

# ACESSO E CONSUMO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Resultados do Inquérito Multi-objectivo Contínuo  
IMC 2018

**NOEMI RUTE RAMOS**

Directora do Departamento das Estatísticas Demográficas e Sociais

# CONTEÚDO



## Aspectos metodológicos

## Principais resultados

- **ACESSO ÀS TIC**
- **NOTORIEDADE DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**
- **TELEVISÃO**
- **RÁDIO**
- **JORNAL IMPRESSO**
- **JORNAL ONLINE**
- **REDES SOCIAIS**
- **NÍVEL DE CONFIANÇA**



# ASPECTOS METODOLÓGICOS

# ASPECTOS METODOLÓGICOS



## OBJECTIVO DO MÓDULO ACESSO E CONSUMO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Identificar as principais características do sector da Comunicação Social que contribuirão para adopção e/ou reformulação das políticas e programas sectoriais.

- Conhecer o nível de acesso aos meios de comunicação social no agregado familiar;
- Conhecer a notoriedade e o nível e confiança dos órgãos de comunicação social
- Conhecer os hábitos de consumo relativamente:
  - à frequência (dias por semana) e intensidade (horas por dia) do consumo;
  - às preferências;
  - aos tipos de programas, conteúdos ou informações mais consumidas;
- Medir o nível de conhecimento da população sobre a Televisão Digital Terrestre (TDT)

# ASPECTOS METODOLÓGICOS



## INQUÉRITO MULTI-OBJECTIVO CONTÍNUO, IMC 2018 MÓDULO ACESSO E CONSUMO COMUNICAÇÃO SOCIAL

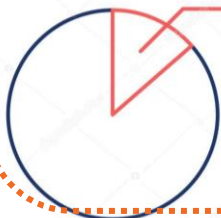
### AMOSTRA



# 6.143

População de  
**15 anos ou mais**

Um indivíduo elegido  
aleatoriamente em cada agregado  
familiar



### RECOLHA

**NOVEMBRO – DEZEMBRO 2018**

### REPRESENTATIVIDADE

**Nacional**  
**Meio Residência**  
**Concelhos**



# COMUNICAÇÃO SOCIAL

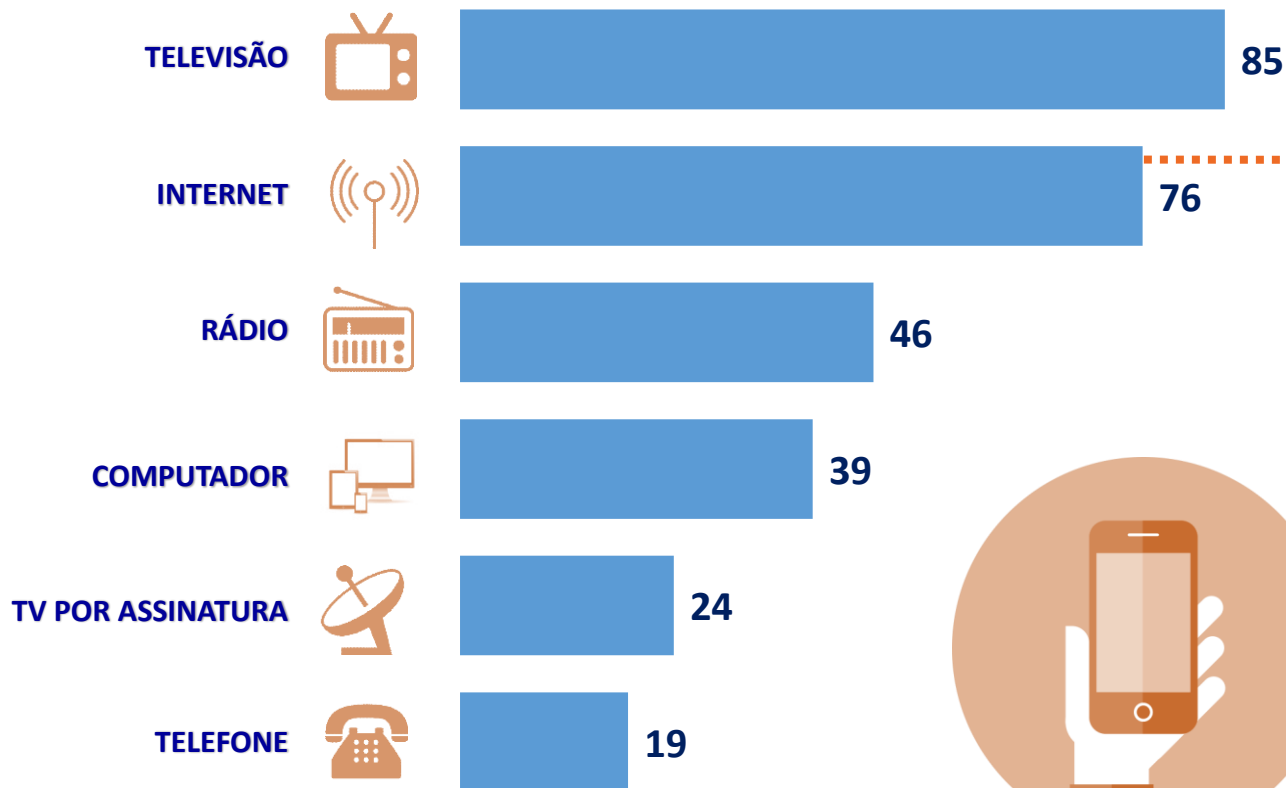


## PRINCIPAIS RESULTADOS 2018

# ACESSO A TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

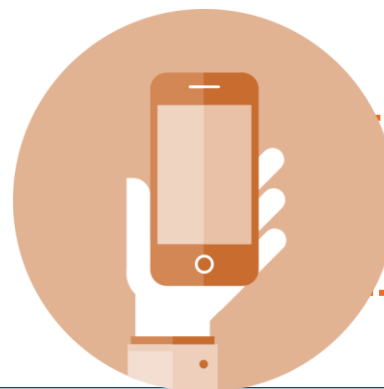


## PERCENTAGEM DE POPULAÇÃO DE 15 ANOS OU MAIS COM ACESSO A MEIOS DE COMUNICAÇÃO (%)



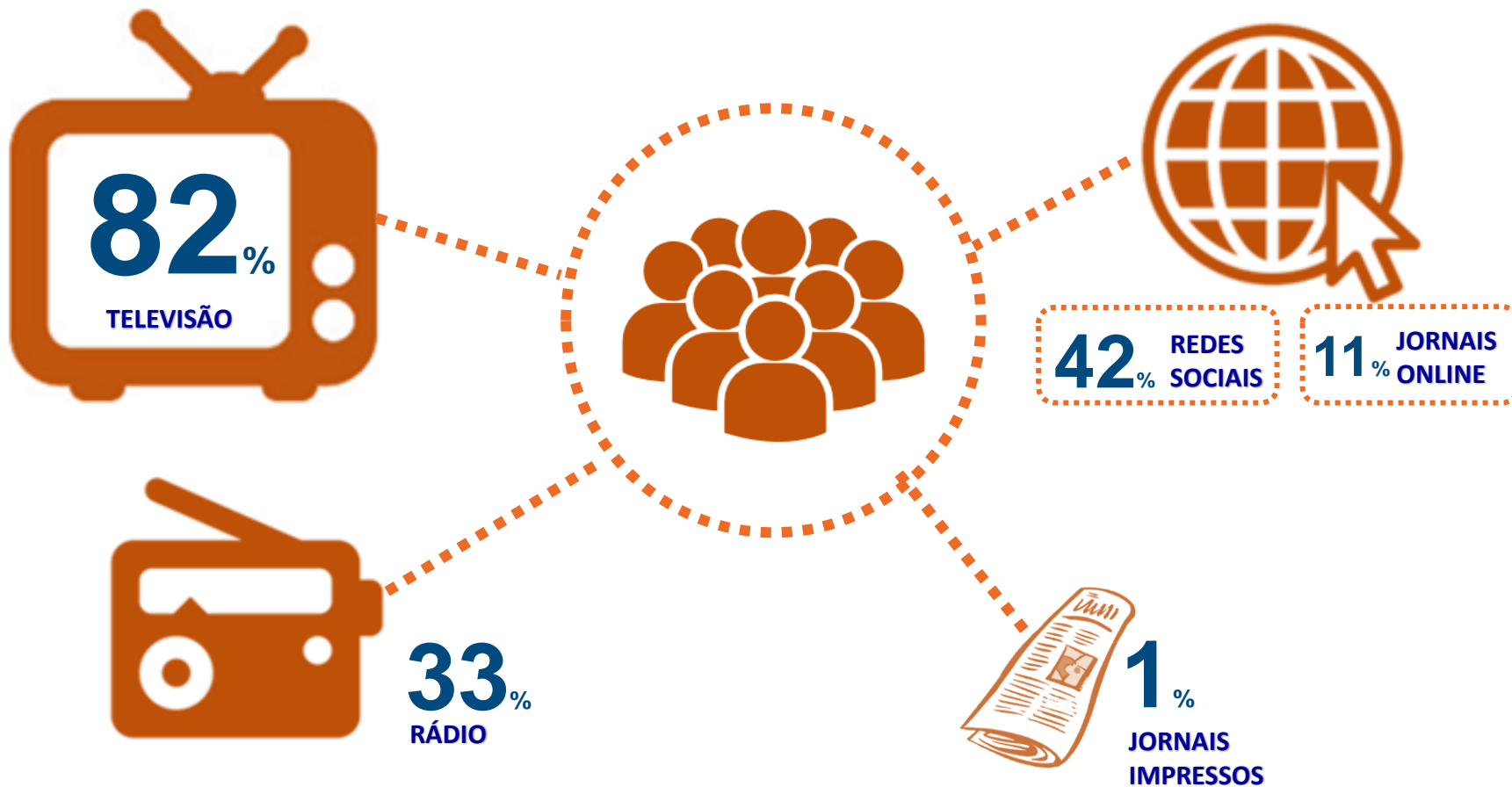
**98%** ACEDE A INTERNET VIA REDE MÓVEL

**97%** POPULAÇÃO 15 ANOS OU MAIS TEM TELEMÓVEL



# MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL UTILIZADOS PARA SE INFORMAR

PERCENTAGEM DE POPULAÇÃO DE 15 ANOS OU MAIS (%)





# TELEVISÃO



# NOTORIEDADE DOS CANAIS DE TELEVISÃO



DIGA-ME O NOME DE TRÊS CANAIS DE TELEVISÃO QUE CONHECE

87%



59%



22%



29%



22%



24%



10%

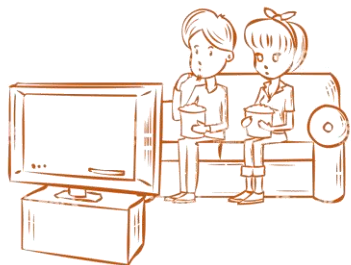
REDE GLOBO



# CONSUMO DA TELEVISÃO



Percentagem da população 15 anos mais que assistiu televisão nos últimos 3 meses



**87%**

POPULAÇÃO 15 ANOS OU MAIS VIU / ASSISTIU TV NOS ÚLTIMOS 3 MESES

## MEIO RESIDÊNCIA



URBANO

**91%**



RURAL

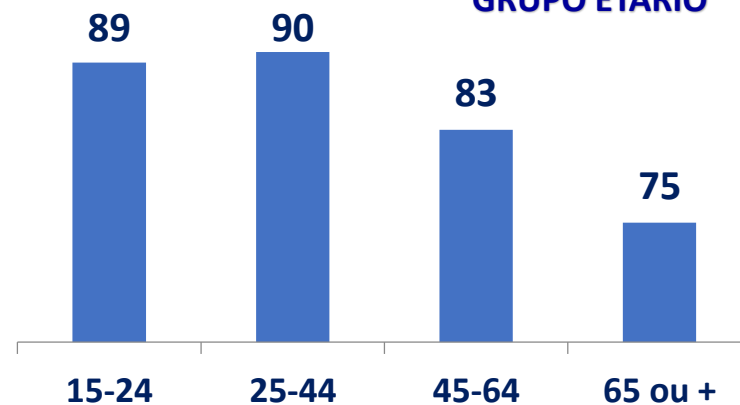
**80%**

## NÃO EXISTE DIFERENÇA DE GÉNERO

 =  = **87%**

**5%** VÊ TELEVISÃO NA INTERNET

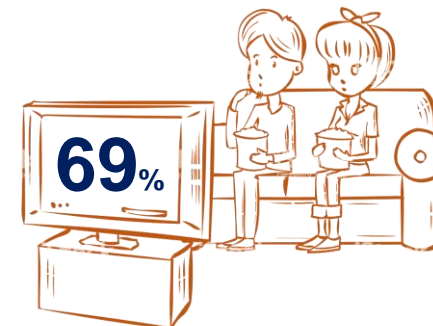
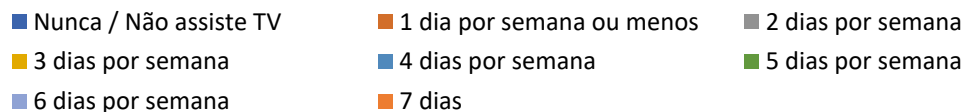
## GRUPO ETÁRIO



# FREQUÊNCIA DE CONSUMO DA TELEVISÃO



Distribuição da população 15 anos mais segundo o número de dias por semana que assistem TV



POPULAÇÃO 15 ANOS OU MAIS ASSISTE TELEVISÃO

**TODOS OS DIAS**

# INTENSIDADE DE CONSUMO DA TELEVISÃO



A quantidade média de horas que costumam ficar diante de um televisor por dia

HORA/ DIA - 2<sup>a</sup> – 6<sup>a</sup> FEIRA

02:25

HORA/ DIA – FIM SEMANA

02:33



02:30



URBANO

02:29



02:40



RURAL

02:14



02:39



URBANO

02:40



02:26



RURAL

02:12

# INTENSIDADE DE CONSUMO DA TELEVISÃO

A quantidade média de horas que costumam ficar diante de um televisor por dia



HORA/ DIA - 2ª – 6ª FEIRA



HORA/ DIA – FIM SEMANA



15-24

02:56

25-44

02:21

45-64

01:35

65 ou +

01:24

02:58

02:32

01:45

01:21

# PREFERÊNCIAS DE TELEVISÃO



## CANAIS DE TELEVISÃO MAIS VISTOS NOS ÚLTIMOS 3 MESES

84%



54%



19%



24%



14%



23%



10%



# PREFERÊNCIAS DE TELEVISÃO



MENOR PROPORÇÃO:

**34% PAUL**



MAIORES PROPORÇÕES:

**69% SANTO ANTÃO**

**68% SÃO VICENTE**

**64% SAL**



MAIORES PROPORÇÕES:

**70% SANTIAGO**

**62% MAIO**

DIFERENÇAS DE GÉNERO:



**82%**



**47%**

**SPORT-TV**

**43%**



**86%**



**61%**



**27%**



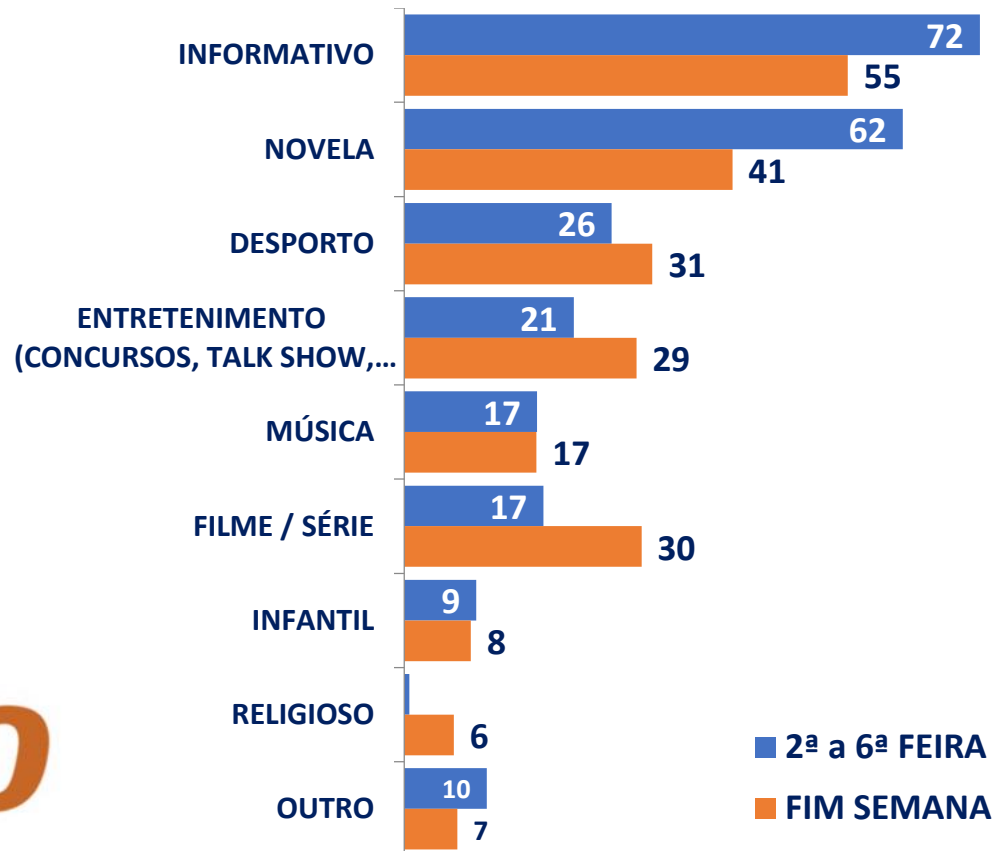
# PROGRAMAS PREFERIDOS NA TELEVISÃO (%)



PROGRAMA  
INFORMATIVO



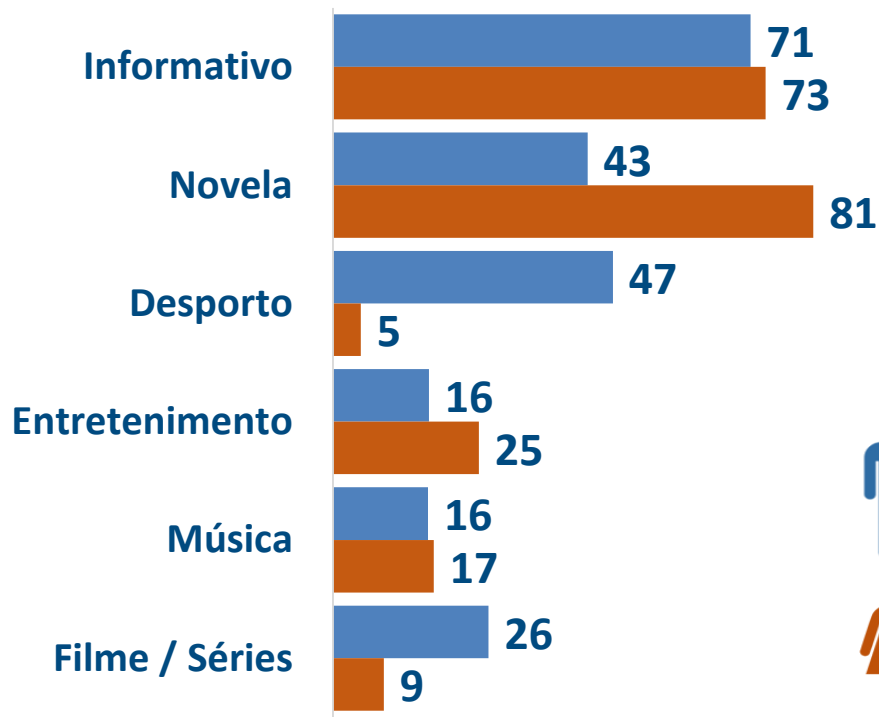
# DESPORTO



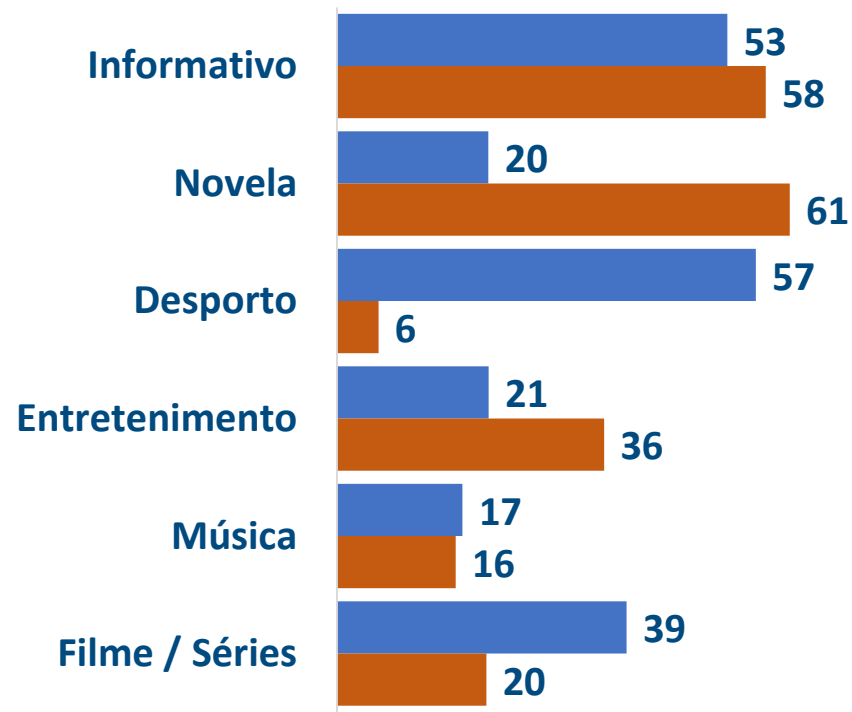
# PROGRAMAS PREFERIDOS NA TELEVISÃO (%)



## HORA/ DIA - 2ª – 6ª FEIRA



## HORA/ DIA – FIM SEMANA



# CONHECIMENTO DA TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE



**35%**

POPULAÇÃO 15 ANOS OU MAIS JÁ OUVIU FALAR DA TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE



**22%** SABE O QUE É TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE

**33%** TEM CONHECIMENTO QUE PODERÁ VIR ASSISTIR TV EM FORMATO DIGITAL

## MEIO RESIDÊNCIA



URBANO

**40%**



RURAL

**27%**



**43%**



**28%**

**70%** DOS COM CONHECIMENTO, **NÃO SABE O ANO** EM QUE CV PODERÁ VIR A TER SOMENTE TV DIGITAL

**22%** DIZ QUE É EM **2019**

# RÁDIO



# NOTORIEDADE DE EMISSORAS RÁDIO



DIGA-ME O NOME DE TRÊS RÁDIOS QUE CONHECE

39%



31%



16%



28%



14% morabeza  
rádio

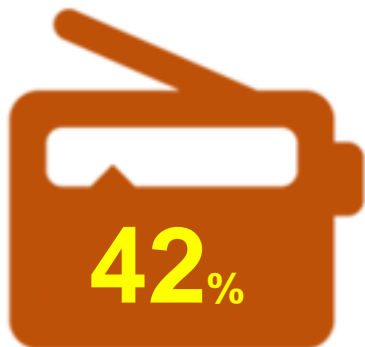
22%



8%



# CONSUMO DA RÁDIO



POPULAÇÃO 15 ANOS OU  
MAIS **OUVIU RÁDIO**  
NOS ÚLTIMOS 3 MESES

## SEXO



## MEIO RESIDÊNCIA



OUVEM RÁDIO EM **CASA**



OUVEM RÁDIO NO **TRABALHO**



OUVEM RÁDIO NO **CARRO**



OUVE RÁDIO NA **INTERNET**

# FREQUÊNCIA DE CONSUMO DA RÁDIO

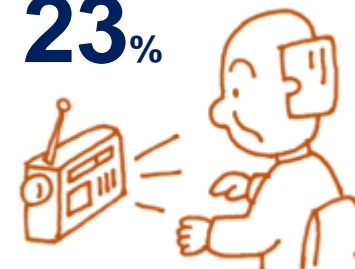


Distribuição da população 15 anos mais segundo o número de dias por semana que ouvem Rádio



■ Nunca / Não ouve rádio    ■ 1 dia por semana ou menos    ■ 2 dias por semana  
■ 3 dias por semana    ■ 4 dias por semana    ■ 5 dias por semana  
■ 6 dias por semana    ■ 7 dias

23%



POPULAÇÃO 15 ANOS OU MAIS  
ESCU TA RÁDIO  
TODOS OS DIAS

# INTENSIDADE DE CONSUMO DA RÁDIO



A quantidade de horas que costumam ficar, em média, escutar rádio por dia

HORA/ DIA - 2ª – 6ª FEIRA

02:31

HORA/ DIA – FIM SEMANA

02:35



02:32



URBANO

02:33



02:29



RURAL

02:24



02:31



URBANO

02:41



02:42



RURAL

02:19



# PREFERÊNCIAS DAS RÁDIOS



## RÁDIOS MAIS OUIDAS NOS ÚLTIMOS 3 MESES

52%



24%



18%



23%



7%



20%



7%



20%



5%



# PREFERÊNCIAS DAS RÁDIOS



## SANTO ANTÃO



74%



45%



33%

## SÃO VICENTE



73%



65%



57%

## SÃO NICOLAU



82%



55%



34%

## SAL



64%



60%



21%

## BOAVISTA



79%



55%



12%

## MAIO



54%



47%



21%

# PREFERÊNCIA DAS RÁDIOS



## PRAIA



38% 35% 33% 26%

## RESTO SANTIAGO



64% 50% 25% 22%

## FOGO



59% 38% 36% 34%

## BRAVA



59% 53% 47% 42%

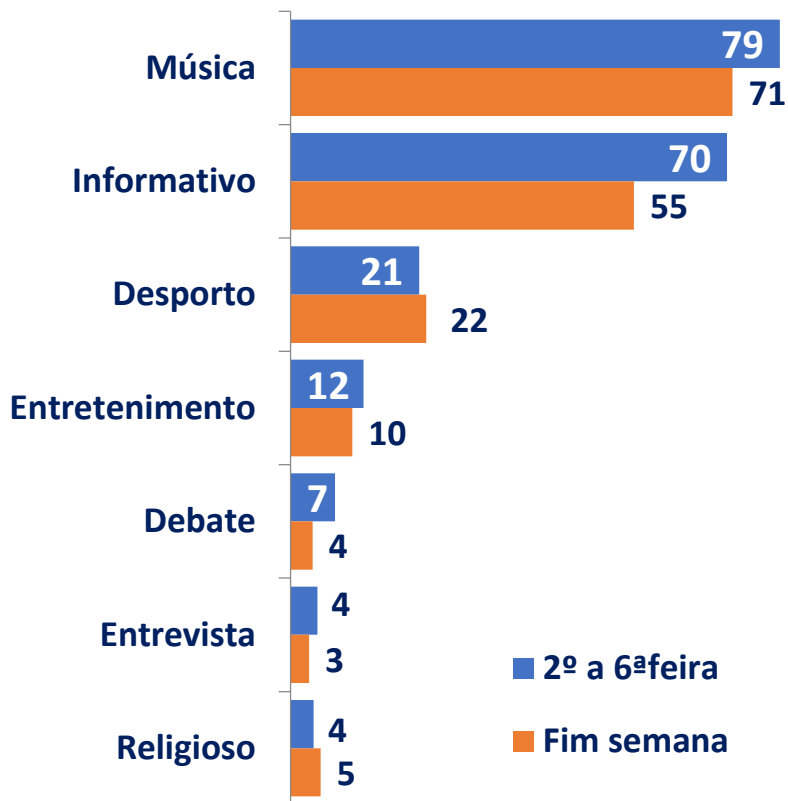
# PROGRAMAS MAIS OUIDOS NA RÁDIO (%)



PROGRAMA  
INFORMATIVO



# DESPORTO



# JORNAIS IMPRESSOS



# NOTORIEDADE DE JORNAIS IMPRESSOS



DIGA-ME O NOME DE TRÊS JORNAIS IMPRESSOS QUE CONHECE



59%

NÃO SOUBE DIZER  
NOME DE UM  
JORNAL IMPRESSO

35%

**A Nação**  
JORNAL INDEPENDENTE  Cabo Verde

7%

**Artiletra**

26%

**IE**  
EXPRESSO DAS ILHAS

6%

**TN** Terra Nova  
RELIGIÃO • CULTURA • SOCIEDADE

# CONSUMO DE JORNAIS IMPRESSOS



## PERFIL DO LEITOR

Percentagem da população de 15 anos ou mais que leu jornais impressos nos últimos 3 meses



4%

POPULAÇÃO 15 ANOS OU MAIS LEU  
**JORNAIS IMPRESSOS**  
NOS ÚLTIMOS 3 MESES

**67%** LÊ JORNAIS

PELO MENOS UMA  
VEZ POR SEMANA

**56%**

TEM 25-44 ANOS

**40%**

COMPROU UM  
JORNAL IMPRESSO  
NOS ÚLTIMOS 3 MESES



**88%**

VIVE NO MEIO URBANO



**49%**

SECUNDÁRIO

**37%**

PÓS-SECUNDÁRIO



**67%**

É HOMEM

# INFORMAÇÃO / CONTEÚDO JORNAIS IMPRESSOS



**ANÚNCIOS E AVISOS**

16

**DESPORTO**

17

**ECONOMIA E FINANÇAS**

19

**POLITICO**

35

**SOCIEDADE**

36





# JORNAIS ONLINE



# NOTORIEDADE DE JORNAIS ONLINE



DIGA-ME O NOME DE TRÊS JORNAIS ONLINE QUE CONHECE



58%

NÃO SOUBE DIZER  
NOME DE UM  
JORNAL ONLINE

25%

**A Nação**  
JORNAL INDEPENDENTE  
Cabo Verde

18%

**A BOLA**

15%

**IE**  
EXPRESSO DAS ILHAS

10%

**SAPO**  
CABO VERDE

9%

**infor  
press**  
AGÊNCIA CABO-VERDIANA DE NOTÍCIAS

4%

**Notícias  
do Norte**

# CONSUMO DE JORNAIS ONLINE



Percentagem da população de 15 anos ou mais que leu um jornal online nos últimos 3 meses



**22%**

POPULAÇÃO 15 ANOS OU MAIS LEU  
**JORNAIS ONLINE**  
NOS ÚLTIMOS 3 MESES

## PERFIL DO LEITOR



**67%**  
É **HOMEM**



**88%**  
VIVE NO **MEIO URBANO**



**49%** **SECUNDÁRIO**  
**37%** **PÓS-SECUNDÁRIO**

## FREQUÊNCIA DE CONSUMO

**31%** **TODOS OS DIAS**

**57%** **1 - 4 VEZES  
POR SEMANA**

## HORAS POR DIA

**2ª A 6ª FEIRA**

**00:43**

**FIM-SEMANA**

**00:52**

# INFORMAÇÃO / CONTEÚDO JORNAIS ONLINE



Percentagem da população de 15 anos ou mais que leu um jornal online nos últimos 3 meses



# REDES SOCIAIS



# CONSUMO DAS REDES SOCIAIS



## 74%

POPULAÇÃO 15 ANOS OU MAIS  
ACEDEU NOS ÚLTIMOS 3 MESES  
A UMA **REDE SOCIAL**

### SEXO



75%



72%

### MEIO RESIDÊNCIA



URBANO

84%



RURAL

53%

### GRUPO ETÁRIO



15-24



25-44



45-64

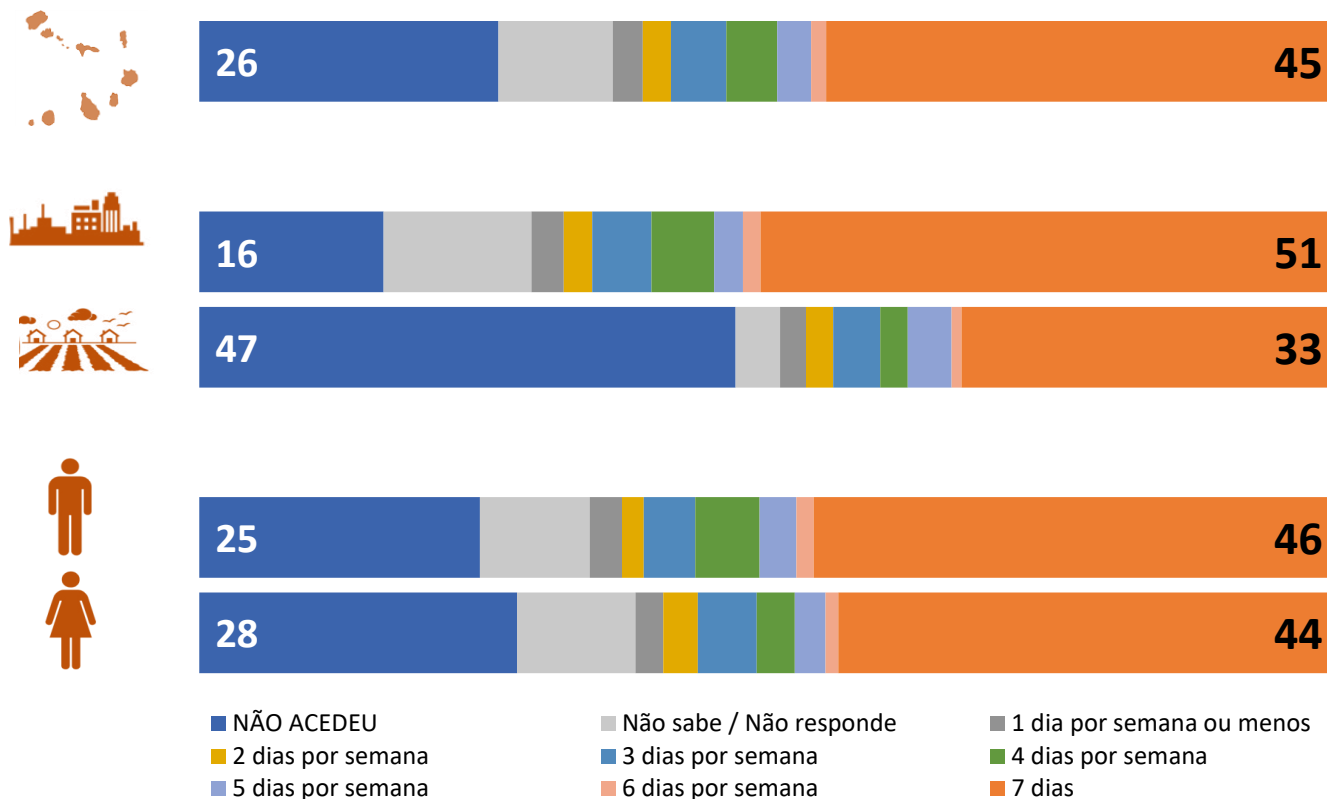


65 ou +

# FREQUÊNCIA DE CONSUMO DAS REDES SOCIAIS



Distribuição da população 15 anos mais segundo o número de dias que acederam a uma rede social nos últimos três meses



**45%**

**POPULAÇÃO 15 ANOS OU  
ACEDE A REDES SOCIAIS  
TODOS OS DIAS**

# INTENSIDADE DE CONSUMO DAS REDES SOCIAIS



A quantidade média de horas que costumam aceder a uma rede social por dia

**HORA/ DIA - 2ª – 6ª FEIRA**

**02:25**

**HORA/ DIA – FIM SEMANA**

**02:33**



**02:30**



URBANO

**02:29**



**02:20**



RURAL

**02:14**



**02:39**



URBANO

**02:40**



**02:26**



RURAL

**02:12**



# INTENSIDADE DE CONSUMO DAS REDES SOCIAIS

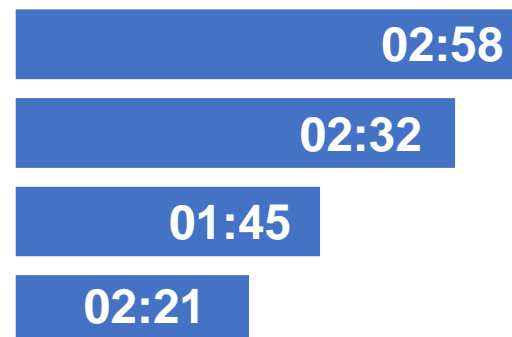
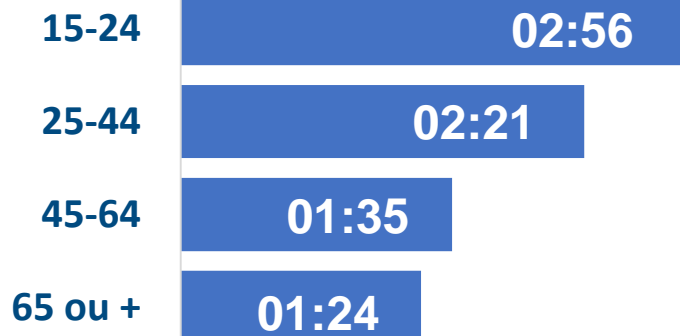


A quantidade média de horas que costumam aceder a uma rede social por dia

**HORA/ DIA - 2ª – 6ª FEIRA**



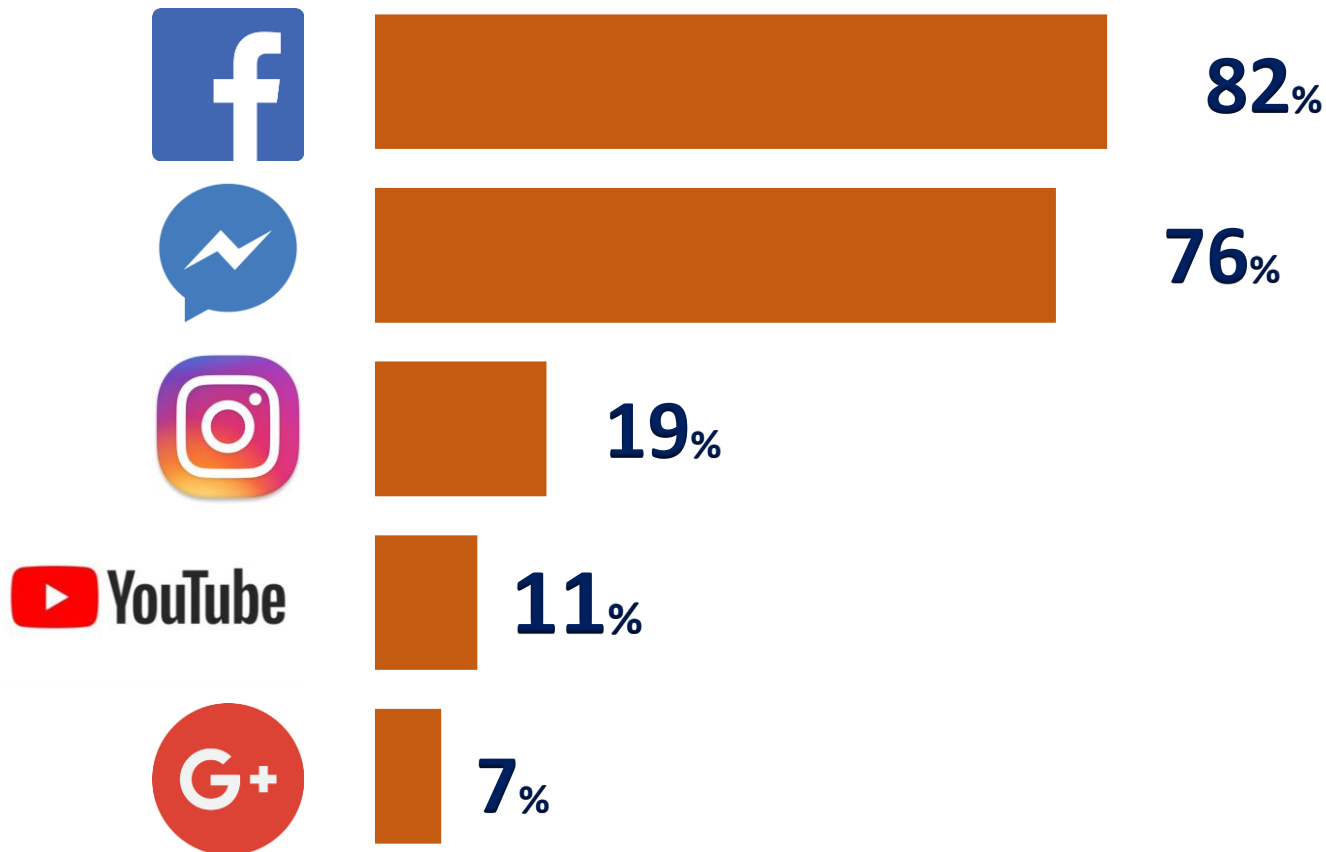
**HORA/ DIA – FIM SEMANA**



# PRINCIPAIS REDES SOCIAIS



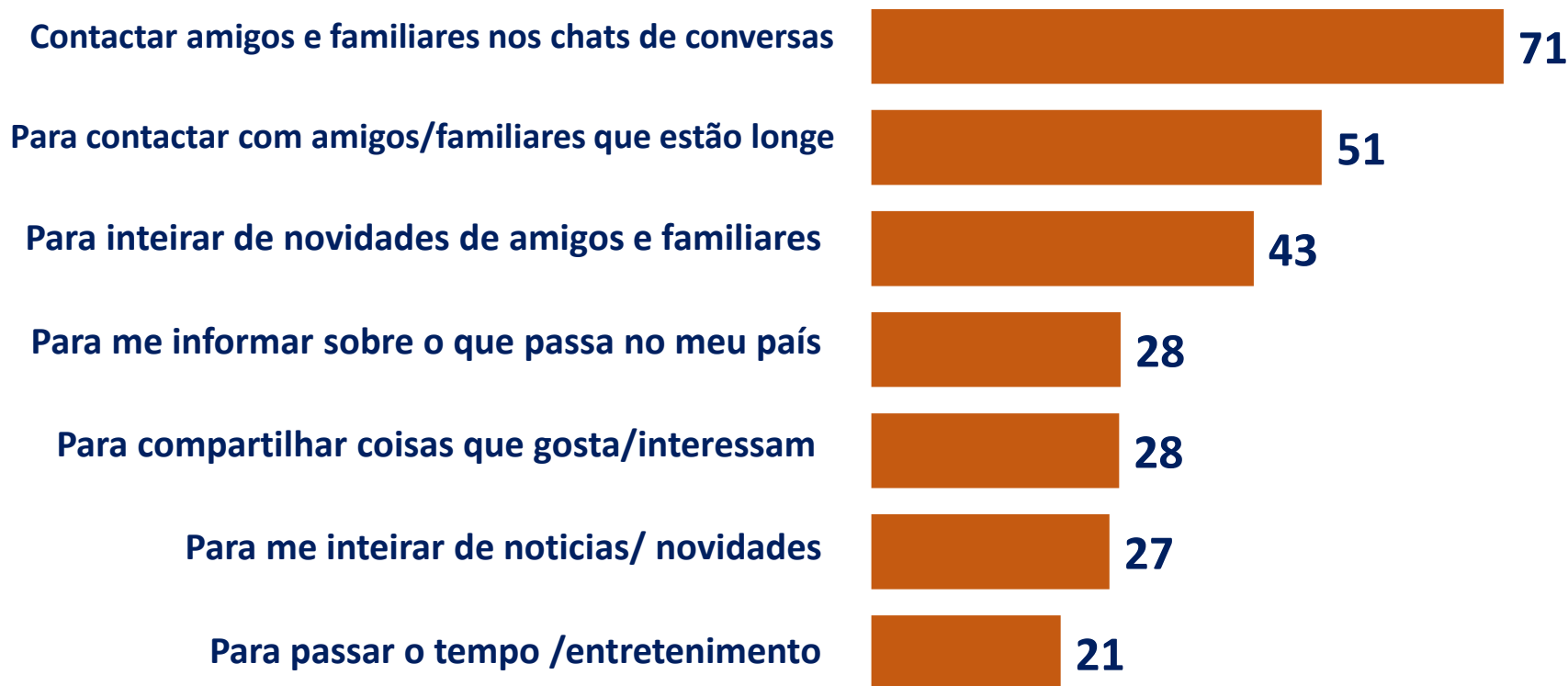
Percentagem da população de 15 anos ou mais que acedeu a redes sociais nos últimos 3 meses



# UTILIDADE DAS REDES SOCIAIS



Percentagem da população de 15 anos ou mais que acedeu a redes sociais nos últimos 3 meses



# JOVENS (15-24 ANOS) E AS REDES SOCIAIS



**90%** acedeu nos últimos 3 meses

**59%** acede todos os dias

**88%** acedeu ao Facebook

**78%** acede para conversar em chats

**02:56**

**2ª A 6ª FEIRA**

**02:58**

**FIM SEMANA**

# NÍVEL DE CONFIANÇA

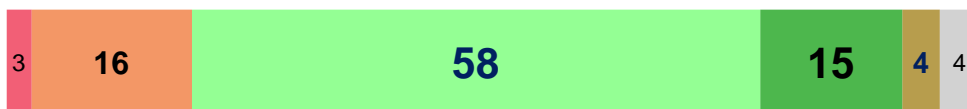
## COMUNICAÇÃO SOCIAL



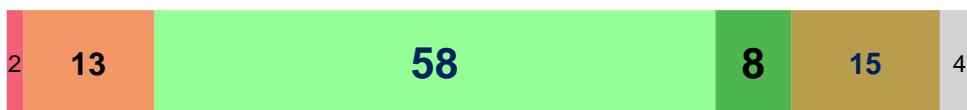
# NÍVEL DE CONFIANÇA

## NOTÍCIAS PUBLICADAS NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

COMUNICAÇÃO SOCIAL



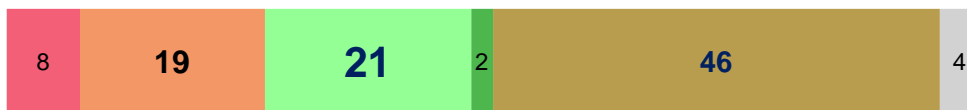
**73%** CONFIA nas notícias publicadas nas **TELEVISÕES**



**65%** CONFIA nas notícias publicadas nas **RÁDIOS**



**34%** NÃO CONFIA  
**31%** CONFIA POUCO  
nas notícias publicadas nas **REDES SOCIAIS**



■ Não confia ■ Confia pouco ■ Confia ■ Confia muito ■ NS/NR ■ ND



# OBRIGADO

Rua da Caixa Económica, nº18 | Praia | Ilha de Santiago

[www.ine.cv](http://www.ine.cv) | [facebook.com/ine.caboverde](https://facebook.com/ine.caboverde) | [twitter.com/INECV\\_Difusao](https://twitter.com/INECV_Difusao)



## **CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**

**Oswaldo Borges**

Presidente

**Celso Soares Ribeiro**

Vice Presidente

**Goreth Carvalho**

Administradora

## **Departamento das Estatísticas Demográficas e Sociais**

**Noemi Ramos**

Directora Departamento

**Alicia Mota**

Coordenadora do IMC 2018

**Ulisses Cruz**

Responsável pelo tratamento dos dados