



Manuel Pinto & Joaquim Fidalgo (coord.)
Anuário 2006 - A comunicação e os media em análise
Projecto Mediascópio
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
Instituto de Ciências Sociais
Universidade do Minho
ISBN: 978-989-95500-0-1

Portugal e a ‘sociedade da informação’: alguns números

Manuel Pinto (mpinto@ics.uminho.pt)

Os números valem o que valem. Há quem os considere como argumento bastante e definitivo ou como sinal de rigor. Neste texto, eles serão, sobretudo, tomados como sinais, sintomas ou indicadores de tendências.

Não é este o contexto adequado para aprofundar conceitos. E o de “sociedade da informação” é precisamente um daqueles que, ainda que muito usado, ou talvez por isso mesmo, exija mais esforço crítico. Aqui tomá-lo-emos como referente de uma configuração sócio-cultural em mudança, com implicações ao nível local e global e com incidência na economia, na política e na cultura. A sociedade da informação é marcada pela convergência das redes de telecomunicações, da informática e de broadcasting e pelas tecnologias de informação e comunicação, traduzida em inovações e modos e estilos de vida com repercussão em todos os sectores da vida social. Mas, desejavelmente, as tecnologias são (ou não) instrumentais a uma vida social e individual em que a informação necessária e relevante circule para todos e ajude a comunicar melhor. É esse o cunho e o sentido que aqui se considera importante.

1.

O ano de 2006 começou com os ecos da segunda fase da Cimeira Mundial da Sociedade da Informação (realizada na Tunísia de 5 Novembro anterior) ainda a fazerem-se ouvir. Reiterando a ideia de que o conceito e as políticas da “sociedade da informação são indissociáveis da liberdade de expressão e do livre fluxo da informação, das ideias e do conhecimento”, a declaração aprovada em Tunes reafirmava uma orientação virada para as pessoas, para o desenvolvimento e a inclusão. Isto para assegurar que “em toda

a parte, as pessoas possam criar, aceder, utilizar e partilhar informação e conhecimento” e que “todos possam beneficiar das potencialidades das TIC”¹.

Portugal tem acompanhado as mudanças que outras sociedades, nomeadamente as europeias, têm conhecido. Mas, apesar dos discursos políticos, que tendem a fazer crer que nos situamos na ‘crista da onda’, a verdade é que a nossa posição, que, no geral, compartilhamos com outros países da Europa do Sul, é a da cauda do pelotão.

Em 10 de Novembro do ano aqui em análise, o gabinete oficial de estatísticas da EU, Eurostat², divulgava em Bruxelas os dados sobre acesso e uso da Internet, relativos ao primeiro trimestre de 2006. Por eles se ficava a saber que 52% dos lares da União Europeia tinham, então, acesso à Internet (mais quatro pontos que no ano anterior). Portugal, com 35%, surgia apenas à frente da Grécia (23%), da Eslováquia (27) e da Hungria (32), a uma distância quase abissal do pelotão da frente, constituído pela Suécia (77%), Dinamarca (79) e Holanda (80).

Considerando o uso regular da Internet (entendendo por regular o uso pelo menos uma vez por semana), o Eurostat indicava que apenas 31% dos indivíduos entre os 15 e os 74 anos adoptavam essa prática, no nosso país (eram 47% na União Europeia). Analisando mais de perto essa percentagem, verifica-se que a variável género e, sobretudo, a idade registam variações acentuadas. Assim, apenas 28% das mulheres dos 16 aos 74 anos (contra 35% dos homens) fazem uma utilização regular da Internet. Do ponto de vista da idade, esses valores variam mais ainda: 68% para o segmento dos 16-24 anos; 34% para os 25-54 anos; e 6% entre a faixa dos mais velhos.

Apesar de tudo, estudos realizados para o caso português levaram a concluir que “a utilização das TIC não é uma questão geracional. É sobretudo uma questão de qualificação”: “O nível de escolaridade dos indivíduos, a situação profissional e exigências ou qualificação dos postos de trabalho, o custo do equipamento e de ligação à Internet constituem-se como factores sociais e económicos condicionantes das medidas de intervenção política visando a generalização e massificação do uso de tecnologias de informação e comunicação”³.

Um aspecto que, a partir destes dados, importa sublinhar é que, ao contrário da mensagem implícita que por vezes se faz passar, em meios nos quais uma boa parte da vida social já ocorre na e através da web, a maioria clara da população (perto de dois terços) não tem acesso à Internet em casa, nem é frequentadora regular desse meio-ambiente. As causas encontram-se, em grande medida, no factor económico e na percepção da (in)utilidade do acesso.

¹ Cf. Tunes Commitment.

² Eurostat (2006) Internet usage in the EU25: Nearly half of individuals in the EU25 used the internet at least once a week in 2006. Bruxelas.

³ Rodrigues, M. J.; Trocado da Mata, J. (2003) ‘A Utilização de computador e da Internet pela população portuguesa’. *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.º 43, pp. 161-178

Não é, assim, de estranhar o teor de uma notícia do Público, de 21 de Junho, segundo a qual “mais de metade dos portugueses [dos 16 aos 74 anos] não tem quaisquer conhecimentos básicos de informática, tornando Portugal um dos países da União Europeia (UE) com uma taxa mais elevada de ‘analfabetismo informático’⁴. Baseada num estudo⁵ divulgado no dia anterior, em Bruxelas, pelo Eurostat, e referente a 2005, a notícia dava conta de que “54% dos portugueses não têm “conhecimentos básicos de informática” e 9% ficam por um nível “baixo”, enquanto 22% têm conhecimentos de informática “médios” e apenas 13% “elevados”. Pior que Portugal apenas se encontravam quatro países da UE: a Grécia (65%), a Itália (59%), a Hungria (57%) e Chipre, nação que têm a mesma percentagem que Portugal de população sem os “conhecimentos básicos” para trabalhar com um computador (54%).

2.

No início de 2006, o Technorati, um motor de indexação e busca especializado em weblogs, contabilizava cerca de 26 milhões, cerca de 55% dos quais activos⁶. Um ano depois, esse número era de cerca de 60 milhões deste tipo de sites caracterizados pela auto-edição e pela facilidade de acesso à publicação à escala global. Um fenómeno com um crescimento exponencial, sobretudo no período que começa em 2003, durante o qual, em períodos sucessivos, o número de blogues duplicava a cada seis meses⁷.

Ainda que se observasse uma ligeira tendência para a suavização da curva ascendente ao longo de 2006, a blogosfera continuou a dar sinais de uma actividade assinalável: cerca de 100 mil blogues eram criados em cada dia⁸.

Em Portugal, este fenómeno conheceu também alguma vitalidade, sobretudo a partir de 2003⁹. Contudo, e como notei noutra lugar, “o panorama da blogosfera mantém-se como realidade ainda pouco conhecida, apesar dos sinais de uma atenção crescente de

⁴ Competências avaliadas e consideradas na operacionalização do conceito de ‘analfabetismo informático’: saber copiar e substituir partes de um texto, usar programas informáticos, mudar ou comprimir ficheiros e fazer contas.

⁵ Eurostat (2006, 20 de Junho) The e-society in 2005 - More than a third of EU25 population have no basic computer skills. Bruxelas

⁶ Por blogs activos o Technorati considera aqueles que foram actualizados pelo menos uma vez nos três meses anteriores.

⁷ Há, no entanto, que não perder a perspectiva: este número é pouco mais do que uma gota no oceano dos sites existentes na Internet. Tanto quanto é possível seguir as contabilizações publicadas por empresas da especialidade, o ano de 2006 viu ser dobrado o cabo dos mil milhões de internautas e o dos cem milhões de hostnames no planeta (os blogues estão alojados num número relativamente pequeno de hostnames). Dados divulgados por Francis Pisani (cf. post de 2.11.2006) mostram como cresceu, nos últimos dez anos, o volume de hostnames:

Abril de 1997: 1 M (milhão)

Fevereiro de 2000: 10 M

Maio de 2004: 50 M

Abril de 2006: 80 M

Agosto de 2006: 90 M

Novembro de 2006: 100M.

⁸ Cf. Sifry, D. (2006, 6 de Novembro), **State of the Blogosphere**, October, 2006. Sifry's Alerts.

⁹ Cf., nesta edição, o texto de Leonel Vicente sobre a blogosfera em 2006.

distintos agentes sociais e culturais”¹⁰. Do ponto de vista quantitativo, os dados disponíveis são imprecisos e devem, por conseguinte, ser tomados com precaução. Segundo informação veiculada pelo Diário Digital, baseado numa informação da Marktest, seriam da ordem dos 13 mil os blogues activos no nosso país. É claro que os blogues activos são apenas uma parte dos blogues criados. E, de facto, só na plataforma Blogs.no.sapo, existiam 73.022 em 16 de Outubro de 2006. Ora, se se tiver em conta que os blogues albergados na plataforma Weblog.com.pt se cifram em cerca de 3000 e, sobretudo, que uma boa parte dos blogues nacionais continuam albergados no Blogger.com, não seria temerário supor que os blogues portugueses seriam superiores a cem mil. Se aplicássemos a percentagem dos blogs activos atrás calculada pelo Technorati, ainda assim teríamos um número que não deixa de ser notável.

A criação e alimentação de blogues revelam uma actividade que, apesar de tudo, não dá conta do dinamismo da blogosfera. E isto porque muitas pessoas não se dão ao trabalho de serem protagonistas de um (ou mais) blogues, mas acompanham com regularidade os que existem. O que sugere que o mundo dos blogues e outros novos media em rede serão bem mais do que “preocupante manifestação de um processo de dessocialização e de sedentarização das solidões”, como o caracterizou em tempos Miguel Sousa Tavares¹¹.

3.

Os fortes índices de crescimento da penetração e uso dos computadores e da Internet não devem fazer esquecer que os media clássicos, e em primeiro lugar a televisão, continuam a ter uma centralidade notória na ocupação do tempo livre médio global da população, ainda que alguns indicadores apontem para mudanças significativas na estruturação dos lazeres entre os segmentos etários mais jovens, com a difusão da Internet.

Os videojogos e jogos online, por exemplo, são um desses novos fenómenos. Dados divulgados pela Marktest na sua newsletter de 22 de Agosto de 2006, relativos a 2005, sugerem que um em cada quatro lares do Continente possui consolas de jogos. Isto significa que 2,18 milhões de indivíduos residem em lares onde existe tal dispositivo, um número que representa 26.2% do universo composto pelos residentes no Continente com 15 e mais anos.

Mas a TV continua a ser de facto o grande meio consumidor de tempo: cada português viu em média três horas e meia por dia, um valor que é praticamente idêntico ao verificado no ano anterior¹².

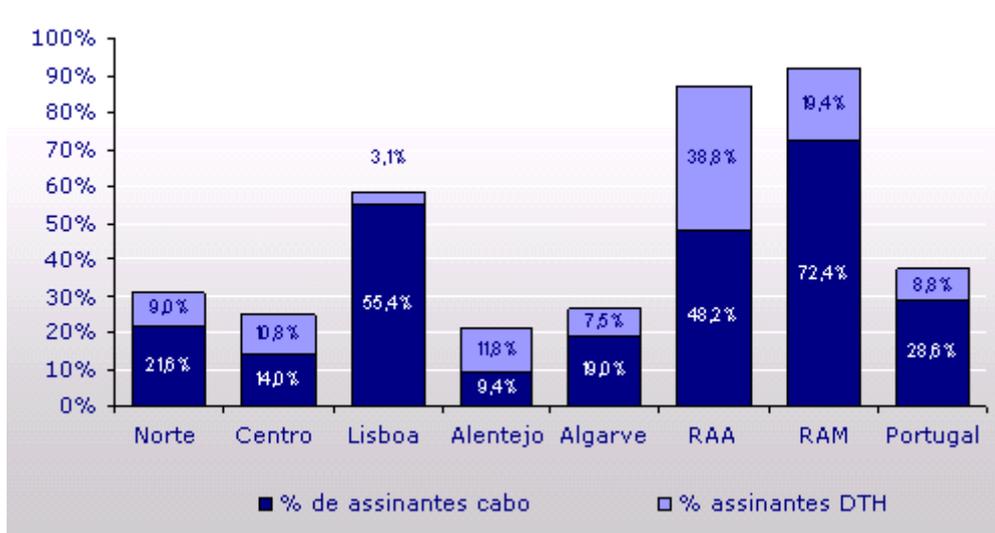
¹⁰ Pinto, M. (2007) Weblogues e jornalismo: o ano de 2006, in *OberCom - Anuário da Comunicação 2005-2006*. Lisboa, pp. 216-219

¹¹ Expresso, 28 de Outubro de 2006

A rádio, por seu turno é escutada cerca de 3 horas e 13 minutos por dia¹³, ainda que seja, em boa parte do tempo de consumo, um meio de acompanhamento, quando se realiza outras tarefas.

Anexos

Gráfico 3. Penetração relativa face ao total de alojamentos dos assinantes de TV por cabo e por DTH, por NUTSII – 1T07



Fonte: Anacom

Posse de computador e ligação à Internet nos agregados domésticos (%), Portugal, 2002-2006

| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|------------|------|------|------|------|------|
| Computador | 26,8 | 38,3 | 41,3 | 42,5 | 45,4 |
| Internet | 15,1 | 21,7 | 26,2 | 31,5 | 35,2 |

Nota:

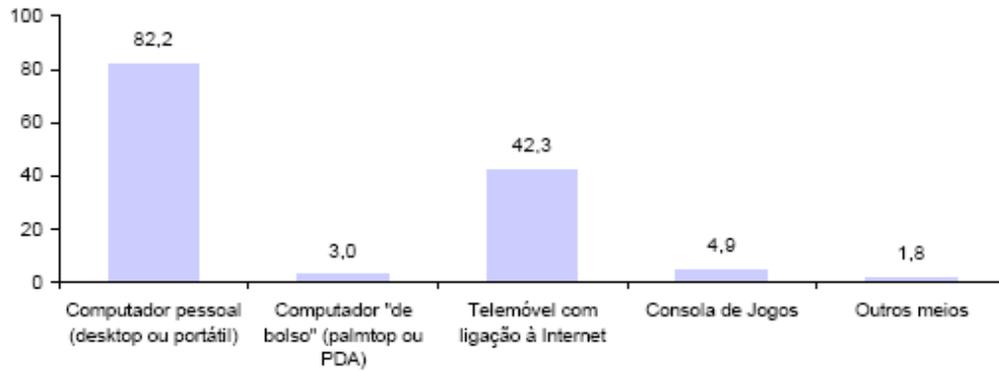
Universo: Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos.

Fonte: INE/Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006

¹² Mais rigorosamente: 3 horas, 30 minutos e 5 segundos de televisão, menos 2 minutos e 4 segundos do que no ano anterior (fonte: Marktest, 23 de Janeiro de 2007).

¹³ Cf. dados de audiência da Marktest

Meios de acesso à Internet em casa (%), Portugal, 2006

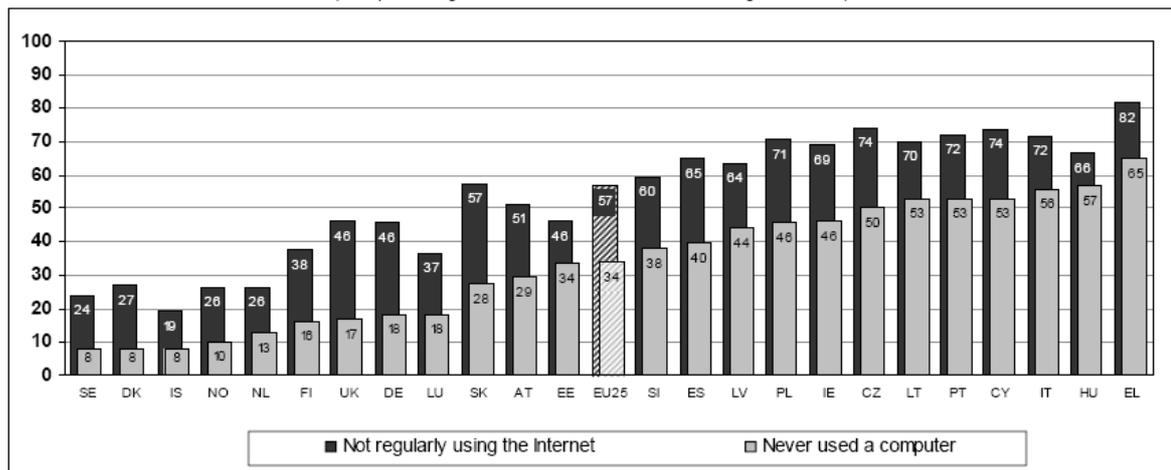


Nota:

Universo: Agregados domésticos residentes no território nacional e em alojamentos não colectivos, com pelo menos um indivíduo entre os 16 e os 74 anos e com ligação à Internet em casa.

Fonte: INE/Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2006

Graph 2 – Individuals not using computers or the Internet (2005)
(as a percentage of the total number of individuals aged 16 to 74)



Source: Eurostat, Community survey on ICT usage in households and by individuals.

Notes: Data on computer use not available for Belgium (percentage not regularly using the Internet: 47%); no data available for France and Malta.