

*A Imprensa em Portugal e o  
peso das plataformas online  
(uma comparação com o caso brasileiro)*

*Novembro 2013*



Publicações OberCom

ISSN – 2182-6722

## Índice

Introdução.....	2
Sumário Executivo.....	6
A Imprensa em Portugal e o peso das plataformas online (uma comparação com o caso brasileiro.....	7
Ficha técnica.....	25

## Introdução

A informação que irá constar neste relatório pode ser vista como um complemento ao relatório anterior publicado pelo OberCom: *“A imprensa em Portugal - performances e indicadores de gestão: consumo, procura e distribuição”*. Esta informação é tirada do projecto *A leitura digital – Transformação do incentivo à leitura e das instituições do livro*, que resulta do protocolo estabelecido entre o CIES-IUL e a Fundação Calouste Gulbenkian, ao qual o OberCom se associa enquanto parceiro na análise dos dados referentes à leitura de jornais, e teve como principal objectivo compreender o fenómeno da leitura digital. O projecto dividiu-se em três etapas – levantamento da situação actual, mapeamento da leitura digital e análise prospectiva, durante as quais se procedeu à identificação e análise de projectos de investigação e/ou implementação de leitura digital nacional e internacional, segmentação do perfil de leitor, identificação das práticas actuais de leitura digital e de edição. Este estudo do CIES-IUL e da Gulbenkian sobre o Livro, os Leitores e a Leitura Digital, ao qual se associou o OberCom, foi apresentado em Outubro de 2013.

Os dados foram obtidos através de um inquérito online internacional às práticas de leitura digital (utilizadores da Internet), tendo sido validados 5583 inquéritos, distribuídos pelos seguintes países visados no estudo:

- Austrália - 389
- **Brasil - 361**
- Canadá - 468
- China - 454
- França - 420
- Alemanha - 317
- Índia - 235
- Itália - 350
- México - 280
- **Portugal - 295**
- Rússia - 287
- África do Sul - 141
- Espanha - 343
- Turquia - 299
- Reino Unido - 419
- Estados Unidos da América - 525

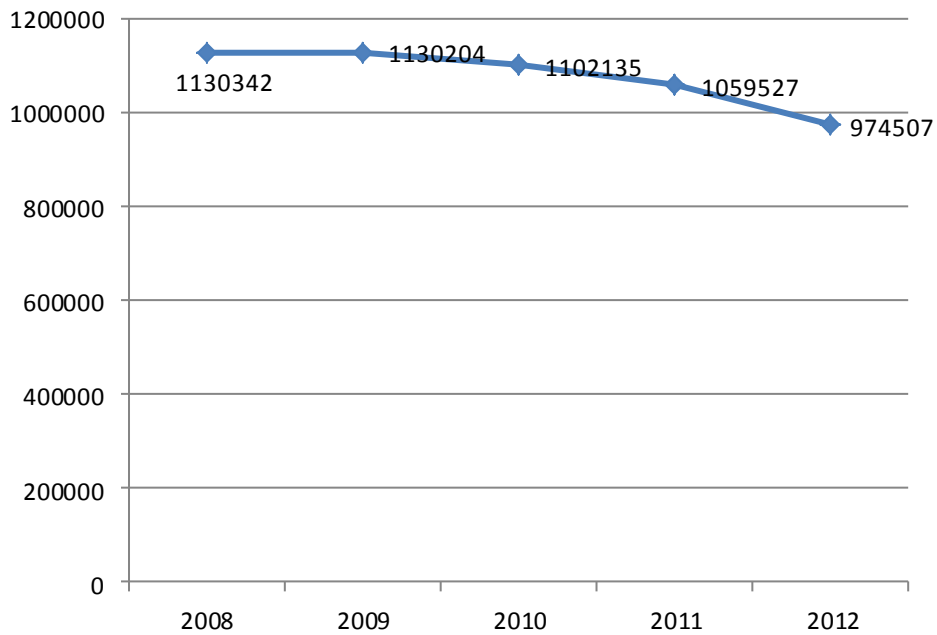
Para cada país, foi construído um ponderador de análise baseado em resultados de inquéritos representativos que são levados a cabo nos respectivos países. O ponderador foi construído a partir da distribuição dos inquiridos nos vários países, segundo as categorias sexo e idade. Nesta fase iremos exclusivamente tirar partido dos dados para Portugal e Brasil, tendo o cálculo do ponderador para Portugal sido feito com base nas proporções das categorias de género e idade obtidas para o último inquérito Sociedade em Rede (OberCom), representativo da população portuguesa. Optámos também por calcular o ponderador apenas em função das estatísticas obtidas para o número de utilizadores de Internet, segundo o mesmo inquérito Sociedade em Rede em Portugal 2011, já que este inquérito foi construído especificamente para utilizadores de Internet.

A escolha dos dados obtidos para o Brasil, a par daqueles que são obtidos para Portugal, justifica-se não só por uma questão de maior proximidade cultural, onde a língua é o principal ponto de proximidade, como também pela questão de mercado, com algumas ilações a poderem ser tiradas em termos das potencialidades viradas mais para a estratégia empresarial focada nos mercados exteriores.

O presente relatório visa aprofundar a ideia principal deixada pelo relatório anterior, ideia essa que, segundo os dados então analisados, passa por admitir que no sector da imprensa em Portugal, as audiências médias globais estão a aumentar, sobrepondo-se à diminuição da circulação impressa paga e tiragens, o que pode levar-nos a pensar que as pessoas possam estar a ler tantos jornais como no passado, mas recorrendo a estratégias diferentes e contribuindo para uma diminuição progressiva do número de exemplares impressos pagos e concomitantemente do volume de tiragens. Ora, analisados alguns dados obtidos a partir do inquérito Sociedade em Rede em Portugal (edições SR2008, SR2010, SR2011), verificámos que as pessoas não estão a ler menos jornais. Com efeito, não se regista uma diminuição do número de pessoas que lêem jornais e também não há um número maior de inquiridos que respondem ler hoje menos jornais do que há cinco anos, o que, dada a diminuição em termos de circulação, pode apontar para idênticos hábitos de leitura, mas recorrendo a estratégias que não passem pela compra do exemplar impresso, como é o caso da consulta online. É isto que pretendemos analisar nesta segunda fase, ou seja, o peso que a leitura de notícias e a procura por informação vão tendo no formato digital, uma vez que ficou claro que, no formato tradicional em Portugal, o volume de tiragens e o número de exemplares vendidos em banca estão a baixar consideravelmente.

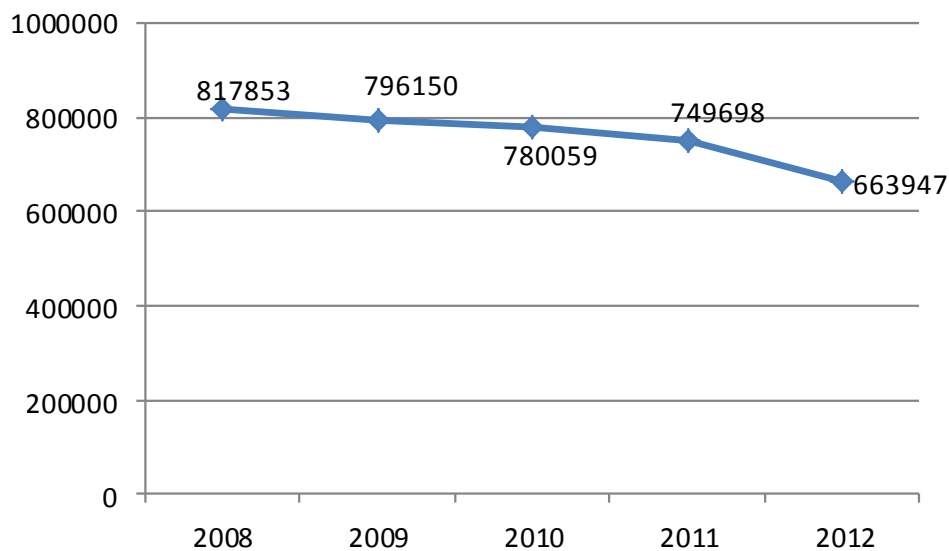
Para melhor compreendermos aquilo que estamos aqui a tratar, importa recuperar algumas figuras síntese do estudo anterior.

**Figura a – Tiragens totais das publicações analisadas<sup>1</sup>**



Fonte: Boletim Informativo APCT (Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação)

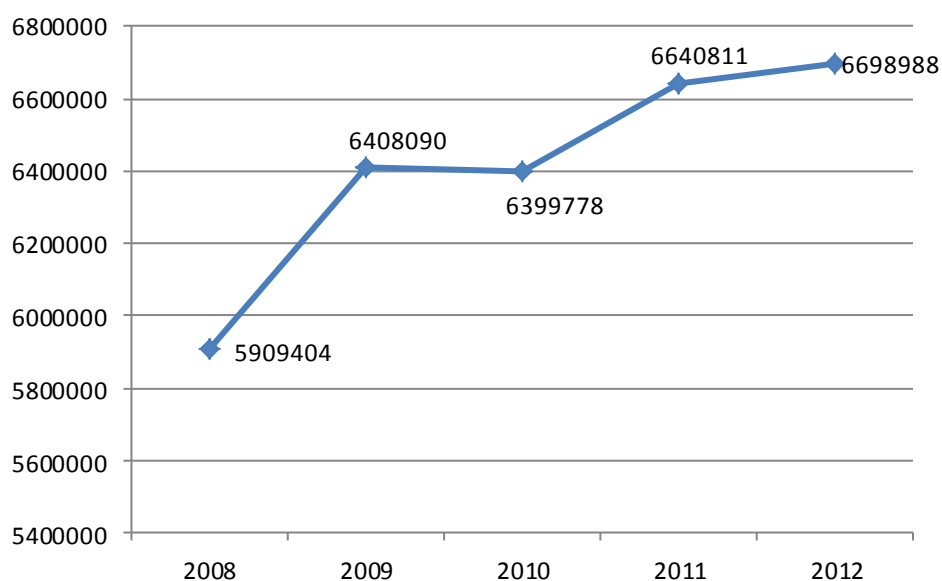
**Figura b – Circulação Impressa paga total (publicações analisadas)**



Fonte: Boletim Informativo APCT (Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação)

<sup>1</sup> Publicações analisadas: Correio da Manhã, Jornal de Notícias, Diário de Notícias, Público, i, Expresso, Sol, Visão, Sábado, Diário Económico, Jornal de Negócios, Record, O Jogo, Courier Internacional (Açoriano Oriental, Diário de Notícias da Madeira e Jornal do Fundão analisados para a leitura das tiragens e circulação impressa paga)

**Figura c – Audiência média (milhares) total (publicações analisadas)**



Fonte: Anuário de Media e Publicidade Marktest

Analisando os valores obtidos, podemos concluir que estamos em presença de uma queda progressiva do número médio total de tiragens do conjunto de publicações analisadas. Com efeito, em 2008, contam-se 1130342 de tiragens médias diárias, sendo que este valor sofre uma diminuição muito assinalável em 2012 (cerca de 13,8% face a 2008).

O decréscimo do número médio de tiragens resultante da agregação do total de publicações analisadas, pode, como já vimos no relatório anterior, ficar a dever-se ao ajuste que obrigatoriamente cada publicação fará para fazer face ao decréscimo do número de exemplares impressos pagos em anos anteriores. Como podemos observar, o total da circulação impressa paga sofre uma diminuição progressiva desde 2008, acentuando a queda na passagem do ano 2011 para o ano 2012.

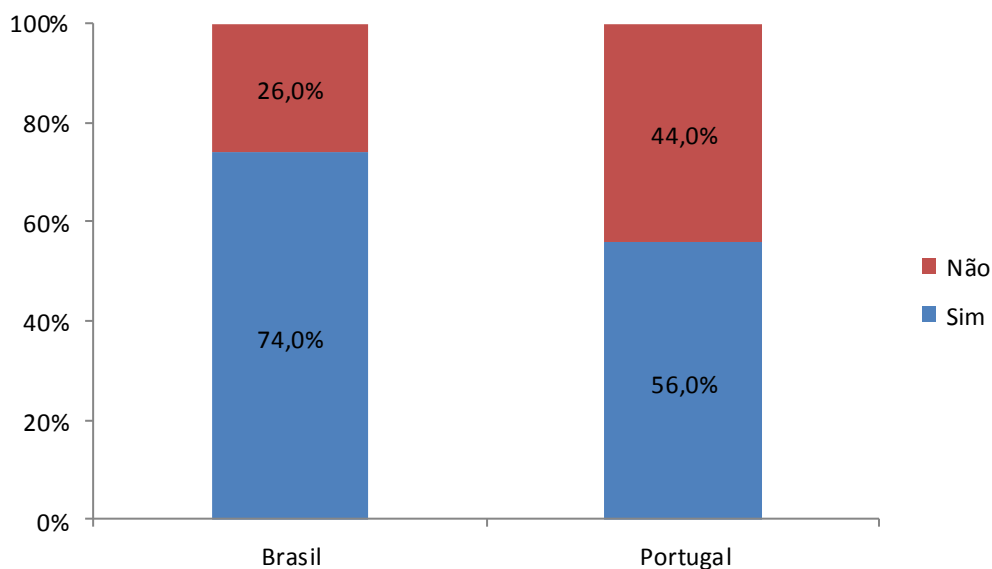
Contrariamente à queda registada para o número médio de tiragens e circulação impressa paga, os dados Marktest para audiências permitem-nos estimar que o volume médio de audiências está em contraciclo e a crescer, registando apenas uma diminuição mínima na passagem do ano 2009 para o ano 2010. Em números absolutos, podemos concluir que a audiência média em milhares estimada para 2012 cresce cerca de 13,4% face a 2008.

## Sumário Executivo

1. Os resultados obtidos neste inquérito mostram que os inquiridos (utilizadores de Internet) tendem hoje a optar por dispositivos electrónicos que permitam ler artigos, livros, jornais, e outros conteúdos escritos. Os inquiridos (utilizadores de Internet) que mais seguem este critério de escolha de dispositivos electrónicos, mediante a possibilidade que estes oferecem na leitura de conteúdos escritos, são aqueles que mais tendem a consultar notícias online.
2. Há uma tendência muito clara de consulta de notícias online e de jornais no formato online, com uma frequência diária. Esta frequência de utilização e consumo de jornais e notícias online é já consideravelmente superior à obtida para a consulta de notícias e jornais no formato tradicional.
3. No mesmo sentido, os utilizadores de Internet tendem hoje a privilegiar os jornais online sempre que procuram por informação, relegando os jornais no formato impresso para segundo plano.
4. A maioria dos utilizadores de Internet, apesar de consumidores frequentes de notícias, em qualquer circunstância, e não apenas quando se passa algo relevante, não tem ainda uma subscrição para alerta de notícias. Uma grande maioria de inquiridos tende apenas a ler conteúdos gratuitos e não pensa, num futuro próximo, vir a pagar por este tipo de conteúdos, o que reforça a ideia de que o consumo online de informação é cada vez maior, mas apenas segundo a lógica da consulta gratuita.
5. A grande maioria dos utilizadores de Internet tende também a ler notícias nas redes sociais.
6. Os utilizadores de Internet que privilegiam a consulta de jornais online, tendem a fazê-lo com uma frequência maior do que os inquiridos (utilizadores de Internet) que ainda privilegiam os formatos tradicionais, sendo que a explicação poderá estar nas potencialidades de uma pesquisa ininterrupta, que não depende de um espaço e suporte físicos, e que, por isso mesmo, está sempre disponível num qualquer ecrã ligado à Internet, oferecendo uma actualização e disponibilidade constantes de notícias e informação que vão de encontro às necessidades dos utilizadores e consumidores nestes formatos.

## A Imprensa em Portugal e o peso das plataformas online (uma comparação com o caso brasileiro)

**Figura 1 - A possibilidade de poder ler artigos, livros, jornais, etc, é uma condição por si valorizada sempre que compra um dispositivo electrónico?**

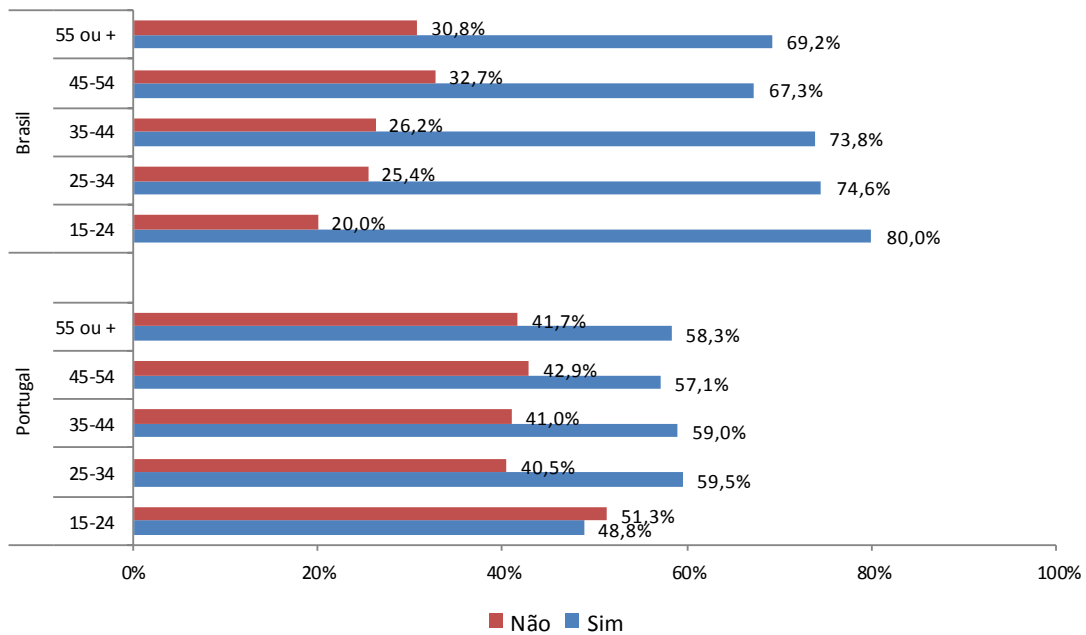


Portugal – n=295  
Brasil – n=361

Começando pela relação directa entre escolha do dispositivo e a possibilidade que o mesmo oferece na leitura de livros, textos, revistas e jornais, poder-se-ia dizer que a grande maioria de inquiridos (utilizadores de Internet) representados no estudo (tanto em Portugal, como no Brasil) reforça a ideia clara de que há uma grande apetência por dispositivos centrados no ecrã e pela possibilidade que estes conferem na leitura e consulta de documentos escritos. Esta é, aliás, a ideia que importa começar por destacar, e que dá conta que, nos dias de hoje, cada vez mais inquiridos dispõem de uma multiplicidade de dispositivos que permitem tirar partido do ecrã para leitura de livros, jornais, etc, no formato digital e online.



**Figura 2 - A possibilidade de poder ler artigos, livros, jornais, etc, é uma condição por si valorizada sempre que compra um dispositivo electrónico? (por escalão etário)**

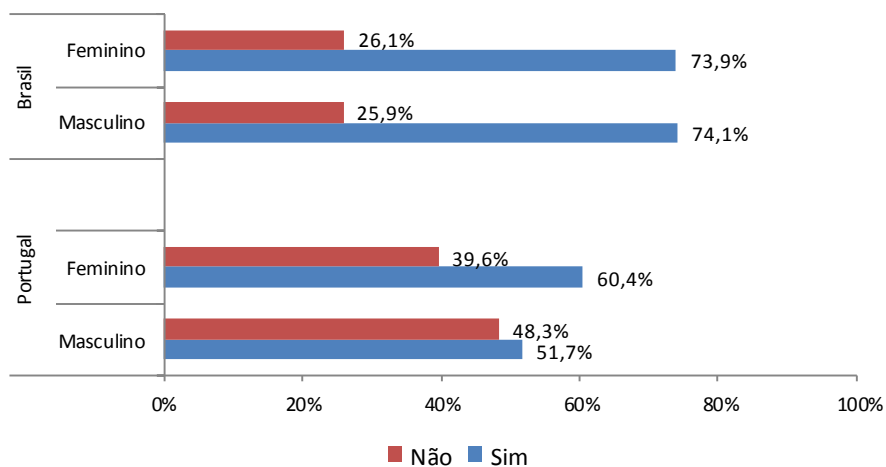


Portugal – n=295

Brasil – n=361

Importa destacar que a idade não um factor decisivo nesta questão, uma vez que, quer no Brasil, quer em Portugal, grande parte dos utilizadores de Internet, independentemente do escalão etário no qual se inserem, tendem a responder afirmativamente à questão colocada.

**Figura 3 - A possibilidade de poder ler artigos, livros, jornais, etc, é uma condição por si valorizada sempre que compra um dispositivo electrónico? (por género)**

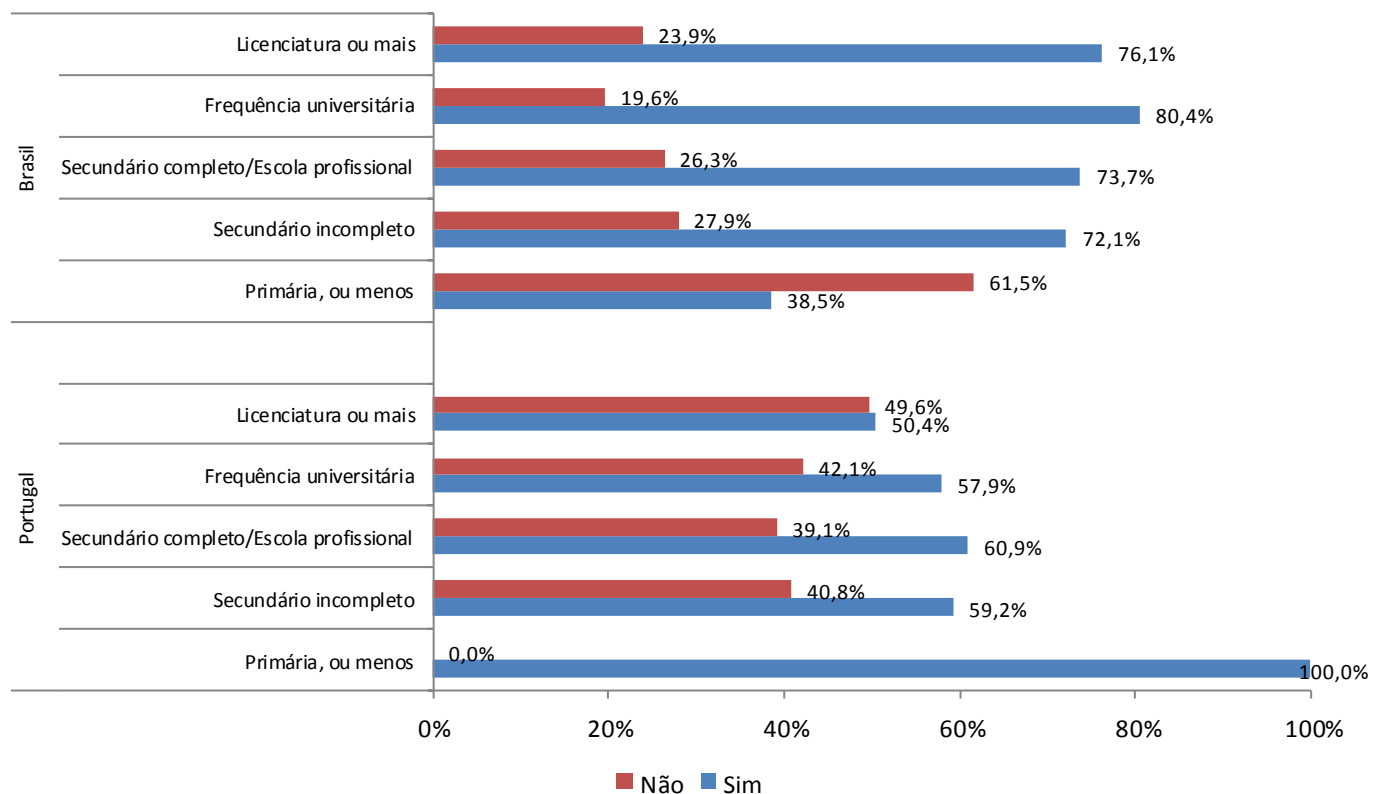


Portugal – n=295

Brasil – n=361

É no estudo realizado em Portugal, e especificamente para os inquiridos do género masculino, que mais se aproximam os valores obtidos para os inquiridos que valorizam a possibilidade de leitura de artigos, livros, jornais escritos aquando da compra de um dispositivo electrónico, e aqueles que não valorizam essa condição.

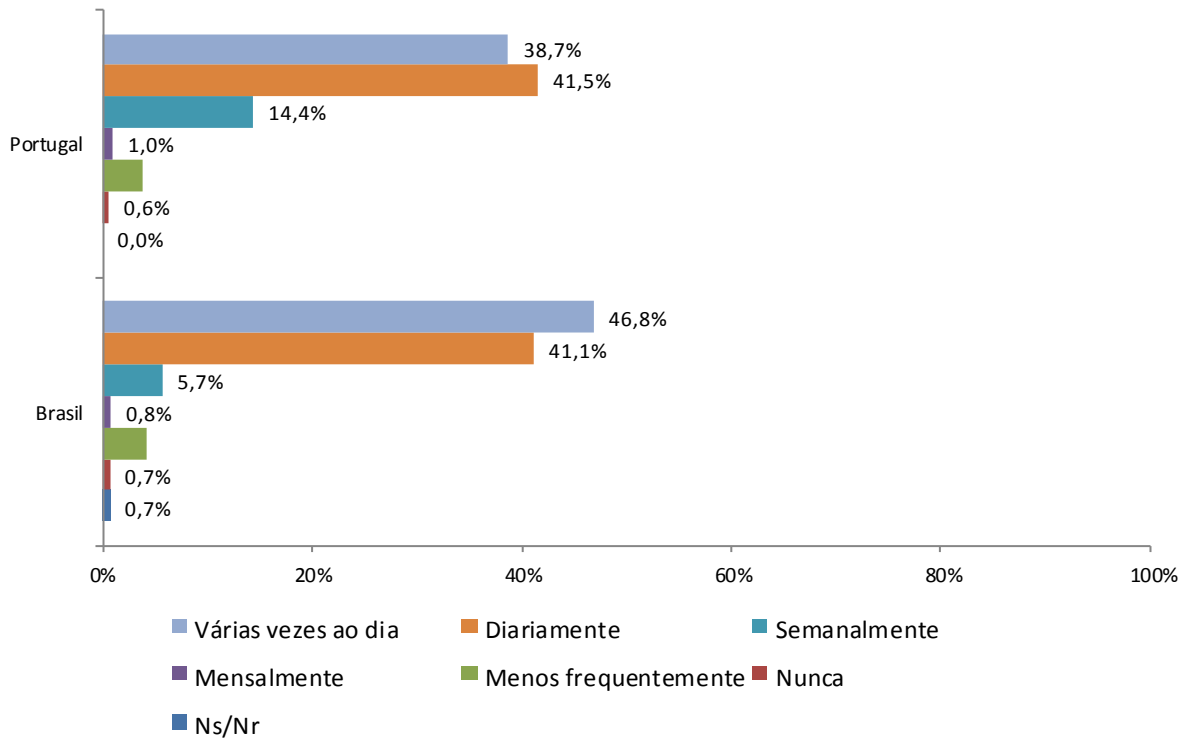
**Figura 4 - A possibilidade de poder ler artigos, livros, jornais, etc, é uma condição por si valorizada sempre que compra um dispositivo electrónico? (por grau de escolaridade)**



Portugal – n=295  
 Brasil – n=361

De referir ainda que também não há uma tendência óbvia de resposta que dependa do grau de escolaridade. Se tomarmos o exemplo de Portugal, verificamos imediatamente que é mais frequente ver utilizadores de Internet que apenas concluíram no máximo a escola primária, a concordar com a questão em análise, do que utilizadores de internet que chegaram a frequentar a escola secundária. No entanto, estes inquiridos que frequentaram a escola secundária, sem a concluir, concordam em menor número com a questão avançada, quando comparados com os inquiridos com o secundário completo.

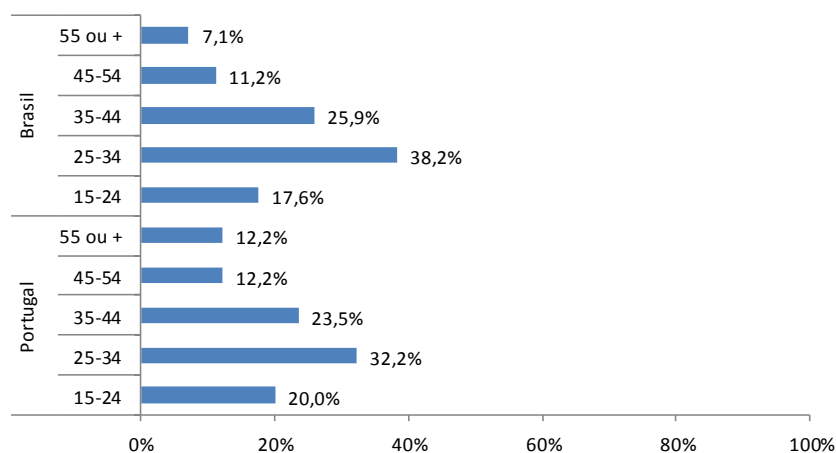
**Figura 5 - Com que frequência utiliza a Internet para ler sites de notícias?**



Portugal – n=295  
Brasil – n=361

Analisando a frequência de consulta de sites de notícias online, podemos constatar que a grande maioria dos utilizadores de internet nos dois países envolvidos no estudo, apresenta uma maioria de respostas que sugerem que os inquiridos tendem a consultar a Internet para ler sites de notícias, no mínimo uma vez por dia. Estes valores começam então a evidenciar o poder que a leitura de notícias no formato digital, com recurso a um ecrã ligado à Internet, vai tendo no panorama actual.

**Figura 6 - Com que frequência utiliza a Internet para ler sites de notícias? (várias vezes ao dia, por escalão etário)**

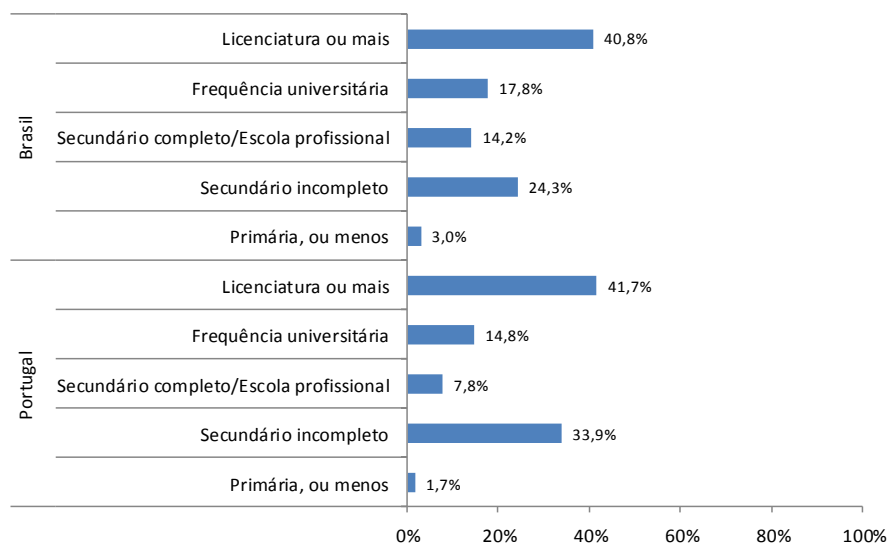


Portugal – n=295  
 Brasil – n=361

São os inquiridos mais jovens, maioritariamente até aos 44 anos de idade, aqueles que mais tendem a consultar notícias na Internet, quer em Portugal, quer no Brasil.

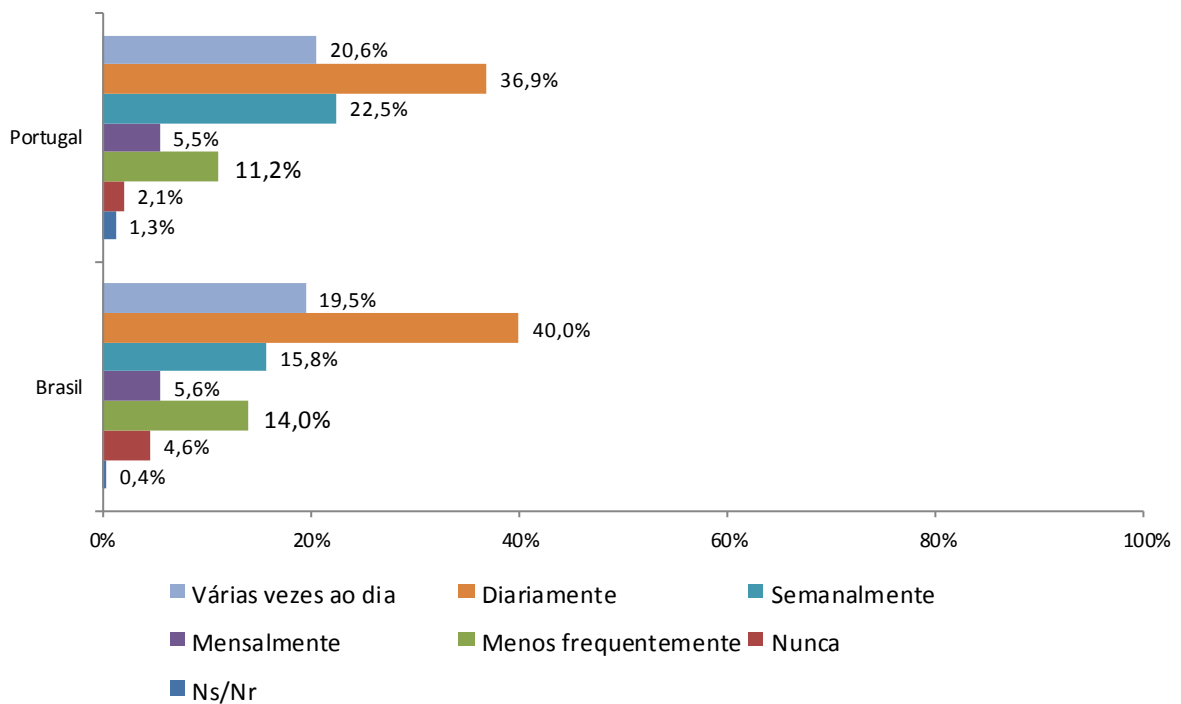
Importa destacar ainda que os inquiridos que têm no mínimo uma licenciatura costumam utilizar mais a Internet para ler sites de notícias.

**Figura 7 - Com que frequência utiliza a Internet para ler sites de notícias? (várias vezes ao dia, por grau de escolaridade)**



Portugal – n=295  
 Brasil – n=361

**Figura 8 - Diga-nos, por favor, com que frequência utiliza a versão online de um jornal/publicação, para se informar.**

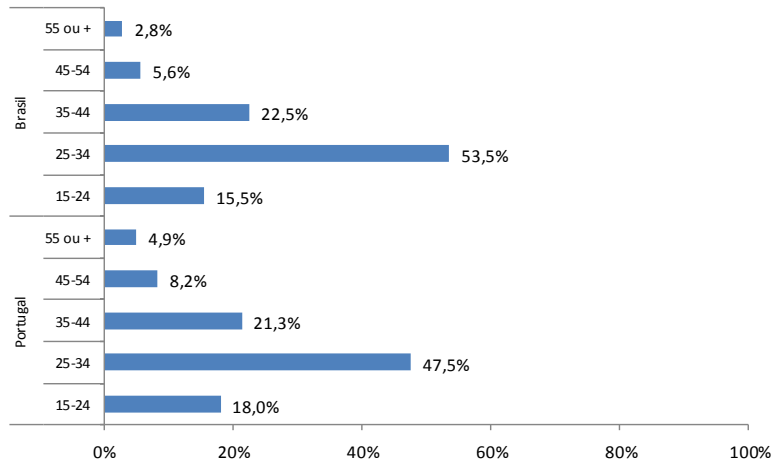


Portugal – n=295

Brasil – n=361

Importa reparar que a grande maioria dos utilizadores de internet, em Portugal, ou no Brasil, apresenta um grande número de respostas que apontam para uma muito considerável frequência de utilização da Internet para consulta da versão online de um jornal. Em Portugal, por exemplo, 57,5% dos inquiridos que participaram no estudo referem que utilizam a versão online de um jornal, para se informar, no mínimo uma vez por dia. Este resultado é ainda mais significativo no Brasil (59,5%). Ou seja, a ideia é a de que existe uma grande percentagem de pessoas a consultar sites de jornais no formato online, pelo menos uma vez por dia.

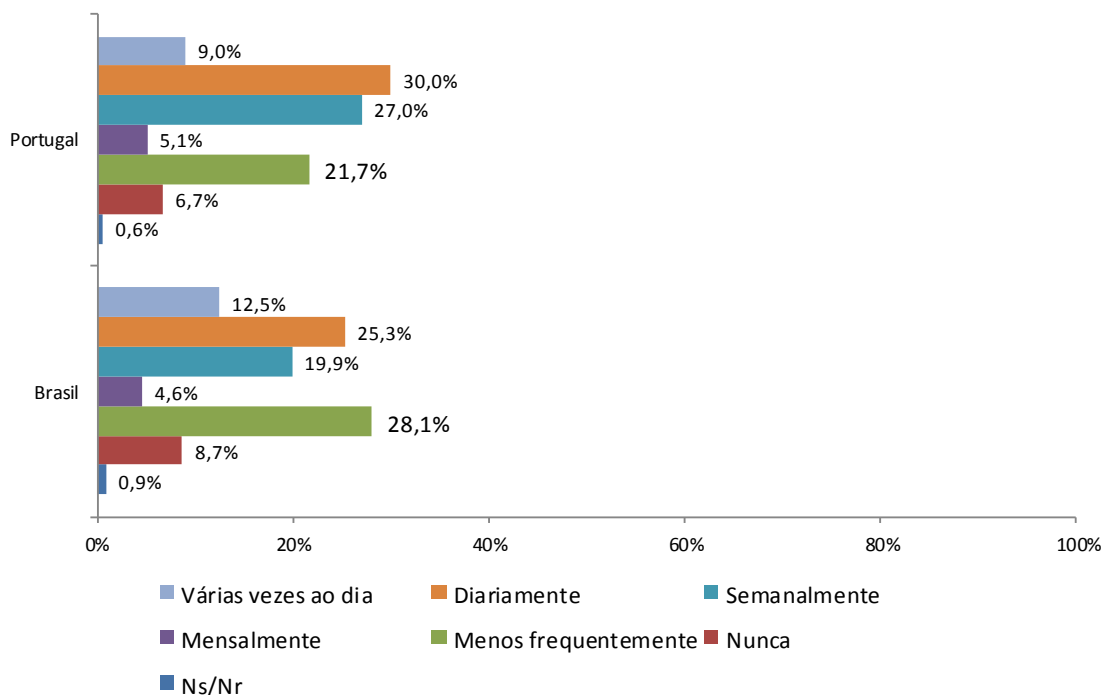
**Figura 9 - Diga-nos, por favor, com que frequência utiliza a versão online de um jornal/publicação, para se informar. (várias vezes ao dia, por escalão etário)**



Portugal – n=295  
 Brasil – n=361

São novamente os utilizadores de internet mais jovens, especialmente até aos 34 anos de idade, aqueles cuja tendência para utilizar várias vezes ao dia a versão online de um jornal/publicação, é maior.

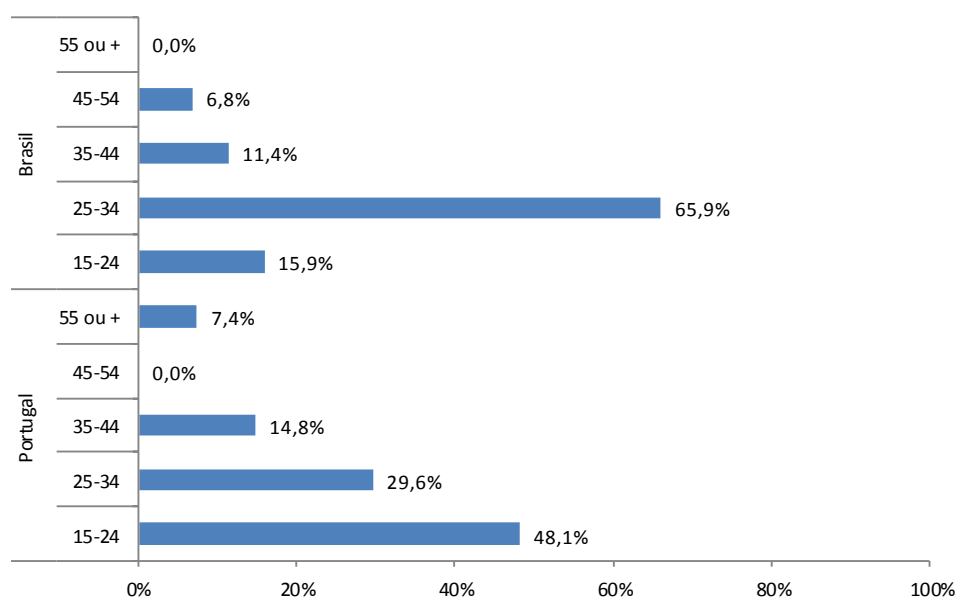
**Figura 10 - Diga-nos, por favor, com que frequência utiliza a versão impressa de um jornal, para se informar.**



Portugal – n=295  
 Brasil – n=361

Se nos centrarmos na utilização diária, que é aquela que importa mais destacar, verificamos que podemos estar perante um quadro onde já há mais inquiridos utilizadores de internet que dão prioridade à procura de informação online, em sites de publicações referenciadas, do que inquiridos utilizadores de internet que ainda preferem o formato impresso das respectivas publicações, sendo que a tendência será naturalmente para ver crescer o peso da vertente online (centrada nos ecrãs), nesta relação entre formatos online e tradicional. Podemos mesmo reparar que os valores obtidos para a consulta online, em termos de frequência diária de utilização, é superior à obtida para a consulta da versão impressa, quer em Portugal, quer no Brasil.

**Figura 11 - Diga-nos, por favor, com que frequência utiliza a versão impressa de um jornal, para se informar. (várias vezes ao dia, por escalão etário)**

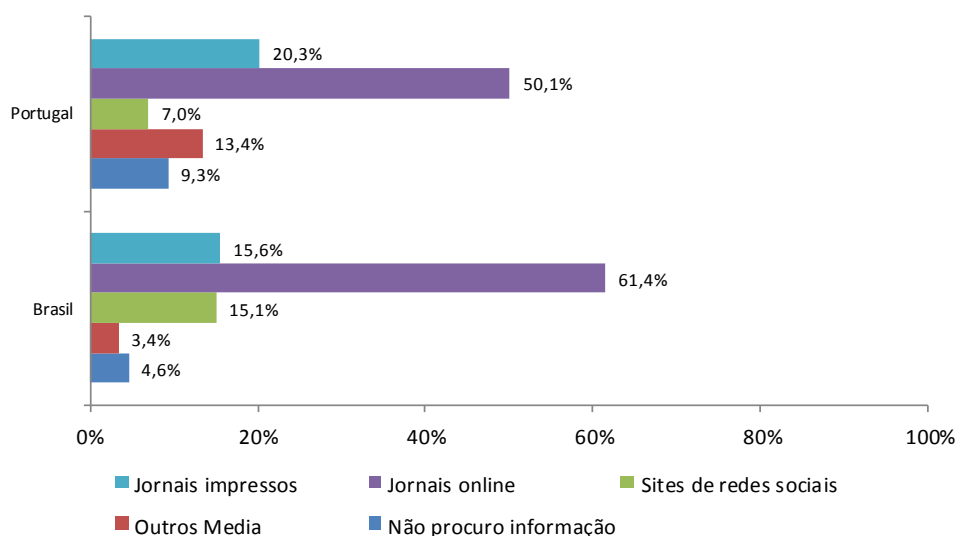


Portugal – n=295

Brasil – n=361

Tal como sucede para a consulta de jornais online, os mais jovens são também aqueles que mais utilizam a versão impressa de um jornal, por duas ou mais vezes ao dia.

**Figura 12 - Da seguinte lista de possibilidades, refira aquela que prefere quando procura por informação e notícias:**

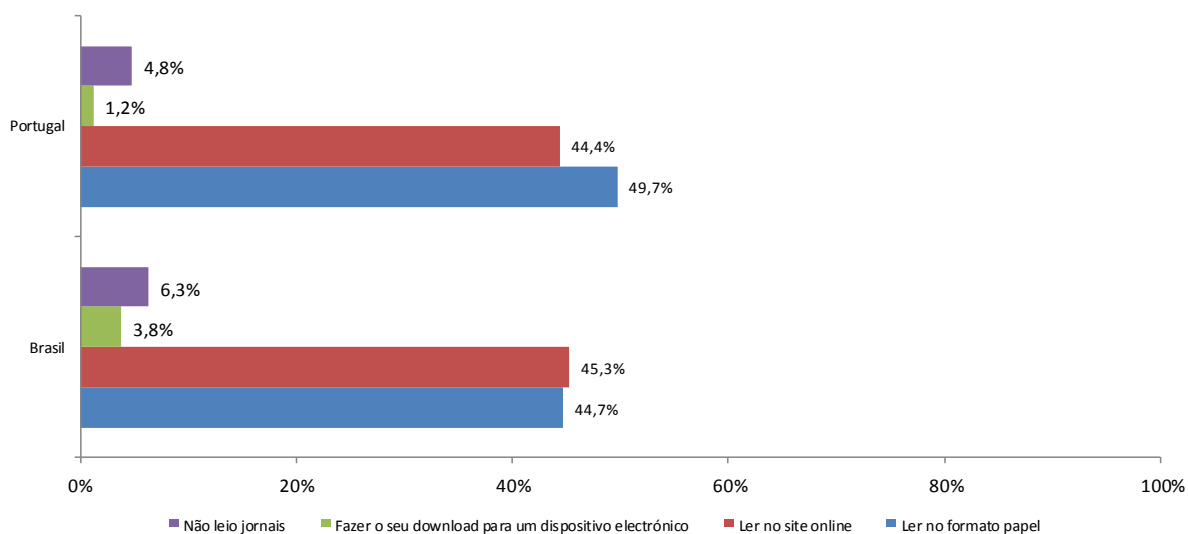


Portugal – n=295

Brasil – n=361

É também uma evidência, segundo os dados obtidos, que a maioria dos utilizadores de internet prefere hoje os jornais online quando procuram por informação e notícias. Com efeito, 50,1% dos inquiridos assumem preferir os jornais online, contra apenas 20,3% dos inquiridos que optam pelos jornais em formato impresso. No Brasil os resultados são ainda mais desnivelados, com 61,4% dos inquiridos a optarem pelos jornais online e apenas 15,6% dos inquiridos a escolherem os jornais impressos.

**Figura 13 - Quando quer ler um jornal, a sua primeira opção é:**



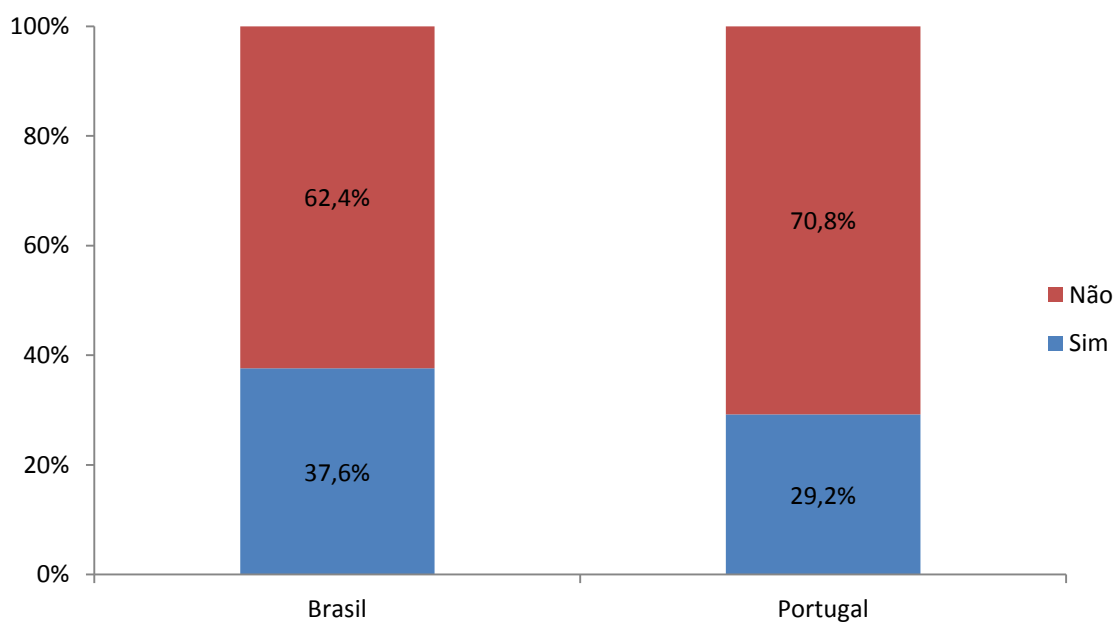
Portugal – n=295

Brasil – n=361



Por outro lado, a primeira opção dos utilizadores de internet sempre que querem ler um jornal (e aqui estamos numa situação bem mais abrangente do que a procura única por notícias e informação), aponta igualmente para um crescimento do peso do formato online. Se, até há poucos anos atrás, seria de esperar que uma grande maioria dos inquiridos optasse pelos jornais em formato papel, até porque o formato online estava ainda pouco difundido, a verdade é que hoje vemos esse lugar de destaque do formato impresso fortemente disputado pelo formato online. Como podemos verificar, já há mais inquiridos que, no Brasil, preferem ler o jornal no site online, do que aqueles que ainda optam pela leitura no formato impresso. Em Portugal, mesmo que os resultados apontem para uma tendência mínima na preferência do formato impresso, temos igualmente um grande número de inquiridos que já optam pela leitura de um jornal no site online, numa percentagem que se aproxima bastante do obtido para o formato impresso.

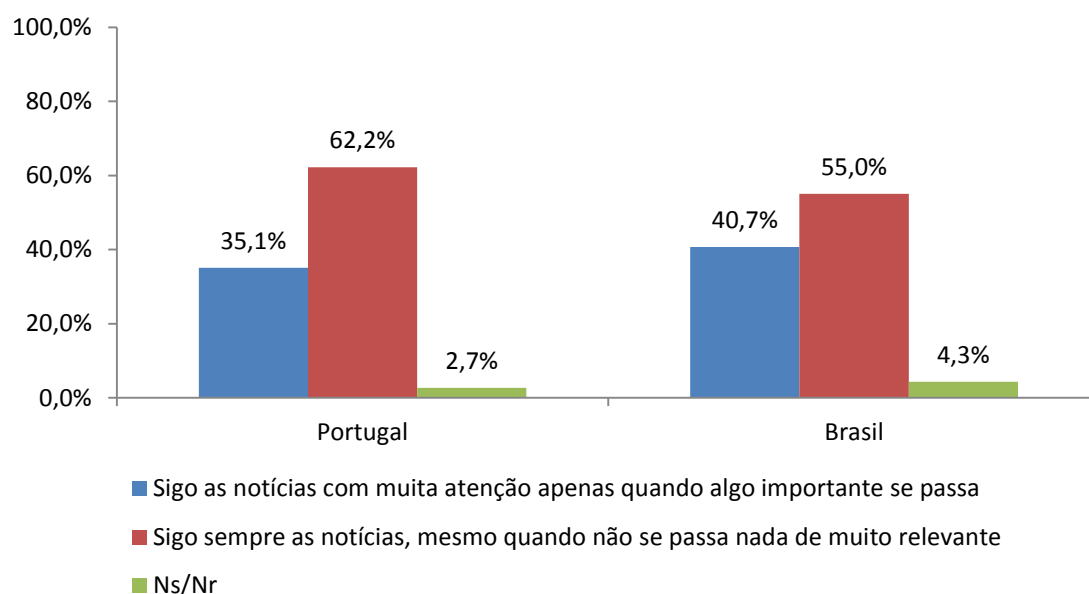
**Figura 14 - Tem actualmente alguma subscrição para alertas de notícias no/s seu/s dispositivo/s electrónico/s?**



Portugal – n=295  
Brasil – n=361

Cerca de 30% dos inquiridos utilizadores de internet em Portugal, e mais de 37% no Brasil, optam hoje por alguma forma de subscrição para alertas de notícias em dispositivo electrónico, valor que poderá eventualmente subir, por dois motivos principais: um primeiro motivo que se prende com o cada vez maior uso de uma cada vez maior possibilidade de dispositivos de ecrã ligados à Internet; e um segundo motivo que tem que ver com a maior eficiência que estes dispositivos, que são móveis e que por isso os levamos para todos os sítios, oferecem numa ligação à Internet que é permanente e sempre possível, em praticamente todos os locais em que possamos estar.

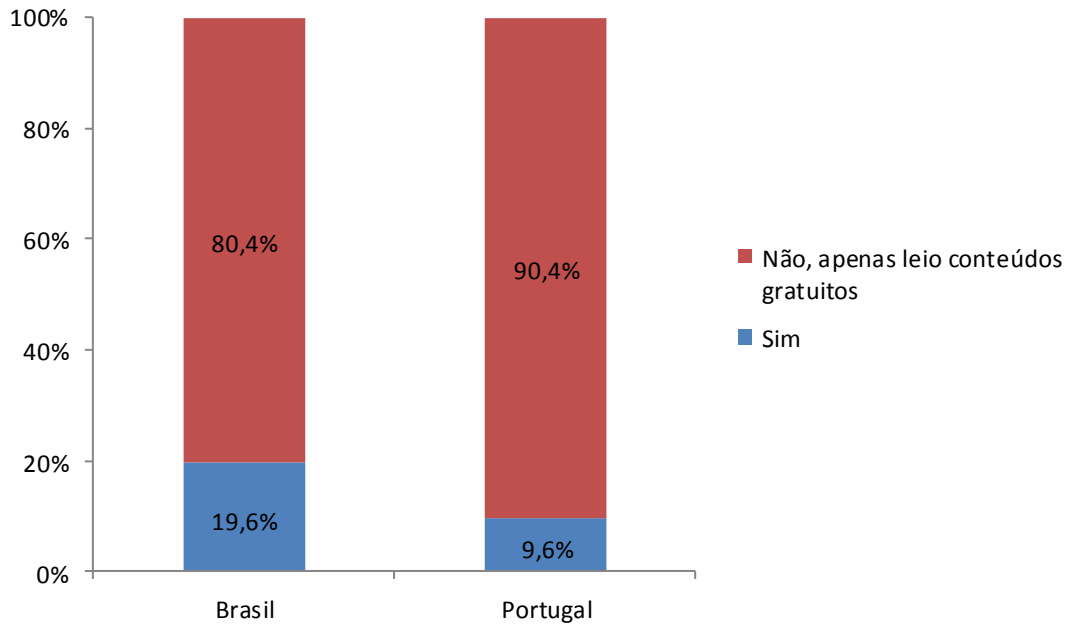
**Figura 15 - Qual das seguintes situações melhor o descreve?**



Portugal – n=295  
Brasil – n=361

Relativamente ao tipo de consumidores de notícias, observamos que os dados apontam para uma clara maioria de inquiridos utilizadores de internet, nos dois países, que optam por seguir sempre as notícias, mesmo quando não se passa nada de muito relevante. Estes dados mostram que estamos perante um quadro de utilizadores e consumidores frequentes de programas de informação e de notícias. Por outro lado, estes dados podem ser importantes quando cruzados com outras questões, como é o caso dos utilizadores maioritários de jornais no formato online e jornais no formato papel, algo de que falaremos mais à frente.

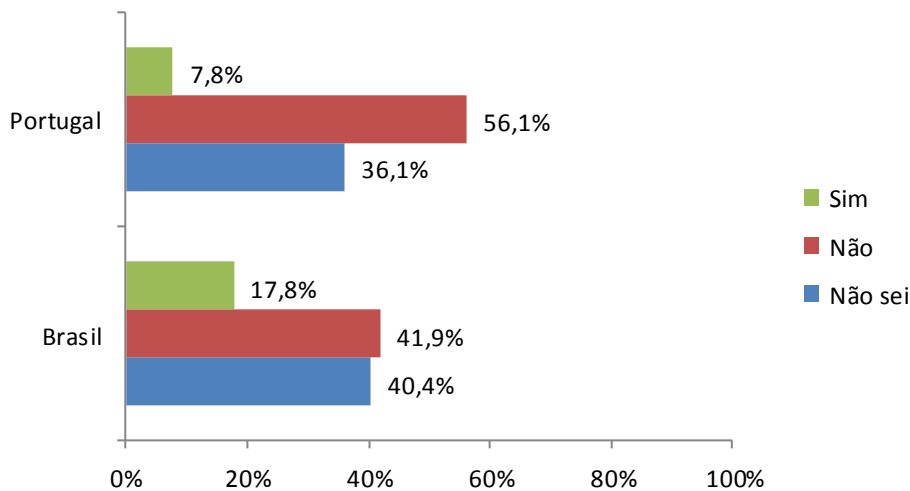
**Figura 16 - Já alguma vez pagou para ler algum tipo de conteúdo (jornais, revistas, etc) online?**



Portugal – n=295  
Brasil – n=361

Ainda que uma grande maioria dos inquiridos neste estudo tenha referido que prefere os jornais online e sites de notícias quando procura por informação, a verdade é que apenas uma considerável minoria refere já ter pago para ler algum tipo de conteúdo escrito online. Ora, isto sugere que estamos perante um quadro de utilizadores frequentes que optam muito provavelmente pelos conteúdos gratuitos que os sites oferecem, pondo de lado, por agora, a possibilidade de consulta de determinados conteúdos mediante pagamento.

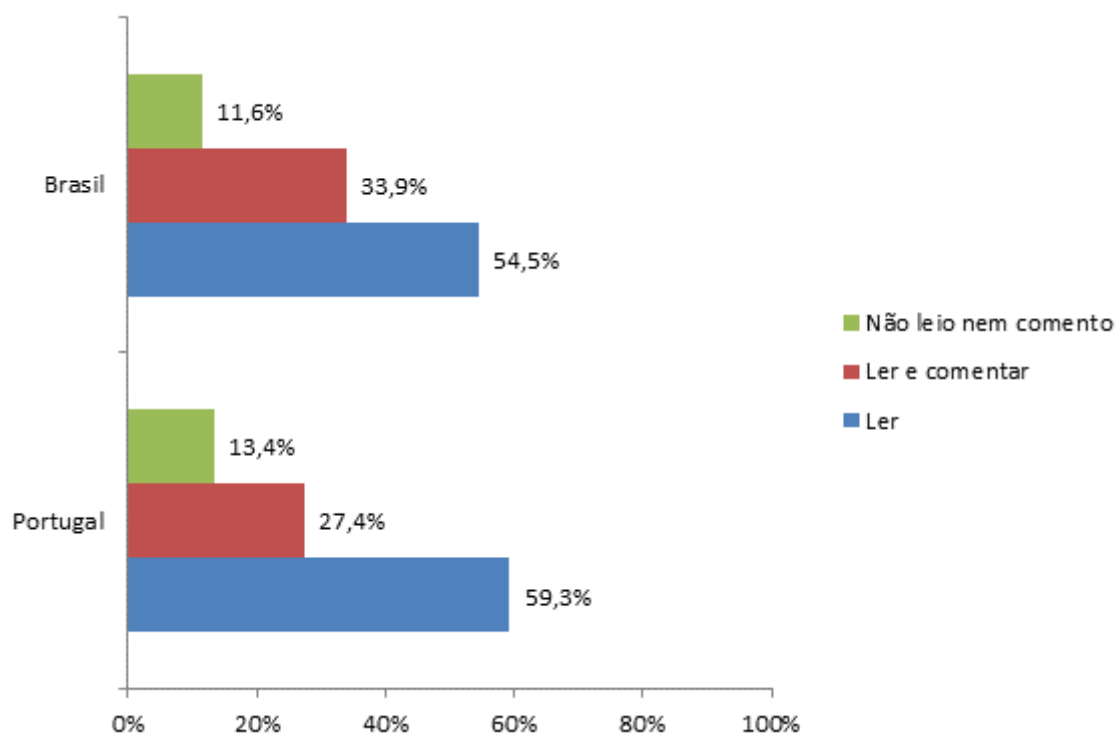
**Figura 17 - Está disposto a pagar por conteúdo online escrito, num futuro próximo?**



Portugal – n=295  
Brasil – n=361

A figura 17 ajuda ainda a sustentar o argumento de que a estratégia dos leitores e consumidores de notícias, mesmo aqueles que são frequentemente utilizadores das plataformas online, não passará, num futuro próximo, por começar a pagar conteúdos online escritos, mediante utilização. Significa isto, portanto, que a lógica de sustentabilidade das empresas de Media estará necessariamente ligada aos formatos online, uma vez que a grande maioria dos inquiridos utiliza já mais estes formatos do que os ditos formatos tradicionais, mas partindo do princípio de que essa lógica de sustentabilidade provavelmente terá de ser encontrada ao nível das receitas que não passem exclusivamente pelo pagamento por utilização, uma vez que, como vemos, poucos são aqueles que estarão dispostos a começar a pagar por conteúdos online (apenas 7,8% em Portugal e 17,8% no Brasil).

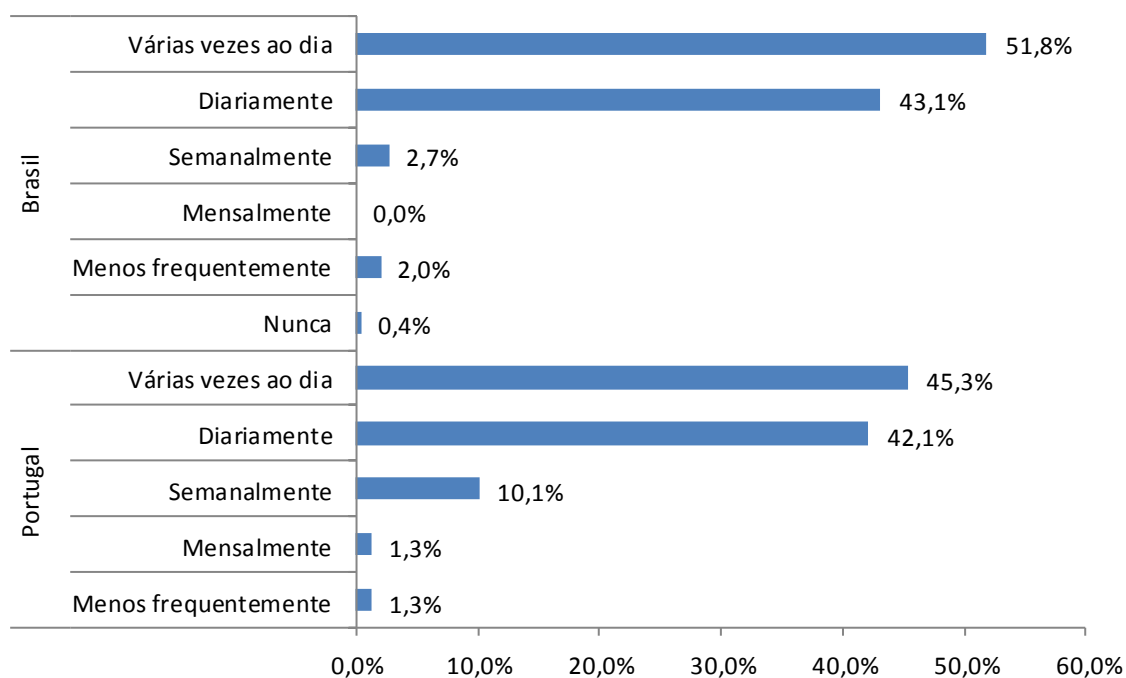
**Figura 18 - Costuma ler e comentar notícias quando utiliza sites de redes sociais, como o facebook?**



Portugal – n=295  
Brasil – n=361

É de salientar também a relação que parece haver entre a consulta de notícias e a participação em sites de redes sociais. Com efeito, a grande maioria dos inquiridos, quer em Portugal, quer no Brasil, refere que, no mínimo, lê notícias quando utiliza sites de redes sociais. Há também aqueles que lêem e comentam simultaneamente, ainda que o valor fique aquém do obtido para os que apenas lêem notícias quando utilizam este tipo de sites.

**Figura 19 - Inquiridos que valorizam a possibilidade de poder ler artigos, livros, jornais, etc, sempre que compram um dispositivo electrónico (cruzamento) Com que frequência utiliza a Internet para ler sites de notícias?**

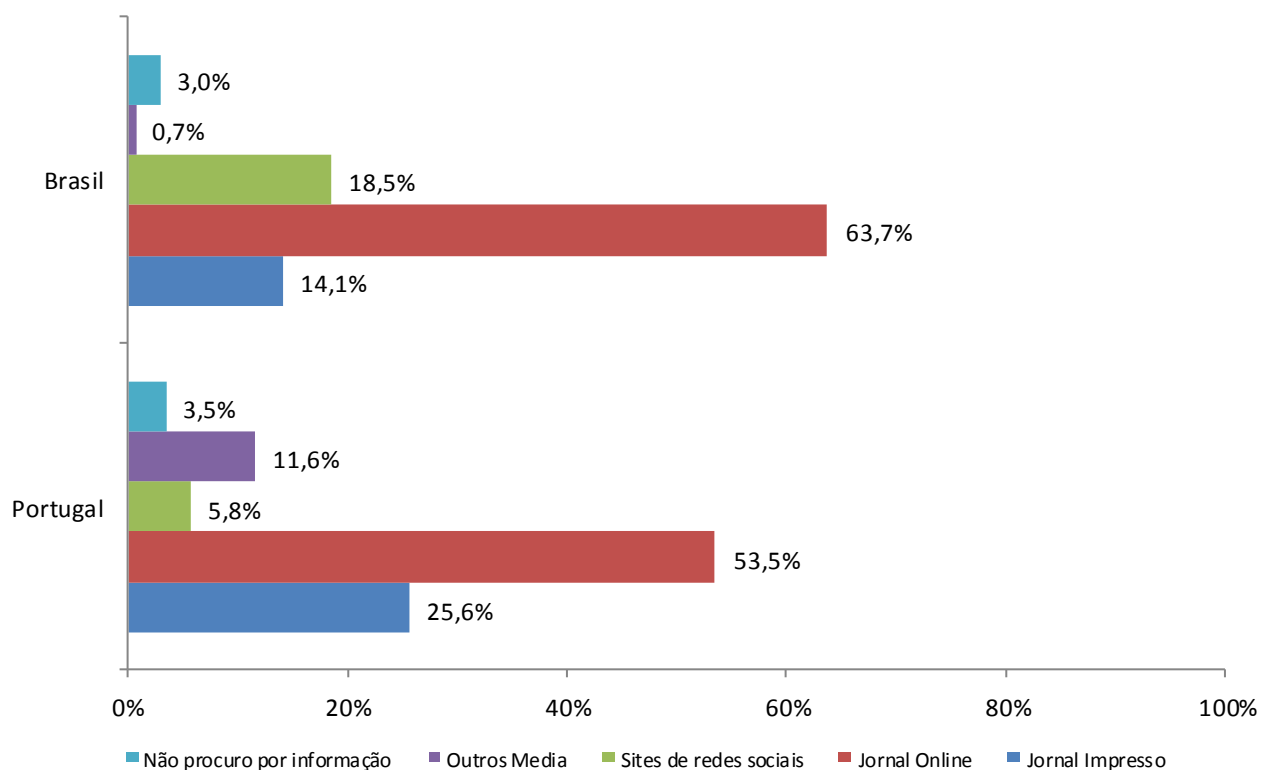


n= 159 – inquiridos que valorizam a possibilidade de poder ler artigos, jornais, etc, sempre que compram um dispositivo electrónico (Portugal)

n= 256 – inquiridos que valorizam a possibilidade de poder ler artigos, jornais, etc, sempre que compram um dispositivo electrónico (Brasil)

Se considerarmos a subamostra de inquiridos que tendem a valorizar a possibilidade de poder ler artigos, livros, jornais, etc, sempre que compram um dispositivo electrónico, verificamos que, de facto, estes inquiridos utilizadores de internet tiram partido dessa potencialidade, uma vez que a grande maioria (94,9% no Brasil e 87,4% em Portugal) destes inquiridos tende a utilizar a Internet para ler sites de notícias, pelo menos uma vez por dia.

**Figura 20 - Inquiridos que têm actualmente alguma subscrição para alertas de notícias no/s seu/s dispositivo/s electrónico/s (cruzamento) Da seguinte lista de possibilidades, refira aquela que prefere quando procura por informação e notícias:**

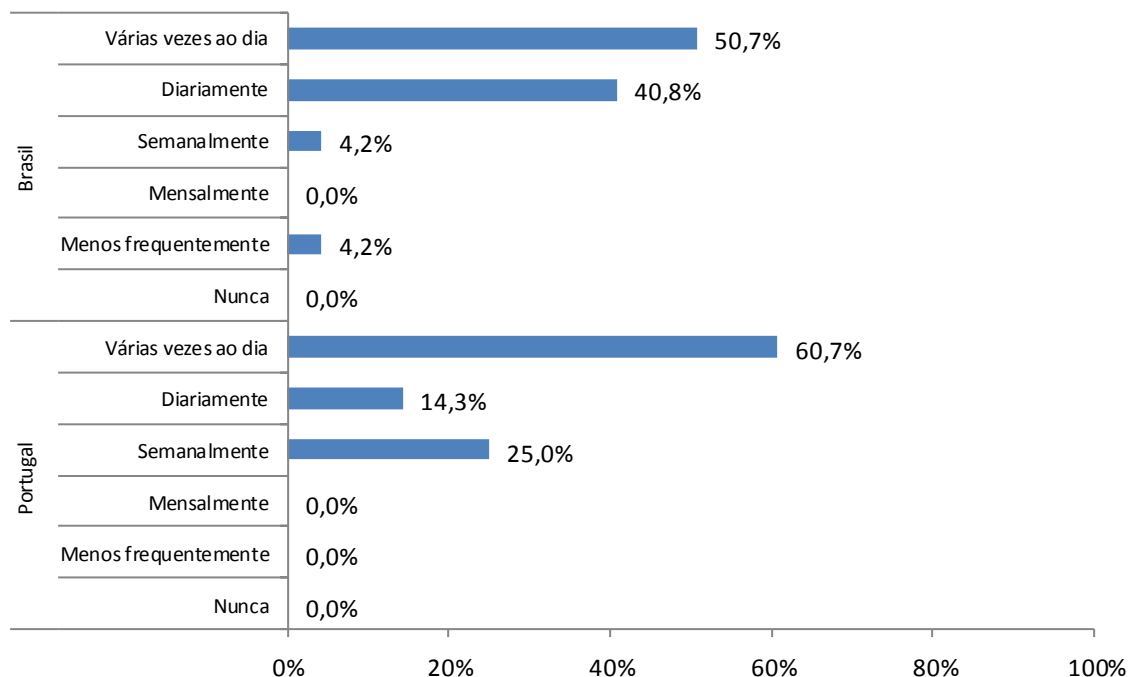


n= 86 – inquiridos que têm actualmente alguma subscrição para alertas de notícias no/s seu/s dispositivo/s electrónico/s (Portugal)

n= 136 – inquiridos que têm actualmente alguma subscrição para alertas de notícias no/s seu/s dispositivo/s electrónico/s (Brasil)

Daqueles inquiridos que referiram ter actualmente alguma subscrição para alertas de notícias nos respectivos dispositivos móveis, a grande maioria (63,7% no estudo referente ao Brasil e 53,5% no estudo referente a Portugal) prefere hoje consultar jornais no formato online quando procura por informação e notícias.

**Figura 21 - Inquiridos que já pagaram para ler algum tipo de conteúdo (jornais, revistas, etc) online (cruzamento) Com com frequência utiliza a Internet para ler sites de notícias?**

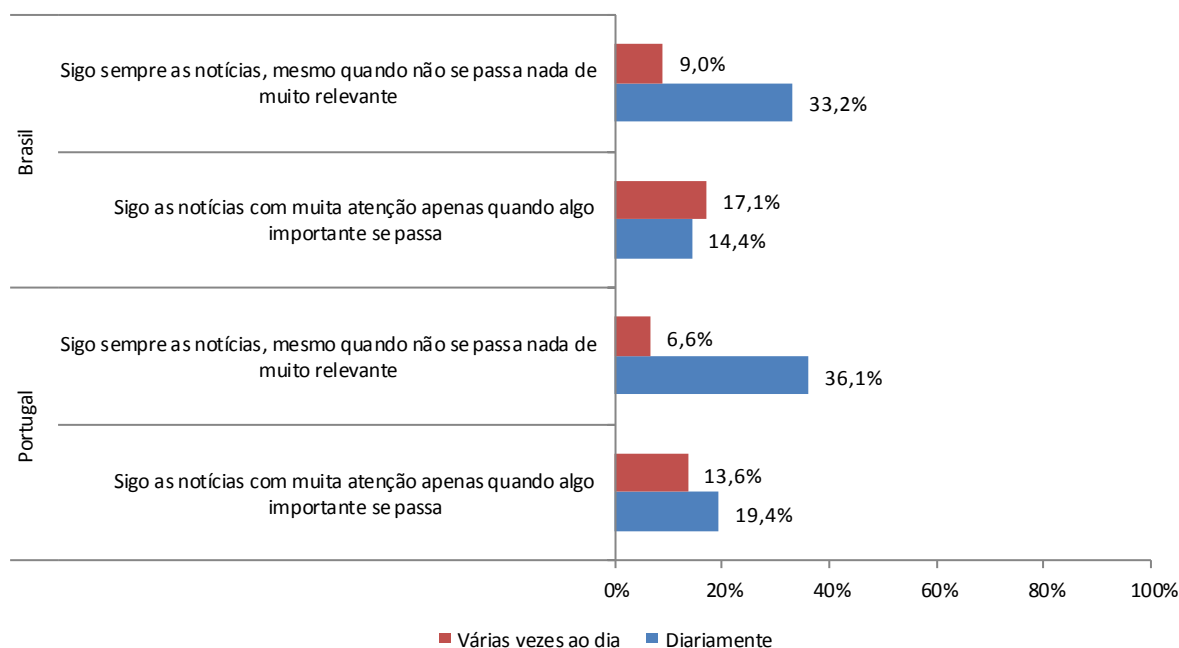


n= 28 – Inquiridos que já pagaram para ler algum tipo de conteúdo (jornais, revistas, etc) online (Portugal)

n= 71 – Inquiridos que já pagaram para ler algum tipo de conteúdo (jornais, revistas, etc) online (Brasil)

Entre os utilizadores de internet que afirmam já ter pago para ler algum tipo de conteúdo online, a grande maioria refere utilizar a Internet com uma frequência diária, para leitura de sites de notícias, valores que enquadram a importância de uma frequência de utilização maior num quadro de potencial pagamento por utilização. Por outras palavras, os dados poderão sugerir que quanto maior for a frequência de utilização da Internet para leitura de sites de notícias, maior será também a probabilidade de, a dado momento, os utilizadores que se inserem neste universo optarem por pagar algum tipo de conteúdo ao qual não consigam tão facilmente ter acesso livre.

**Figura 22 - Qual das seguintes situações melhor o descreve? (cruzamento) Diga-nos, por favor, com que frequência utiliza a versão impressa de um jornal, para se informar.**



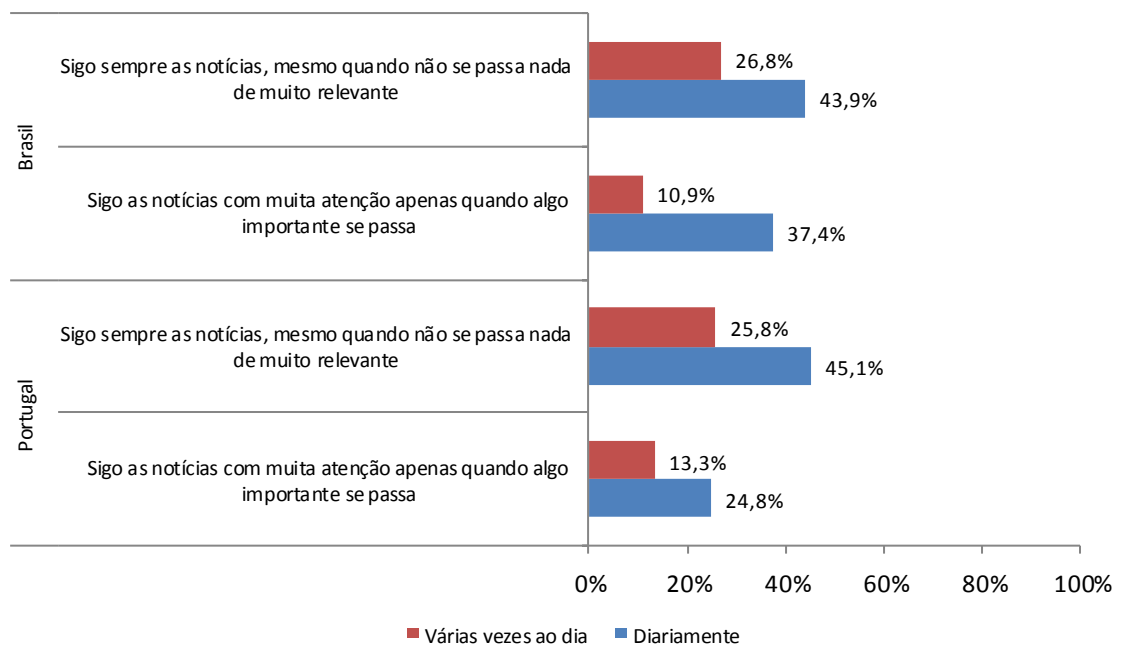
n= 286 – Inquiridos que referem seguir as notícias (Portugal)

n= 345 – Inquiridos que referem seguir as notícias (Brasil)

Se tivermos em conta os mais ávidos consumidores de notícias, mesmo quando não se passa nada de muito relevante, verificamos que 42,7% (Portugal) e 42,2% (Brasil) destes inquiridos utilizadores de internet tendem a utilizar a versão impressa de um jornal, pelo menos uma vez ao dia. Ora, esta é mais uma boa análise para comparar o que se vai passando no formato online, uma vez que, como podemos observar em baixo, o número de inquiridos que seguem sempre as notícias (mesmo quando não se passa nada de muito relevante), e que ao mesmo tempo tendem a utilizar mais do que uma vez por dia a versão online de um jornal ou publicação, é bastante superior ao evidenciado para a versão impressa. Com efeito, e para o caso de Portugal, daqueles utilizadores que consideram seguir sempre as notícias, mesmo quando não se passa nada de muito relevante, 70,9% tendem a utilizar a versão online de um jornal/publicação, pelo menos uma vez por dia. Este número é sensivelmente idêntico para o caso do Brasil, com 70,7% dos inquiridos que seguem sempre as notícias, mesmo quando não se passa nada de muito relevante, a considerarem simultaneamente que utilizam pelo menos uma vez por dia a versão online de um jornal ou publicação. Estes dados podem ter uma explicação que passa pela questão óbvia da consulta ininterrupta, isto é, a consulta que não depende de um espaço e suporte físicos, e que por isso está sempre disponível num qualquer ecrã ligado à Internet, oferecendo uma actualização e disponibilidade constantes de notícias e informação que vão de encontro às necessidades dos utilizadores e consumidores nestes formatos.



**Figura 23 - Qual das seguintes situações melhor o descreve? (cruzamento) Diga-nos, por favor, com que frequência utiliza a versão online de um jornal/publicação, para se informar.**



n= 286 – Inquiridos que referem seguir as notícias (Portugal)

n= 345 – Inquiridos que referem seguir as notícias (Brasil)

## Ficha técnica

**Título:** A Imprensa em Portugal e o peso das plataformas online (uma comparação com o caso brasileiro)

**Data de Edição:** Novembro 2013

**Coordenação Científica:** Gustavo Cardoso e Sandro Mendonça

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

**ISSN:** Publicações OberCom - ISSN 2182-6722



**OberCom** - Observatório da Comunicação

Palácio Foz - Praça dos Restauradores

1250-187 LISBOA

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

tel.: +351 213221319

fax: +351 213221320

<http://www.obercom.pt>