

The background of the entire page is a blue field with a white, abstract network graphic. This graphic consists of numerous small, semi-transparent spheres connected by thin white lines, forming a complex, interconnected web that resembles a molecular structure or a digital network. The network is denser in the top-left and bottom-right corners and more sparse in the center.

A Sociedade em Rede

Portugal 2010

# A Televisão na Sociedade em Rede

*Setembro de 2011*

# Índice

<b>Introdução .....</b>	<b>4</b>
<b>Sumário Executivo .....</b>	<b>5</b>
<b>Perfis e caracterização do consumo de Televisão, em Portugal.....</b>	<b>7</b>
Figura 1 – Tem televisão?.....	7
Figura 2 – Tem televisão com ecrã de plasma/LED/Flat Screen? .....	7
Figura 3 – Diga-me, por favor, qual a importância que atribui à Televisão quando se quer informar sobre algum assunto em geral: .....	8
Figura 4 – Diga-me, por favor, qual a importância que atribui à Televisão quando se quer entreter: .....	8
Figura 5 – Que tipo de acesso de televisão tem em casa?.....	9
Figura 6: Qual é o seu operador principal de televisão paga? .....	10
Figura 7: Que tipo de acesso de televisão tem em casa? – por região .....	11
Figura 8 – Das seguintes afirmações sobre Televisão, indique com as quais concorda... ..	12
Figura 9 – Concordo com a ideia de que a utilização dos serviços de televisão digital é complicada – por grau de escolaridade .....	13
Figura 10 – Quais os programas televisivos de que mais gosta? (resposta múltipla).....	13
Figura 11 – Gosto mais de ver programas de desporto – por género .....	14
Figura 12 – Gosto mais de ver reality shows – por grau de escolaridade.....	14
Figura 13 – Gosto mais de ver reality shows – por escalões etários.....	15
Figura 14 – Gosto mais de ver reality shows – por género .....	15
Figura 15 – Gosto mais de ver concursos – por grau de escolaridade.....	16
Figura 16 – Gosto mais de ver concursos – por género .....	16
Figura 17 – Gosto mais de ver Telenovelas portuguesas – por grau de escolaridade .....	17
Figura 18 – Gosto mais de ver Telenovelas portuguesas – por género .....	17
Figura 19 – Gosto mais de ver Séries – por escalões etários .....	18
Figura 20 – Gosto mais de ver Séries – por género.....	18

Figura 21 – Gosto mais de ver Filmes – por escalões etários .....	19
Figura 22 – Gosto mais de ver Filmes – por género.....	19
Figura 23 – Gosto mais de ver programas de Notícias – por género .....	20
<b>A televisão e relação com os múltiplos ecrãs .....</b>	<b>21</b>
Figura 24: Com que frequência costuma utilizar a internet para fazer download de Filmes? 21	
Figura 25: Nunca utilizo a internet para fazer download de Filmes. ....	21
Figura 26: Nunca utilizo a internet para fazer download de Filmes. ....	22
Figura 27: Com que frequência costuma utilizar a internet para fazer download de séries de TV?.....	23
Figura 28: Nunca utilizo a internet para fazer download de Séries de TV? – por grau de escolaridade .....	23
Figura 29: Nunca utilizo a internet para fazer download de Séries de TV – por escalão etário .....	24
Figura 30: Quando navega em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube, que tipos de conteúdos costuma ver: .....	24
Figura 31: Costumo ver Programas TV/Séries em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube – por escalão etário:.....	25
Figura 32: Costumo ver Programas TV/Séries em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube – por género:.....	25
Figura 33: Costumo ver conteúdos de música em sites de partilha, tais como o Youtube – por escalão etário: .....	26
Figura 34: Costumo ver conteúdos de música em sites de partilha, tais como o Youtube – por género: .....	26
Figura 35: Costumo ver filmes e animação em sites de partilha, tais como o Youtube – por escalão etário: .....	27
Figura 36: Costumo ver filmes e animação em sites de partilha, tais como o Youtube – por género: .....	27
Figura 37: Costumo ver programas de TV/Séries em sites de partilha, tais como o Youtube – por escalão etário:.....	28
Figura 38: Costumo ver programas de TV/Séries em sites de partilha, tais como o Youtube – por género:.....	28

Figura 39: Em média, quantos vídeos vê por semana em sites de partilha de conteúdos audiovisuais tais como o Youtube? .....	29
Figura 40: Sendo possível ver conteúdos televisivos online, considera que continua a valer a pena subscrever um serviço pago de televisão (cabo, IPTV, satélite)? .....	30
Figura 41: Já fez download não autorizado de filmes? .....	30
Figura 42: Já fez download não autorizado de filmes? – por escalões etários .....	31
Figura 43: Já fez download não autorizado de Séries de TV? .....	31
Figura 44: Já fez download não autorizado de Séries de TV? – por escalões etários .....	32
Figura 45: Já.....	33
Figura 46: Sim, já... ..	34
<b>A relação com os outros Media .....</b>	<b>35</b>
Figura 47 - Destas actividades, qual seria mais difícil para si deixar de fazer? .....	35
Figura 48 - Avalie o seu grau de confiança acerca da informação disponível.....	36
Figura 49 - Avalie o seu grau de confiança acerca da informação disponível na Televisão – por escalão etário) .....	37
Figura 50 - Hoje em dia utilizo ... do que há 5 anos atrás .....	38
Figura 51 - Hoje em dia utilizo ... a televisão, do que há 5 anos atrás.....	39
Figura 52 - Hoje em dia utilizo ... a televisão, do que há 5 anos atrás – por grau de escolaridade .....	39
Figura 53 - Hoje em dia utilizo ... a televisão, do que há 5 anos atrás – por género .....	40
Figura 54 - Hoje em dia utilizo ... a televisão, do que há 5 anos atrás – por escalões etários .....	40
Figura 55 – Indique, por favor, como avalia a qualidade do serviço do seu operador:.....	41
Figura 56 – Indique, por favor, como avalia a qualidade do serviço do seu operador de Televisão paga:.....	42
Figura 57 – Face à actual situação de crise económica, tentou renegociar os seus contratos ou diminuir as suas despesas... ..	42
Figura 58 – Das seguintes plataformas, quais prefere para... (resposta múltipla) .....	43
<b>Metodologia.....</b>	<b>44</b>
<b>Ficha Técnica .....</b>	<b>46</b>

## Introdução

O presente relatório descreve algumas tendências de consumo e apropriação de Televisão, 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 Televisão 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 da Televisão e sua relação com os outros Media ou até com os múltiplos ecrãs. São exemplos os estudos *“Ecrãs em Rede: Tendências e Prospectivas”*, *“A Televisão em Portugal”*, *“As idades da TV em Portugal”*, *“Dinâmicas concorrenciais no mercado televisivo”*, etc.

A edição de 2010 do Inquérito Sociedade em Rede procura, entre outros, responder e colocar questões fulcrais sobre os diferentes Media, adiantando resultados que nos permitam não só perceber o posicionamento desses Media nos seus moldes mais tradicionais (nomeadamente Televisão, Rádio e Imprensa), 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.

## Sumário Executivo

### Perfis e caracterização do consumo de Televisão, em Portugal

- 1) A esmagadora maioria dos inquiridos (99,0%) tem pelo menos um aparelho de Televisão em casa, sendo que os resultados obtidos em 2008 foram ligeiramente superiores, apontando à data para praticamente 100% de inquiridos que dispunham de um aparelho de televisão. Uma considerável maioria de inquiridos (70,6%) não dispõe ainda de um sistema/ecrã de plasma/LED/Flat Screen.
- 2) A grande maioria dos inquiridos (>70%) considera que ter acesso à Televisão é importante sempre que se procura informação sobre assuntos em geral e sempre que o objectivo passa pelo entretenimento.
- 3) TV por Cabo e Antena são tidas pelos inquiridos como os dois mais comuns acessos a Televisão em casa. A diferença entre o número de inquiridos que consideravam, em 2008, ter TV por Antena, por comparação com a TV por Cabo, diminui em 2010. Isto explica-se pelo facto do número de inquiridos com TV por Cabo ter crescido e o número de inquiridos que dispõem de Antena ter decrescido. Interior, Alentejo, Centro e Norte Litoral são as regiões que apresentam ainda maior percentagem de inquiridos (acima de 50%) com acesso a Televisão por Antena. Algarve, Grande Lisboa e Grande Porto são, em contrapartida, zonas onde a taxa de penetração de TV por Cabo supera já claramente o registado para o acesso por Antena.
- 4) Na sua generalidade, os inquiridos concordam com a ideia de que a Televisão é uma boa forma de passar o tempo, tem uma boa oferta de conteúdos em horário adequado, e pode ser uma boa companhia ou um bom facilitador de reunião de familiares.
- 5) Uma considerável maioria (cerca de 58%) assinala que os conteúdos televisivos eram melhores há uns anos atrás.
- 6) Inquiridos com mais baixa escolaridade tendem a concordar mais com a ideia de que a transição para a Televisão digital é algo que implica dificuldades acrescidas, no que respeita à sua utilização.
- 7) Quer em 2008, quer em 2010, conteúdos noticiosos, conteúdos desportivos e filmes, surgem como os três grupos de programação que reúnem maior preferência por parte de uma maior percentagem de inquiridos.

### A televisão e relação com os múltiplos ecrãs

- 1) Na relação da Televisão com os designados múltiplos ecrãs, importa destacar que uma grande maioria de inquiridos utilizadores de internet ainda não faz download de filmes. Em todo o caso, convém reparar que uma já assinalável

percentagem de inquiridos utilizadores de internet (16,6%), tira partido da internet, pelo menos semanalmente, para fazer download de filmes. Entre os inquiridos utilizadores de internet que nunca fazem download de filmes, os escalões etários mais elevados e menores graus de escolarização surgem como as características mais representadas.

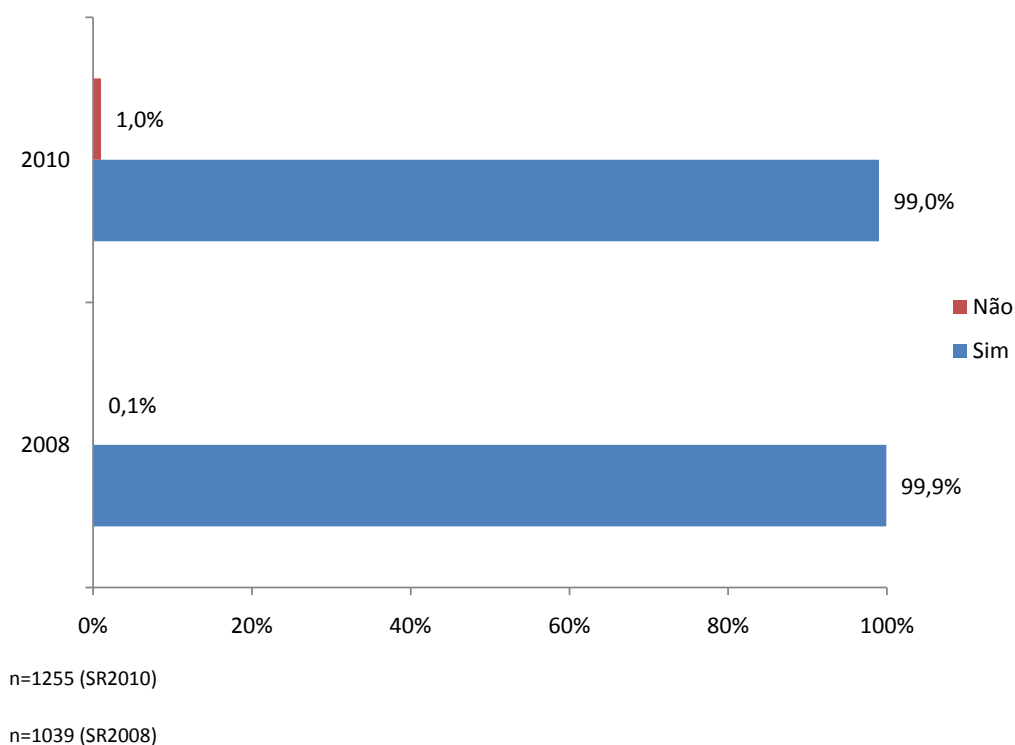
- 2) No que respeita aos inquiridos que costumam navegar em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, como o Youtube, a tendência maior é para se procurar conteúdos relacionados com música, entretenimento e filmes, sendo que os inquiridos mais jovens surgem aqui como os mais representados.
- 3) Uma considerável percentagem de inquiridos (56% dos que apresentaram uma resposta concreta) afirmam ver 6 ou mais vídeos, por semana, em sites de partilha de conteúdos, como o Youtube.
- 4) Apesar de ser hoje possível ver conteúdos televisivos online, apenas uma pequena percentagem de inquiridos (22,9%) considera que deixou de valer a pena subscrever um serviço pago de Televisão.
- 5) A esmagadora maioria de inquiridos afirma não ter feito download não autorizado de filmes, sendo que, entre os que já fizeram, os mais jovens surgem como mais representados. A mesma tendência de resultados é apontada para o caso do download das séries de TV.

#### **A relação com os outros Media**

- 1) Para a maioria dos inquiridos, o acto de ver Televisão é percebido como a actividade mais difícil de se deixar de fazer, seguida pelo uso do telemóvel e utilização da internet.
- 2) O grau de confiança associado à informação disponível na Televisão assume valores superiores aos relatados para os restantes Media. Os resultados mostram um acréscimo nos índices de confiança associados à Televisão, por comparação com os valores obtidos para o estudo de 2008.
- 3) Aproximadamente 30% dos inquiridos utilizam hoje mais a televisão do que há cinco anos atrás, resultado que coloca a Televisão numa posição mais confortável, por comparação com os outros Media tradicionais. Estes resultados seguem exactamente a mesma tendência já registada em 2008. Entre os que utilizam hoje mais a Televisão, os escalões etários mais elevados e mais baixos níveis de escolarização surgem como as duas categorias distintivas mais representadas.
- 4) Uma esmagadora maioria dos inquiridos considera que a Televisão é a plataforma mais importante para se obter informação acerca de acontecimentos e notícias, nacionais e internacionais, que ocorrem no momento ou que têm já algumas horas de registo.

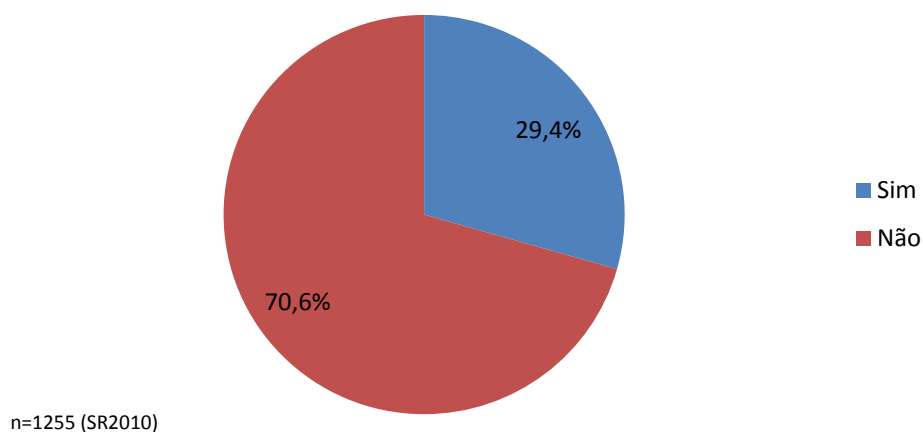
## Perfis e caracterização do consumo de Televisão, em Portugal

Figura 1 – Tem televisão?



Os resultados mostram que a quase totalidade dos inquiridos tem televisão em casa, tal como acontecia em 2008. Em todo o caso, e talvez fruto do crescimento de outros Media, em formatos também focados no ecrã, registam-se 13 inquiridos que não dispõem de televisão, o que significa um crescimento de 0,9% por comparação com o anterior relatório de 2008.

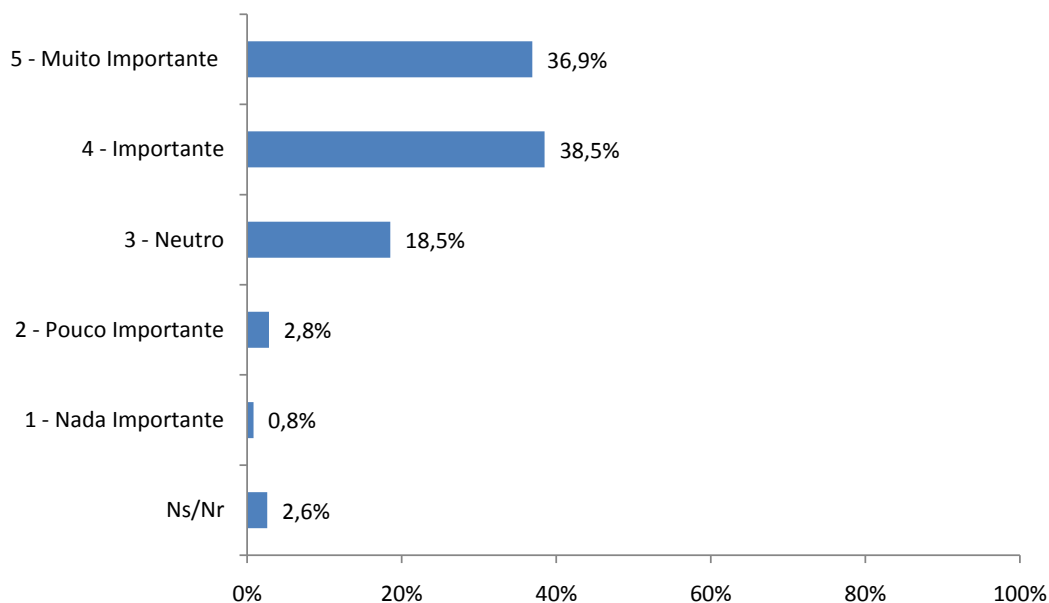
Figura 2 – Tem televisão com ecrã de plasma/LED/Flat Screen?





Cerca de 29% dos inquiridos assumem ter televisão com ecrã de plasma/LED/Flat Screen. Por contraponto, a grande maioria ainda não dispõe de um aparelho com estas características.

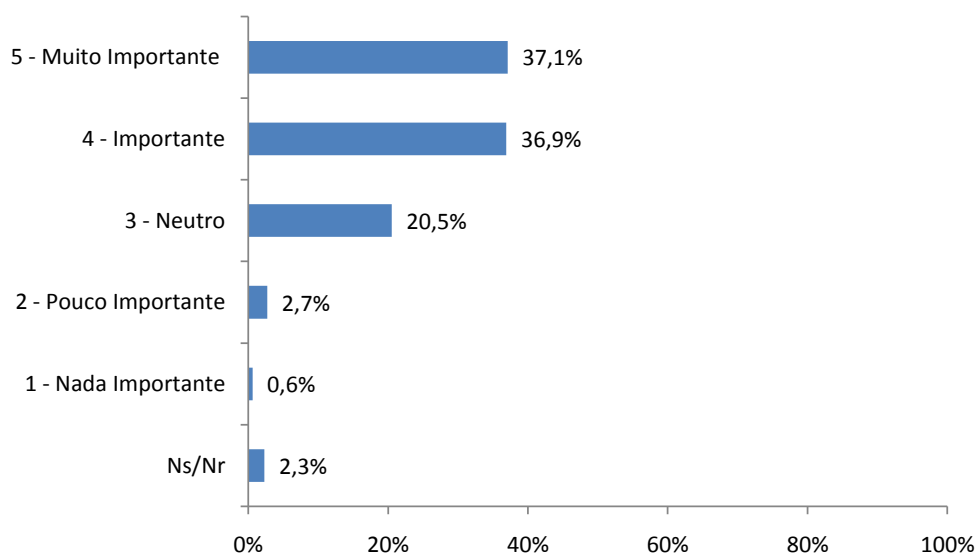
**Figura 3 – Diga-me, por favor, qual a importância que atribui à Televisão quando se quer informar sobre algum assunto em geral:**



n=1255 (SR2010)

A grande maioria dos inquiridos (75,4%) atribui importância à televisão quando se quer informar sobre algum assunto em geral.

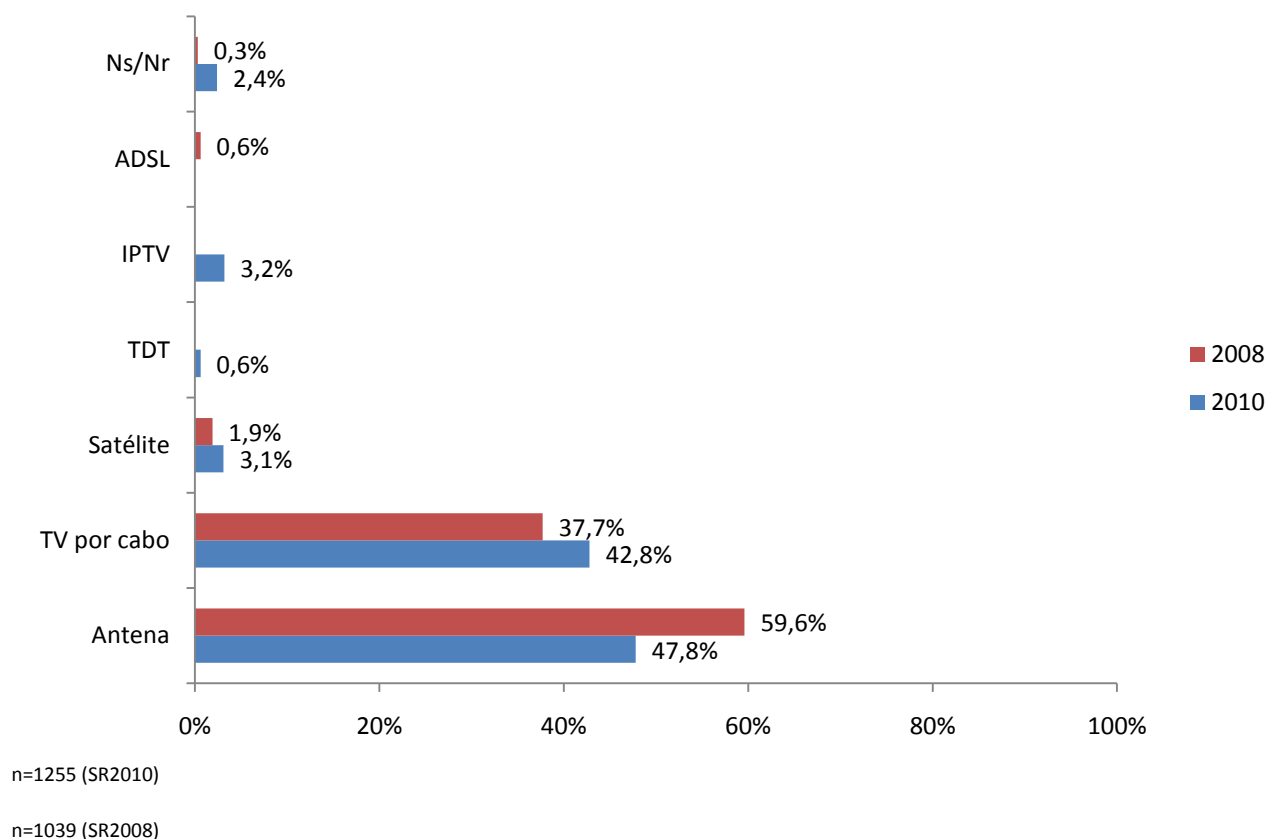
**Figura 4 – Diga-me, por favor, qual a importância que atribui à Televisão quando se quer entreter:**



n=1255 (SR2010)

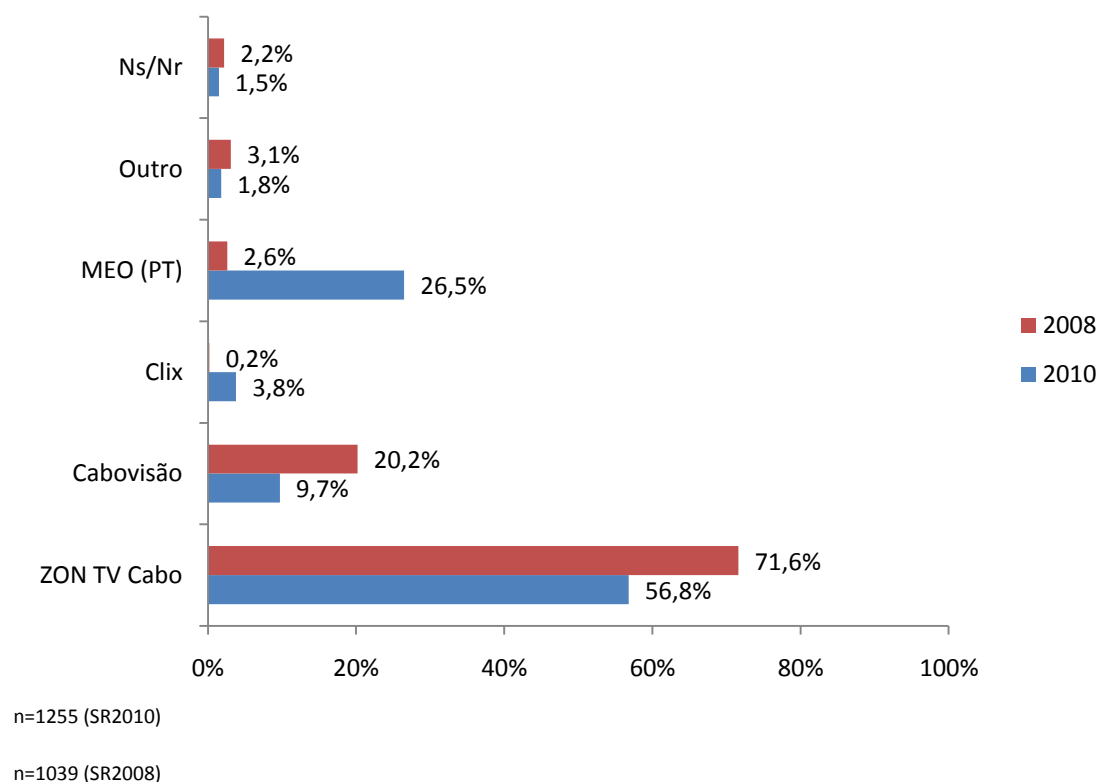
Uma também clara maioria (74%) atribui importância à televisão quando o objectivo passa pela procura de entretenimento. Apenas 3,3% não atribuem qualquer importância à televisão como media privilegiado para fins de entretenimento.

**Figura 5 – Que tipo de acesso de televisão tem em casa?**



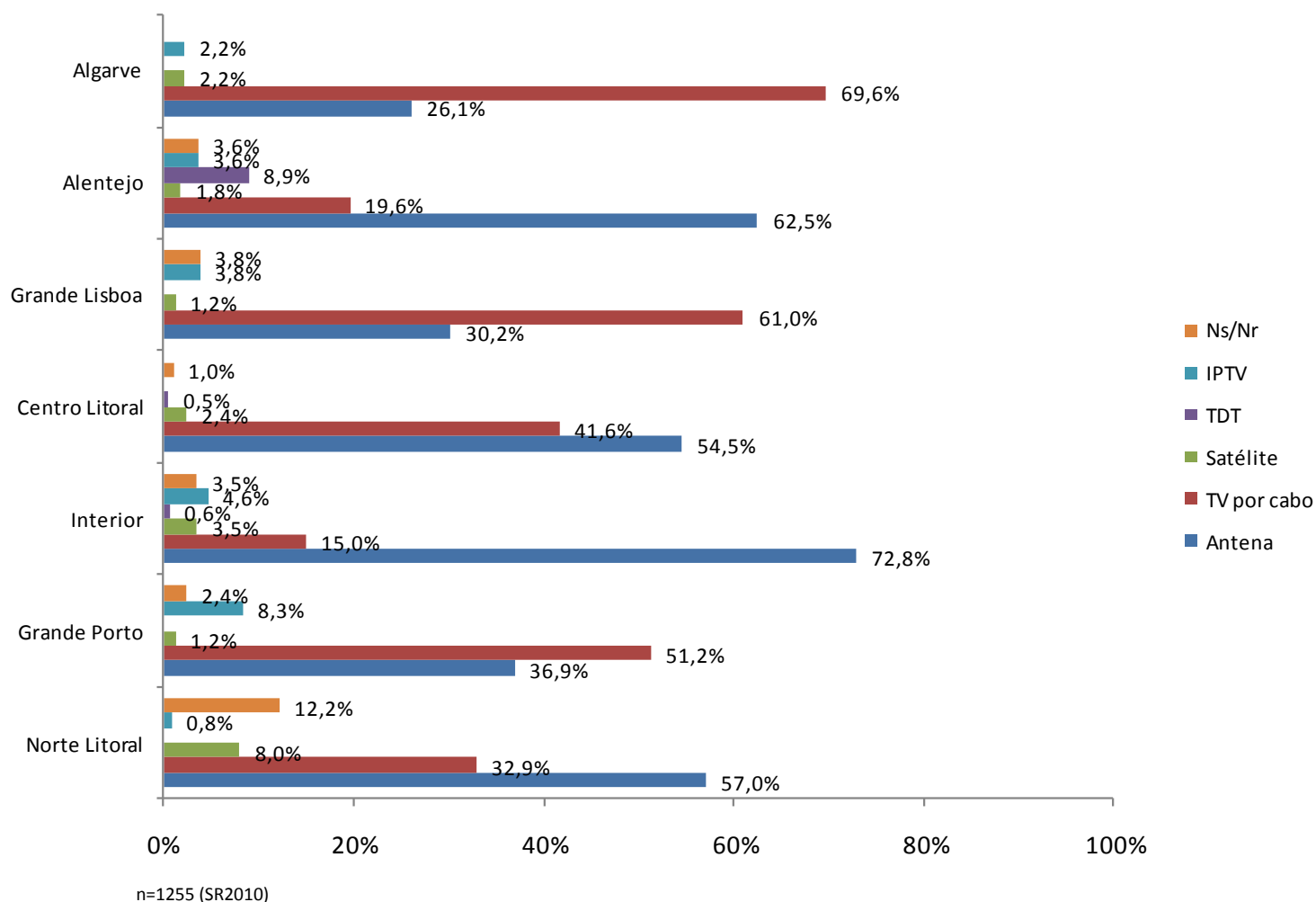
TV por cabo e antena são tidas pelos inquiridos como os dois mais comuns tipos de acesso a televisão em casa. Em todo o caso, a diferença entre o número de inquiridos que consideravam, em 2008, ter TV por antena, por comparação com a TV por cabo, diminui em 2010. Ora, isto explica-se pelo facto do número de inquiridos com TV por cabo ter crescido e o número de inquiridos que dispõem de Antena ter decrescido.

**Figura 6: Qual é o seu operador principal de televisão paga?**



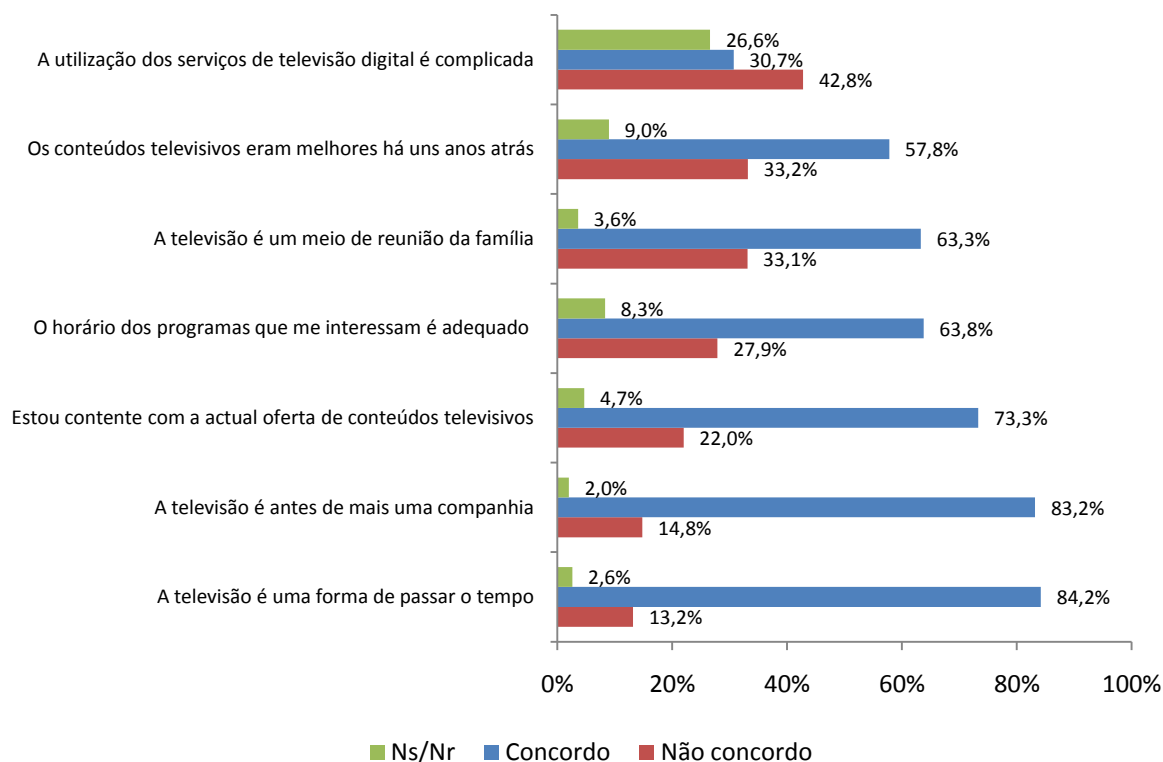
Apesar da ZON ser ainda o operador principal de televisão paga considerado por uma grande maioria dos inquiridos, reparamos que a queda no número de inquiridos com ligação a este operador é muito acentuada, na ordem dos 15%. Tal resultado fica a dever-se ao crescimento de mais de 23,5% de inquiridos que declaram estar ligados ao MEO, em 2010, por comparação com 2008, o que se traduz na consolidação do MEO como segundo principal operador/produto de televisão paga, seguido pela Cabovisão e Clix, que no ano de 2008 apareciam à frente do produto PT.

**Figura 7: Que tipo de acesso de televisão tem em casa? – por região**



Interior, Alentejo, Centro e Norte Litoral são as regiões que apresentam ainda maior percentagem de inquiridos (acima de 50%) com acesso a televisão por antena. Algarve, Grande Lisboa e Grande Porto são, em contrapartida, zonas onde a taxa de penetração de TV por cabo supera já claramente o registado para o acesso por antena.

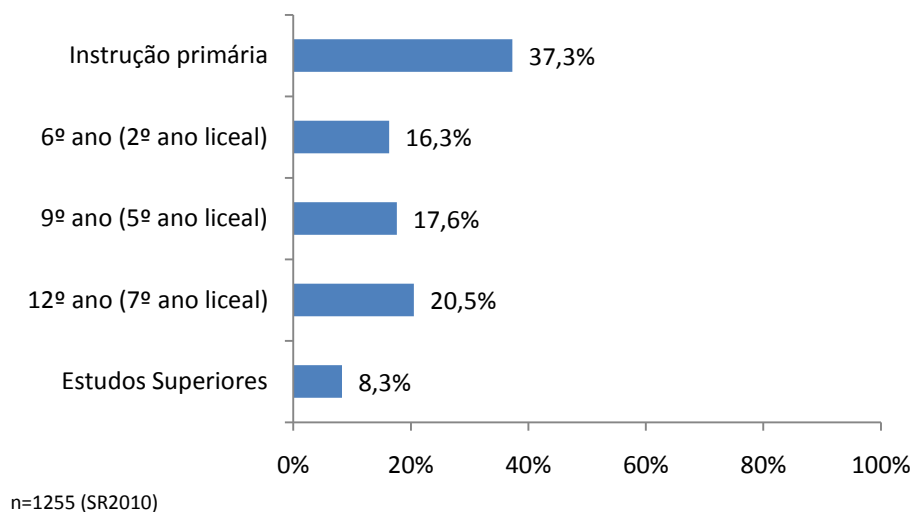
**Figura 8 – Das seguintes afirmações sobre Televisão, indique com as quais concorda...**



n=1255 (SR2010)

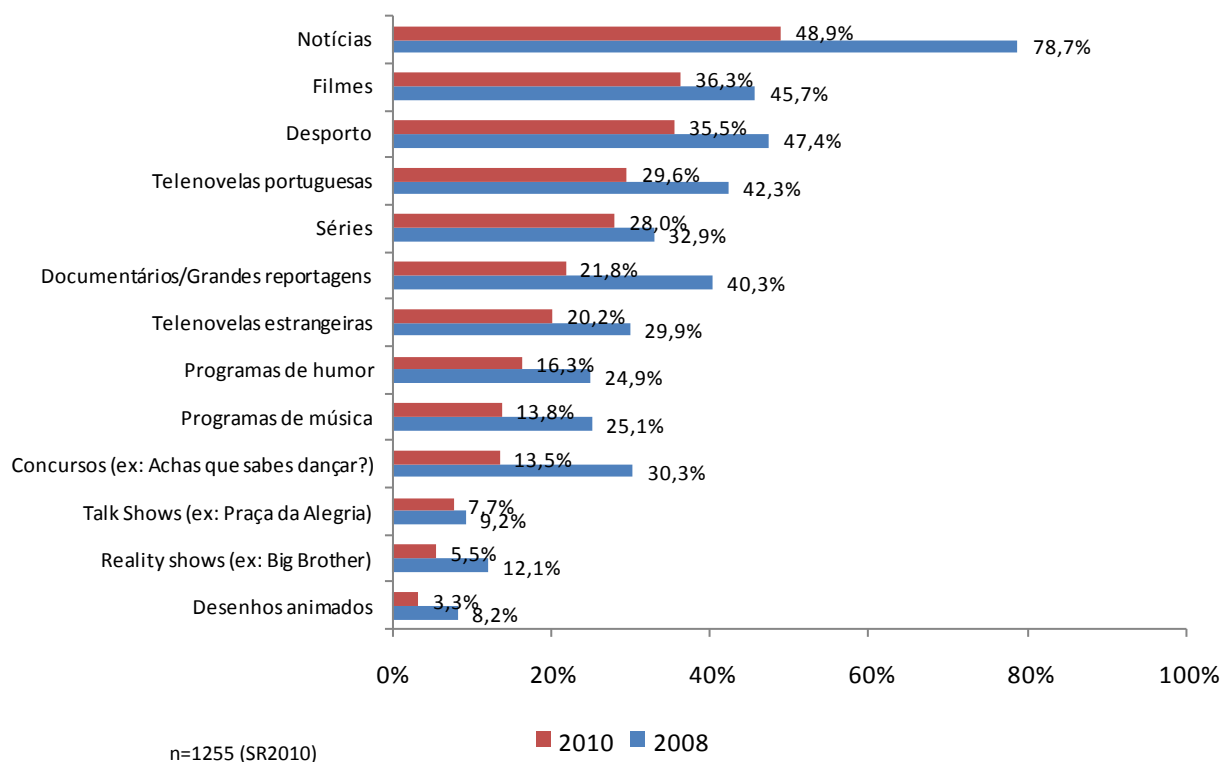
No geral, os inquiridos concordam com a ideia de que a televisão é uma forma de passar o tempo, pode existir como uma espécie de companhia, tem uma boa oferta de conteúdos em horário adequado e surge como um bom facilitador de reunião de familiares. Uma também considerável maioria de inquiridos considera que os conteúdos televisivos eram melhores há uns anos atrás. Cerca de 43% dos inquiridos não vêem a utilização dos serviços de televisão digital como algo que implique dificuldade acrescida. Em todo o caso, uma também considerável percentagem de respondentes, cerca de 31%, concordam com a ideia de que a utilização dos serviços de televisão digital é complicada. Cerca de 27% não têm ainda opinião formada sobre a questão abordada.

**Figura 9 – Concordo com a ideia de que a utilização dos serviços de televisão digital é complicada – por grau de escolaridade**



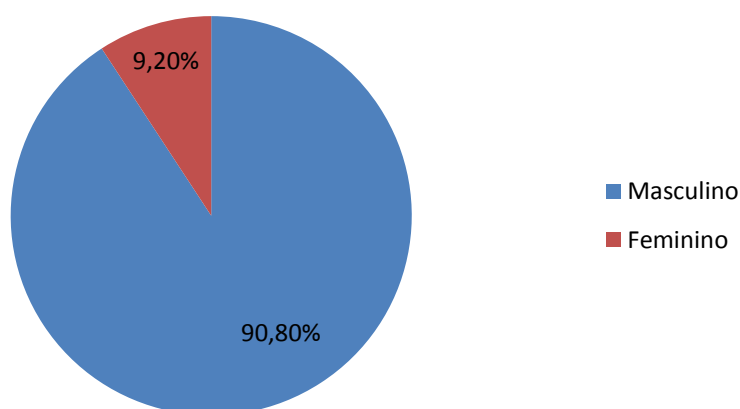
Dos inquiridos que concordam com a ideia de que a transição para a televisão digital é algo que implica dificuldades acrescidas, no que respeita à sua utilização, 71,2% têm no máximo o 9º ano (5º ano liceal).

**Figura 10 – Quais os programas televisivos de que mais gosta? (resposta múltipla)**



Apesar do número de inquiridos que prefere programas noticiosos ter decrescido, face a 2008, a verdade é que este tipo de conteúdos continua a reunir o maior número de preferências, logo seguido por filmes e programas de desporto. É curioso reparar que, sendo os reality shows autênticos fenómenos de audiência, acabam por fazer parte do grupo de conteúdos televisivos menos preferidos pelos inquiridos, juntamente com os talkshows e desenhos animados, este último facilmente explicado por estarmos em presença de uma amostra com idades superiores a 15 anos.

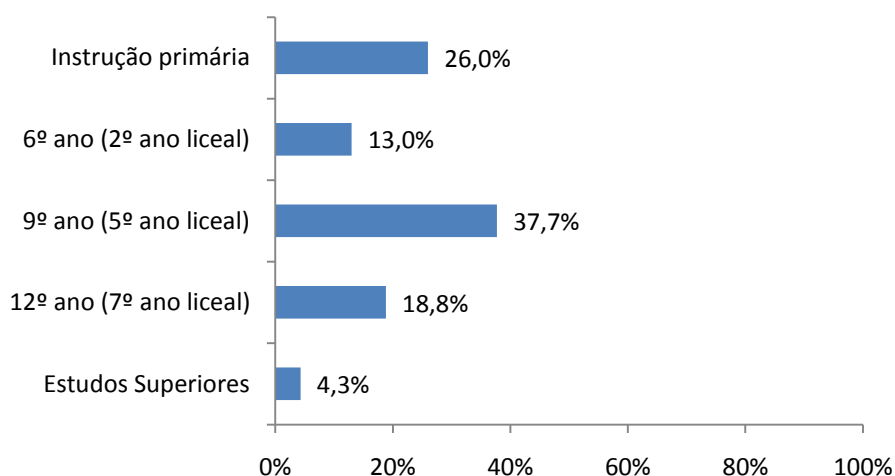
**Figura 11 – Gosto mais de ver programas de desporto – por género**



n=445 – inquiridos que preferem programas de desporto (SR2010)

Claramente, são os inquiridos do sexo masculino aqueles que mais programas de desporto gostam de ver.

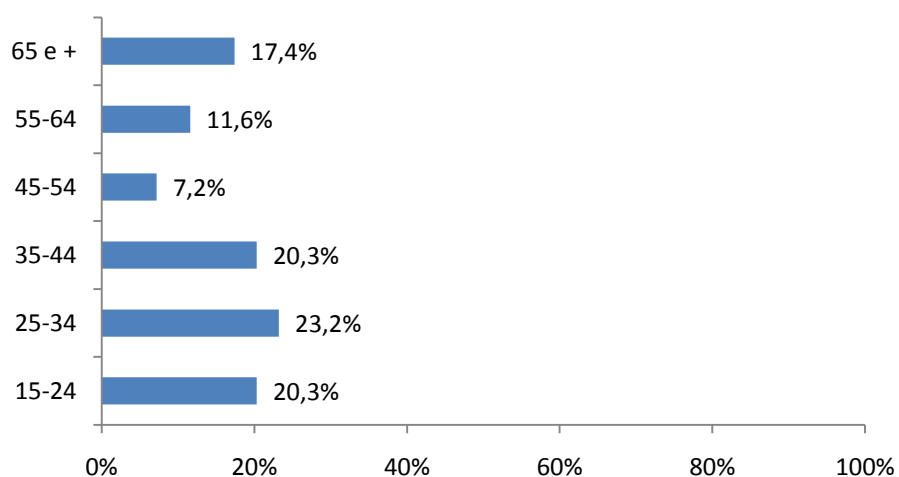
**Figura 12 – Gosto mais de ver reality shows – por grau de escolaridade**



n=69 – inquiridos que gostam mais de ver reality-shows (SR2010)

Entre os inquiridos que mais gostam de ver reality-shows, cerca de 77% têm o 9º ano de escolaridade ou menos.

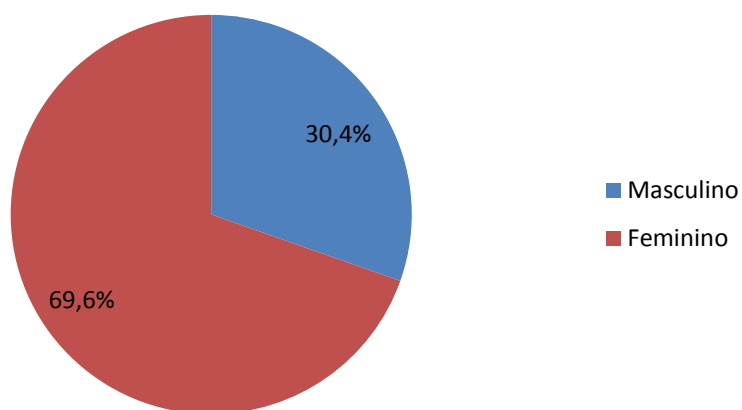
**Figura 13 – Gosto mais de ver reality shows – por escalões etários**



n=69 – inquiridos que gostam mais de ver reality-shows (SR2010)

São igualmente os inquiridos com idades compreendidas entre os 15 e os 44 anos aqueles que mais vêem reality-shows. Com efeito, 63,8% dos inquiridos que mais vêem reality shows têm até 44 anos.

**Figura 14 – Gosto mais de ver reality shows – por género**

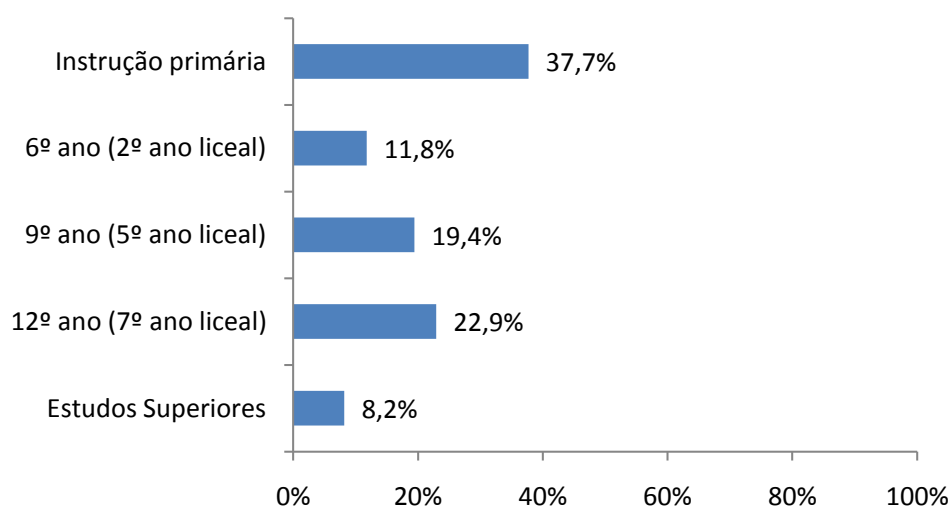


n=69 – inquiridos que gostam mais de ver reality-shows (SR2010)

Cerca de 2/3 dos inquiridos que mais gostam de ver reality-shows pertencem ao sexo feminino.



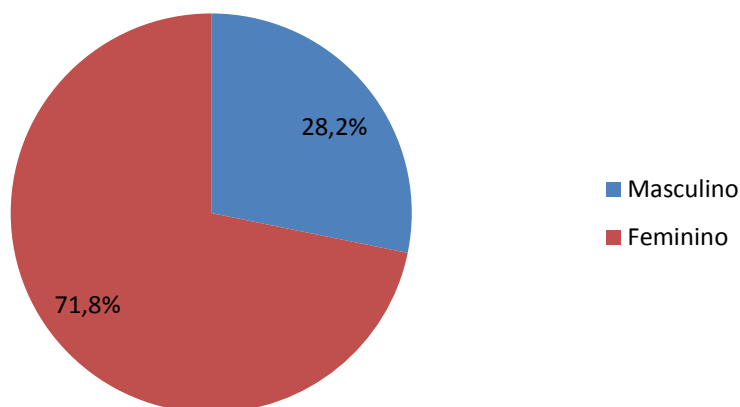
**Figura 15 – Gosto mais de ver concursos – por grau de escolaridade**



n=170 – inquiridos que gostam mais de ver concursos (SR2010)

Os inquiridos com instrução primária são, por outro lado, aqueles que mais gostam de ver concursos, sendo os inquiridos com estudos superiores aqueles que surgem menos representados nesta categoria de conteúdos televisivos.

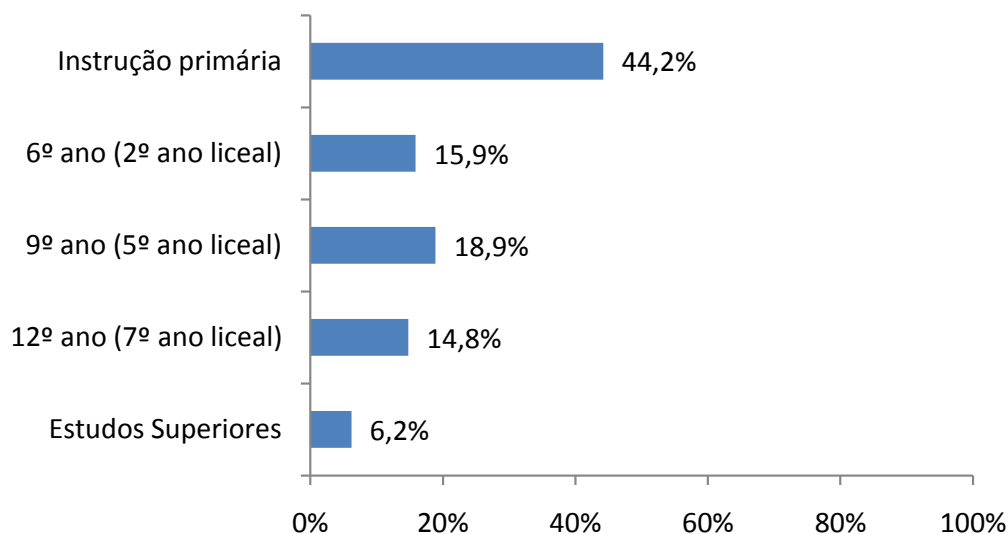
**Figura 16 – Gosto mais de ver concursos – por género**



n=170 – inquiridos que gostam mais de ver concursos (SR2010)

São os inquiridos do sexo feminino aqueles que mais gostam de ver concursos.

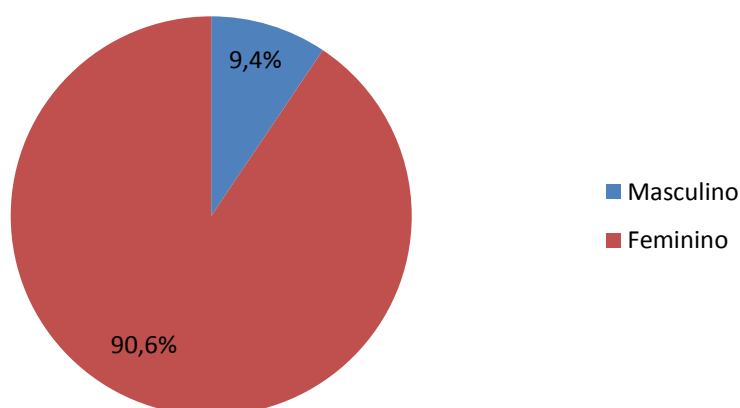
**Figura 17 – Gosto mais de ver telenovelas portuguesas – por grau de escolaridade**



n=371 – inquiridos que gostam mais de ver telenovelas portuguesas (SR2010)

Os inquiridos com instrução primária voltam a ser os mais representados entre aqueles que mais gostam de ver telenovelas portuguesas. Com efeito, 79% dos inquiridos que mais vêem telenovelas portuguesas têm no máximo o 9º ano de escolaridade.

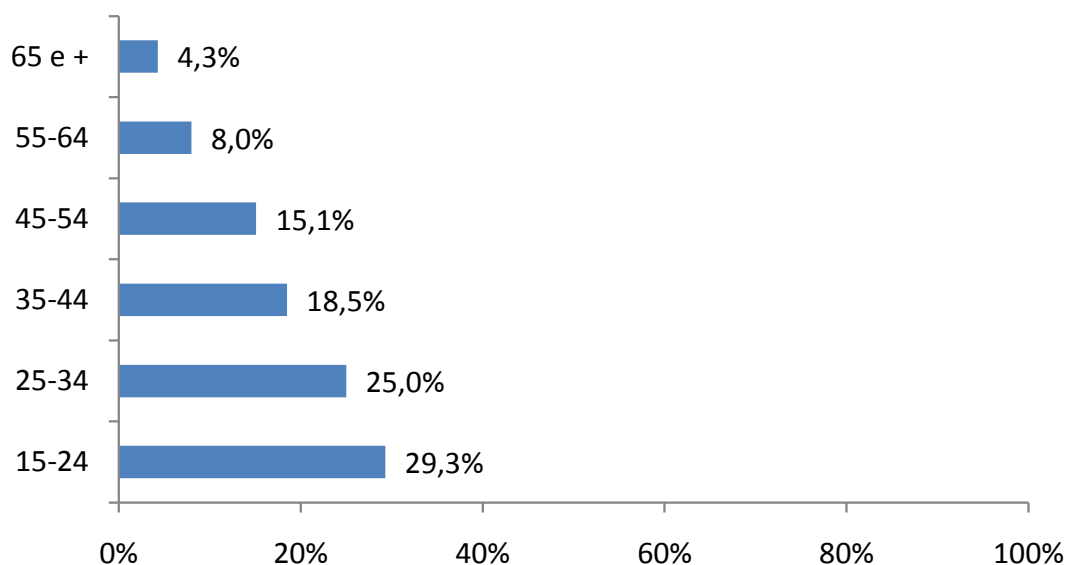
**Figura 18 – Gosto mais de ver telenovelas portuguesas – por género**



n=371 – inquiridos que gostam mais de ver telenovelas portuguesas (SR2010)

A esmagadora maioria dos inquiridos que mais vêem telenovelas portuguesas pertence ao sexo feminino (90,6%).

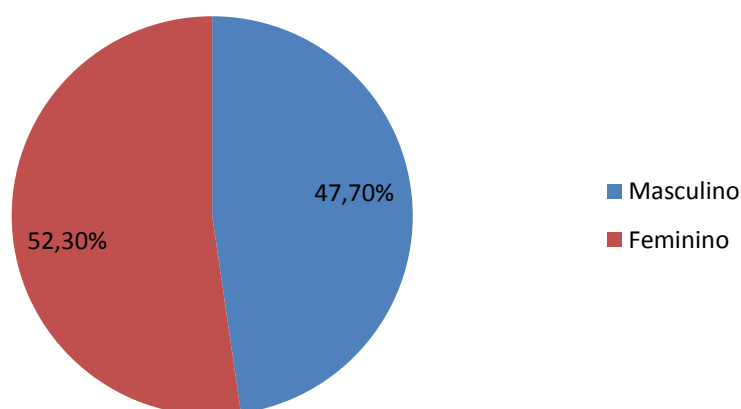
**Figura 19 – Gosto mais de ver séries – por escalões etários**



n=352 – inquiridos que gostam mais de ver séries (SR2010)

Quanto mais baixo o escalão etário dos inquiridos considerados para análise, maior a tendência para serem as séries aqueles conteúdos televisivos mais vistos e capazes de reunir maior preferência.

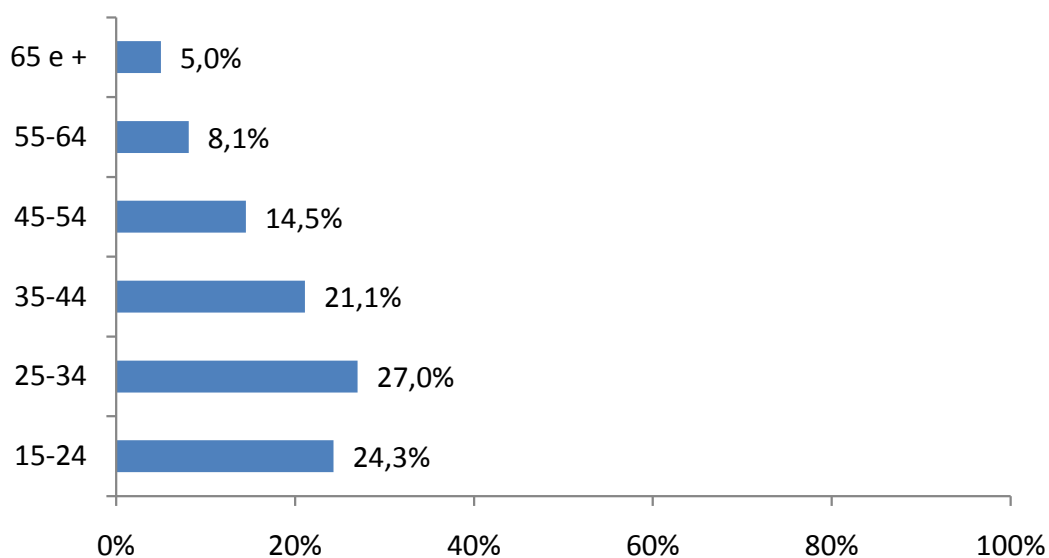
**Figura 20 – Gosto mais de ver séries – por género**



n=352 – inquiridos que gostam mais de ver séries (SR2010)

Apesar dos resultados se aproximarem bastante de duas sub-amostras equitativas (indivíduos do sexo feminino e sexo masculino que mais gostam de ver séries), a verdade é que estamos perante mais inquiridos do sexo feminino que preferem as séries.

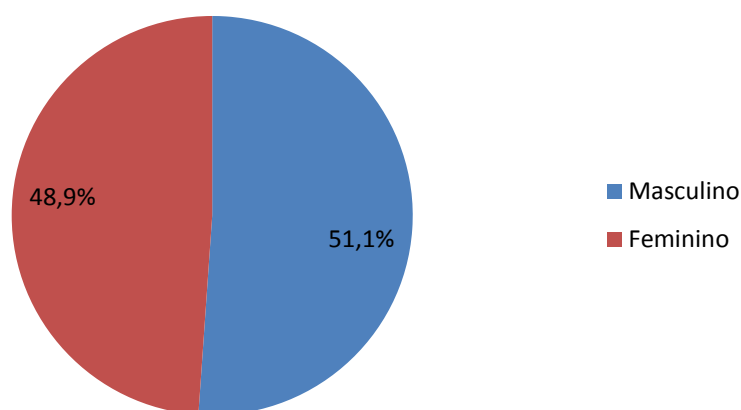
**Figura 21 – Gosto mais de ver filmes – por escalões etários**



n=456 – inquiridos que gostam mais de ver filmes (SR2010)

Tal como observado para as séries, também são os inquiridos com idades inferiores a 45 anos aqueles que mais gostam de ver filmes. Por contraponto, apenas 13,1% dos inquiridos com idades superiores a 55 anos gostam de ver filmes.

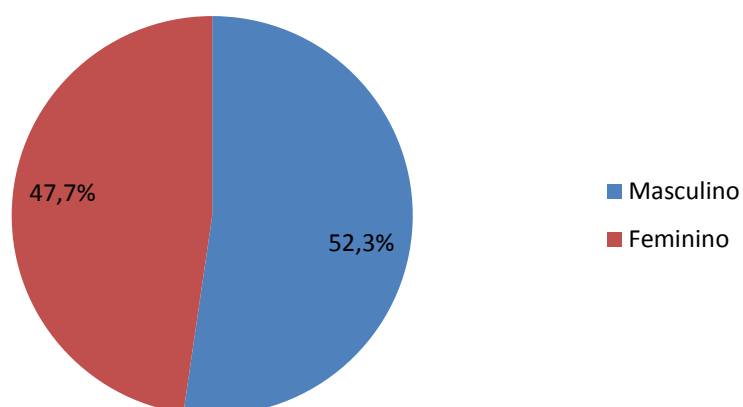
**Figura 22 – Gosto mais de ver filmes – por género**



n=456 – inquiridos que gostam mais de ver filmes (SR2010)

Dos inquiridos que mais gostam de ver filmes, cerca de 49% pertencem ao sexo feminino e cerca de 51% ao sexo masculino.

**Figura 23 – Gosto mais de ver programas de notícias – por género**

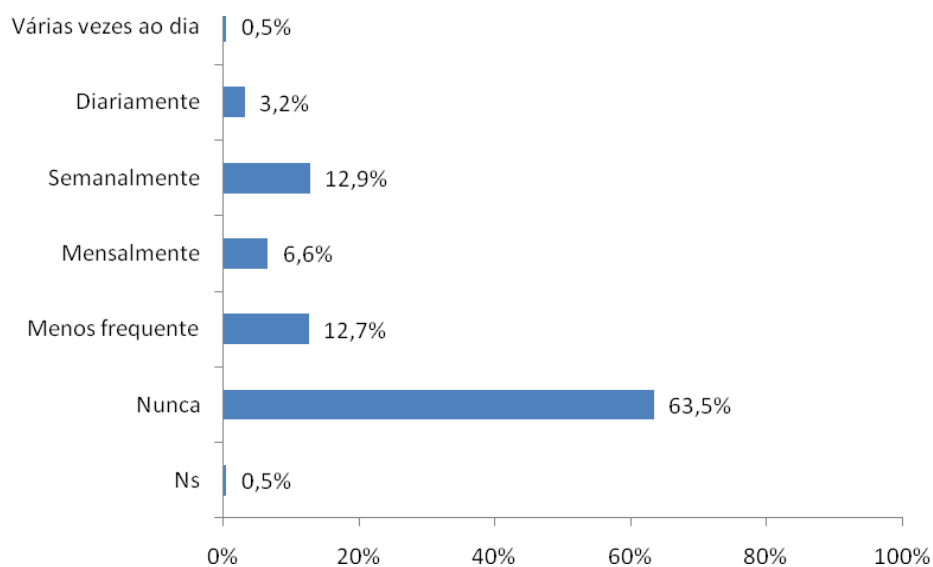


n=614 – inquiridos que gostam mais de ver programas de notícias (SR2010)

Já no que a programas de notícias diz respeito, há mais inquiridos do sexo masculino a preferirem este tipo de conteúdos do que inquiridos do sexo feminino.

## A televisão e relação com os múltiplos ecrãs

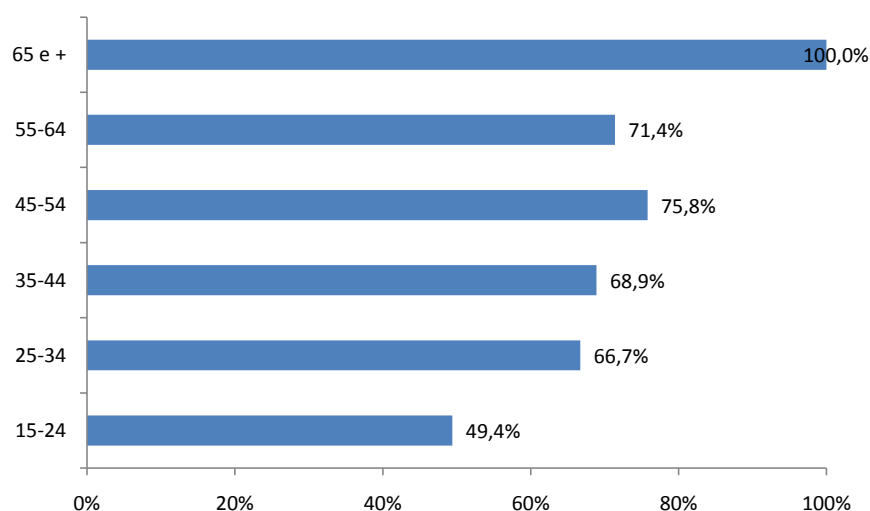
**Figura 24: Com que frequência costuma utilizar a Internet para fazer download de Filmes?**



n=559 – inquiridos utilizadores de Internet (SR2010)

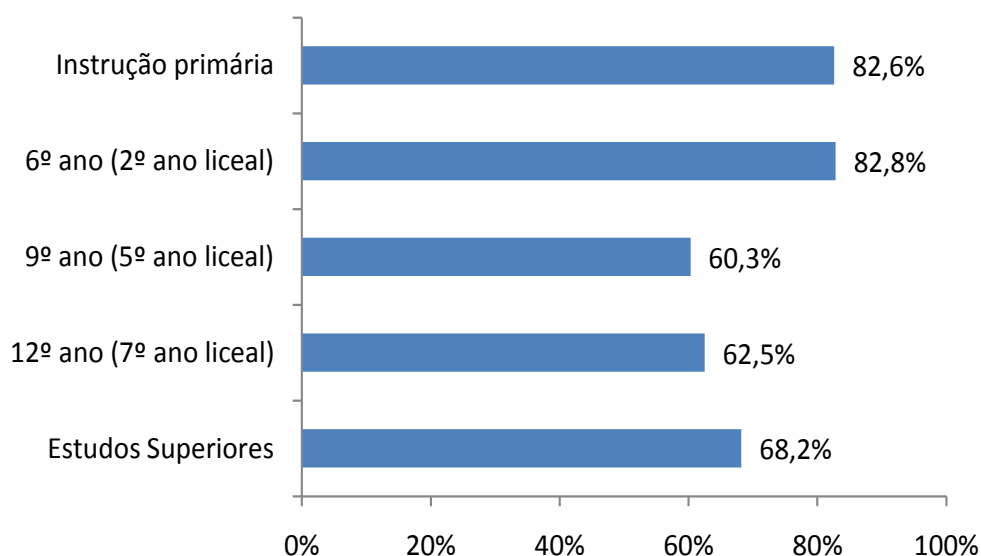
A televisão compete, cada vez mais, com outras plataformas também elas baseadas no ecrã. Em todo o caso, e no que à relação com a Internet podemos aferir, há ainda uma grande maioria de inquiridos que, por exemplo, ainda não utiliza a internet para fazer download de filmes. Ainda assim, uma já assinalável percentagem de inquiridos (16,6%) utiliza a Internet pelo menos semanalmente para fazer download de filmes.

**Figura 25: Nunca utilizo a Internet para fazer download de Filmes.**



Dos inquiridos utilizadores de Internet que nunca utilizam a Internet para fazer download de filmes, interessa destacar que a totalidade de inquiridos com 65 e + anos considera ainda não utilizar esta via para ver filmes.

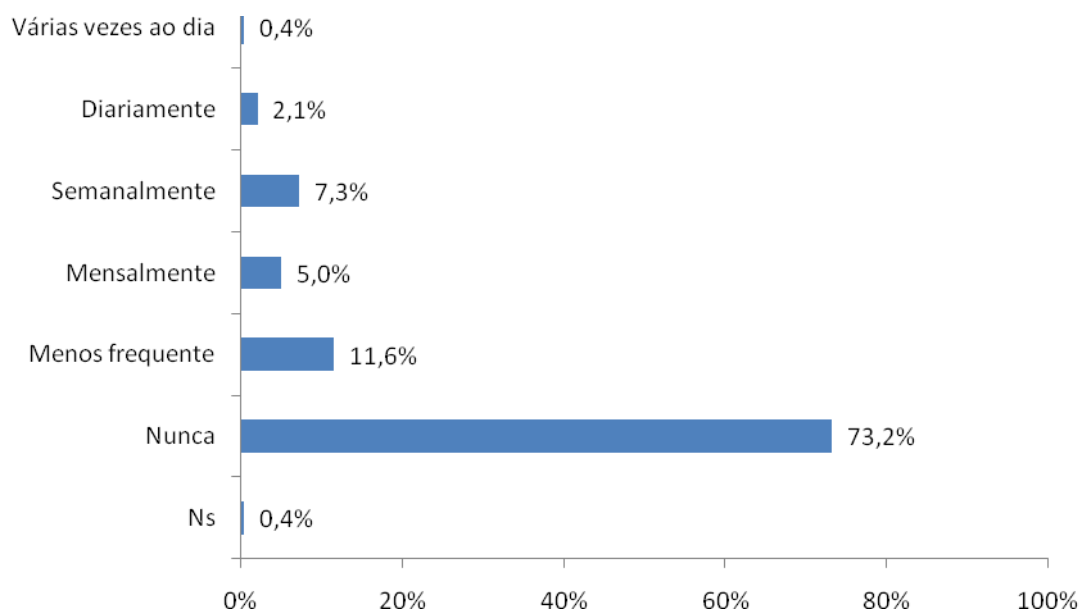
**Figura 26: Nunca utilizo a Internet para fazer download de Filmes.**



n=559 – inquiridos utilizadores de Internet (SR2010)

É entre os inquiridos utilizadores de Internet, com instrução primária e 6º ano de escolaridade, que encontramos a maior proporção de não utilizadores de Internet para fins de download de filmes. Todavia, é relevante considerar que a grande maioria dos inquiridos, qualquer que seja o grau de escolaridade obtido, não utiliza a Internet para fazer download de filmes.

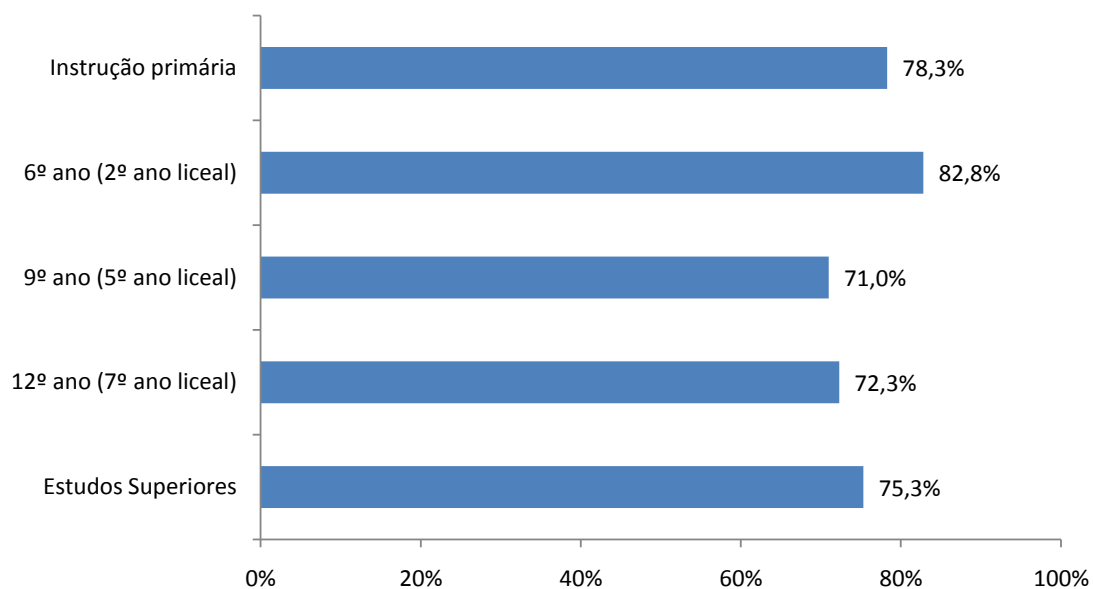
**Figura 27: Com que frequência costuma utilizar a Internet para fazer download de séries de TV?**



n=559 – inquiridos utilizadores de Internet (SR2010)

Tal como registado para os filmes, também não se evidencia uma tendência de utilização da internet para fins de descarregamento de séries de TV, no formato online.

**Figura 28: Nunca utilizo a Internet para fazer download de séries de TV? – por grau de escolaridade**

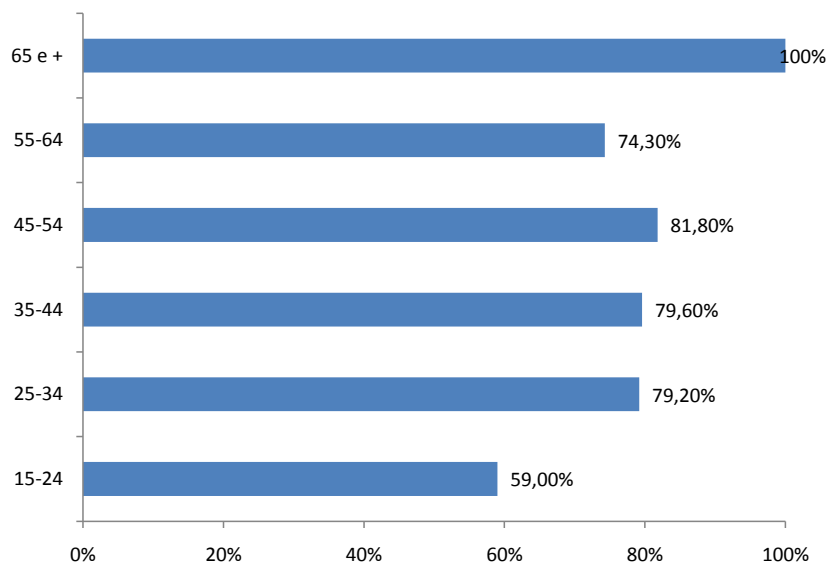


n=559 – inquiridos utilizadores de Internet (SR2010)



Qualquer que seja o grau de escolaridade obtido, a tendência é claramente para se considerar que não se fazem downloads de séries de TV.

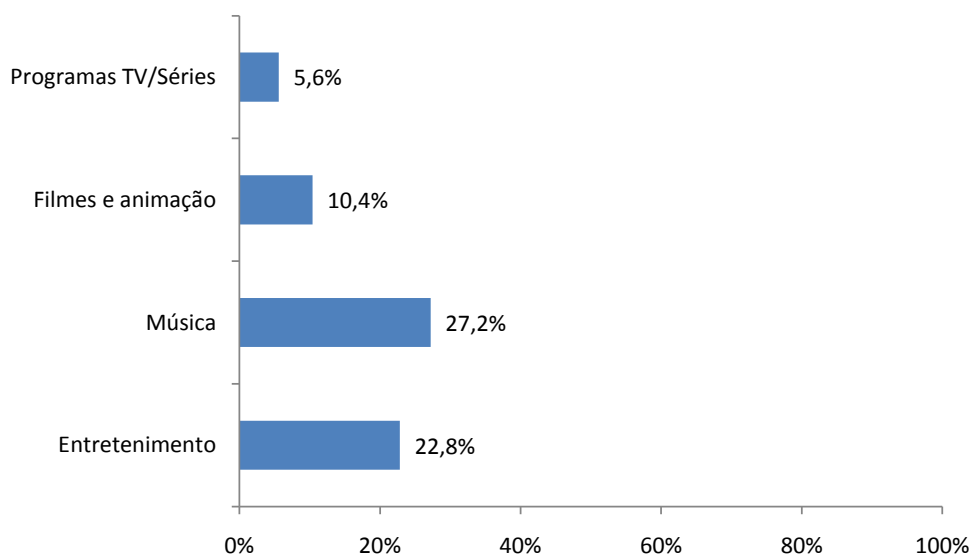
**Figura 29: Nunca utilizo a Internet para fazer download de séries de TV – por escalão etário**



n=559 – inquiridos utilizadores de internet (SR2010)

Também é nos escalões etários mais elevados, em especial entre aqueles que têm 65 e + anos, que a tendência de utilização de internet para fins que não o download de séries de TV, é mais óbvia. Com efeito, 100% dos utilizadores de internet com 65 e + anos, não utilizam a internet para fazer download de séries de TV.

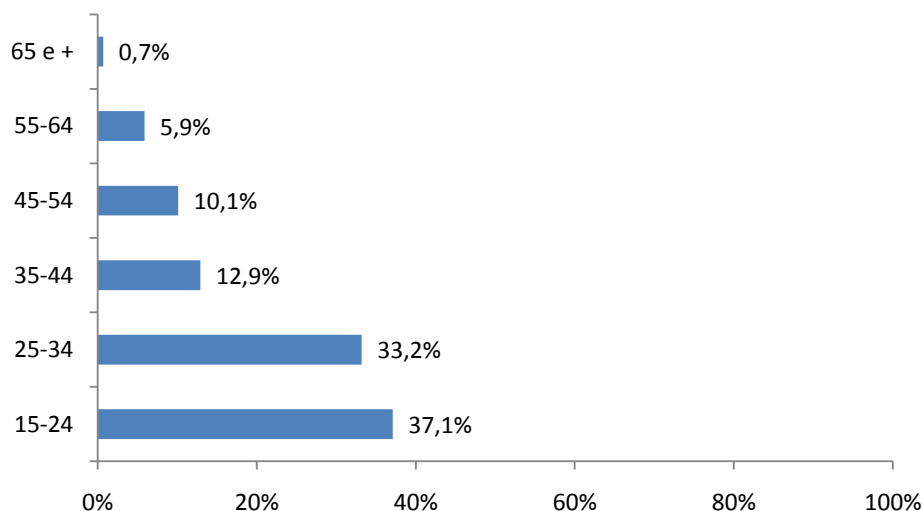
**Figura 30: Quando navega em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube, que tipos de conteúdos costuma ver:**



n=1255 (SR2010)

No que respeita aos inquiridos que costumam navegar em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, como o Youtube, a tendência maior é para se procurar conteúdos relacionados com música e entretenimento (27,2% e 22,8%, respectivamente).

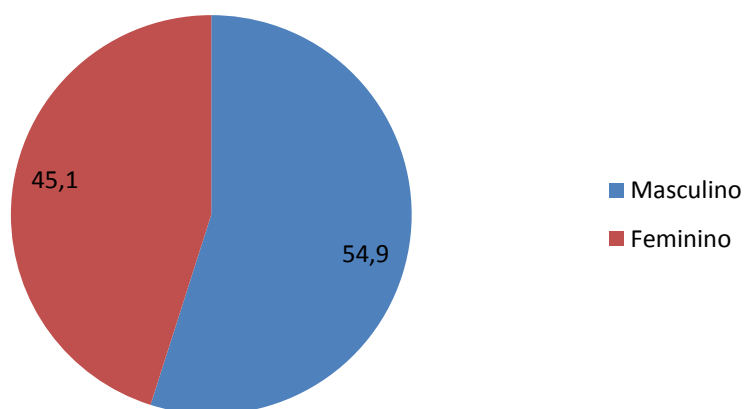
**Figura 31: Costumo ver programas TV/séries em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube – por escalão etário:**



n=286 – aqueles que navegam em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube, para ver programas de TV/séries

São os inquiridos mais novos aqueles que mais tendência têm para ver programas de TV/séries em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, como o Youtube. Como podemos observar, do número total de inquiridos que costumam ver programas de TV/séries nos sites de partilha de conteúdos audiovisuais, apenas 0,7% têm 65 e + anos de idade.

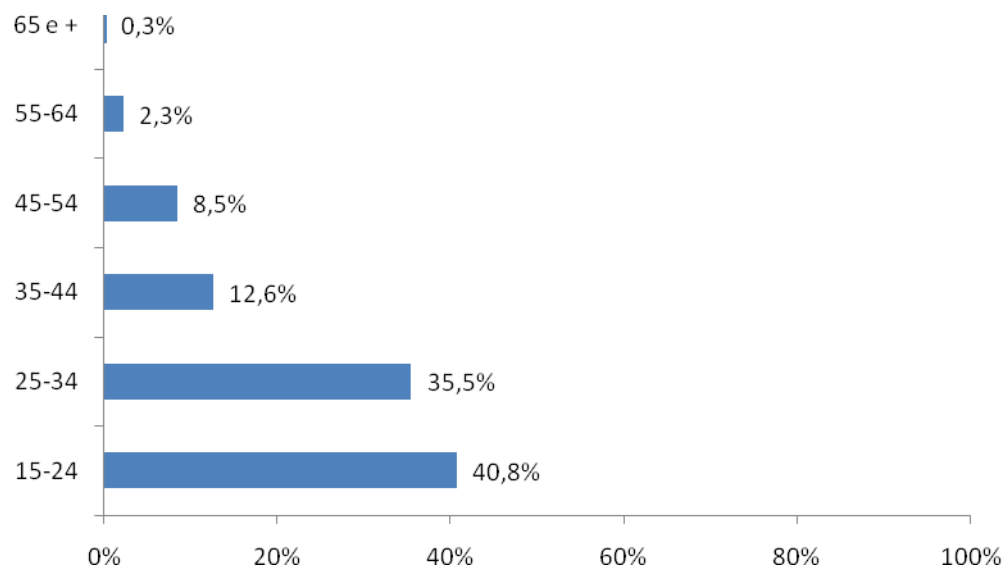
**Figura 32: Costumo ver programas TV/séries em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube – por género:**



n=286 – aqueles que navegam em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube, para ver programas de TV/séries

São os inquiridos do sexo masculino os que mais programas de TV/séries vêem em sites de partilha de conteúdos audiovisuais.

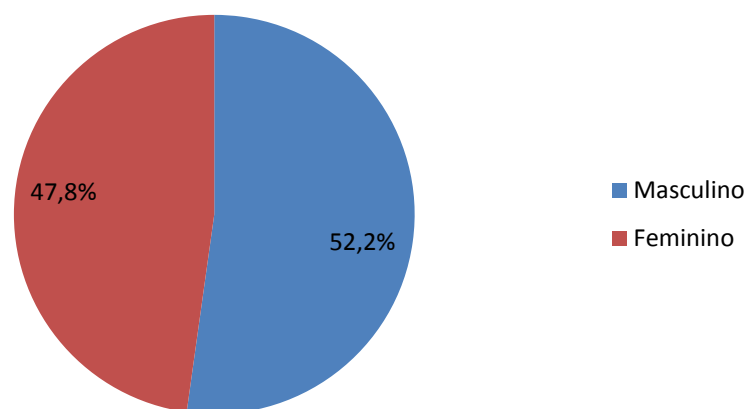
**Figura 33: Costumo ver conteúdos de música em sites de partilha, tais como o Youtube – por escalão etário:**



n=341 – aqueles que navegam em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube, para ver conteúdos de música

Tal como registado anteriormente para os programas e séries de TV, também são os inquiridos mais jovens aqueles que mais costumam ver conteúdos de música em sites de partilha, como o Youtube.

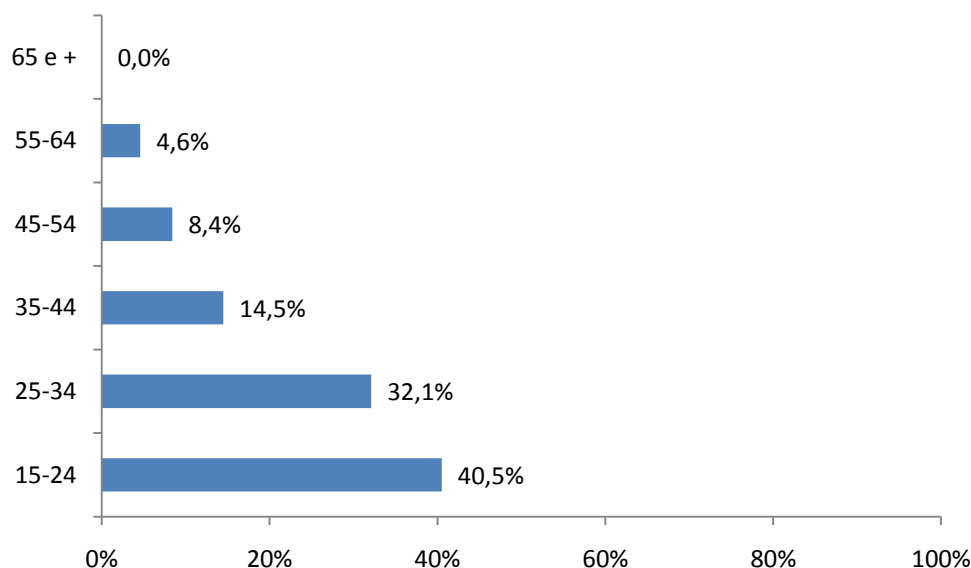
**Figura 34: Costumo ver conteúdos de música em sites de partilha, tais como o Youtube – por género:**



n=341 – aqueles que navegam em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube, para ver conteúdos de música

São igualmente os inquiridos do sexo masculino os que mais acedem a sites de partilha de conteúdos online, para ver conteúdos de música.

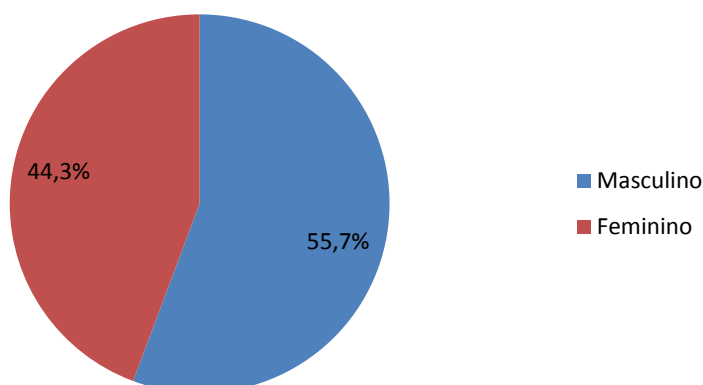
**Figura 35: Costumo ver filmes e animação em sites de partilha, tais como o Youtube – por escalão etário:**



n=131 – aqueles que navegam em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube, para ver filmes e animação

Os inquiridos mais novos surgem como aqueles que mais costumam ver filmes e animação em sites de partilha de conteúdos. Quanto maior a idade, mais baixa é a utilização de sites de conteúdos audiovisuais, sendo que 0% dos inquiridos utilizadores de internet, com 65 anos ou mais, têm por hábito ver filmes e animação em sites de partilha.

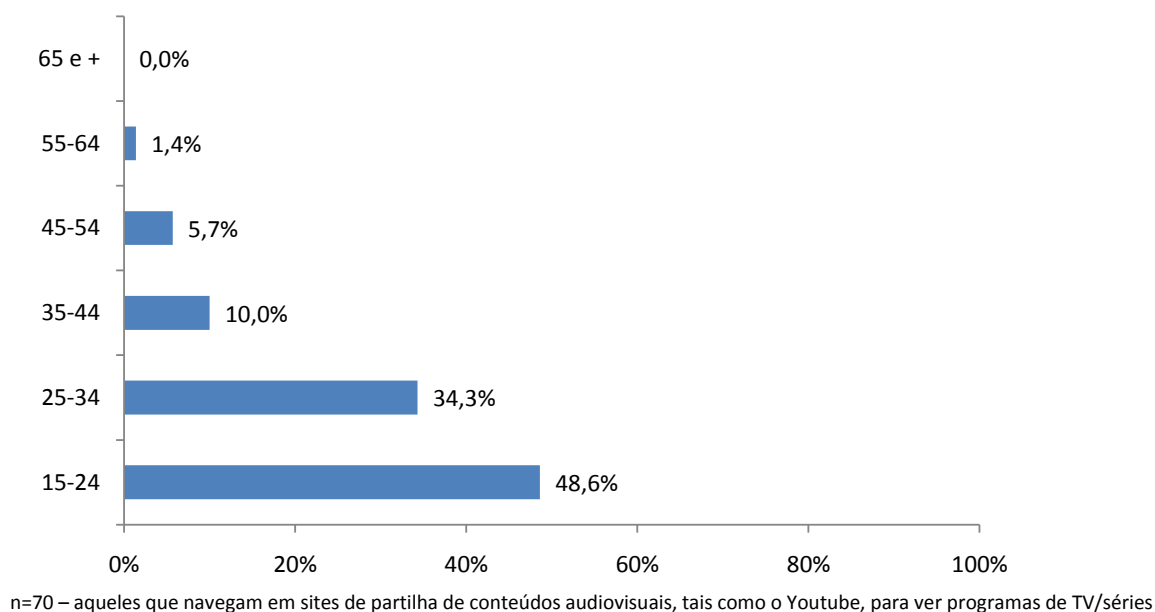
**Figura 36: Costumo ver filmes e animação em sites de partilha, tais como o Youtube – por género:**



n=131 – aqueles que navegam em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube, para ver filmes e animação

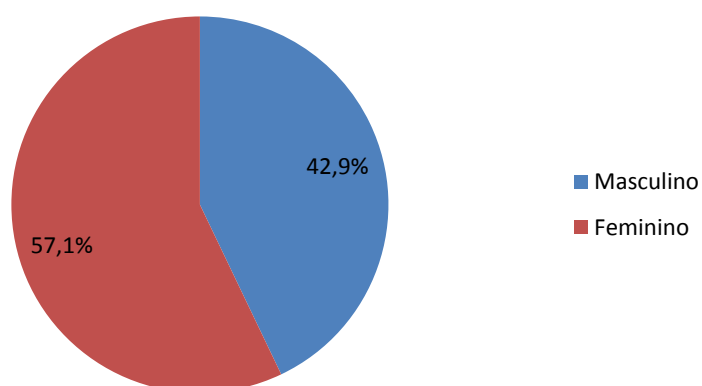
Os inquiridos do sexo masculino constituem o maior grupo de utilizadores de sites de partilha de conteúdos audiovisuais, para efeitos de visualização de filmes e outros conteúdos de animação.

**Figura 37: Costumo ver programas de TV/séries em sites de partilha, tais como o Youtube – por escalão etário:**



Os inquiridos mais novos surgem, tal como relatado para o caso dos filmes e outros programas de animação, como os que mais assistem a programas de TV/séries em sites de partilha de conteúdos (Youtube).

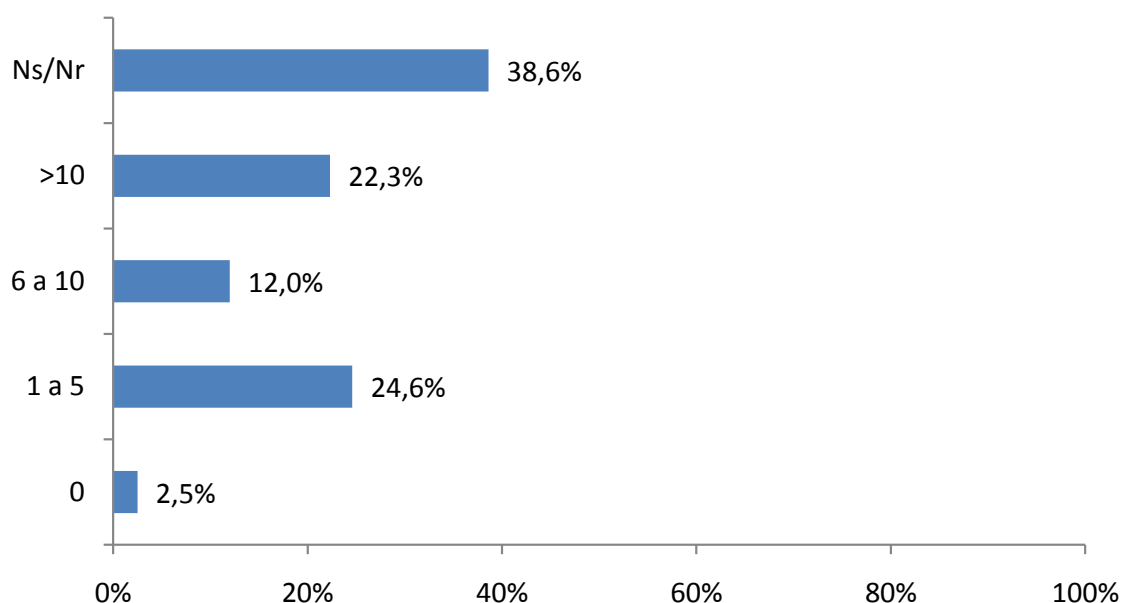
**Figura 38: Costumo ver programas de TV/séries em sites de partilha, tais como o Youtube – por género:**



n=70 – aqueles que navegam em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube, para ver programas de TV/séries

Ao contrário do que acontecia no caso dos filmes, são os inquiridos do sexo feminino aqueles que mais costumam ver programas de TV/séries em sites de partilha de conteúdos, como o Youtube.

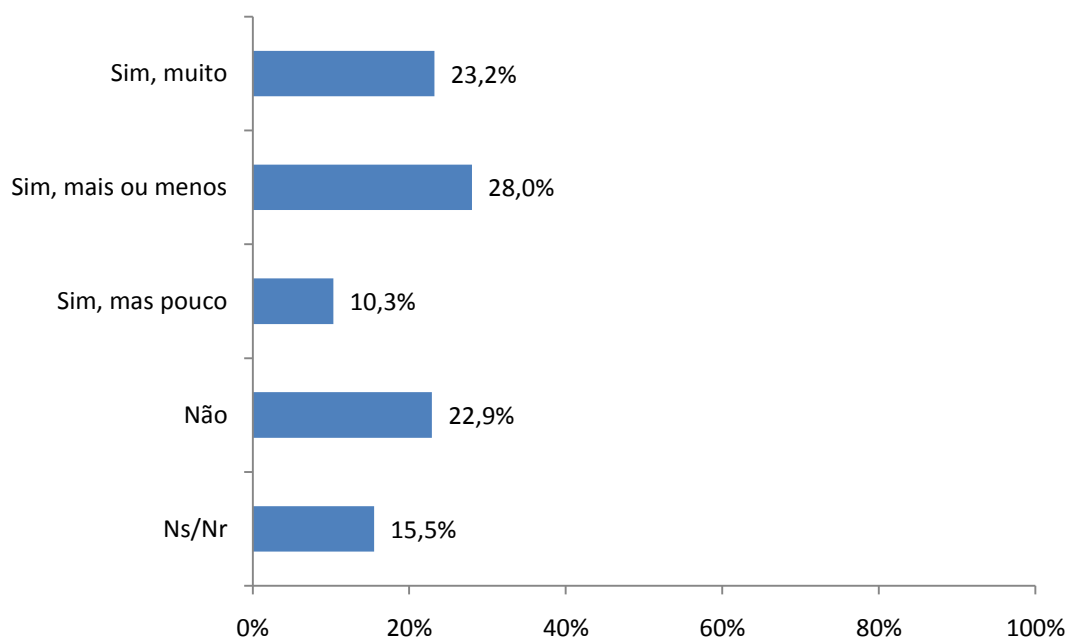
**Figura 39: Em média, quantos vídeos vê por semana em sites de partilha de conteúdos audiovisuais tais como o Youtube?**



n=440 – inquiridos que vêem sites de partilha de conteúdos audiovisuais, tais como o Youtube (SR2010)

Apesar de uma grande percentagem de inquiridos não quantificar o número de vídeos visualizados, por semana, em sites de partilha de conteúdos audiovisuais, uma considerável percentagem (34,3%) de inquiridos vê mais de 6 vídeos por semana. Com efeito, e se tivermos apenas em conta aqueles inquiridos que apresentam uma resposta concreta, verificamos que cerca de 56% dos inquiridos afirmam ver 6 ou mais vídeos, por semana, em sites de partilha de conteúdos.

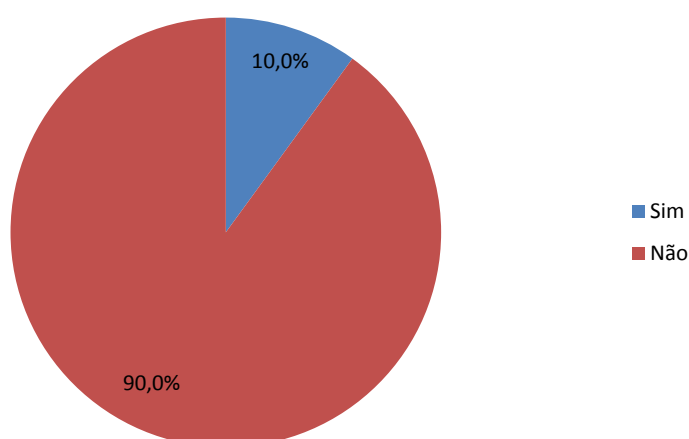
**Figura 40: Sendo possível ver conteúdos televisivos online, considera que continua a valer a pena subscrever um serviço pago de televisão (cabo, IPTV, satélite)?**



n=1255 (SR2010)

Mesmo sendo hoje possível ver conteúdos televisivos online, uma pequena percentagem de inquiridos (22,9%) considera que deixou de valer a pena subscrever um serviço pago de televisão, o que diz ainda bem do grau de fidelização dos utilizadores/consumidores relativamente à televisão paga e mais tradicional.

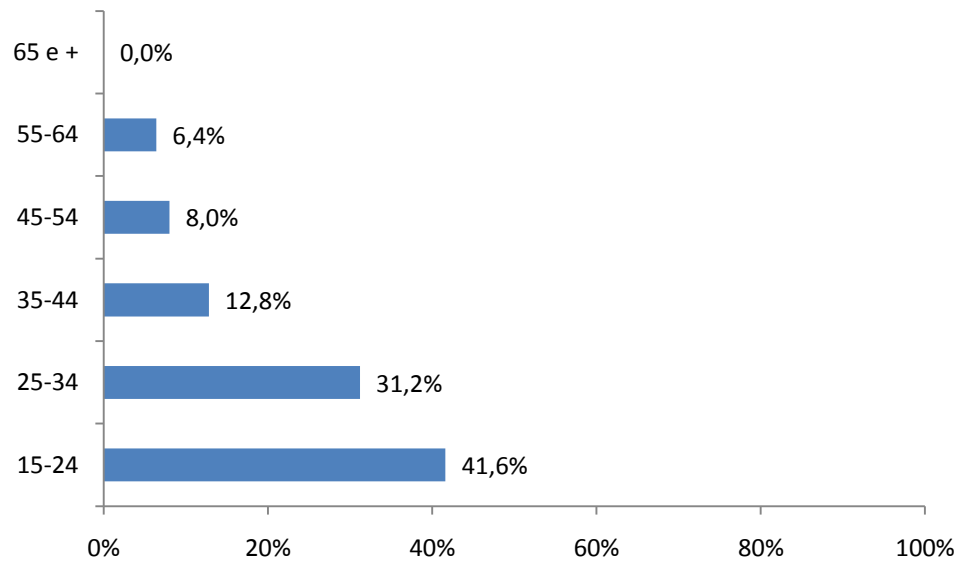
**Figura 41: Já fez download não autorizado de filmes?**



n=1255 (SR2010)

Uma esmagadora maioria de inquiridos declara não ter ainda feito download não autorizado de filmes.

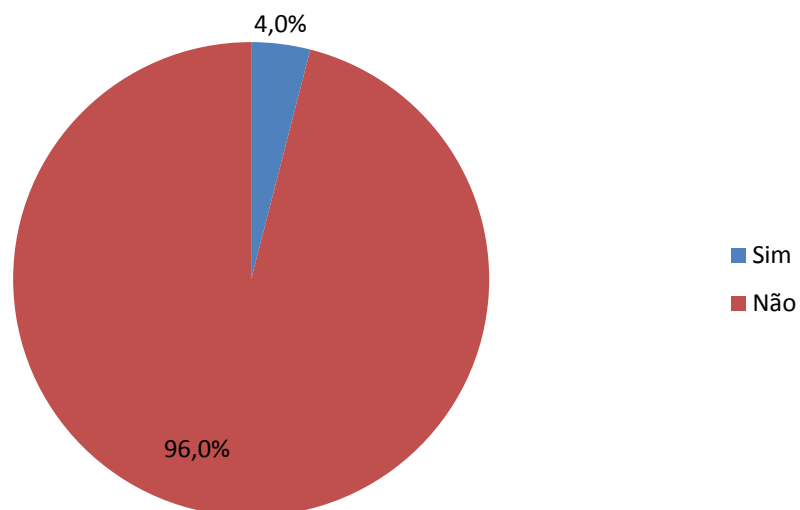
**Figura 42: Já fez download não autorizado de filmes? – por escalões etários**



n=125 – inquiridos que fizeram download não autorizado de filmes (SR2010)

Dos inquiridos que respondem ter feito, a dada altura, download não autorizado de filmes, a grande maioria (72,8%) tem no máximo 34 anos de idade.

**Figura 43: Já fez download não autorizado de séries de TV?**



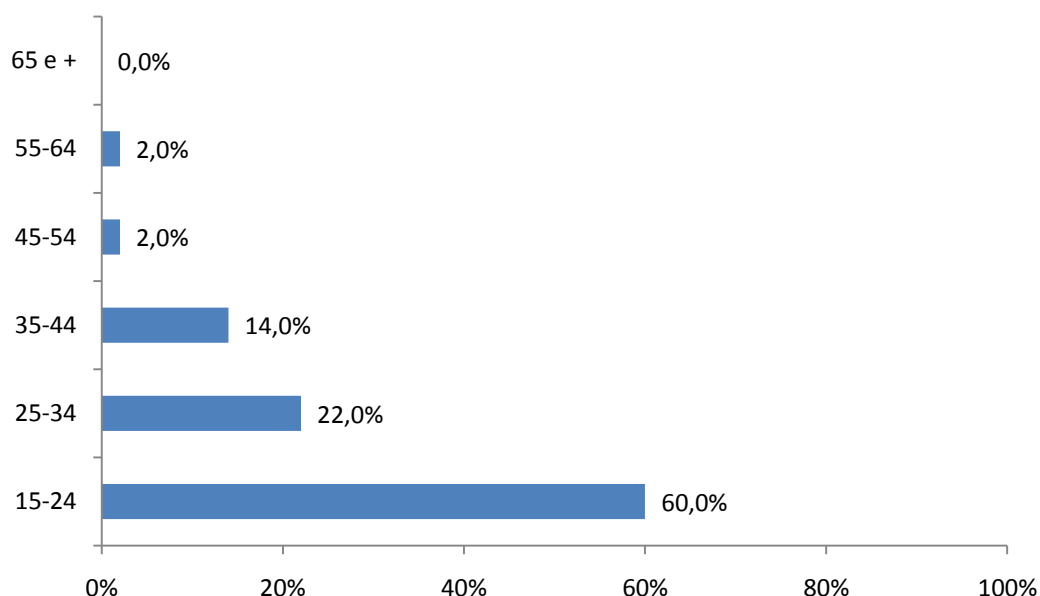
n=1255 (SR2010)



A quase totalidade dos inquiridos considerados na amostra refere não ter feito ainda download não autorizado de séries de TV.

As figuras 43 e 41, embora incidindo sobre a mesma realidade abordada nas figuras 24 e 27, onde não se questiona propriamente nenhuma legalidade da acção, tentaram testar quem estaria totalmente à vontade para admitir práticas sancionadas negativamente (daí a utilização do termo “não-autorizado”). Em todo o caso, os resultados obtidos aproximam-se nas duas abordagens. Com efeito, uma pequena minoria refere ter feito download não autorizado de filmes e séries de TV, sendo que uma mesma minoria tem por hábito utilizar a internet para fazer download de séries de TV e filmes, pelo menos semanalmente (9,8% e 16,6%, respectivamente).

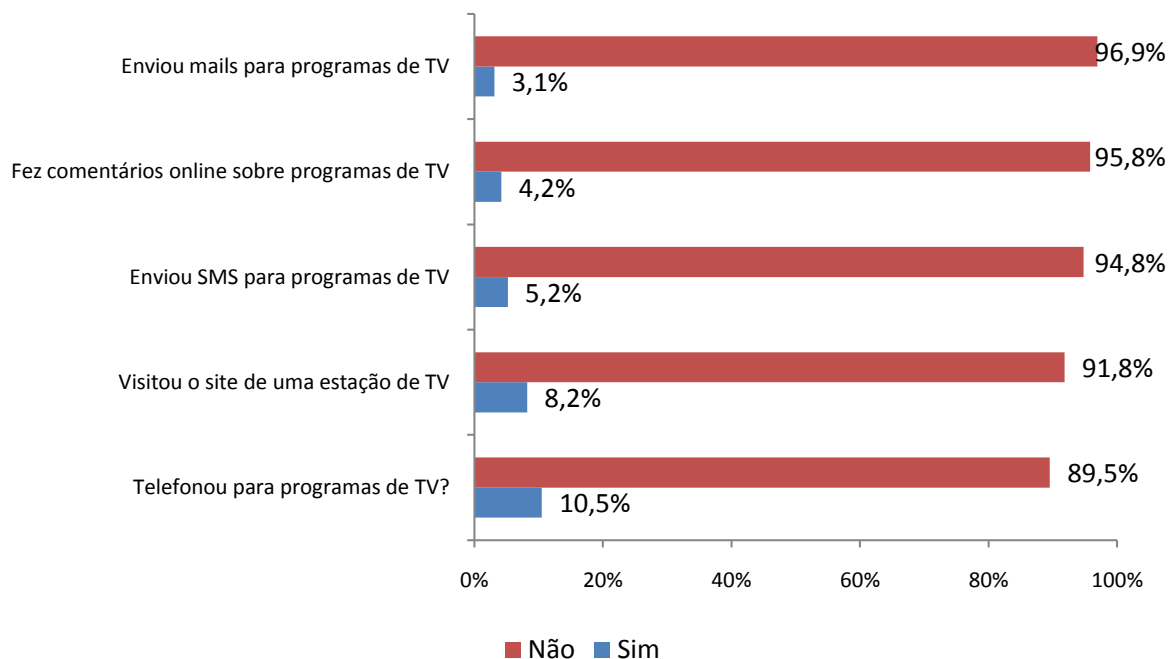
**Figura 44: Já fez download não autorizado de séries de TV? – por escalões etários**



n=50- inquiridos que fizeram download não autorizado de séries de TV (SR2010)

Dos 50 inquiridos que consideraram ter feito download não autorizado de séries de TV, uma esmagadora maioria (82%) tem no máximo 34 anos de idade.

Figura 45: Já...

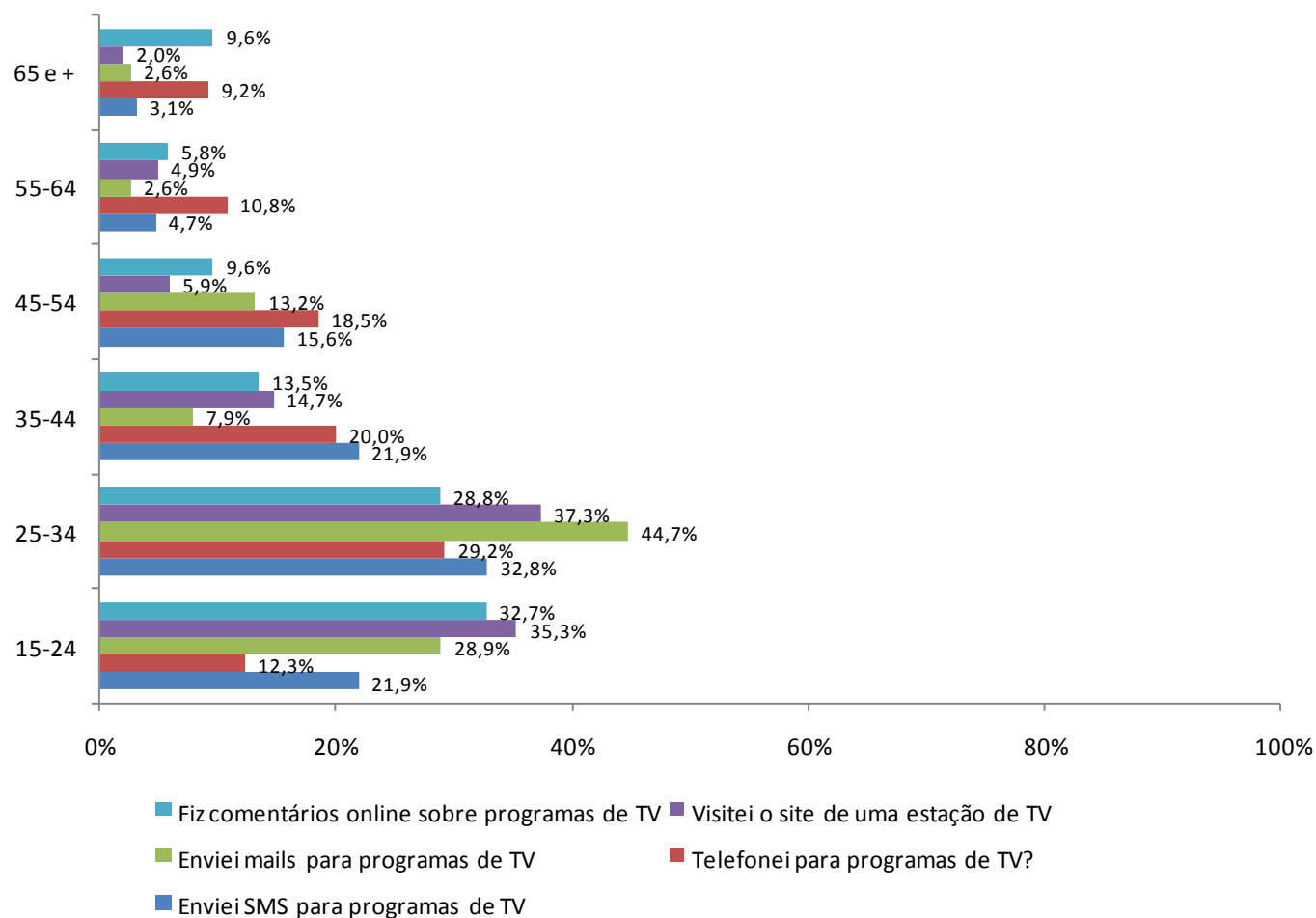


n=1255 (SR2010)

Relativamente às categorias propostas para análise evidenciadas na figura 45, podemos reparar que a esmagadora maioria dos inquiridos não assume ainda comportamentos de interacção directa com programas e estações de TV, seja ao nível da escrita de emails/SMS ou mesmo o telefonema e a partilha de comentários online.

Ainda na questão tratada na figura 45, importa referir que apenas 14 inquiridos (1,1% da amostra total) assinalaram a resposta “sim” para todas as questões abordadas, o que faz destes os mais interactivos para com programas e estações de TV.

Figura 46: Sim, já...

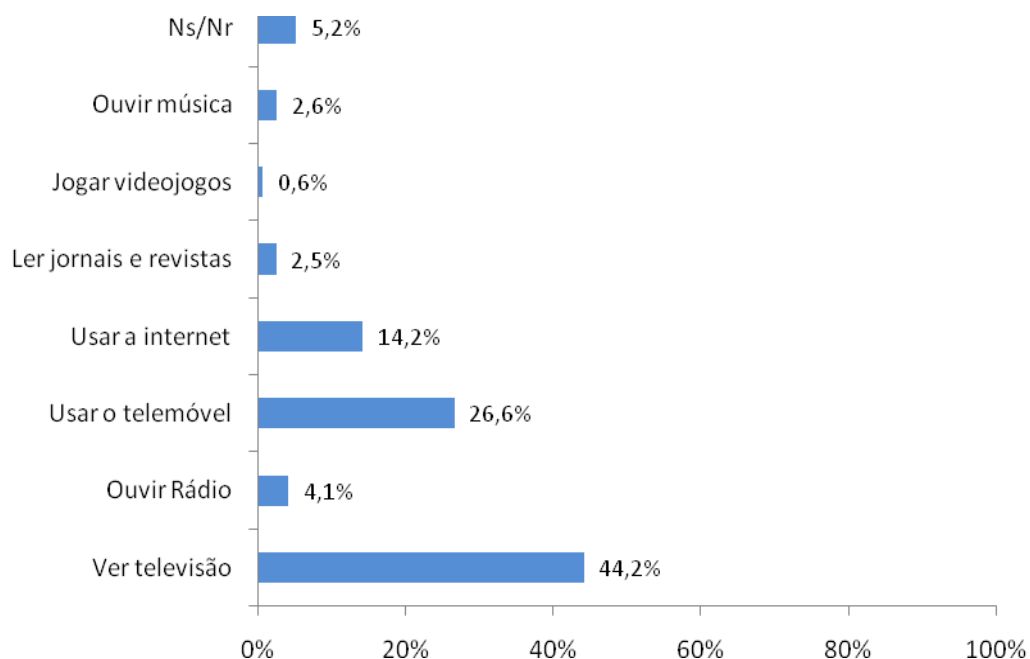


n=1255 (SR2010)

Ainda assim, dos inquiridos que assumem um tipo de comportamento mais interativo com os programas televisivos e estações de TV, a grande evidência vai para os escalões mais jovens, que são claramente aqueles que assumem estratégias mais interactivas, algo facilmente demonstrado pelos 44,7% de inquiridos dos 25 aos 34 anos que já enviaram mails para programas de TV ou os 35,3% de inquiridos dos 15 aos 24 anos que já visitaram o site de uma estação de TV.

## A relação com os outros Media

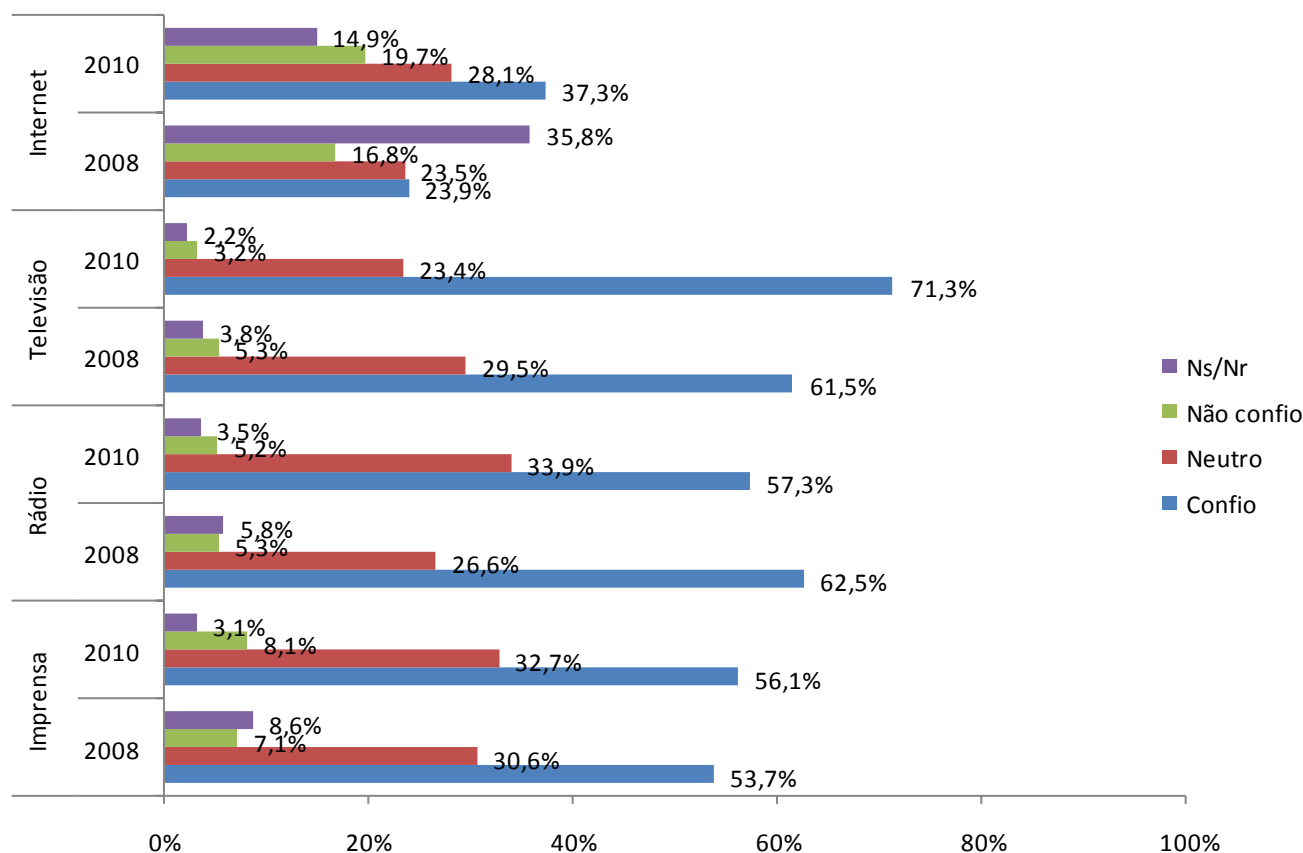
**Figura 47 - Destas actividades, qual seria mais difícil para si deixar de fazer?**



n=1255 (SR2010)

Quando perguntado aos inquiridos sobre qual a actividade mais difícil de deixar de fazer, os resultados são evidentes e apontam para uma percentagem maior de inquiridos que consideram ser a prática de ver TV aquela que seria mais difícil de abandonar.

**Figura 48 - Avalie o seu grau de confiança acerca da informação disponível.**

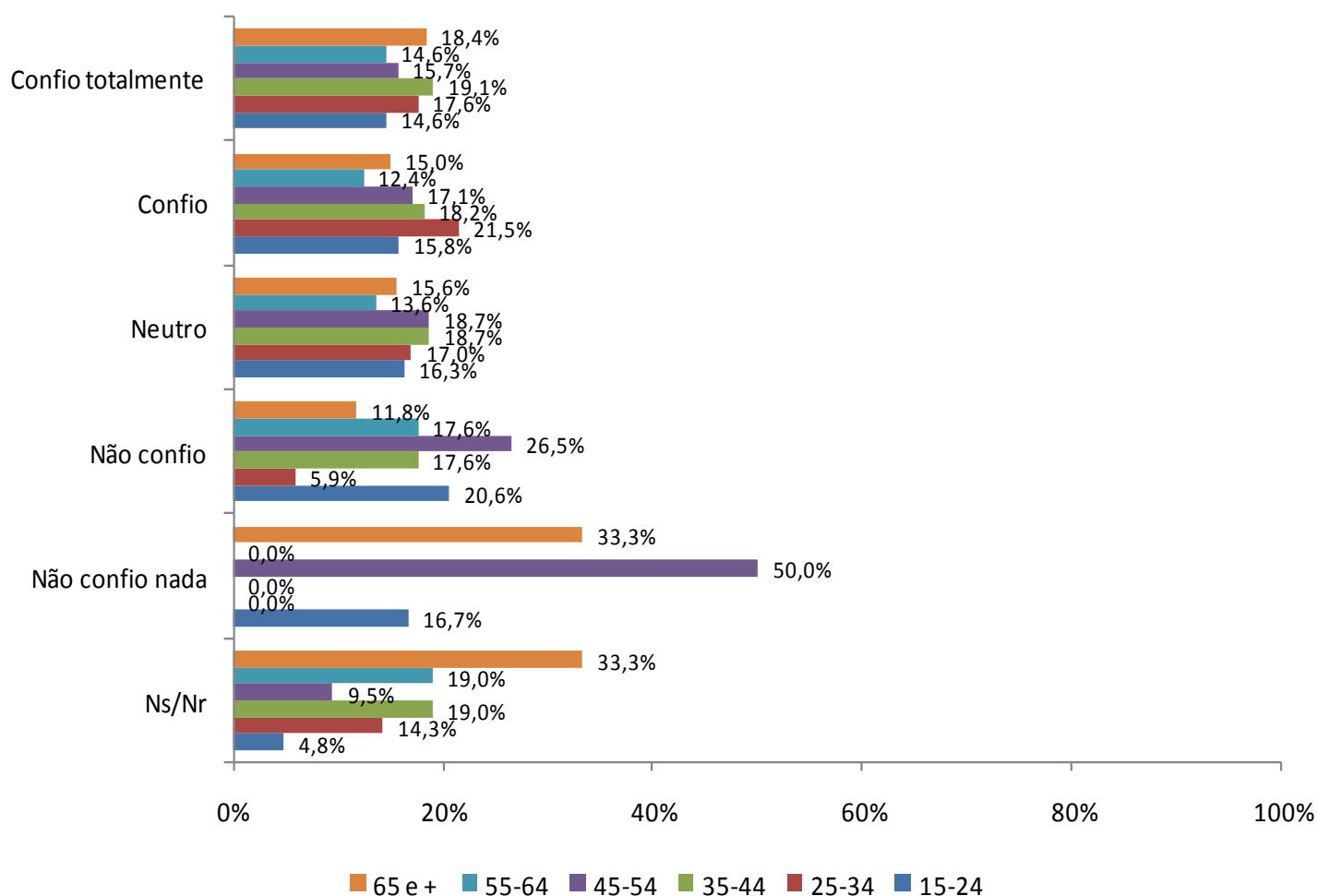


n=1255 (SR2010)

n=1039 (SR2008)

O grau de confiança associado à informação disponível na televisão assume valores superiores aos relatados para os restantes Media. Os resultados mostram, aliás, que houve um acréscimo de confiança associada à televisão, por comparação com os valores obtidos para o anterior estudo, em 2008.

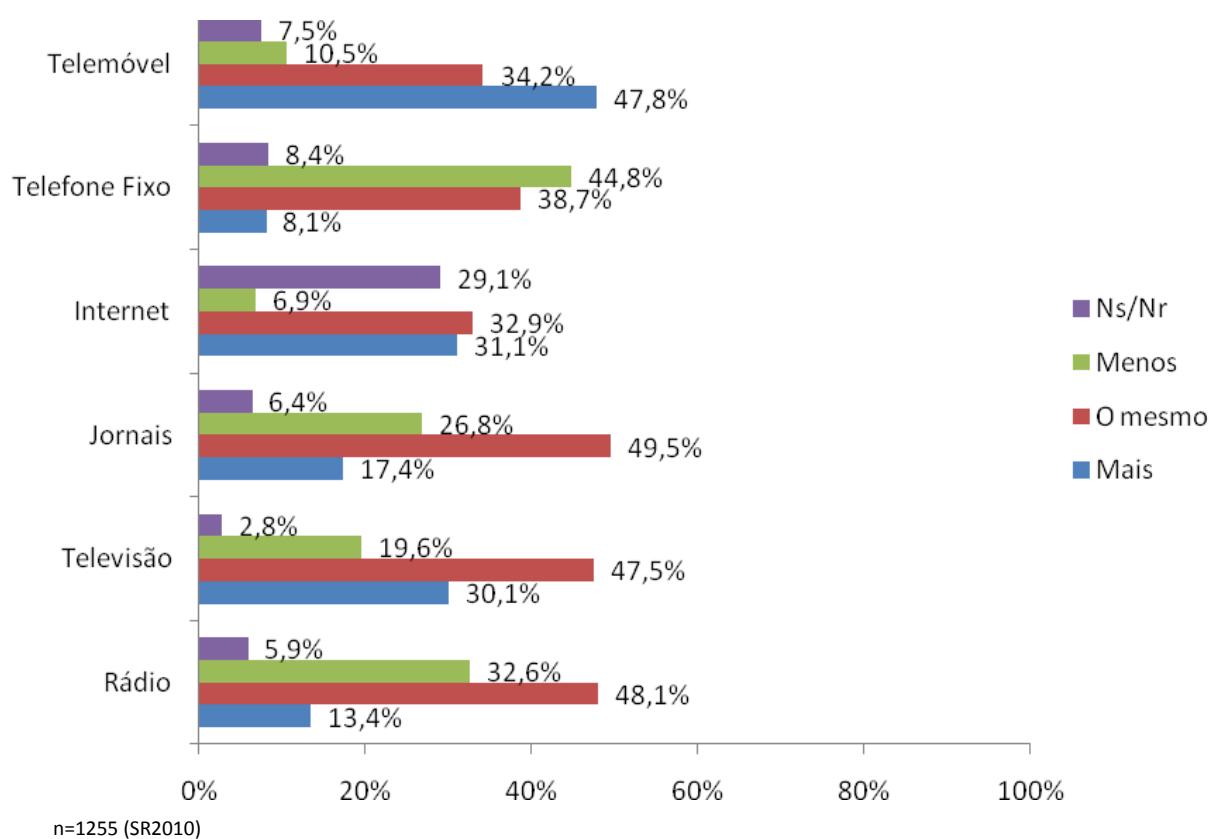
**Figura 49 - Avalie o seu grau de confiança acerca da informação disponível na televisão – por escalão etário)**



n=1255 (SR2010)

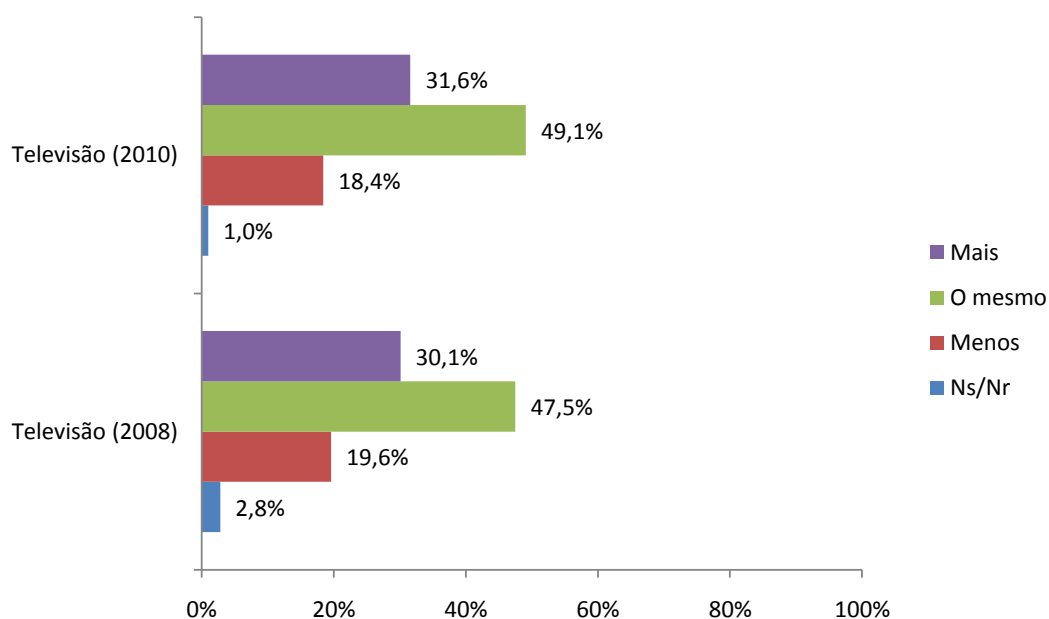
Importa realçar que 83,3% dos inquiridos que declaram não confiar nada na informação disponível na televisão têm 45 anos de idade ou mais.

**Figura 50 - Hoje em dia utilizo ... do que há 5 anos atrás**



Aproximadamente 30% dos inquiridos utilizam hoje mais a televisão do que há cinco anos atrás, resultado que coloca a televisão numa posição mais confortável, por comparação com os outros Media tradicionais.

**Figura 51 - Hoje em dia utilizo ... a televisão, do que há 5 anos atrás**

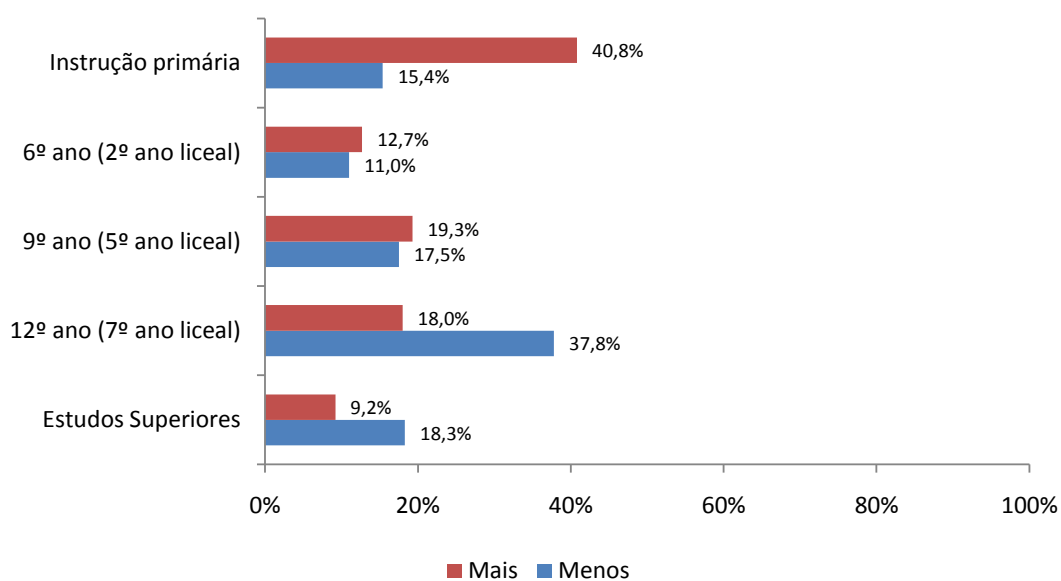


n=1255 (SR2010)

n=1039 (SR2008)

Apesar dos resultados obtidos em 2008 equivalerem aos registados em 2010, não só nos valores, mas também nas tendências, o que é facto considerar é que, em 2010, e por comparação com 2008, mais 1,5% de inquiridos consideram ver hoje mais televisão do que no passado.

**Figura 52 - Hoje em dia utilizo ... a televisão, do que há 5 anos atrás – por grau de escolaridade**

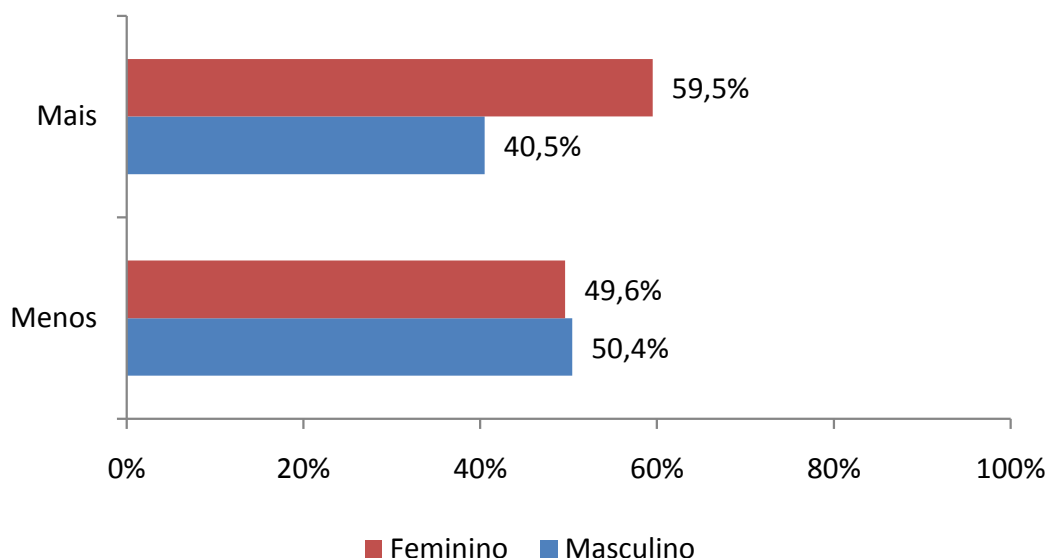


n=1255 (SR2010)



São os inquiridos com baixa escolaridade aqueles que vêem hoje mais televisão e os inquiridos com mais alta escolaridade aqueles que assumem ver menos televisão face ao percebido há cinco anos atrás.

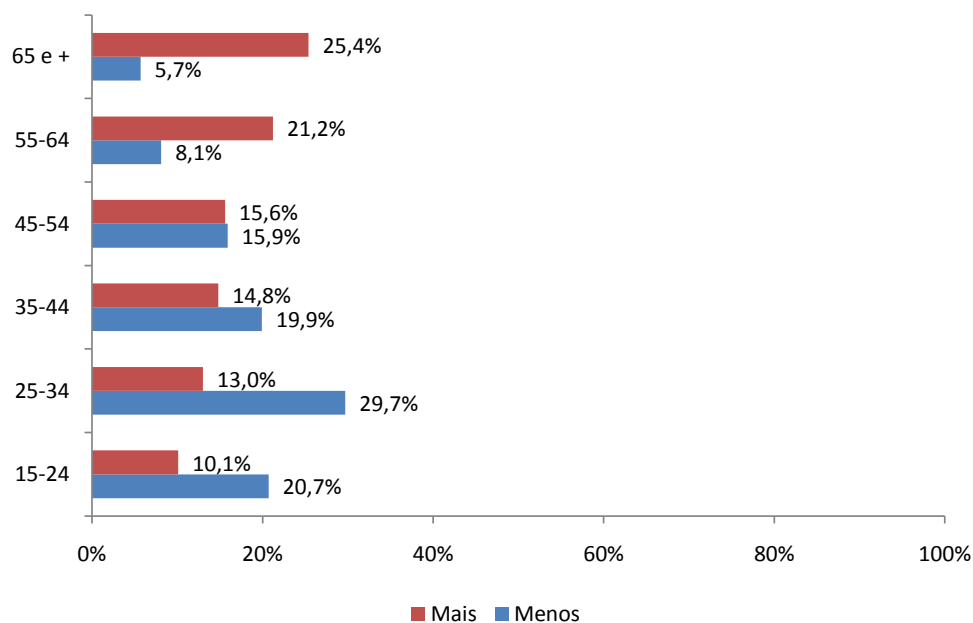
**Figura 53 - Hoje em dia utilizo ... a televisão, do que há 5 anos atrás – por género**



n=1255 (SR2010)

Considerando os valores obtidos, por género, importa destacar que são os inquiridos do sexo feminino aqueles que vêem hoje mais televisão do que no passado.

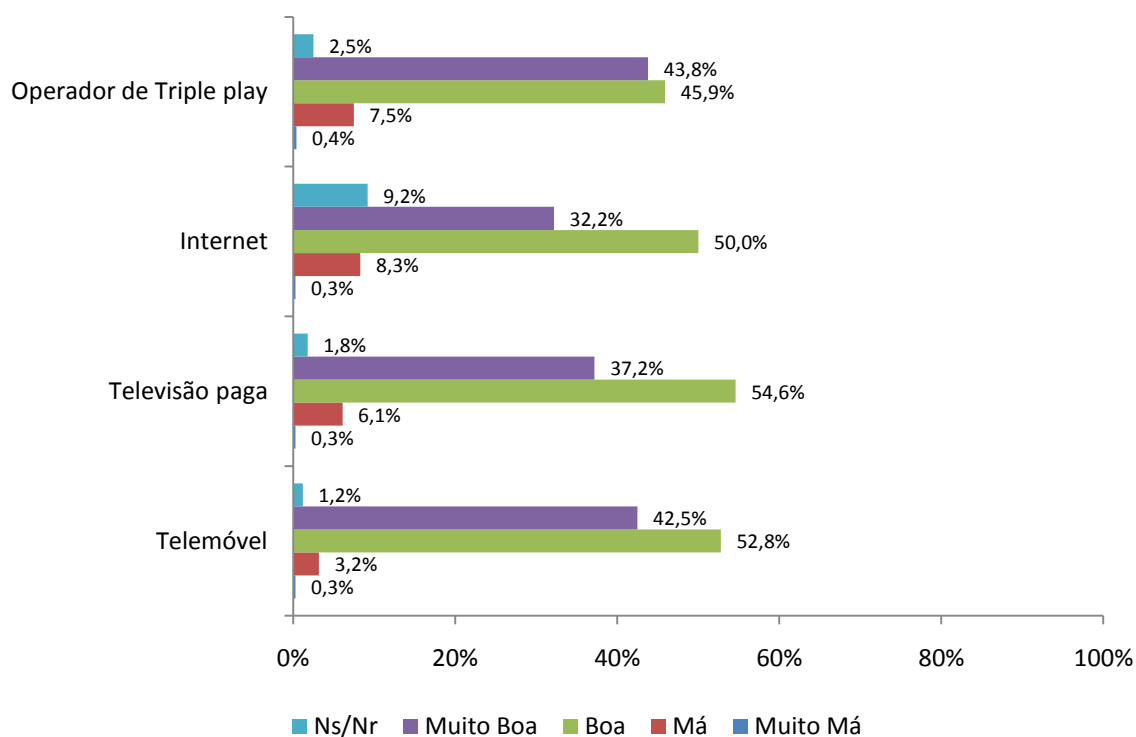
**Figura 54 - Hoje em dia utilizo ... a televisão, do que há 5 anos atrás – por escalões etários**



n=1255 (SR2010)

Os resultados obtidos mostram ainda que são os inquiridos posicionados nos escalões etários mais elevados aqueles que passaram a ver mais televisão. Por oposição, os inquiridos mais novos, em especial nas idades compreendidas entre 25 e 34 anos de idade, vêem hoje menos televisão do que há cinco anos atrás.

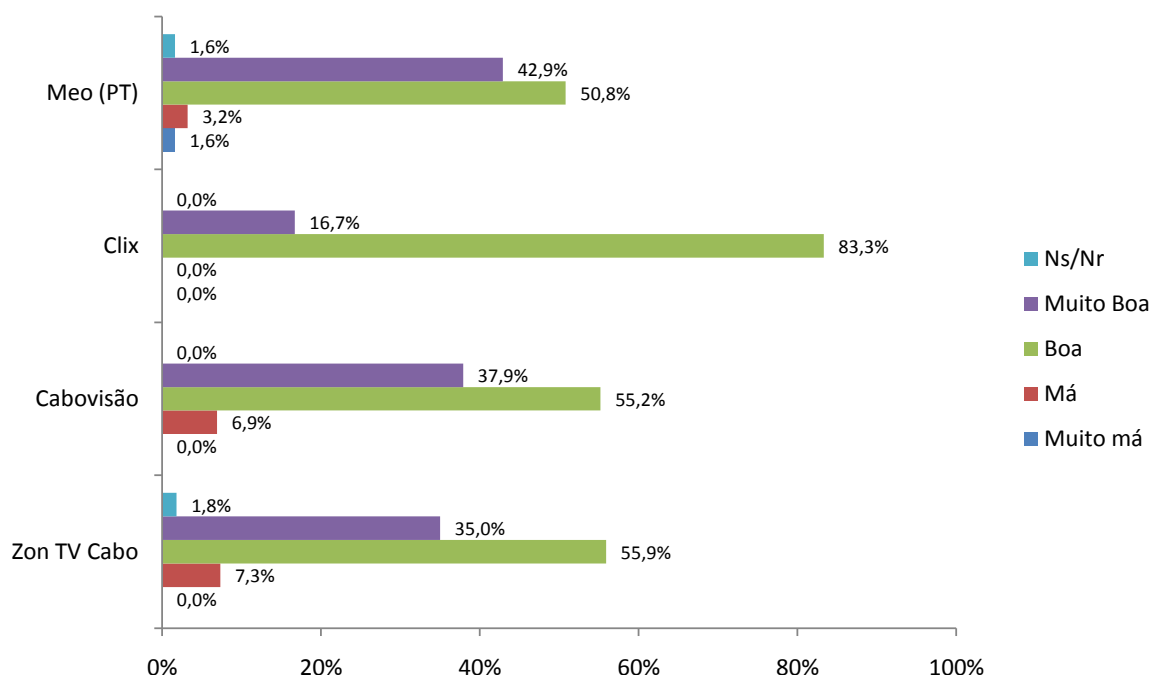
**Figura 55 – Indique, por favor, como avalia a qualidade do serviço do seu operador:**



n=1255 (SR2010)

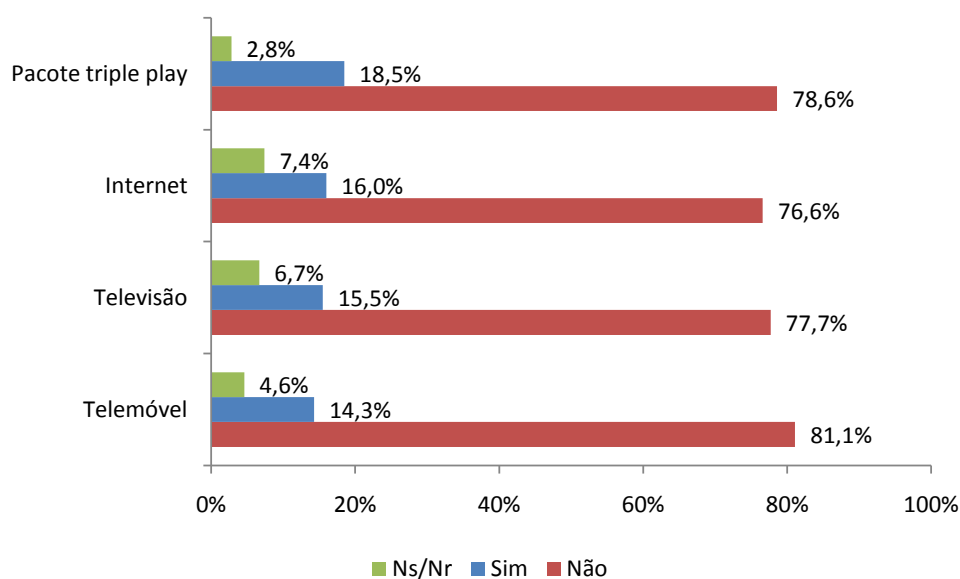
Tal como registado para os telemóveis e Internet, a grande maioria dos inquiridos considera boa (54,6%) ou muito boa (37,2%) a qualidade do serviço dos operadores de televisão.

**Figura 56 – Indique, por favor, como avalia a qualidade do serviço do seu operador de televisão paga:**



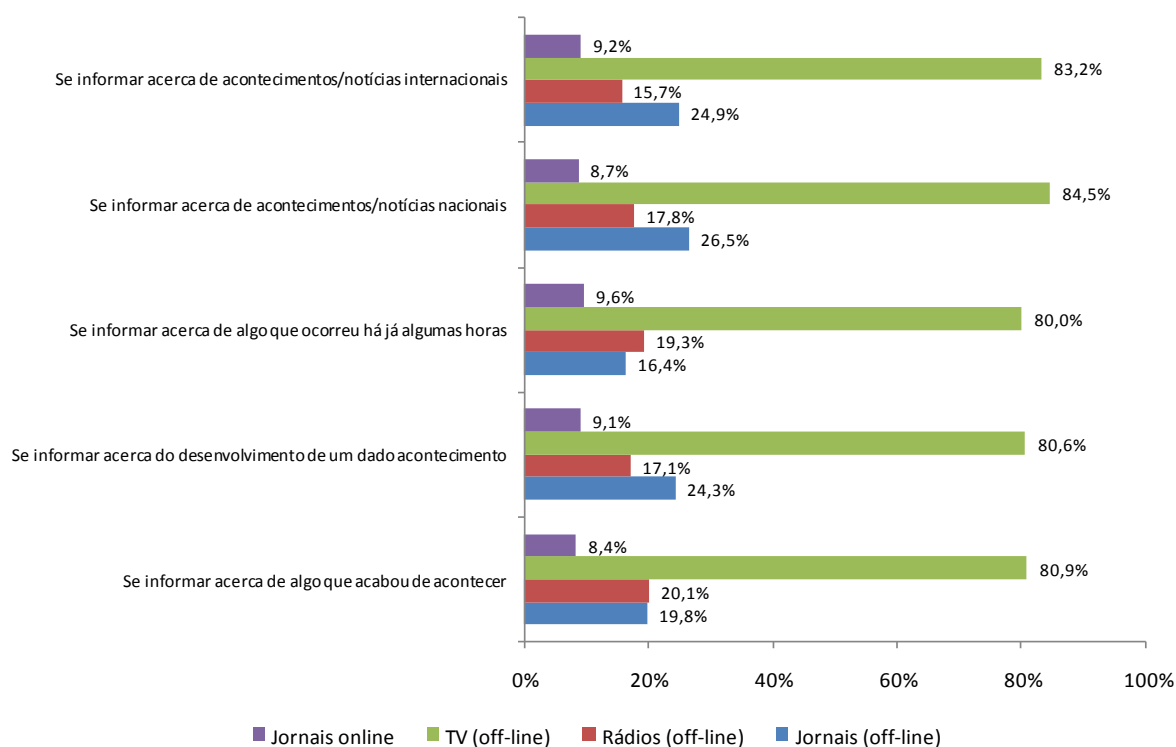
Dos operadores de televisão propostos para análise, o serviço MEO é aquele que reúne mais respostas de qualidade muito boa (42,9%). Ainda assim, todos os serviços são avaliados positivamente, uma vez que a grande maioria dos inquiridos considera boa ou muito boa a qualidade do serviço prestado pelos diferentes operadores.

**Figura 57 – Face à actual situação de crise económica, tentou renegociar os seus contratos ou diminuir as suas despesas...**



Apesar da situação de crise que se vem prolongando, a grande maioria dos inquiridos não tentou renegociar contratos ou serviços de utilização não só de televisão, como também de telemóvel ou Internet.

**Figura 58 – Das seguintes plataformas, quais prefere para... (resposta múltipla)**



n=1255 (SR2010)

Uma esmagadora maioria dos inquiridos considera que a televisão é a plataforma mais importante e eficaz para se obter informação acerca de acontecimentos e notícias, nacionais ou internacionais, que tenham ocorrido em tempo actual ou que contem já com algumas horas de registo.








## Metodologia

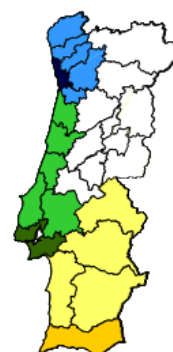
### UNIVERSO:

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	
<b>Total</b>	<b>1.255</b>	



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

<b>Título</b>	A Televisão na Sociedade em Rede
<b>Investigação</b>	Tiago Lima
<b>Coordenação científica</b>	Gustavo Cardoso e Rita Espanha
<b>Data de edição</b>	Setembro de 2011
<b>Questionário</b> <b>“A Sociedade em Rede em Portugal, 2010”</b>	OberCom – Observatório da Comunicação



**OberCom** - Observatório da Comunicação

Palácio Foz - Praça dos Restauradores

1250-187 LISBOA

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

tel.: +351 213221319

fax: +351 213221320

<http://www.obercom.pt>