

Portugueses já passam mais tempo *online* do que a dormir

Os portugueses já passam mais tempo online do que a dormir. Ao todo, 72 horas da semana (cerca de 10 horas por dia) são gastas a navegar na Internet através do telemóvel, computador e até colunas e televisões inteligentes. As redes sociais ocupam cerca de 13 horas da semana, com o Facebook a ser a plataforma preferida. Parte deste tempo, é usado a seguir as publicações dos chamados “influenciadores digitais” (influencers, em inglês): pessoas seguidas por milhares que são escolhidas por marcas para promoverem os seus produtos.

As conclusões surgem no Digital Consumer 2021, um relatório anual sobre os consumos digitais dos portugueses elaborado em parceria pelas agências de estudo de mercado Nielsen e Dynata. Um dos focos foram os hábitos dos portugueses nas redes sociais. Em 2021, a plataforma mais utilizada em Portugal é o Facebook, com uma média de quatro horas de utilização por semana. O número sobe quatro horas e meia em mulheres entre os 30 e os 39 anos e para cerca de cinco horas em homens com mais de 50 anos. A segunda rede social mais popular é o Instagram, com uma média de utilização de três horas por semana. Em terceiro lugar fica o TikTok (preferida pelos mais jovens) com uma média de utilização de cerca de duas horas por semana.

Muitas pessoas usam mais do que uma rede social, motivo pelo qual, ao todo, cada português passa cerca de 13 horas nestas plataformas. Uma das razões para as usar é seguir publicações de “influencers”: 30% dos inquiridos admite que procura, activamente, recomendações destes utilizadores e 57% admite que as opiniões e partilhas nas redes sociais têm algum impacto na forma como vêem diferentes marcas e produtos. O Facebook e o Instagram (que também é detido pelo Facebook) são as redes mais usadas para este efeito.

Segundo dados da analista Markets and Markets, a indústria dos “influencers” cresceu com a pandemia e deve atingir os 24,1 mil milhões de dólares (20,43 mil milhões de euros) até 2025, com uma taxa média de crescimento anual (CAGR) de 32%. Um dos motivos é que as marcas passaram a depender mais de utilizadores nas redes sociais como porta-vozes.

Em geral, as respostas dos portugueses nos inquéritos da Nielsen e Dynata também mostram que “navegar na Internet” tem uma dimensão cada vez mais ampla e, muitas vezes, usam-se dois ou mais aparelhos em simultâneo.

Por exemplo, o smartphone é o aparelho de eleição para navegar nas redes sociais e fazer videochamadas, enquanto o computador é o meio usado para trabalhar, fazer compras e ler notícias. Cerca de 44% dos inquiridos mencionou televisões inteligentes para ver filmes e 16% referiu utilizar colunas com assistentes digitais (por exemplo, a Echo da Amazon) para pedir informações.

Fora do trabalho, compras e redes sociais, as pessoas passam 15 horas por semana em plataformas de streaming de séries e vídeos (como a Netflix e a HBO).