



# A Sociedade em rede em Portugal 2008

Internet

flash report Março 2009

<b>A Sociedade em Rede em Portugal 2008 - Internet .....</b>	<b>4</b>
Taxa de utilização de Internet.....	4
Taxa de utilização de Internet por género.....	5
Taxa de utilização de Internet por escalão etário .....	6
Posse de equipamento .....	6
Taxa de penetração de Internet.....	7
Utilizadores .....	8
Frequência de utilização .....	8
Locais de utilização .....	8
Actividades online .....	9
Actividades de comunicação online.....	9
Actividades de <i>user-generated content</i> .....	10
Actividades de <i>download</i> e partilha multimédia.....	11
Outras actividades online .....	12
Não utilizadores de Internet.....	13
Razões para não utilizar Internet .....	13
<i>Awareness</i> entre os não utilizadores .....	13
Conclusão .....	14
<b>Ficha Técnica .....</b>	<b>15</b>

Figura 1 - Utiliza ou já utilizou internet/e-mail (%)? .....	5
Figura 2 - Utilizadores e não utilizadores de Internet por género (%) .....	5
Figura 3 - Utilizadores e não utilizadores de Internet por escalão etário (%).....	6
Figura 4 - Computador pessoal (%).....	7
Figura 5 - Tipo de ligação à Internet (%) .....	7
Figura 6 - Frequência de utilização (%).....	8
Figura 7 - Locais de utilização de Internet (%) .....	9
Figura 8 - Actividades de comunicação que sabe realizar/faz regularmente .....	10
Figura 9 - Actividades de <i>user-generated content</i> que sabe realizar/faz regularmente ..	11
Figura 10 - Actividades de download e partilha multimédia (%).....	11
Figura 11 - Outro tipo de actividades (%).....	12
Figura 12 - Razões para não utilizar Internet (%).....	13
Figura 13 - Conhece ou já ouvir falar da Internet (%)?.....	14

## A Sociedade em Rede em Portugal 2008 - Internet

Qual a taxa de penetração da Internet em Portugal? Qual a principal razão invocada para a não utilização desta nova tecnologia de informação? Quais os locais físicos a partir dos quais mais se navega em Portugal? Estas são algumas das questões que serão abordados neste breve relatório que pretende disponibilizar um olhar sobre o panorama da Internet em Portugal, através dos dados do inquérito Sociedade em Rede 2008 levado a cabo pelo Observatório da Comunicação - OberCom.

---

### Taxa de utilização de Internet

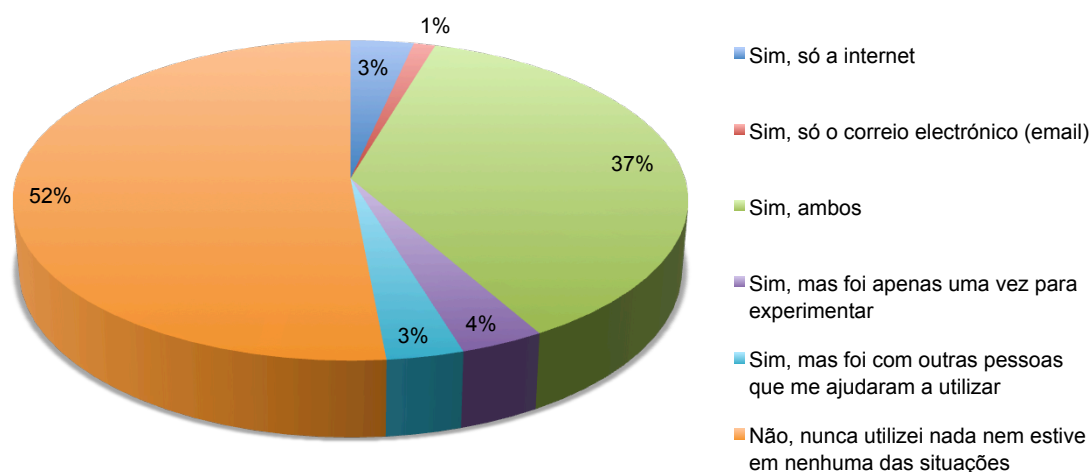
Começamos a análise pela taxa de utilização de Internet em Portugal. Os dados do estudo revelam que cerca de 41% dos inquiridos são utilizadores<sup>1</sup> de Internet. Não obstante, é imperativo desvelar algumas nuances no interior destes sublinhando que 4% do total revelaram uma utilização parcial. A saber, 1% do total dos inquiridos que afirma utilizar apenas as funções de *e-mail* e 3% que navega na Internet mas não possui conta de *e-mail*. Ficamos assim com uma taxa de utilização da população portuguesa balizada entre os 37% e 41%.

Por outro lado os indicadores demonstram que mais de metade (52%) dos portugueses nunca utilizaram a Internet. Para além destes, 3% dos inquiridos teve contacto com esta realidade apenas de forma indirecta e mediada, ou seja, recorrendo à ajuda de terceiros. Acrescente-se ainda a estes *proxy-users*, a parcela de inquiridos que afirmaram ter utilizado a Internet apenas uma vez e com o intuito de experimentar, que representa 4%. (Figura 1).

---

<sup>1</sup> Neste estudo o critério para definir utilizador de internet foi construído tomando como base todos os inquiridos, com 15 e mais anos, que se auto-definem como utilizadores, ou seja, revelaram discursivamente já ter utilizado ou utilizar Internet.

**Figura 1 - Utiliza ou já utilizou internet/e-mail (%)?**



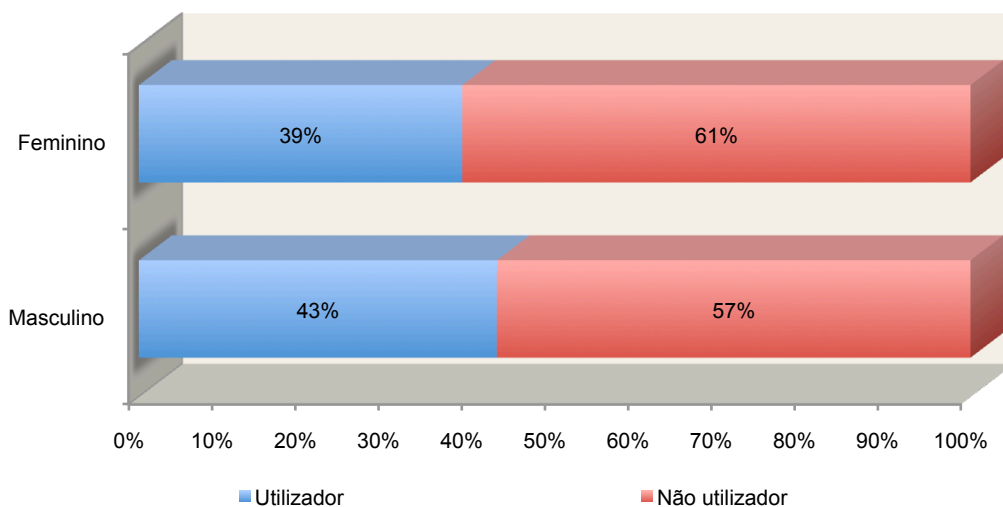
Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N=1039

Na linha de uma análise longitudinal, vemos que esta taxa têm crescido regularmente. Segundo os dados do estudo Sociedade em Rede de 2003 a taxa de penetração rondava neste ano a casa dos 29%, sendo que em 2006 tinha passado para os 34% - diferencial que representa uma taxa de crescimento relevante.

**Taxa de utilização de Internet por género.**

Se olharmos para os utilizadores de Internet cruzando-os com o género vemos um maior equilíbrio dentro do grupo do sexo masculino. Ou seja, se no interior do grupo dos homens encontramos 43% de utilizadores, nas mulheres encontramos apenas 39% (Figura 2).

**Figura 2 - Utilizadores e não utilizadores de Internet por género (%)**



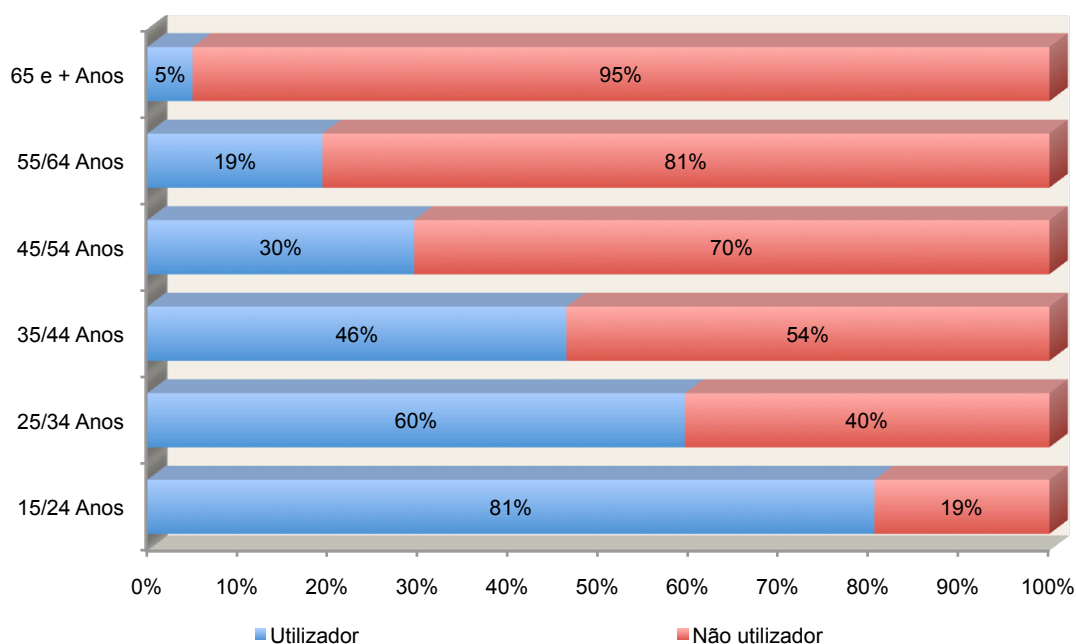
Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N=1035

## Taxa de utilização de Internet por escalão etário

A análise dos dados permite verificar que a variável idade explica, em muito, a utilização de Internet. Se no escalão etário acima dos 64 anos encontramos apenas 5% de utilizadores, no grupo etário mais jovem, dos 15 aos 24 anos, encontramos uma taxa de penetração de Internet substancialmente superior, na ordem dos 81%. Se avançarmos no escalão etário, chegando aos jovens adultos, entre os 25 e 34 anos, vemos que no interior deste grupo a taxa é de 60%. Já nas idades entre os 35 e os 44 anos observa-se que 46% são utilizadores de internet, e nos 45 aos 44 temos 30%, e entre os indivíduos com idades entre os 55 e os 64 anos apenas 19% (Figura 3).

Vemos assim que quanto mais jovem, maior será a probabilidade de se ser utilizador da Internet. Acrescente-se ainda um pequeno lembrete metodológico, alertando para a ausência de inquiridos com idades inferiores a 15 anos na amostra. Introdução essa que iria, certamente, engrossar o volume de utilizadores de Internet.

Figura 3 - Utilizadores e não utilizadores de Internet por escalão etário (%)

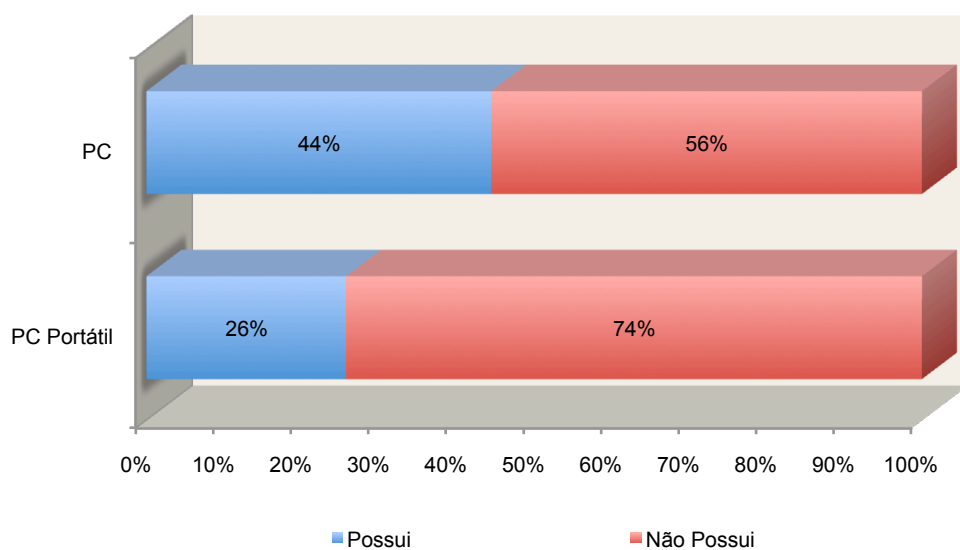


Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N=1035

## Posse de equipamento

Passemos agora para a análise dos equipamentos. Começando pelo computador pessoal, observa-se que 44% dos inquiridos possuem pelo menos um PC e 26% PC portátil (Figura 4).

Figura 4 - Computador pessoal (%)

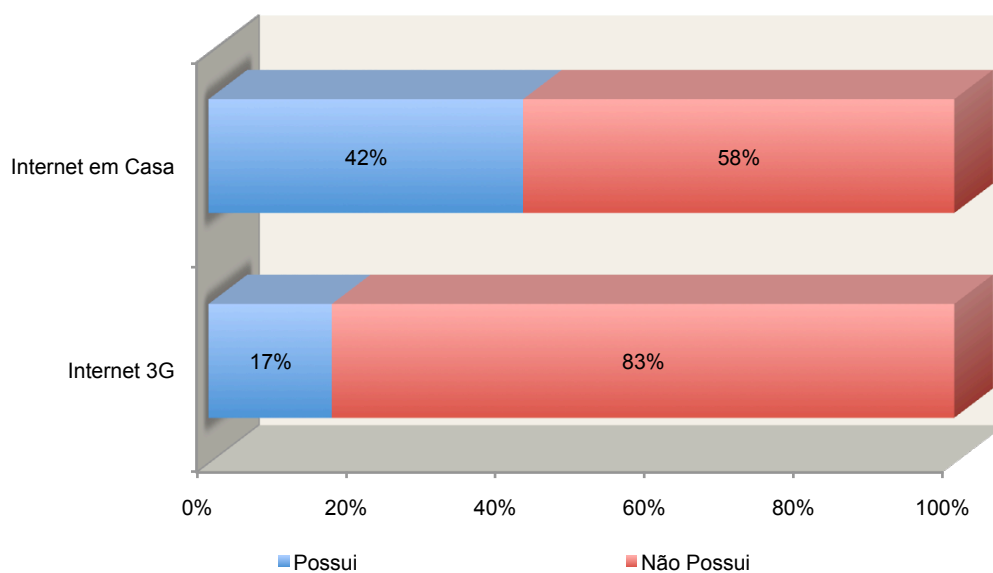


Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N=1039

## Taxa de penetração de Internet

Os indicadores permitem perceber ainda que a taxa de penetração de Internet nos lares portugueses ronda os 42% e que a Internet móvel começa a ganhar terreno em Portugal, com uma taxa de penetração na ordem dos 17% (Figura 5).

Figura 5 - Tipo de ligação à Internet (%)



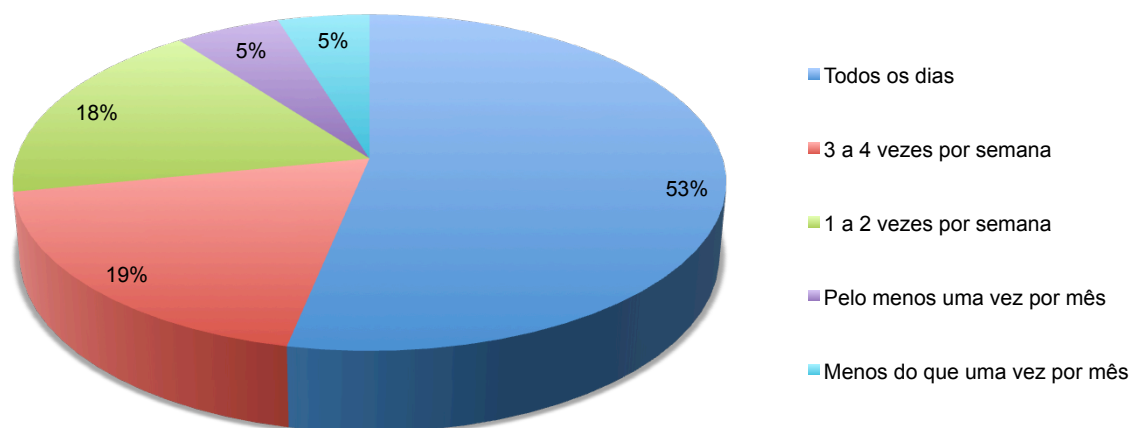
Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N=1039

## Utilizadores

### Frequência de utilização

Abrindo espaço para a frequência de utilização observamos que mais de metade dos internautas (53%) navega *on-line* numa base quotidiana. Numa base semanal temos cerca de 37%, desdobrados em 19% *on-line* entre três a quatro vezes por semana e 18% entre uma a duas vezes por semana. Com uma frequência mais espaçada no tempo, temos 5% dos internautas com uma regularidade mensal e outros 5% com intervalos superiores a um mês (Figura 6).

Figura 6 - Frequência de utilização (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N=419

### Locais de utilização

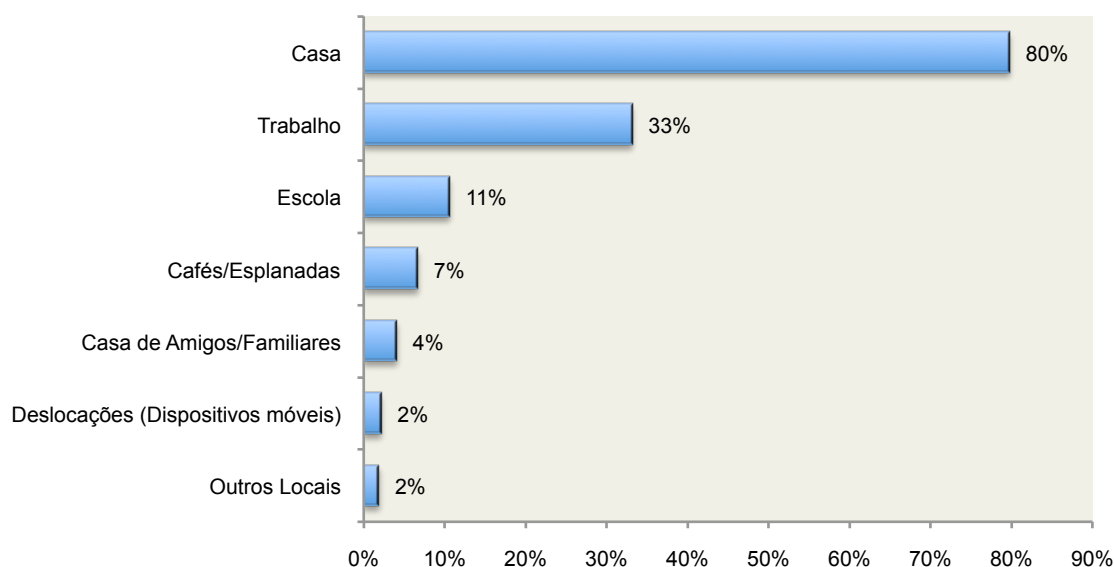
Por onde se espacializa a utilização da Internet em Portugal? Os dados do inquérito revelam que o espaço doméstico tende a ser o local privilegiado para as incursões *on-line*, sendo escolhido por 80% dos internautas inquiridos e recolhendo 58% do total das respostas.

Segue-se a ligação disponibilizada pelo emprego, que acumulou 33% dos internautas, seguida de 11% que afirmam navegar na Internet através do espaço escolar e 7% dos que navegam a partir de cafés e ou esplanadas. Há ainda 4% de inquiridos que afirmaram navegar através da ligação em casa de amigos e/ou familiares.

O segmento da Internet móvel ainda é relativamente tímido, acumulando esta opção apenas 2% do total de respondentes (Figura 7).

Note-se que, tratando-se de uma questão de escolha múltipla, cada inquirido seleccionou, em média<sup>2</sup>, 1,4 respostas, demonstrando empiricamente que a prática *on-line* não tende a ser confinada a um só local, disseminando-se pelos vários espaços do quotidiano.

Figura 7 - Locais de utilização de Internet (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N=416. Total de respostas=576.

## Actividades online

Dediquemos agora espaço para a análise integrada das literacias digitais em confronto com as práticas dos internautas através da leitura do que os utilizadores afirmam saber realizar e as actividades que fazem de forma regular.

## Actividades de comunicação online

A quase totalidade dos internautas (96%) sabe enviar e receber e-mails e 75% realiza esta acção regularmente. Ainda no campo do correio electrónico 77% dos utilizadores sabe criar uma conta de *e-mail* e 72% anexar documentos nos *e-mails*, sendo que 35% o faz numa base regular.

Vemos ainda que 63% consegue enviar SMS's através da Internet, mas apenas 22% o faz frequentemente.

Passando para a cultura de participação, importante dimensão comunicativa da cidadania e *empowerment* electrónico, 57% dos internautas afirma possuir conhecimentos que permitem

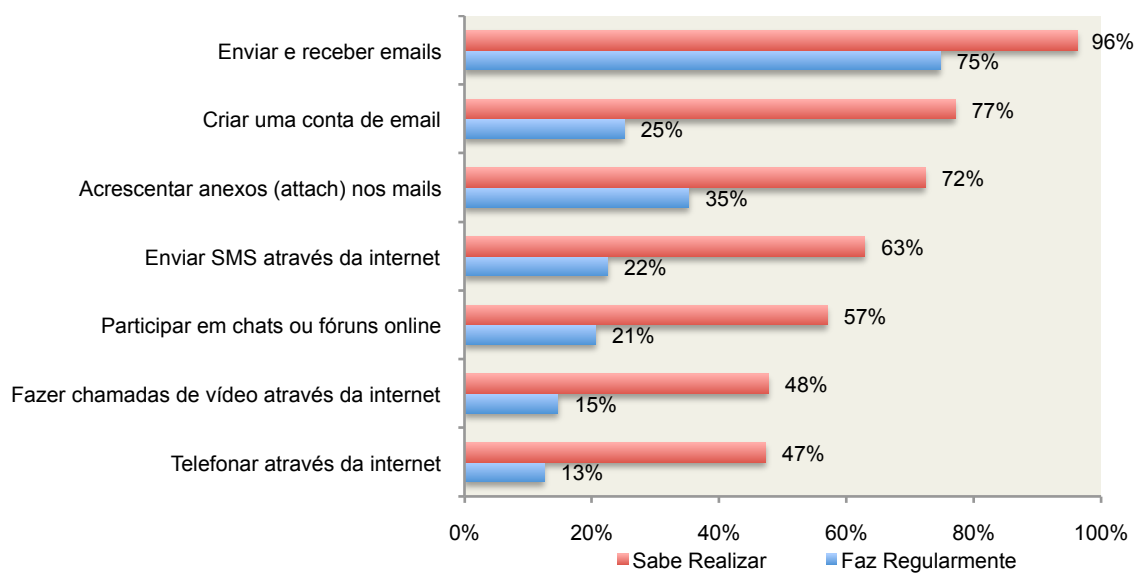
---

<sup>2</sup> 476/576=1,4.

participar em chats e fóruns *online*. Não obstante menos de metade o realiza de forma regular (21%).

Já no que toca às chamadas de vídeo pela Internet cerca de metade dos internautas afirma saber fazê-lo e apenas 15% comunica por este suporte frequentemente. Com uma proporção similar, 47% dos inquiridos afirma saber realizar chamadas telefónicas pela Internet mas somente 13% o cumpre regularmente (Figura 8).

Figura 8 - Actividades de comunicação que sabe realizar/faz regularmente (%).



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N=423

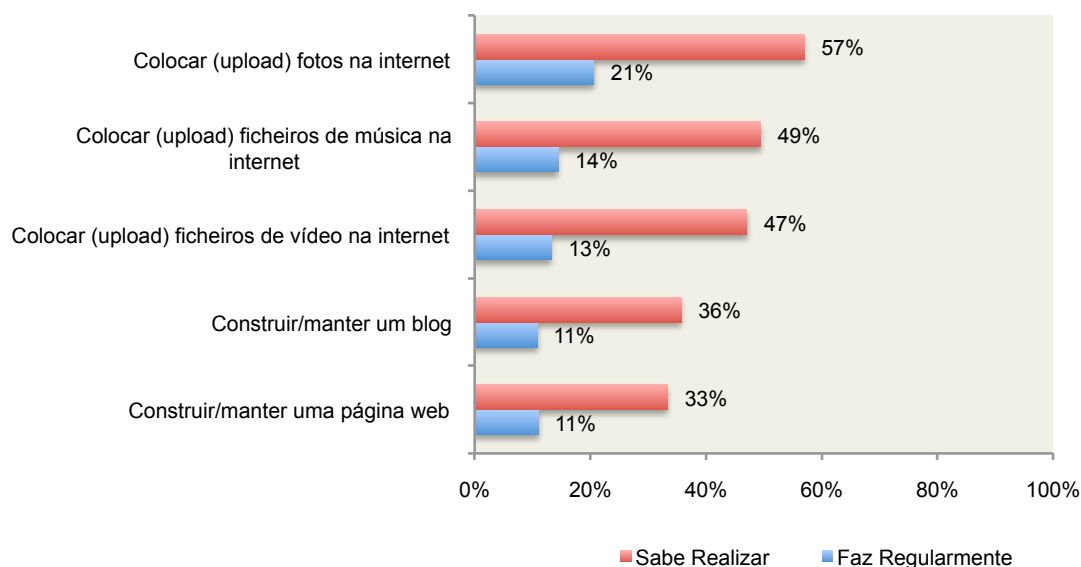
### Actividades de *user-generated content*

No que toca às actividades que se podem enquadrar pelo conceito de *user-generated content* vemos que, no campo da cultura visual, 57% dos internautas afirma saber colocar fotografias online mas apenas 21% partilha regularmente as suas produções fotográficas na rede.

No que concerne à partilha musical, quase metade (49%) sabe colocar ficheiros de música na Internet, mas somente 14% o faz numa base regular. Já no que toca à combinação do som com a imagem, 47% dos utilizadores assevera que sabe colocar ficheiros de vídeo na Internet.

Passando para a criação de conteúdos *online* vemos que a cultura de participação e produção de conteúdos é relativamente tímida. Senão vejamos, apenas cerca de um terço dos internautas afirma saber criar e manter um *blog* (36%) e 11% concretiza-o frequentemente. Vemos também que somente um terço (33%) afirma possuir conhecimentos para criar e sustentar no tempo uma página *Web* e apenas 11% o faz de forma regular (Figura 9).

Figura 9 - Atividades de *user-generated content* que sabe realizar/faz regularmente (%).



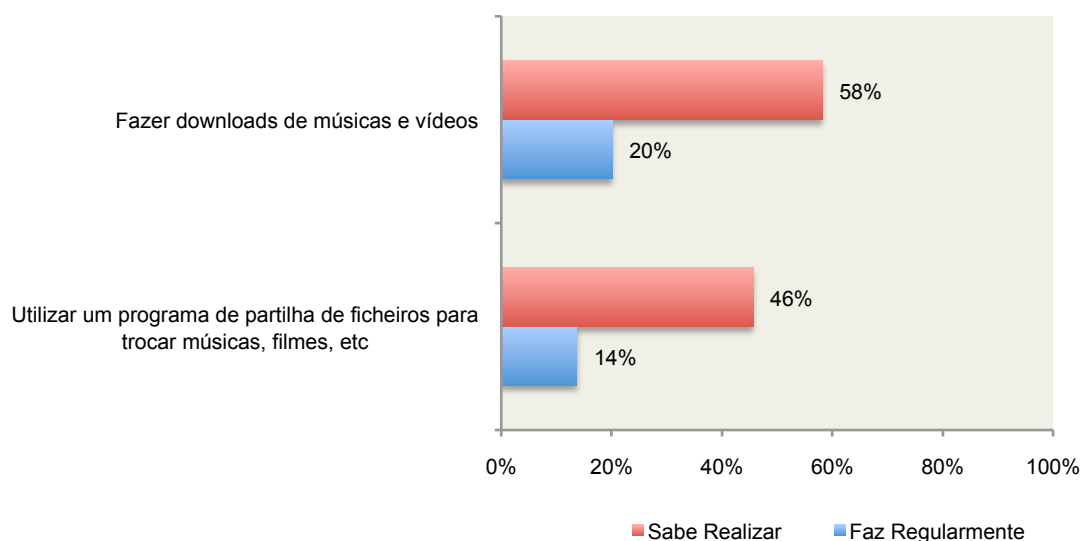
Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N=423

### Atividades de *download* e partilha multimédia

Observa-se também que mais de metade (58%) dos utilizadores sabe realizar *downloads* de músicas e vídeos através da rede e 20% realiza *downloads* frequentemente.

Passando para a cultura *peer-to-peer* (P2P) observa-se que 46% afirma possuir literacia para utilizar programas de partilha de ficheiros para partilhar músicas, filmes, etc. *online* e 14% realiza-o frequentemente (Figura 10)

Figura 10 - Atividades de *download* e partilha multimédia (%)



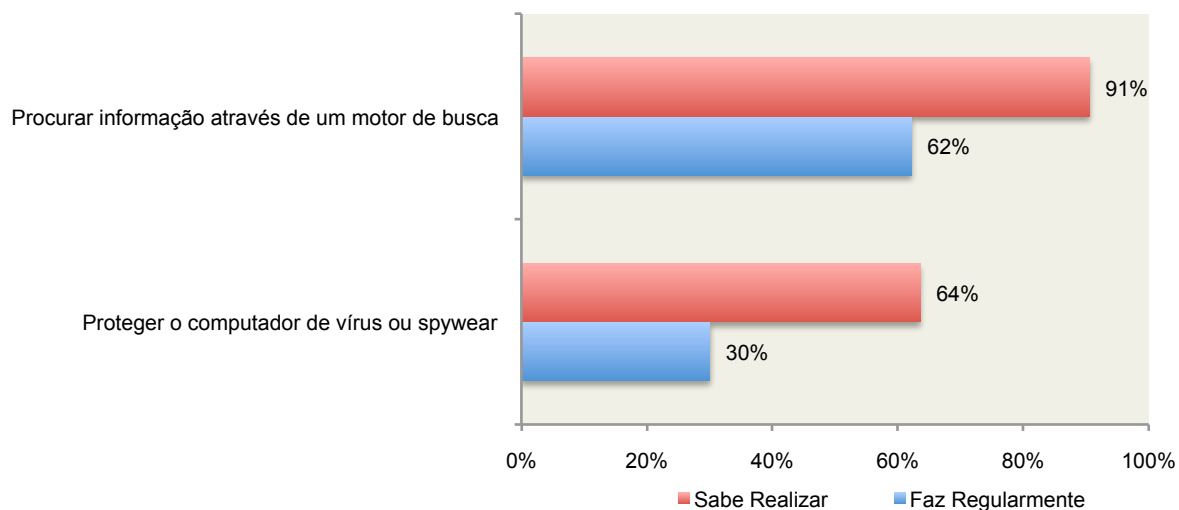
Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N=423

## Outras actividades online

Passando para outro tipo de actividades vemos que a quase totalidade dos internautas (91%) sabe pesquisar informação na rede através de motores de busca, sendo que 62% o realiza numa base regular.

Já no que concerne a precauções *online*, 64% dos utilizadores da rede afirma saber como tomá-las, mas apenas 30% executa esse tipo de cuidados regularmente (Figura 11).

Figura 11 - Outro tipo de actividades (%).



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N=423

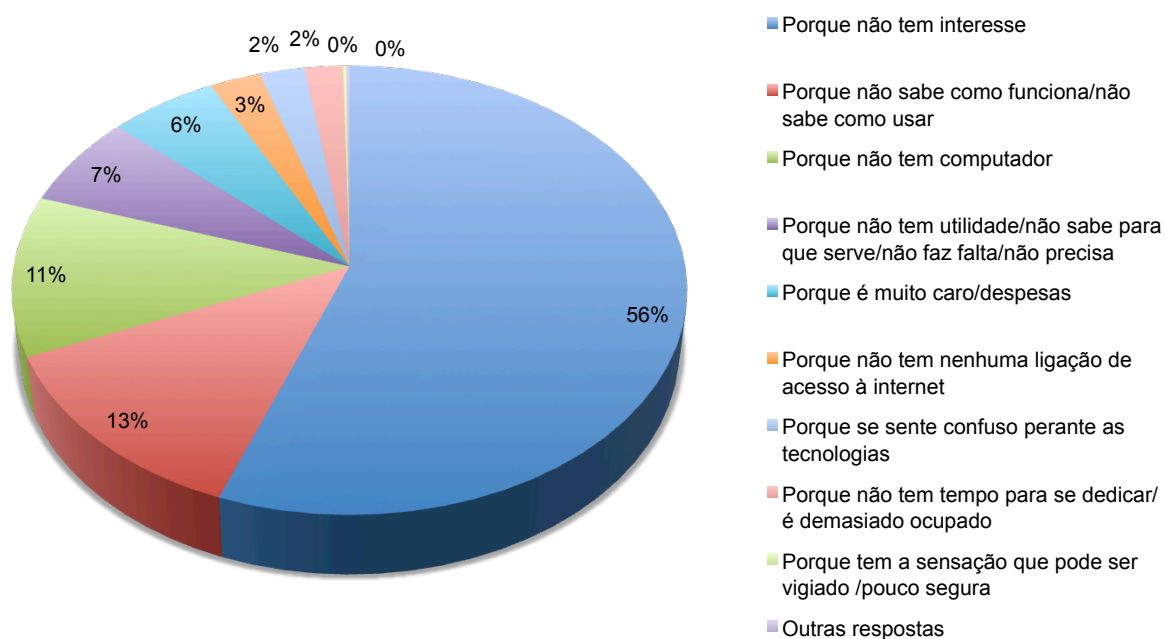
## Não utilizadores de Internet

Dediquemos agora especial atenção à fracção sem contacto com a Internet.

### Razões para não utilizar Internet

Começemos pelas razões avançadas pelos inquiridos para justificar a não utilização da Internet. A principal causa invocada passa pela falta de interesse. Recolhe mais de metade do total das respostas dos não internautas (56%) aos quais podemos acumular 7% que afirmaram não rever utilidade no seu uso. Há também uma fatia considerável de não internautas (13%) que argumenta não utilizar por falta de conhecimentos, aos quais podemos adicionar 2% que afirma sentir-se confuso perante as tecnologias. Contemplamos também 11% que afirma não usar a Internet por não ter computador e 6% por achar caro. Com pesos mais residuais, temos ainda 3% dos inquiridos que sustentam que não usam por não possuírem ligação à internet, 2% por não ter tempo livre e 0,2% por achar pouco seguro/ter a sensação de está a ser vigiado (Figura 12).

Figura 12 - Razões para não utilizar Internet (%)



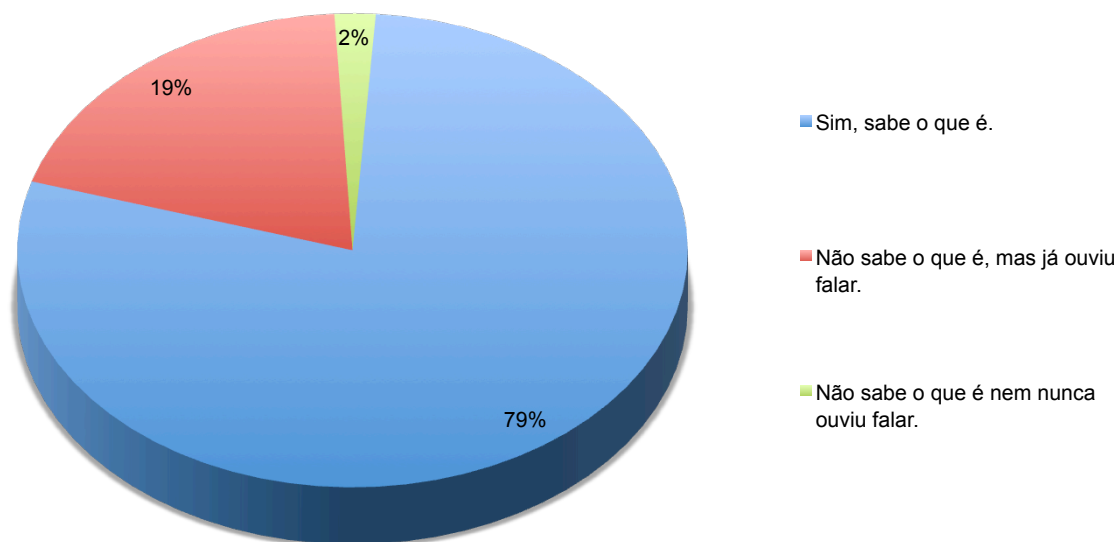
Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N= 589

### Awareness entre os não utilizadores

Qual a percepção e conhecimento sobre a Internet entre os não utilizadores? 19% dos não-internautas afirma já ter ouvido falar sobre Internet mas não sabe o que é. 2% não sabe o

que é nem sequer ouviu falar. Por seu turno temos 79% dos não utilizadores que afirmaram saber o que é a Internet (Figura 13).

Figura 13 - Conhece ou já ouvir falar da Internet (%)?



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.  
N= 607

## Conclusão

Os dados do inquérito Sociedade em Rede de 2008 permitem retirar algumas breves conclusões sobre o panorama da Internet em Portugal.

A começar importa sublinhar no nível infra-estrutural da rede a taxa de penetração nos lares ronda os 40% e a Internet de tipo móvel os 26%. Nos equipamentos, observamos que cerca de 45% dos portugueses possui computador pessoal e 26% PC portátil.

Traçando um perfil aproximado do utilizador, observa-se que os internautas são sobretudo jovens e jovens-adultos, denotando-se uma leve sobre-representação do género masculino. A prática tende a assumir uma frequência diária e uma relativa disseminação espacial sendo no entanto levada a cabo sobretudo no espaço doméstico, profissional e/ou escolar.

Por outro lado vemos que cerca de metade da população com mais de 15 anos encontra-se alheada do mundo da Internet. Observa-se que os não utilizadores são sobretudo agentes sociais mais envelhecidos e com recursos escolares e culturais mais desfavorecidos. A triangulação de variáveis que tende a explicar o afastamento dos agentes sociais da Internet revolve em torno da iliteracia digital, da falta de sensibilização e *awareness* às quais se podem somar constrangimentos financeiros/materiais.

A finalizar note-se a evolução positiva da generalidade dos indicadores quando comparados com os dados dos estudos Sociedade em Rede 2003 e 2006.

## Ficha Técnica

<b>Título</b>	<b>A Sociedade em Rede em Portugal 2008</b>
<b>Investigadores</b>	Jorge Vieira
<b>Coordenação Científica</b>	Gustavo Cardoso e Rita Espanha
<b>Coordenação Editorial</b>	Rita Espanha
<b>Questionário “A Sociedade em Rede em Portugal 2008”</b>	Gustavo Cardoso, Rita Espanha, Rita Cheta e Vera Araújo
<b>Ficha técnica questionário “A Sociedade em Rede em Portugal 2008”</b>	Inquérito extensivo por questionário, através de uma entrevista directa, a uma amostra representativa da população portuguesa residente em Portugal continental, de idade igual ou superior a 15 anos de idade. A amostra teve como universo de referência a população portuguesa e os resultados do Recenseamento Geral da População - Censos de 2001. Os indivíduos foram seleccionados através da definição de quotas a partir do cruzamento das variáveis sexo, idade, escolaridade, região (5 regiões INE - NUT's II) e habitat/dimensão dos agregados populacionais. A partir de uma matriz inicial de região e habitat, foi seleccionado aleatoriamente um número significativo de pontos de amostragem, onde foram realizadas as entrevistas, através da aplicação de quotas acima referidas. Em cada localidade, existiam instruções que obrigaram o entrevistador a distribuir as entrevistas por toda a localidade. A amostra final foi constituída por 1039 entrevistas. O trabalho de campo foi realizado em Junho de 2008 e aplicado pela Metris GfK.



**OberCom** - Observatório da Comunicação  
Palácio Foz - Praça dos Restauradores  
1250-187 Lisboa  
PORTUGAL

e-mail: [obercom@obercom.pt](mailto:obercom@obercom.pt)

tel.: +351 213221319

fax: +351 213221320

<http://www.obercom.pt>



Este trabalho está licenciado para Creative Commons  
Attribution-NonCommercial 2.5 License.