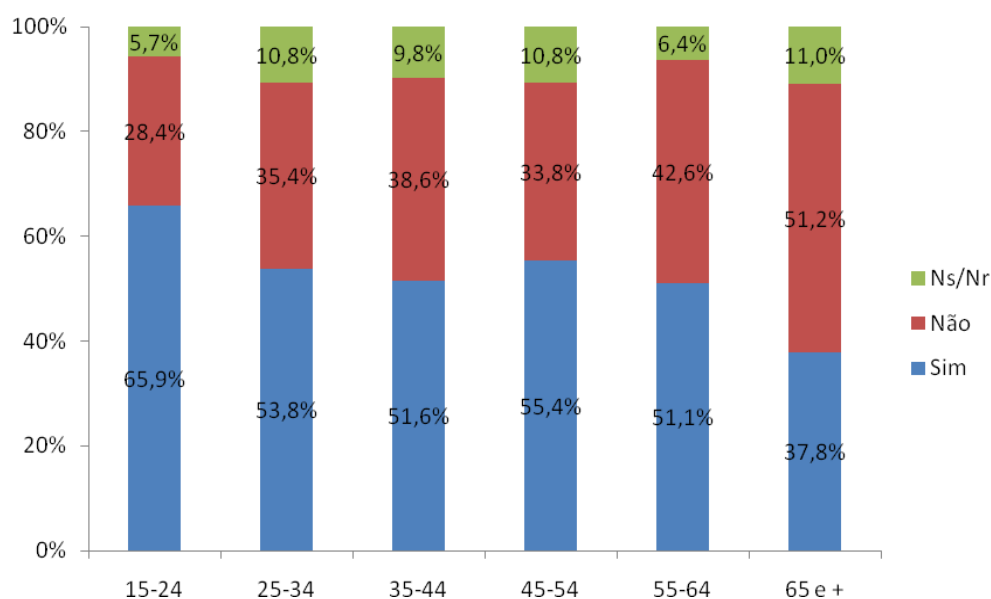
Figura 57 – Quando há uma notícia que me interessa, tendo a obter informação relacionada, noutros Media



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

Importa referir que a maioria (cerca de 53%) dos inquiridos tende a procurar numa maior variedade de suportes, as notícias que suscitam mais interesse.

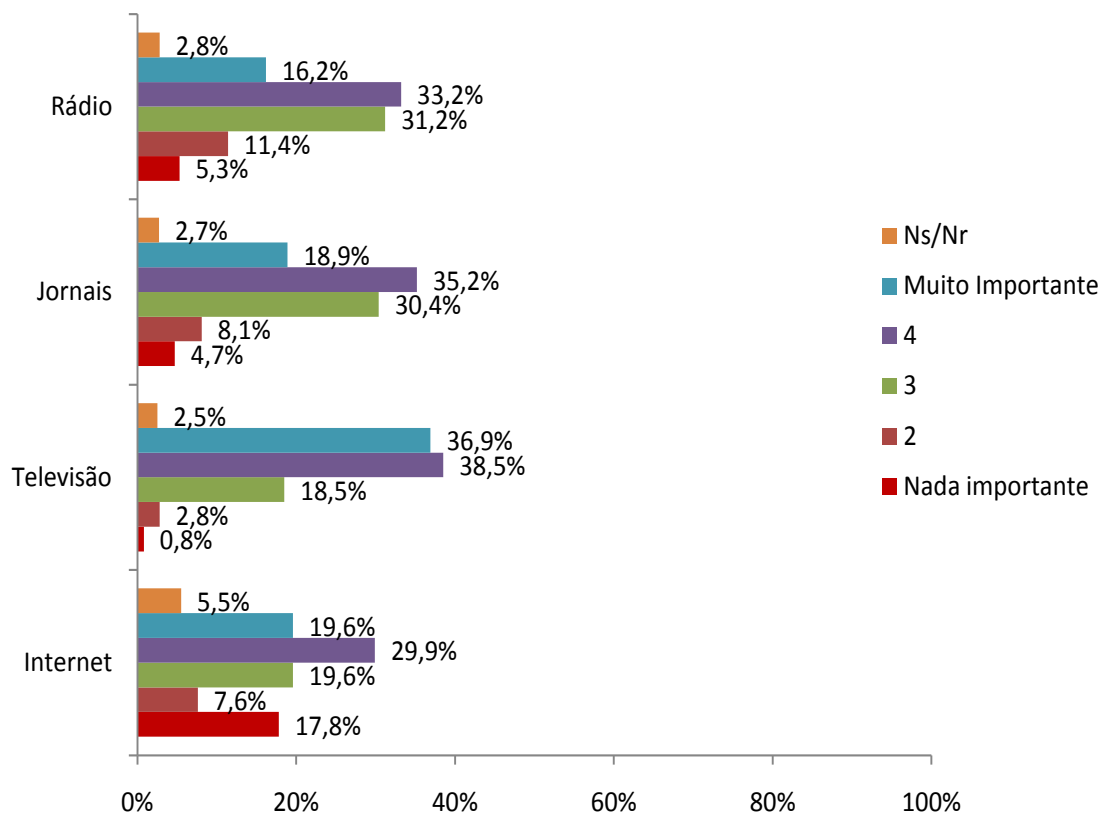
Figura 58 - Indique, por favor, se concorda com a ideia de que "quando há uma notícia que me interessa tento obter informação relacionada noutros media" - por escalões etários



n=714 – inquiridos que leram jornais na última semana

São também os jovens aqueles que, perante uma notícia com interesse, mais tentam enriquecer essa informação através da consulta noutras Media.

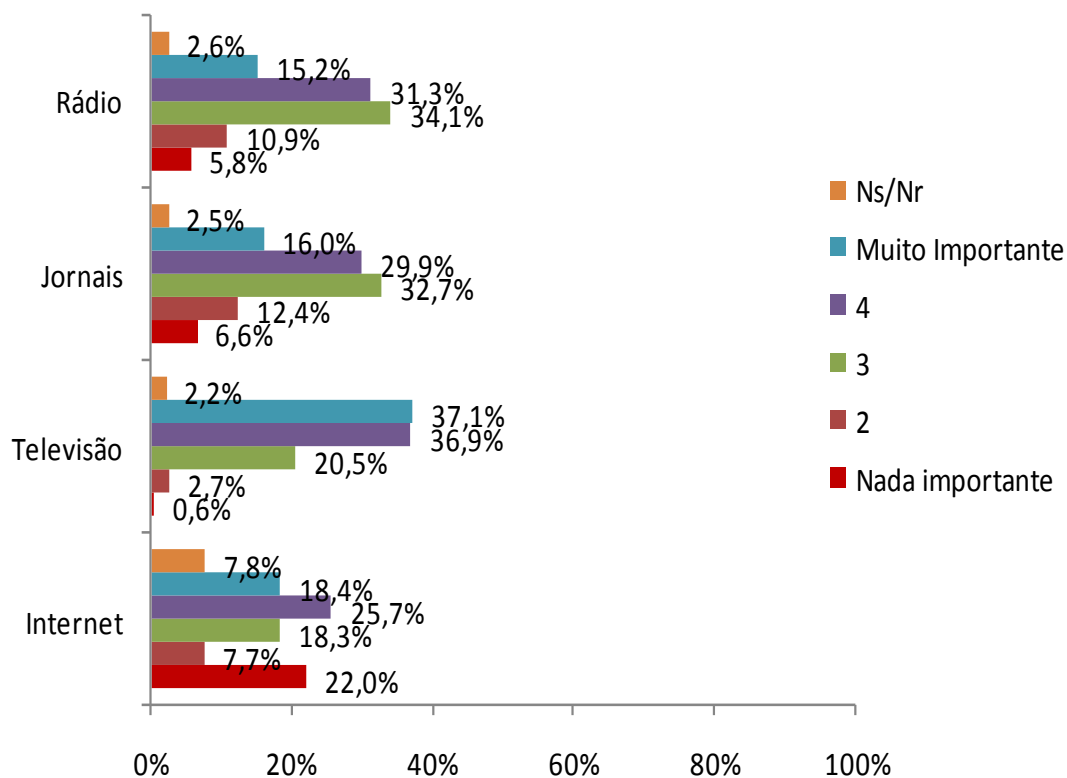
Figura 59 – Qual a importância que atribui a cada uma das fontes para se informar sobre algum assunto em geral?



n=1255

Uma considerável maioria de inquiridos (54,1%) atribui importância aos jornais quando se quer informar sobre algum assunto em geral. Com maior nível de importância (valores registados/somados em 5-Muito Importante e 4-Importante) apenas registamos a Televisão.

Figura 60 – Qual a importância que atribui a cada uma das fontes para se entreter?



n=1255

Tal como registado anteriormente, a televisão também surge como o principal meio de comunicação procurado pelos inquiridos quando a ideia passa por se entreterem. Jornais e Rádio surgem, em valores aproximados, como os segundos mais importantes meios para fins de entretenimento.








Metodologia

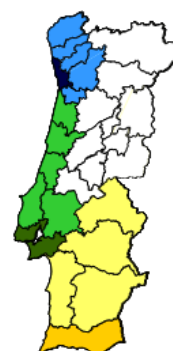
UNIVERSO:

Constituído por indivíduos com 15 e mais anos de idade, residentes em Portugal Continental.

AMOSTRA:

Constituída por 1255 entrevistas, com a seguinte distribuição, proporcional, por região GfK Metris:

Região GfK Metris	Entrevistas	Legenda
Norte Litoral	251	
Grande Porto	168	
Interior	176	
Centro Litoral	209	
Grande Lisboa	344	
Alentejo	59	
Algarve	48	
Total	1.255	



Os respondentes foram seleccionados através do método de quotas, com base numa matriz que cruzou as variáveis Sexo, Idade, Instrução, Ocupação, Região e Habitat/Dimensão dos agregados populacionais.

RECOLHA DA INFORMAÇÃO

A informação foi recolhida através de entrevista directa e pessoal, em total privacidade, com base em questionário elaborado pelo Obercom.

Os trabalhos de campo decorreram entre os dias 14 e 25 de Maio de 2010, e foram realizados por 70 entrevistadores, recrutados e treinados pela GfK, que receberam uma formação adequada às especificidades deste estudo.

A recolha incidiu nos dias úteis entre as 18H e as 22H e nos fins-de-semana durante todo o dia.

CONTROLO DE QUALIDADE

1. Em relação ao desenho do questionário, é verificado o correcto ajustamento entre os objectivos do projecto e o questionário, bem como identificadas as perguntas que respondem a cada um dos objectivos. É igualmente feita uma revisão da consistência entre as perguntas e as categorias de resposta, da sequência lógica das respostas e dos filtros.

2. Os entrevistadores têm uma formação prévia. A incorporação de novos entrevistadores não supera, em nenhum caso, mais de 25% do total das entrevistas.

3. Em cada região, as entrevistas são distribuídas por diversos entrevistadores, de forma a evitar que uma % significativa das entrevistas seja feita somente por um ou dois entrevistadores.

4. Após darem entrada no Departamento de Campo, os questionários são imediatamente revistos, sendo detectados eventuais erros de preenchimento ou ausência de informação. Caso a caso, é feita uma avaliação dos procedimentos a adoptar, que podem ir de um novo contacto com o inquirido (obtenção da informação em falta) à simples anulação da entrevista (por exemplo se se verificar uma taxa de não resposta anormal em relação ao total das perguntas).

5. Os questionários aprovados pelo Departamento de campo são gravados em suporte informático, sendo elaborado um relatório por entrevistador com toda a informação relevante (como por exemplo, % de não resposta, cumprimento dos saltos, preenchimento de perguntas abertas, etc.), realizando-se, desta forma, o primeiro teste em relação à consistência e articulação da informação obtida. Os questionários com informação incorrecta são devolvidos ao Departamento de campo.

6. É realizada uma supervisão de cerca de 20% do trabalho de cada entrevistador através de um novo contacto directo ou telefónico com o entrevistado. Para esse efeito, utiliza-se um questionário de supervisão cuja concepção visa verificar se foram respeitadas as indicações apresentadas em relação a: local de entrevista, método de selecção do entrevistado, condições de realização da entrevista, questionário, apresentação de listas (quando existirem) e tempo de duração da entrevista.

7. Na gravação informática dos questionários, caso existam perguntas abertas, com base em cerca de 50% de transcrição destas, são elaborados os planos de codificação respectivos (para cada pergunta deste tipo), para que estas sejam codificadas de acordo com o mesmo.

8. Já com base no ficheiro global do estudo, é feita uma validação do ficheiro informático, testando-se a consistência dos dados recolhidos a dois níveis: validação dos códigos das respostas, pergunta a pergunta, e uma validação da articulação entre as perguntas (saltos e filtros), respeitando-se a estrutura do questionário utilizado. Em caso algum são feitas correcções automáticas da informação. A partir deste momento, o ficheiro informático encontra-se apto a ser tabulado e tratado com base em software concebido para o efeito.

Ficha Técnica

Título	A Imprensa na Sociedade em Rede
Investigação	Tiago Lima
Coordenação científica	Gustavo Cardoso e Rita Espanha
Data de edição	Julho de 2011
Questionário "A Sociedade em Rede em Portugal, 2010"	OberCom – Observatório da Comunicação



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>