



EUROBARÓMETRO PADRÃO 100

Utilização dos meios de comunicação social na União Europeia

Eurobarómetro Report
OUTUBRO — NOVEMBRO DE 2023

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Este inquérito foi solicitado e coordenado pela Comissão Europeia, Direção-Geral da Comunicação.

O presente documento não representa o ponto de vista da Comissão Europeia. As interpretações e opiniões contidas nele são apenas as dos autores.

Título do projeto	Eurobarómetro padrão 100 — outono de 2023 Utilização dos meios de comunicação social na União Europeia
Versão linguística	PT
Media/Volume	PDF/Volume_01
Número de catálogo	NA-AO-23-043-EN-N
ISBN	978-92-68-09983-4
ISSN	1977-3927
DOI	10.2775/25739

© União Europeia, 2023

<https://www.europa.eu/eurobarometer>

Crédito fotográfico: Getty Images

Índice

Introdução.....	4
I. Utilização e confiança dos meios de comunicação social.....	9
1. Utilização dos meios de comunicação social.....	10
2. Confiança nos meios de comunicação social.....	38
II. O nível de informação sobre questões europeias.....	45
III. Fontes de informação para questões políticas e para a União Europeia.....	56
1. Questões políticas europeias.....	57
2. A pesquisa ativa de informações sobre a União Europeia.....	64
IV. Pareceres sobre o pluralismo e a independência dos meios de comunicação social nacionais.....	69
1. Pluralismo nos meios de comunicação social nacionais.....	70
2. Independência dos meios de comunicação nacionais.....	74
V. Os europeus e as notícias falsas.....	84
VI. Redes sociais.....	99
1. Redes sociais em linha e informações políticas.....	100
Comentários.....	114



Documento preparado por Pierre Dieumegard para a [Europa-Democracia-Esperanto](#)

O objetivo deste documento «provisório» é permitir que mais pessoas na União Europeia tomem conhecimento de documentos produzidos pela União Europeia (e financiados pelos seus impostos). **Sem traduções, as pessoas são excluídas do debate.**

Este documento «Eurobarometer» [estava apenas em francês, alemão e inglês](#), num ficheiro pdf. A partir deste ficheiro inicial, criámos um ficheiro odt, preparado pelo software Libre Office, para tradução automática para outras línguas. Os resultados estão agora [disponíveis em todas as línguas oficiais](#).

É desejável que a administração da UE assuma a tradução de documentos importantes. «Documentos importantes» não são apenas leis e regulamentos, mas também as informações importantes necessárias para tomar decisões informadas em conjunto.

Para discutir em conjunto o nosso futuro comum e permitir traduções fiáveis, a língua internacional esperanto seria muito útil devido à sua simplicidade, regularidade e exatidão.

Contacte-nos:

[Kontakto \(europokune.eu\)](mailto:Kontakto@europokune.eu)

<https://e-d-e.org/-Kontakti-EDE>



Introdução

Eurobarómetro Standard 100. 2 inquérito (EB100) do outono de 2023 foi realizado de 23 de outubro e 17 de novembro de 2023 em 37 países ou territórios: os 27 Estados-Membros da União Europeia (UE), sete países candidatos (Albânia, Bósnia-Herzegovina, Moldávia, Montenegro, Macedónia do Norte, Sérvia e Türkiye), a comunidade cipriota turca na parte do país não controlada pelo Governo da República de Chipre, bem como no¹ Kosovo e no Reino Unido.

O relatório completo do inquérito Eurobarómetro Standard 100 é composto por múltiplos volumes. O primeiro volume apresenta os resultados das perguntas gerais sobre o estado da opinião pública na União Europeia. Quatro outros volumes apresentam as opiniões dos europeus sobre os seguintes temas: a utilização dos meios de comunicação social na União Europeia, as prioridades da União Europeia, a cidadania europeia e as opiniões sobre a invasão russa da Ucrânia.

O volume atual do inquérito Eurobarómetro Standard do outono de 2023 centra-se na utilização dos meios de comunicação social na União Europeia. Aqui analisamos as seguintes questões:

Utilização e confiança dos meios de comunicação social — a medida em que os diferentes meios de comunicação social são mais utilizados pelos cidadãos europeus. Qual a confiança que os europeus têm nos meios de comunicação social e na informação que fornecem?

O nível de informação sobre questões europeias — os europeus sentem-se bem informados sobre as questões europeias? Sentem que os cidadãos do seu país estão bem informados sobre estas questões?

Fontes de informação para questões políticas e para a União Europeia — quais são as principais fontes de informação utilizadas pelos europeus para notícias sobre questões políticas europeias e quando procuram informações sobre a União Europeia?

Opiniões sobre o pluralismo e a independência dos meios de comunicação social nacionais — os cidadãos europeus consideram que os meios de comunicação social europeus proporcionam uma pluralidade de pontos de vista e opiniões? Os meios de comunicação social estão sujeitos a pressões políticas e comerciais?

Os europeus e as notícias falsas — os cidadãos da União Europeia são frequentemente confrontados com notícias falsas ou notícias que deturpam a realidade? São capazes de identificá-lo? Consideram-no um problema no seu país e para a democracia em geral?

Redes sociais — as redes sociais online são uma forma de manter-se atualizado com as notícias políticas e ter uma palavra a dizer sobre questões políticas? Será que os cidadãos podem interessar-se por questões políticas? As informações políticas nas redes sociais podem ser confiáveis?

1 Esta designação não prejudica as posições relativas ao estatuto e está em conformidade com a Resolução 1244/99 do CSNU e com o parecer do TIJ sobre a declaração de independência do Kosovo.

Metodologia

A metodologia utilizada é a dos inquéritos Eurobarómetro normalizados realizados pela Direção-Geral da Comunicação («Unidade Monitorização dos Meios de Comunicação Social e Eurobarómetro»)²³. É anexada ao presente relatório uma nota técnica relativa às entrevistas realizadas pelos institutos membros da rede Kantar. Também especifica os intervalos de confiança.

Na sequência do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados ⁴ (RGPD), perguntou-se aos inquiridos se iriam ou não concordar em fazer perguntas sobre questões que poderiam ser consideradas «sensíveis».

Nota: No presente relatório, os países da UE são referidos pela sua abreviatura oficial. As abreviaturas utilizadas neste relatório correspondem a:

Bélgica	SER	Lituânia	LT
Bulgária	BG	Luxemburgo	LU
Chéquia	CZ	Hungria	HU
Dinamarca	DK	Malta	MT
Alemanha	DE	Países Baixos	NL
Estónia	EE	Áustria	EM
Irlanda	IE	Polónia	PL
Grécia	EL	Portugal	PT
Espanha	ES	Roménia	RO
França	FR	Eslovénia	SI
Croácia	HR	Eslováquia	SK
Itália	IT	Finlândia	FI
República de Chipre	CY*	Suécia	SE
Letónia	LV	Macedónia do Norte	MK
Comunidade cipriota turca	CY (tcc)	Sérvia	RS
Albânia	AL	Turquia	TR
Bósnia-Herzegovina	BA	Reino Unido	REINO UNIDO
Moldávia	MD		
Montenegro	MIM		
Kosovo ⁵	XK		

União Europeia — média ponderada para os 27 Estados-Membros UE27

Estados da União Europeia

BE, FR, IT, LU, DE, AT, ES,PT, I.E., NL, FI, EL, EE, SI, CY, MT, SK, LV, LT, HR Área do euro

BG, CZ, DK, HU, PL, RO, SE Fora da área do euro

Chipre no seu conjunto é um dos 27 Estados-Membros da União Europeia. No entanto, o acervo comunitário foi suspenso na parte do país que não é controlada pelo Governo da República de Chipre. Por razões práticas, apenas as entrevistas realizadas na parte do país controlada pelo Governo da República de Chipre são incluídas na categoria «CY» e na média da UE-27.

2 <https://www.europa.eu/eurobarometer>

3 Os quadros de resultados encontram-se em anexo. Note-se que o total das percentagens indicadas nos quadros do presente relatório pode exceder 100 % quando o inquirido pôde escolher várias respostas para a mesma pergunta.

4 2016/679

5 Esta designação não prejudica as posições relativas ao estatuto e está em conformidade com a Resolução 1244/99 do CSNU e com o parecer do TIJ sobre a declaração de independência do Kosovo.

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Queremos agradecer aos cidadãos de toda a Europa que deram o seu tempo para participar neste inquérito.

Sem a sua participação ativa, este estudo não teria sido possível.



I. Utilização e confiança dos meios de comunicação social

1. Utilização dos meios de comunicação social

A televisão continua a ser a forma mais utilizada de meios de comunicação.

A televisão é, de longe, a forma mais utilizada de comunicação social, com 93 % dos inquiridos (sem alterações desde o inverno de 2022-2023) a ver televisão através de um televisor ou da Internet pelo menos uma vez por semana e perto de oito em cada dez (79 %, -1 ponto percentual) a fazê-lo diariamente ou quase diariamente.

Quase nove em cada dez (89 %) veem televisão num televisor pelo menos uma vez por semana. Embora esta percentagem tenha permanecido inalterada desde a última vez que esta pergunta foi feita no inverno de 2022-2023, continua a ser significativamente inferior à registada entre o outono de 2010 (EB74) e o outono de 2012 (EB78), quando 97 % relataram assistir televisão num televisor pelo menos uma vez por semana.

A percentagem de inquiridos que veem televisão através da Internet continua a aumentar de forma constante, com 38 % a dizer que assistem televisão desta forma pelo menos uma vez por semana — um aumento de dois pontos percentuais desde o inverno de 2022-2023 e de 22 pontos percentuais desde que esta questão foi colocada pela primeira vez no outono de 2011 (EB76).

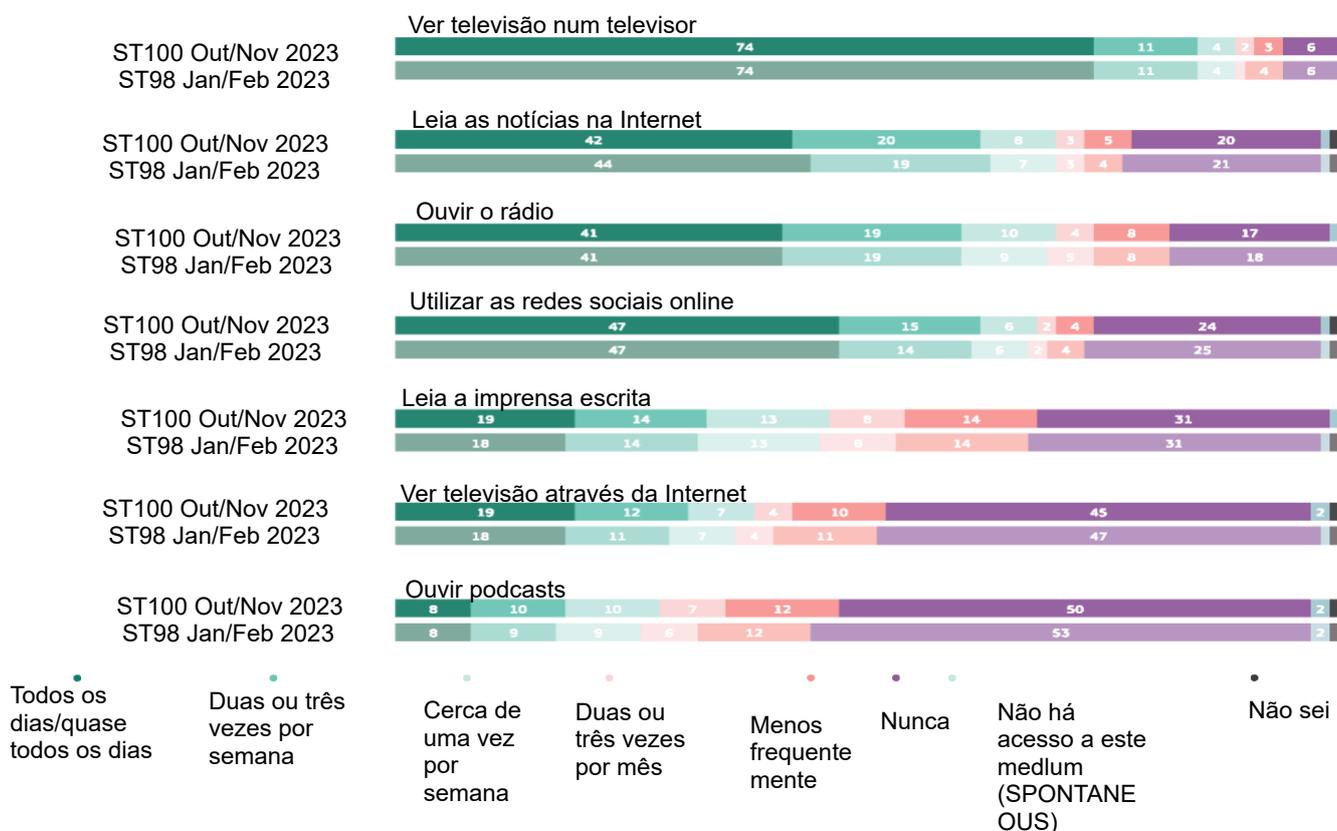
Sete em cada dez relatam ouvir rádio pelo menos uma vez por semana. Esta percentagem aumentou um ponto percentual desde o inverno de 2022-2023, impedindo uma diminuição lenta, mas contínua, observada desde o outono de 2019 (EB92) (74 %). No entanto, o padrão a mais longo prazo continua a ser o da diminuição da utilização de rádio (de 79 % no outono de 2010 para 70 % no atual inquérito).

Na sequência de um aumento de três pontos percentuais entre o inverno de 2021-2022 e o inverno de 2022-2023, a percentagem de pessoas que leram as notícias na Internet pelo menos uma vez por semana manteve-se estável no atual inquérito, com sete em cada dez a relatarem fazê-lo.

A percentagem de inquiridos que utilizam redes sociais em linha pelo menos uma vez por semana aumentou ligeiramente desde o inverno de 2022-2023 (+1 p.p.) para 68 %. Esta percentagem voltou agora ao nível atingido no inverno de 2020-21 (EB94), após um aumento constante da utilização regular das redes sociais em linha (face a 33 % registado no outono de 2010).

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE3. Podes dizer até que ponto...? (UE27) (%)



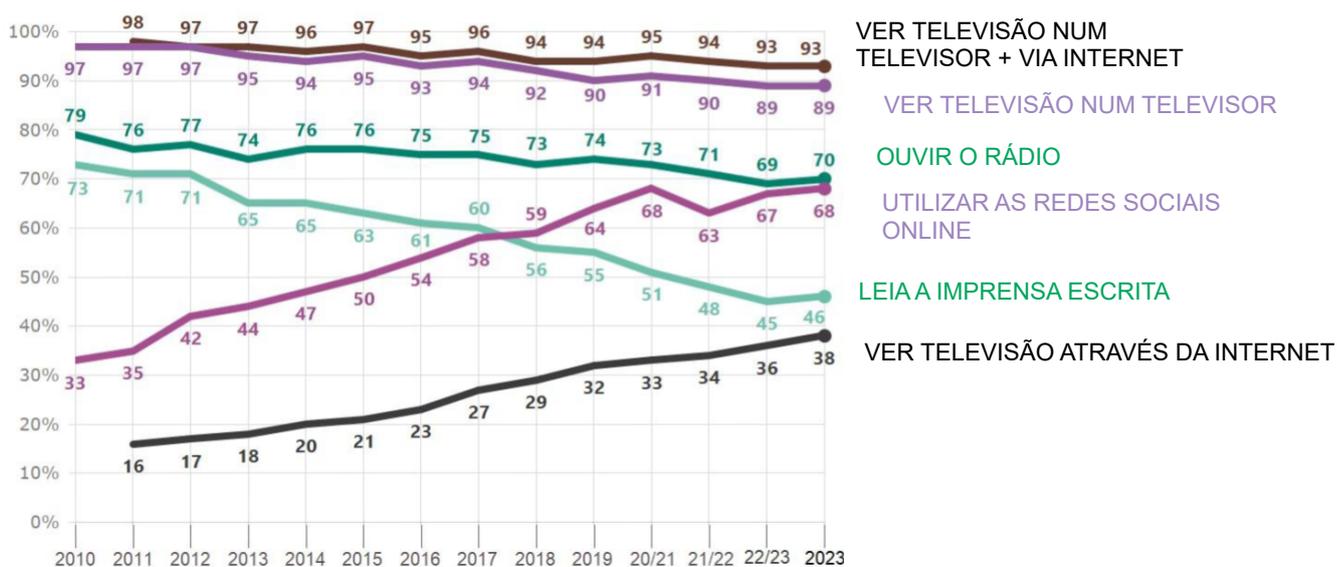
Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Menos da metade (46 %) lê a imprensa escrita pelo menos uma vez por semana. Tal representa um aumento de um ponto percentual desta percentagem de inquiridos desde o inverno de 2022-2023, travando um declínio a longo prazo quase contínuo desde o outono de 2010 (73 %).

Por último, quase três em cada dez (28 %) ouvem podcasts pelo menos uma vez por semana — um aumento de dois pontos percentuais desde o inverno de 2022-2023 e um aumento de seis pontos percentuais desde o inverno de 2021-2022⁶.

QE3 Podes dizer até que ponto...?

(% — UE — PELO MENOS UMA VEZ POR SEMANA)

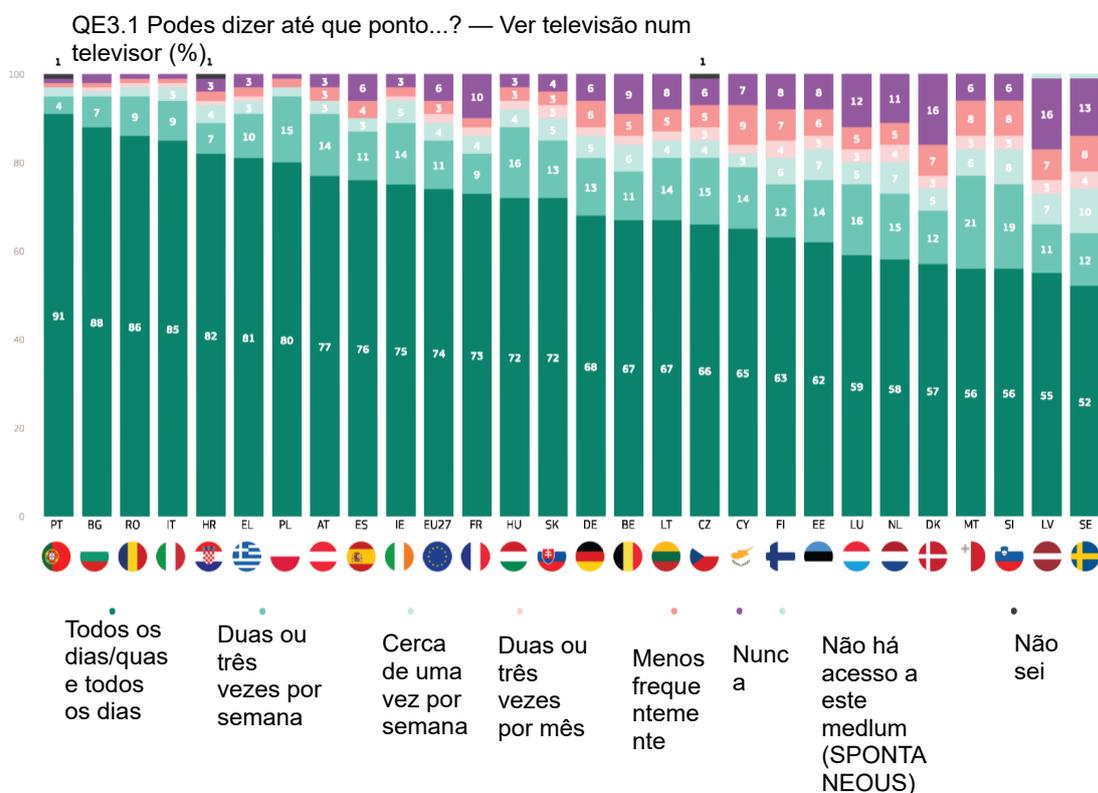


6 QE3. Podes dizer até que ponto...? 1) Ver televisão num televisor; 2) Ver televisão através da Internet; 3) Ouvir o rádio; 4) Ouvir os podcasts; 5) Leia a imprensa escrita; 6) Ler notícias na Internet; 7) Utilizar as redes sociais online.

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em toda a UE, cerca de três quartos (74 %) veem televisão num aparelho de televisão diariamente ou quase diariamente. Os inquiridos em Portugal (91 %), na Bulgária (88 %) e na Roménia (86 %) são os mais propensos a fazê-lo. No extremo oposto da escala, 52 % na Suécia, 55 % na Letónia e 56 % em Malta e Eslovénia relatam ver televisão diariamente ou quase diariamente.

A percentagem que afirma ver televisão diariamente ou quase diariamente diminuiu em 18 países desde o inverno de 2022-2023, sobretudo em Chipre (65 %, -14 pontos percentuais), Malta (56 %, -13 p.p.) e Letónia (55 %, -9 p.p.). Em contrapartida, esta percentagem de inquiridos aumentou em sete países, particularmente em França (73 %, +4 p.p.) e em Espanha (76 %, +3 p.p.). Este valor manteve-se estável na Alemanha (68 %) e na Estónia (62 %).



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A análise sociodemográfica revela que ver televisão em um televisor varia de acordo com a faixa etária e o nível de escolaridade. Quanto mais velhos os entrevistados, maior a probabilidade de ver televisão em um televisor diariamente ou quase diariamente. Por exemplo, 88 % das pessoas com 55 anos ou mais o fazem, em comparação com 45 % das pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos. Além disso, os inquiridos que concluíram o ensino a tempo inteiro com idade igual ou superior a 15 anos são mais propensos do que os que terminaram os 20 anos ou mais a ver televisão diariamente ou quase diariamente (91 % vs 69 %).

Também podem ser observadas diferenças entre as categorias socioprofissionais, sendo as pessoas domésticas (84 %) as pessoas com maior probabilidade de serem observadores diários/quase diários de televisão num televisor, especialmente quando comparadas com os gestores (65 %). Os entrevistados que se consideram pertencentes à classe trabalhadora (81 %) da sociedade também são os mais propensos a ver televisão em um televisor diariamente ou quase diariamente.

QE3.1 Poderia dizer em que medida...? Ver televisão num televisor (% — UE)

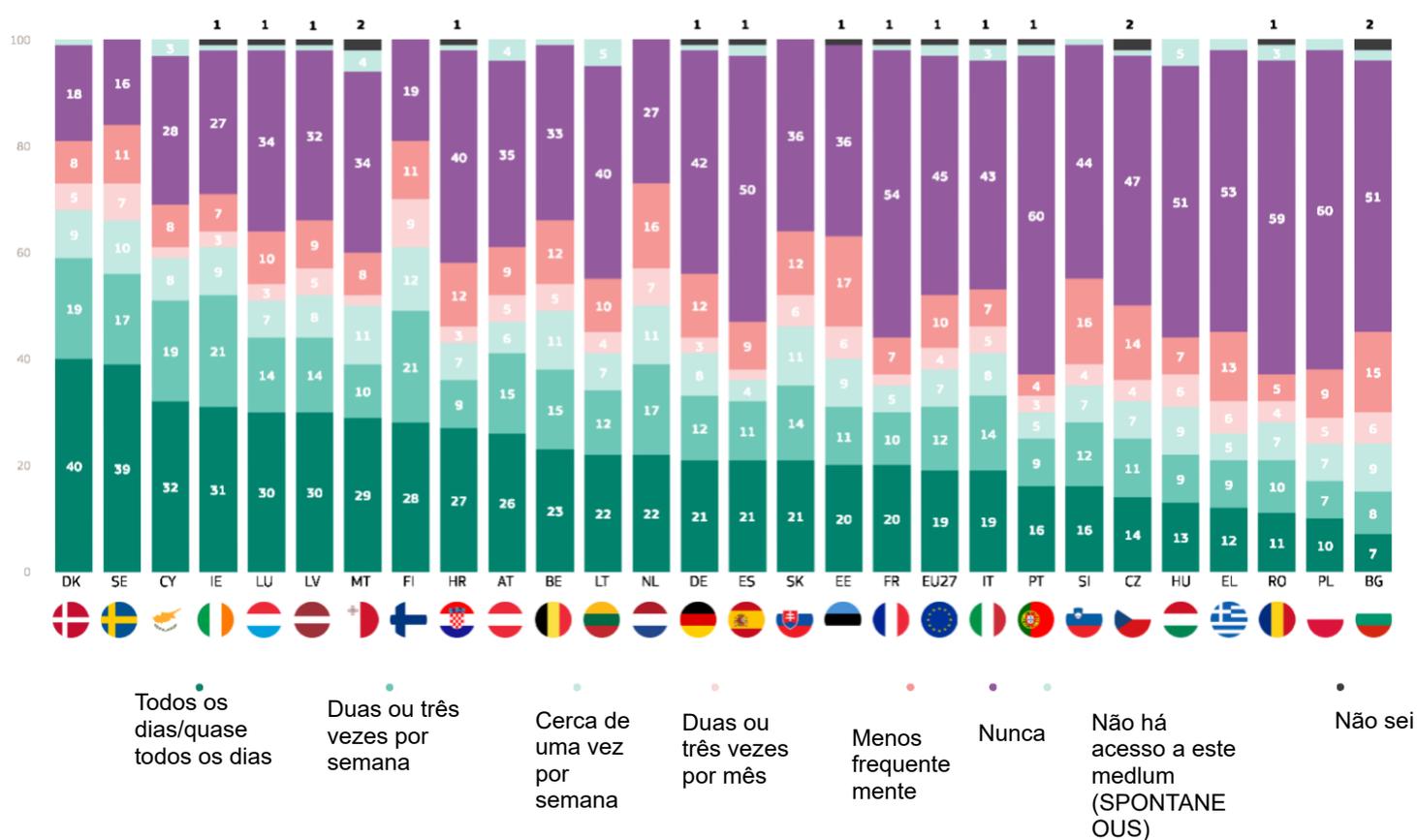
	Todos os dias/quase todos os dias	Duas ou três vezes por semana	Cerca de uma vez por semana	Duas ou três vezes por mês	Menos frequentemente	Nunca	Não há acesso a este meio (SPONTANEOUS)	Não sei	Total Pelo menos uma vez por semana
UE27	74	11	4	2	3	6	0	0	89
Gênero									
Homem	73	12	4	2	3	6	0	0	89
Mulher	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Idade									
15-24	45	20	9	4	9	12	0	1	74
25-39	64	14	5	2	5	10	0	0	83
40-54	75	13	3	2	3	4	0	0	91
55 +	88	6	2	1	1	2	0	0	96
Educação (fim de)									
15—	91	6	1	0	1	1	0	0	98
16-19	81	9	3	1	2	4	0	0	93
20+	69	13	5	2	4	7	0	0	87
Ainda a estudar	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Categoria socioprofissional									
Trabalhadores por conta própria	72	14	5	1	3	5	0	0	91
Gerentes	65	16	4	3	5	7	0	0	85
Outros colares brancos	72	12	5	2	3	5	0	1	89
Trabalhadores manuais	77	12	4	1	2	4	0	0	93
Pessoas da casa	84	8	1	1	2	4	0	0	93
Desempregados	69	9	4	1	6	11	0	0	82
Reformados	90	5	1	1	1	2	0	0	96
Estudantes	43	19	9	4	11	14	0	0	71
Dificuldades em pagar contas									
A maior parte do tempo	73	11	4	1	4	7	0	0	88
De vez em quando	76	11	4	1	3	5	0	0	91
Quase nunca/nunca	74	11	4	2	3	6	0	0	89
Considere pertencer a									
A classe trabalhadora	81	8	3	1	2	5	0	0	92
A classe média baixa	76	9	4	2	4	5	0	0	89
A classe média	73	13	4	2	3	5	0	0	90
A classe média alta	62	15	7	3	6	7	0	0	84
A classe alta	71	15	1	4	1	7	0	1	87
Imagem da UE									
Positivo	73	12	4	1	4	6	0	0	89
Neutral	75	12	4	2	3	4	0	0	91
Negativo	74	9	4	2	3	8	0	0	87

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Perto de um em cada cinco (19 %, +1 ponto percentual desde o inverno de 2022-2023) assiste televisão na Internet diariamente ou quase diariamente. Esta percentagem de inquiridos varia muito entre os 27 Estados-Membros da UE, com as percentagens mais elevadas registadas na Dinamarca (40 %), na Suécia (39 %) e em Chipre (32 %) e as percentagens mais baixas observadas na Bulgária (7 %), na Polónia (10 %) e na Roménia (11 %).

Em 12 Estados-Membros da UE, os inquiridos são mais propensos a dizer que veem televisão na Internet todos os dias ou quase todos os dias do que no inverno de 2022-2023. Os maiores aumentos nesta proporção verificam-se em Portugal (16 %, +5 pontos percentuais), na Estónia (20 %, +4 p.p.) e em Espanha (21 %, +4 p.p.). Este valor diminuiu noutros 12 países, especialmente em Malta (29 %, -13 p.p.), no Luxemburgo (30 %, -7 p.p.), na Letónia (30 %, -5 p.p.) e na Roménia (11 %, -5 p.p.). Não houve alterações na Dinamarca (40 %), na Finlândia (28 %) e na Chéquia (14 %).

QE3.2. Podes dizer até que ponto...? —Ver televisão via f'ile Internet (96)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A análise sociodemográfica mostra que os entrevistados mais jovens e aqueles que permaneceram mais tempo no ensino a tempo inteiro são mais propensos a serem observadores diários ou quase diários de televisão na Internet. Em especial, 29 % das pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos veem televisão na Internet diariamente ou quase diariamente, em comparação com 11 % das pessoas com idade igual ou superior a 55 anos. Do mesmo modo, quase um quarto (24 %) das pessoas que concluíram o ensino a tempo inteiro com idade igual ou superior a 20 anos assiste televisão na Internet diariamente ou quase diariamente, em comparação com menos de um em cada dez (7 %) que o fazem entre os que abandonaram o ensino com idade igual ou inferior a 15 anos.

QE3.2 Poderia dizer em que medida...? Ver televisão através da Internet (% — UE)

	Todos os dias/quase todos os dias	Dois ou três vezes por semana	Cerca de uma vez por semana	Dois ou três vezes por mês	Menos frequentemente	Nunca	Não há acesso a este meio (SPONTANEOUS)	Não sei	Total Pelo menos uma vez por semana
UE27	19	12	7	4	10	45	2	1	38
Gênero									
Homem	21	13	8	4	10	42	1	1	42
Mulher	18	11	6	4	9	49	2	1	35
Idade									
15-24	29	18	11	5	10	26	0	1	58
25-39	26	16	9	5	13	30	1	0	51
40-54	22	14	8	5	10	40	1	0	44
55 +	11	6	5	3	7	64	3	1	22
Educação (fim de)									
15—	7	3	4	1	5	74	5	1	14
16-19	16	10	6	4	10	51	2	1	32
20+	24	16	9	5	11	34	1	0	49
Ainda a estudar	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Categoria socioprofissional									
Trabalhadores por conta própria	24	15	8	5	11	36	1	0	47
Gerentes	25	19	8	6	12	29	1	0	52
Outros colares brancos	22	15	9	6	12	35	1	0	46
Trabalhadores manuais	20	12	8	4	9	45	2	0	40
Pessoas da casa	14	8	5	3	7	60	2	1	27
Desempregados	21	9	6	3	10	49	1	1	36
Reformados	9	5	4	2	7	69	3	1	18
Estudantes	32	18	12	5	11	21	0	1	62
Dificuldades em pagar contas									
A maior parte do tempo	16	8	6	3	10	53	2	2	30
De vez em quando	19	12	8	4	9	46	1	1	39
Quase nunca/nunca	20	12	7	4	10	44	2	1	39
Considere pertencer a									
A classe trabalhadora	14	7	5	3	7	61	2	1	26
A classe média baixa	18	10	7	4	11	48	1	1	35
A classe média	21	14	8	4	10	40	2	1	43
A classe média alta	25	17	10	6	11	30	0	1	52
A classe alta	18	12	9	4	9	45	2	1	39
Imagem da UE									
Positivo	22	14	8	5	9	40	1	1	44
Neutral	17	11	7	4	10	48	2	1	35

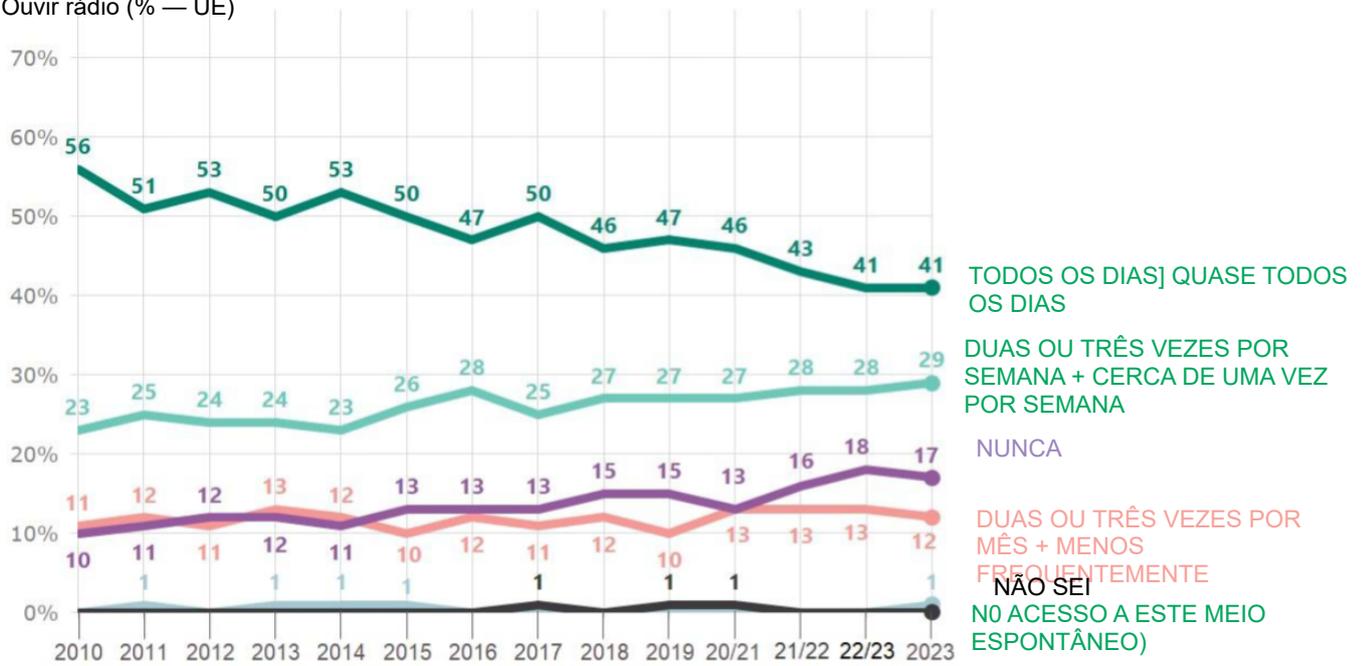
Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Negativo	18	9	7	2	10	51	2	1	34
----------	----	---	---	---	----	----	---	---	----

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A escuta radiofónica regular manteve-se globalmente estável desde o Eurobarómetro Standard do inverno de 2022-2023. Sete em cada dez inquiridos ouvem rádio pelo menos uma vez por semana (+1 ponto percentual), incluindo 41 % (sem alterações) que o fazem diariamente ou quase diariamente. Cerca de um em cada seis dizem que nunca ouvem o rádio (17 %, -1 pp).

QE3.3 Poderia dizer até que ponto...?
Ouvir rádio (% — UE)

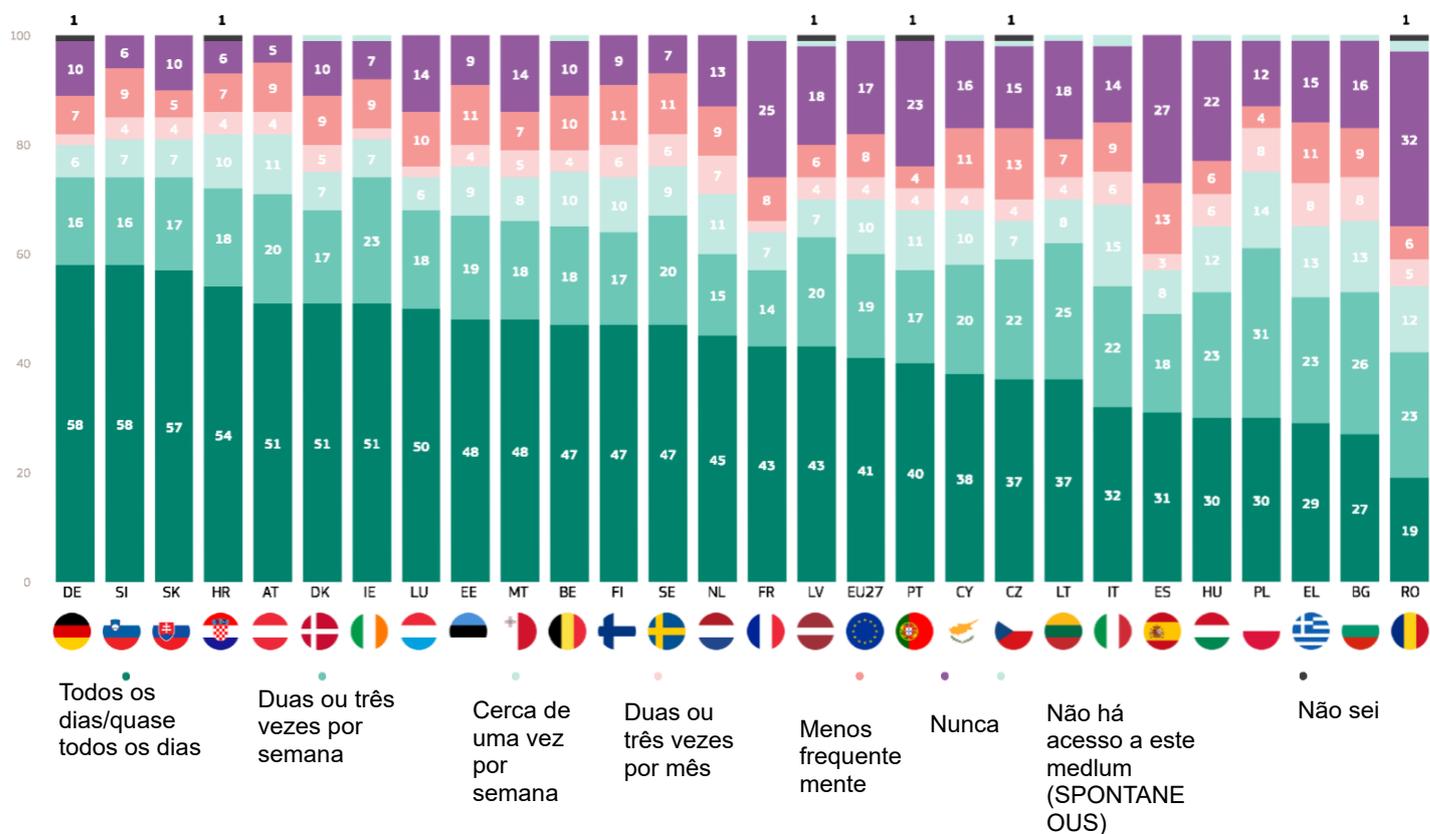


Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A percentagem de inquiridos que ouvem rádio todos os dias ou quase todos os dias varia de 58 % na Alemanha e Eslovénia e 57 % na Eslováquia a menos de três em dez na Roménia (19 %), na Bulgária (27 %) e na Grécia (29 %).

Em 14 Estados-Membros da UE, a percentagem de inquiridos que relatam ouvir a rádio diariamente ou quase diariamente diminuiu em comparação com o inverno de 2022-2023. As maiores descidas são observadas em Chipre (38 %, -7 pontos percentuais), na Letónia (43 %, -6 p.p.) e na Hungria (30 %, -6 p.p.). A audição por rádio aumentou em oito países, particularmente na Croácia (54 %, +6 p.p.) e na Alemanha (58 %, +4 p.p.) e manteve-se estável em cinco países: Eslovénia (58 %), Eslováquia (57 %), Áustria (51 %), Luxemburgo (50 %) e França (43 %).

QE3.3. Podes dizer em que medida...? —Ouça o rádio (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A escuta diária ou quase diária do rádio é maior entre os homens (44 %) do que entre as mulheres (38 %). Esta proporção também aumenta à medida que a idade dos entrevistados aumenta, com cerca de metade (48 %) entre as pessoas com 55 anos ou mais a ouvir a rádio diariamente ou quase diariamente, em comparação com dois em cada dez entre os 15-24 anos. Existem também diferenças em termos de nível de escolaridade, sendo as pessoas que concluíram o ensino a tempo inteiro com idade igual ou superior a 16 anos (44-45 %) mais propensas do que as que saíram dos 15 anos ou menos (37 %) a fazê-lo. Por último, a percentagem de inquiridos que ouvem rádio diariamente ou quase diariamente é de 45 % entre os inquiridos que nunca ou quase nunca têm dificuldade em pagar contas, em comparação com 33-36 % entre os que têm dificuldades pelo menos de vez em quando.

QE3.3 Poderia dizer até que ponto...? Ouvir a rádio (% — UE)

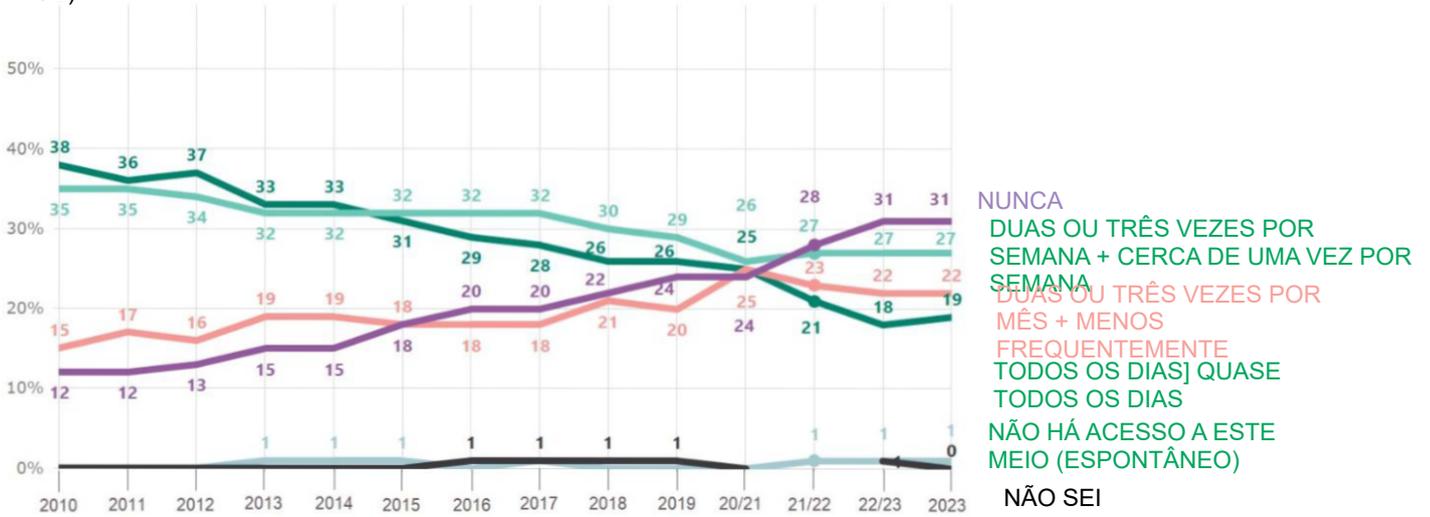
	Todos os dias/quase todos os dias	Duas ou três vezes por semana	Cerca de uma vez por semana	Duas ou três vezes por mês	Menos frequentemente	Nunca	Não há acesso a este meio (SPONTANEOUS)	Não sei	Total Pelo menos uma vez por semana
UE27	41	19	10	4	8	17	1	0	70
Gênero									
Homem	44	19	11	4	8	14	0	0	74
Mulher	38	19	9	5	9	19	1	0	66
Idade									
15-24	20	16	13	8	15	27	1	0	49
25-39	37	21	11	5	10	16	0	0	69
40-54	44	21	11	4	7	12	1	0	76
55 +	48	18	7	3	7	16	1	0	73
Educação (fim de)									
15—	37	16	8	4	8	24	2	1	61
16-19	44	20	9	4	7	16	0	0	73
20+	45	21	10	4	8	12	0	0	76
Ainda a estudar	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Categoria socioprofissional									
Trabalhadores por conta própria	50	21	9	4	6	10	0	0	80
Gerentes	47	23	10	4	7	9	0	0	80
Outros colares brancos	41	22	11	5	9	12	0	0	74
Trabalhadores manuais	41	20	10	4	7	17	1	0	71
Pessoas da casa	31	16	10	6	10	25	2	0	57
Desempregados	29	15	10	5	14	26	1	0	54
Reformados	47	18	7	3	6	18	1	0	72
Estudantes	20	15	15	8	17	24	0	1	50
Dificuldades em pagar contas									
A maior parte do tempo	36	16	9	4	10	23	1	1	61
De vez em quando	33	21	13	5	9	18	1	0	67
Quase nunca/nunca	45	19	8	4	8	15	1	0	72
Considere pertencer a									
A classe trabalhadora	36	18	9	4	8	24	1	0	63
A classe média baixa	39	20	9	4	10	17	1	0	68
A classe média	43	20	10	4	8	14	1	0	73
A classe média alta	46	18	11	5	9	11	0	0	75
A classe alta	38	31	10	5	3	10	2	1	79
Imagem da UE									
Positivo	42	20	10	5	8	15	0	0	72
Neutral	39	19	10	4	9	18	1	0	68
Negativo	41	18	9	3	9	19	1	0	68

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A proporção que lê a imprensa escrita diariamente ou quase diariamente manteve-se globalmente estável desde o inverno de 2022-2023 (+1 ponto percentual). A tendência a longo prazo do consumo diário de imprensa escrita é, no entanto, de uma descida constante, de 38 % no outono de 2010 para 19 % no inquérito atual.

A percentagem de pessoas que nunca leram a imprensa escrita está novamente ao seu nível mais elevado alguma vez registada num inquérito Eurobarómetro Standard (31 %, sem alterações desde o inverno de 2022-2023).

13.5 Podes dizer até que ponto...? Leia a imprensa escrita: (% — UE)



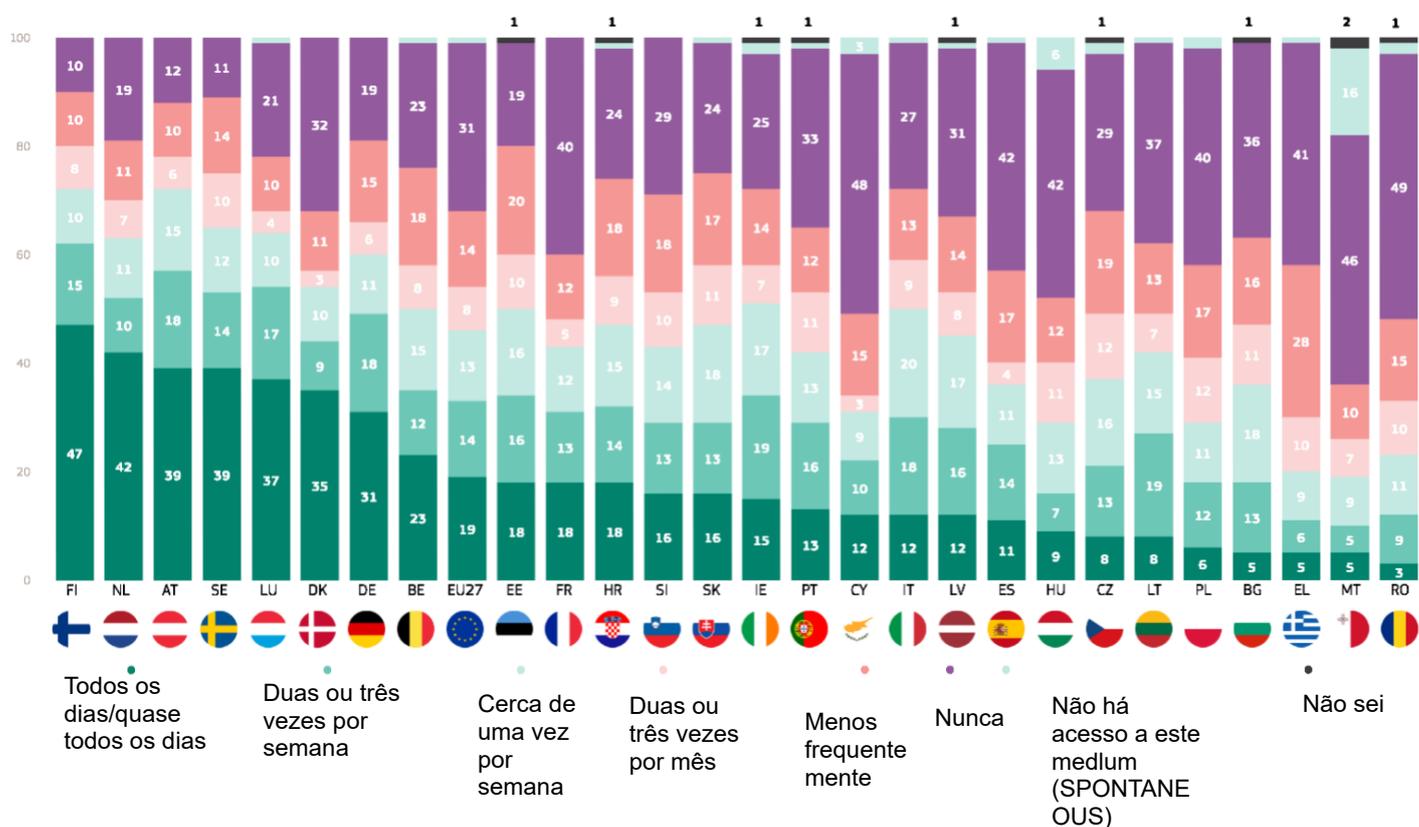
Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Existe uma grande variação nos níveis de consumo diário de imprensa escrita nos Estados-Membros da UE. Cerca de quatro em cada dez inquiridos ou mais afirmam ler a imprensa escrita diariamente ou quase diariamente na Finlândia (47 %), nos Países Baixos (42 %) e na Áustria e na Suécia (ambos 39 %), enquanto esta percentagem cai para um em cada vinte ou menos na Roménia (3 %) e na Bulgária, Grécia e Malta (5 %).

A leitura diária ou quase diária da imprensa escrita diminuiu em 14 Estados-Membros da UE desde o inverno de 2022-2023.

Pode observar-se uma diminuição particularmente significativa em Malta (5 %, — 21 pontos percentuais), enquanto na Suécia (39 %) e na Bélgica (23 %) registam-se diminuições de cinco pontos percentuais. Em contrapartida, esta percentagem de inquiridos aumentou três pontos percentuais ou menos em oito países, nomeadamente na Dinamarca (35 %, +3 p.p.), na Alemanha (31 %, +3 p.p.) e em Portugal (13 %, +3 p.p.). Este valor manteve-se inalterado na Estónia (18 %), na Eslováquia (16 %) na Chéquia (8 %), na Lituânia (8 %) e na Grécia (5 %).

QE3.5. Podes dizer até que ponto...? —Leia a imprensa escrita (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A análise sociodemográfica destaca que os entrevistados mais velhos e aqueles que permaneceram mais tempo na educação a tempo inteiro são os mais propensos a ler a imprensa escrita diariamente ou quase diariamente. Especificamente, 28 % das pessoas com 55 anos ou mais (em comparação com 6 % das pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos) e 25 % das pessoas que concluíram o ensino a tempo inteiro com idade igual ou superior a 20 anos (em comparação com 17-18 % dos que saíram mais cedo) afirmam fazê-lo.

Os trabalhadores por conta própria e os gestores (ambos 23 %) são os mais suscetíveis de serem leitores diários ou quase diários da imprensa escrita (em comparação com 11 % dos desempregados), assim como aqueles que nunca ou quase nunca têm dificuldades em pagar as suas contas (23 %, em comparação com 11 % dos que têm dificuldades com mais frequência). Da mesma forma, há também uma diferença por classe social, sendo aqueles que se consideram pertencentes à classe alta (33 %) ou à classe média alta (32 %) mais propensos a ler a imprensa escrita diariamente ou quase diariamente do que aqueles que se consideram pertencentes à classe trabalhadora (12 %).

QE3.5 Podes dizer até que ponto...? Leia a imprensa escrita (% — UE)

	Todos os dias/quase todos os dias	Duas ou três vezes por semana	Cerca de uma vez por semana	Duas ou três vezes por mês	Menos frequentemente	Nunca	Não há acesso a este meio (SPONTANEOUS)	Não sei	Total Pelo menos uma vez por semana
UE27	19	14	13	8	14	31	1	0	46
Gênero									
Homem	20	15	14	8	14	28	1	0	49
Mulher	17	14	13	7	15	33	1	0	44
Idade									
15-24	6	9	11	9	20	43	1	1	26
25-39	12	14	14	9	19	31	1	0	40
40-54	15	16	15	9	16	28	1	0	46
55 +	28	15	12	5	9	29	1	1	55
Educação (fim de)									
15—	18	12	12	6	10	39	2	1	42
16-19	17	16	14	7	13	32	1	0	47
20+	25	15	13	8	15	24	0	0	53
Ainda a estudar	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Categoria socioprofissional									
Trabalhadores por conta própria	23	15	16	7	14	25	0	0	54
Gerentes	23	17	15	8	15	22	0	0	55
Outros colares brancos	15	16	15	10	16	27	0	1	46
Trabalhadores manuais	12	15	13	8	16	35	1	0	40
Pessoas da casa	13	10	12	7	12	44	2	0	35
Desempregados	11	9	11	9	16	43	0	1	31
Reformados	31	14	11	5	9	28	1	1	56
Estudantes	6	10	11	9	24	38	1	1	27
Dificuldades em pagar contas									
A maior parte do tempo	11	15	12	7	15	38	1	1	38
De vez em quando	11	14	15	8	17	33	1	1	40
Quase nunca/nunca	23	14	12	7	14	29	1	0	49
Considere pertencer a									
A classe trabalhadora	12	12	13	7	13	41	1	1	37
A classe média baixa	15	14	13	9	15	33	1	0	42
A classe média	21	15	14	7	15	27	1	0	50
A classe média alta	32	16	11	7	14	20	0	0	59
A classe alta	33	18	8	12	13	14	1	1	59

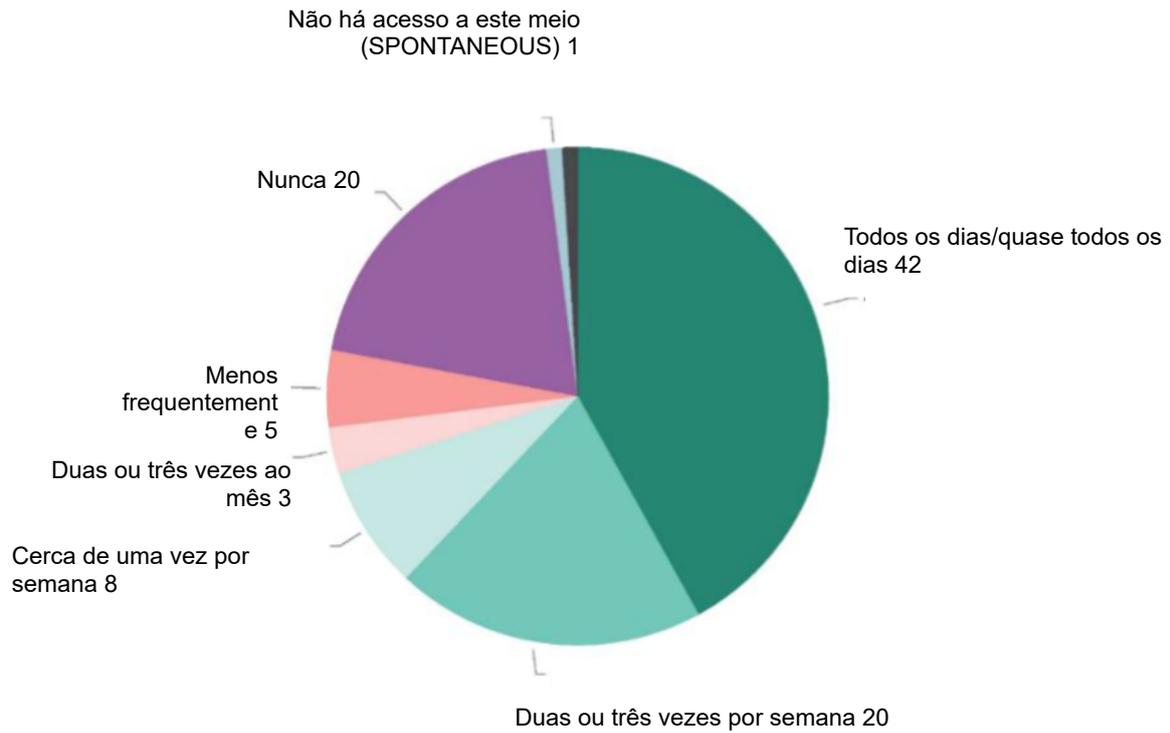
Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Imagem da UE									
Positivo	21	15	14	8	15	27	0	0	50
Neutral	15	15	13	8	14	33	2	0	43
Negativo	18	13	11	7	14	35	1	1	42

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Sete em cada dez cidadãos europeus (sem alterações desde o inverno de 2022-2023) leem notícias na Internet pelo menos uma vez por semana, com 42 % (-2 pontos percentuais) a dizer que o fazem diariamente ou quase diariamente. Um em cada cinco (-1 pp) nunca leu as notícias na Internet.

QE3.6. Podes dizer até que ponto...? Leia as notícias na Internet (UE27)(%)

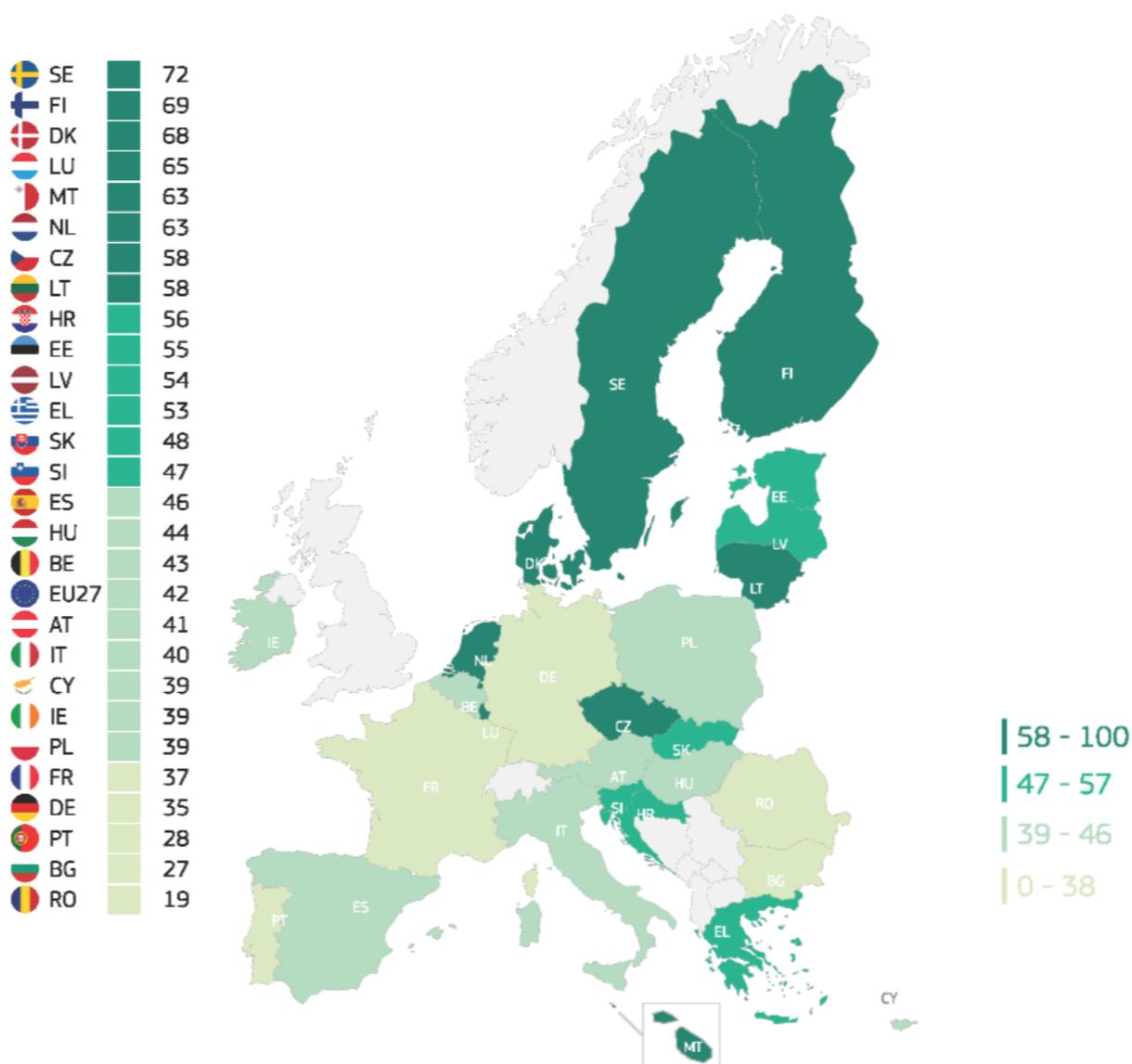


Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A percentagem de inquiridos que leem notícias na Internet todos os dias ou quase todos os dias varia consideravelmente entre os Estados-Membros da UE, variando entre mais de dois terços na Suécia (72 %), na Finlândia (69 %) e na Dinamarca (68 %) a menos de três em dez na Roménia (19 %), na Bulgária (27 %) e em Portugal (28 %).

Em nove países, pelo menos um em cada cinco diz nunca ler notícias na Internet, sobretudo em Portugal (35 %), Roménia (34 %) e França (26 %). Em 16 países, os inquiridos têm menos probabilidades do que no inverno de 2022-2023 de ler notícias na Internet diariamente ou quase diariamente, com as maiores descidas registadas na Roménia (19 %, -12 pontos percentuais), na Bulgária (27 %, -8 p.p.), nos Países Baixos (63 %, -7 p.p.), na Letónia (54 %, -7 p.p.) e em Chipre (39 %, -7 p.p.). Em contrapartida, este número aumentou em nove países, mas apenas na Eslováquia (48 %, +4 p.p.), na Áustria (41 %, +4 p.p.) e no Luxemburgo (65 %, +3 p.p.) esta percentagem aumentou pelo menos três pontos percentuais. Não houve alterações na Finlândia (69 %) e em Espanha (46 %).

QE3.6. Podes dizer até que ponto...? Leia as notícias na Internet - Todos os dias/quase todos os dias (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Os homens (47 %) são mais propensos do que as mulheres (37 %) a dizer que leem diariamente ou quase diariamente notícias na Internet. Entre os grupos etários, esta proporção é a mais baixa entre os inquiridos mais velhos com 55 anos ou mais (30 %), em comparação com 47-52 % entre os inquiridos mais jovens. Quanto mais tempo os inquiridos permanecerem no ensino a tempo inteiro, maior a probabilidade de lerem notícias na Internet diariamente ou quase diariamente, com 58 % dos que terminaram os 20 anos ou mais a fazê-lo, em comparação com 16 % dos que abandonaram os 15 anos ou menos.

Os gestores (59 %) e os trabalhadores por conta própria (54 %) são os mais propensos a ler notícias na Internet todos os dias ou quase todos os dias, em especial em comparação com as pessoas domiciliárias (30 %). Os inquiridos que nunca ou quase nunca têm dificuldades em pagar as suas contas são os mais propensos a ler diariamente ou quase diariamente notícias na Internet (45 %, em comparação com 35 % dos que têm dificuldades com mais frequência), assim como aqueles que se consideram pertencentes à classe média alta ou alta da sociedade (60-62 %, contra 31 % dos que se consideram pertencentes à classe trabalhadora).

QE3.6 Poderia dizer até que ponto...? Leia as notícias na Internet (% — UE)

	Todos os dias/quase todos os dias	Duas ou três vezes por semana	Cerca de uma vez por semana	Duas ou três vezes por mês	Menos frequentemente	Nunca	Não há acesso a este meio (SPONTANEOUS)	Não sei	Total Pelo menos uma vez por semana
UE27	42	20	8	3	5	20	1	1	70
Gênero									
Homem	47	19	8	3	5	17	1	0	74
Mulher	37	20	9	3	5	24	1	1	66
Idade									
15-24	47	23	13	4	5	7	0	1	83
25-39	52	23	9	3	5	8	0	0	84
40-54	49	22	9	3	5	12	0	0	80
55 +	30	15	6	3	6	37	2	1	51
Educação (fim de)									
15—	16	13	5	2	5	53	5	1	34
16-19	35	23	9	4	6	22	1	0	67
20+	58	18	8	2	4	10	0	0	84
Ainda a estudar	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Categoria socioprofissional									
Trabalhadores por conta própria	54	21	7	3	5	10	0	0	82
Gerentes	59	20	8	3	4	6	0	0	87
Outros colares brancos	48	24	10	4	5	9	0	0	82
Trabalhadores manuais	40	24	10	4	6	15	1	0	74
Pessoas da casa	30	18	9	3	6	31	2	1	57
Desempregados	44	17	9	2	6	21	1	0	70
Reformados	25	13	6	2	5	45	3	1	44
Estudantes	51	24	11	4	5	5	0	0	86
Dificuldades em pagar contas									
A maior parte do tempo	35	17	7	3	6	29	2	1	59
De vez em quando	35	23	10	4	5	21	1	1	68
Quase nunca/nunca	45	19	8	3	5	19	1	0	72
Considere pertencer a									
A classe trabalhadora	31	17	8	3	5	33	2	1	56
A classe média baixa	37	21	9	3	5	24	1	0	67
A classe média	44	21	9	3	6	16	1	0	74
A classe média alta	60	16	9	3	4	8	0	0	85

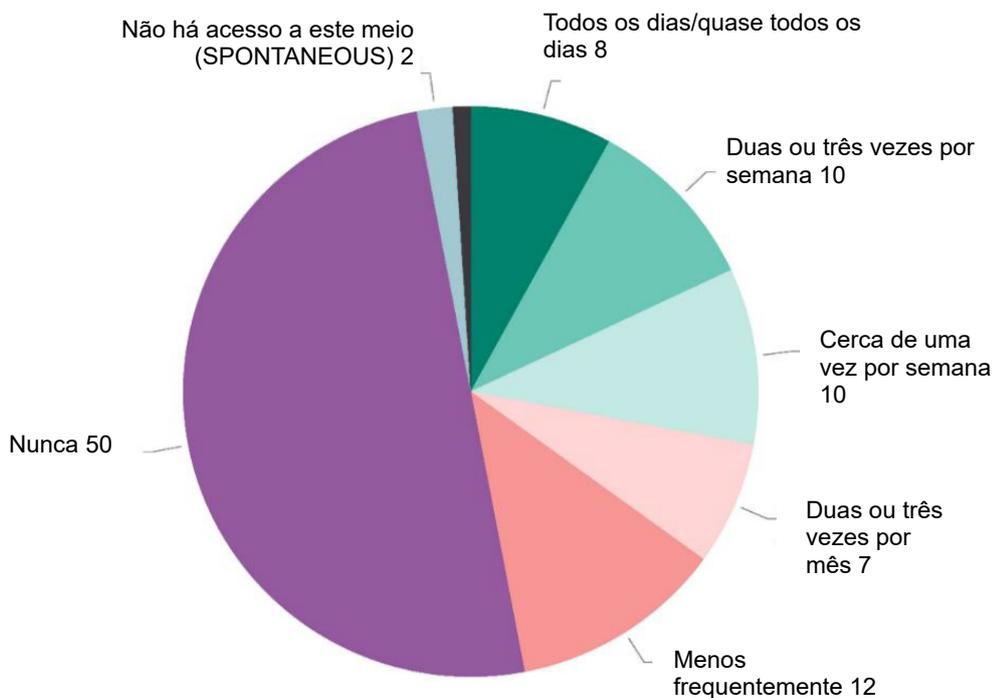
Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A classe alta	62	19	7	2	2	6	0	2	88
Imagem da UE									
Positivo	48	20	8	3	4	16	1	0	76
Neutral	35	20	9	4	6	24	1	1	64
Negativo	40	19	8	2	5	24	1	1	67

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A audição regular de podcasts está a aumentar, com esta percentagem a atingir agora 28 % (+2 pontos percentuais desde o inverno de 2022-2023 e +6 pontos percentuais desde o inverno de 2021-2022), incluindo cerca de um em cada dez (8 %, sem alterações desde o inverno de 2022-2023) que os ouvem diariamente ou quase diariamente. No entanto, metade dos inquiridos (50 %, -3 pp) nunca ouve podcasts.

QE3.4. Podes dizer até que ponto...? —Ouvir os podcasts (UE27) (%)

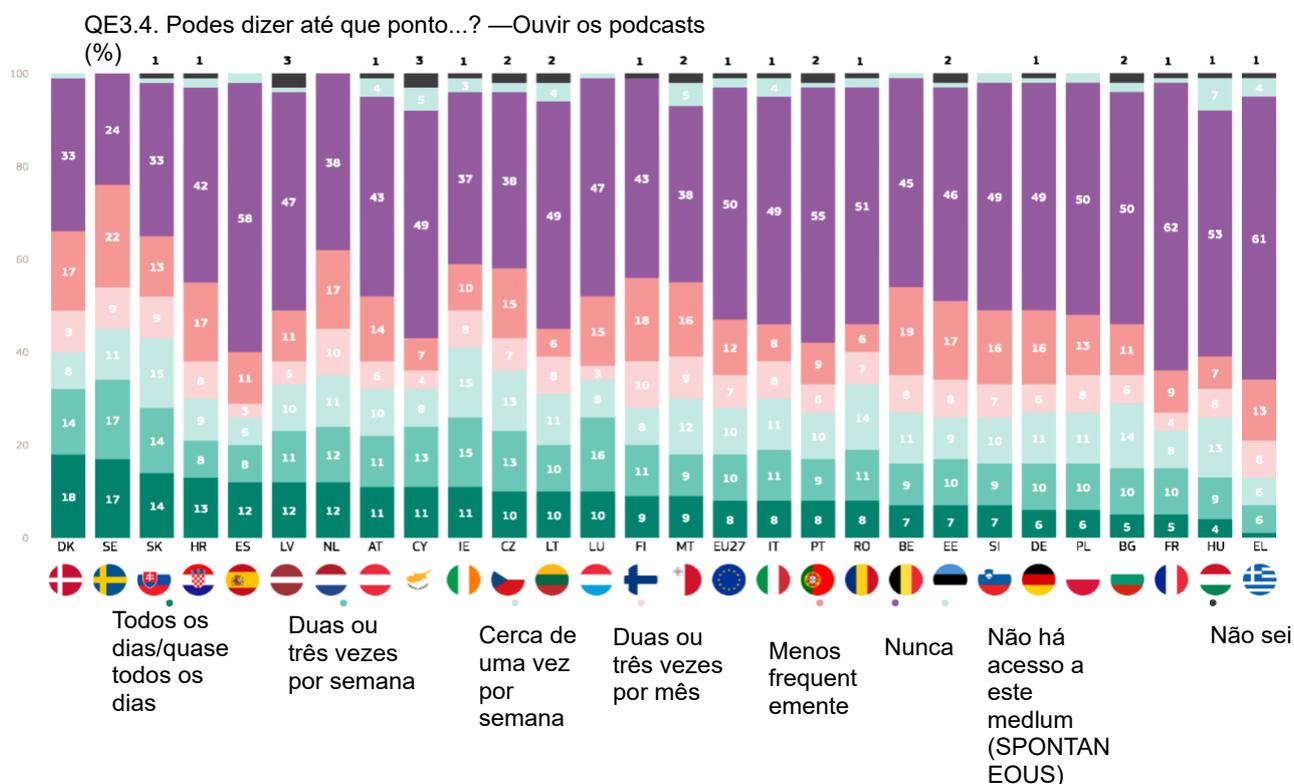


Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em todos os Estados-Membros da UE, menos de um em cada cinco ouve podcasts todos os dias ou quase todos os dias. Os inquiridos são mais propensos a fazê-lo na Dinamarca (18 %), na Suécia (17 %) e na Eslováquia (14 %). No outro extremo do espetro, um em cada vinte ou menos ouve podcasts diários ou quase diários na Grécia (1 %), Hungria (4 %) e Bulgária e França (5 %).

Pelo menos metade dos inquiridos em oito países declara nunca ouvir podcasts, com as percentagens mais elevadas observadas em França (62 %), Grécia (61 %) e Espanha (58 %).

Desde o inverno de 2022-2023, registaram-se declínios nas proporções que ouvem podcasts diariamente ou quase diariamente em 16 Estados-Membros da UE. Mais uma vez, a maior diminuição é registada em Malta (9 %, -16 pontos percentuais), enquanto na Irlanda (11 %, -6 p.p.) e na Hungria (4 %, -5 p.p.) são observadas diminuições de pelo menos cinco pontos percentuais. A audição diária ou quase diária de podcasts aumentou em seis países, particularmente em Espanha (12 %, +5 p.p.). Este valor manteve-se inalterado em cinco países: Suécia (17 %), Luxemburgo (10 %), Finlândia (9 %), Estónia (7 %) e Grécia (1 %).



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Há uma clara diferença de idade entre os inquiridos que ouvem podcasts diariamente ou quase diariamente, com mais de um em cada dez (13-14 %) a dar esta resposta entre as pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os 39 anos, em comparação com menos de um em cada vinte (3 %) entre os 55 anos ou mais. Esta proporção é também mais elevada entre os que permaneceram no ensino a tempo inteiro até aos 20 anos ou mais (10 %), em comparação com os que terminaram os estudos com idade igual ou inferior a 15 anos (2 %).

Os gerentes (12 %) são os mais propensos a ouvir podcasts todos os dias ou quase todos os dias, especialmente quando comparados com as pessoas da casa (3 %). Finalmente, a escuta diária ou quase diária de podcasts é maior entre aqueles que se consideram pertencentes à classe média alta ou alta da sociedade (11-12 %) do que entre aqueles que se consideram pertencentes à classe trabalhadora ou à classe média baixa (ambos 6 %).

QE3.4 Poderia dizer até que ponto...? Ouvir podcasts (% — UE)

	Todos os dias/quase todos os dias	Dois ou três vezes por semana	Cerca de uma vez por semana	Dois ou três vezes por mês	Menos frequentemente	Nunca	Não há acesso a este meio (SPONTANEOUS)	Não sei	Total Pelo menos uma vez por semana
UE27	8	10	10	7	12	50	2	1	28
Gênero									
Homem	9	11	10	7	13	47	2	1	30
Mulher	7	10	10	6	11	53	2	1	27
Idade									
15-24	14	18	15	9	13	29	1	1	47
25-39	13	16	14	9	14	33	1	0	43
40-54	7	10	12	8	14	46	2	1	29
55 +	3	5	5	4	9	69	3	2	13
Educação (fim de)									
15—	2	3	3	1	5	79	5	2	8
16-19	6	8	9	6	11	57	2	1	23
20+	10	14	12	9	16	38	1	0	36
Ainda a estudar	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Categoria socioprofissional									
Trabalhadores por conta própria	9	14	13	8	14	41	1	0	36
Gerentes	12	16	14	11	16	30	1	0	42
Outros colares brancos	9	13	14	9	14	39	1	1	36
Trabalhadores manuais	7	10	10	6	13	51	2	1	27
Pessoas da casa	3	5	9	2	8	68	4	1	17
Desempregados	8	7	8	6	12	57	1	1	23
Reformados	2	4	4	2	7	75	4	2	10
Estudantes	17	18	16	9	14	25	0	1	51
Dificuldades em pagar contas									
A maior parte do tempo	7	9	8	6	8	57	3	2	24
De vez em quando	7	12	10	6	10	52	2	1	29
Quase nunca/nunca	8	10	10	7	13	49	2	1	28
Considere pertencer a									
A classe trabalhadora	6	6	6	4	8	66	2	2	18
A classe média baixa	6	10	10	6	12	54	2	0	26
A classe média	8	12	11	7	14	45	2	1	31
A classe média alta	12	15	14	11	14	33	1	0	41
A classe alta	11	16	15	10	17	29	1	1	42
Imagem da UE									
Positivo	9	12	12	8	13	44	1	1	33

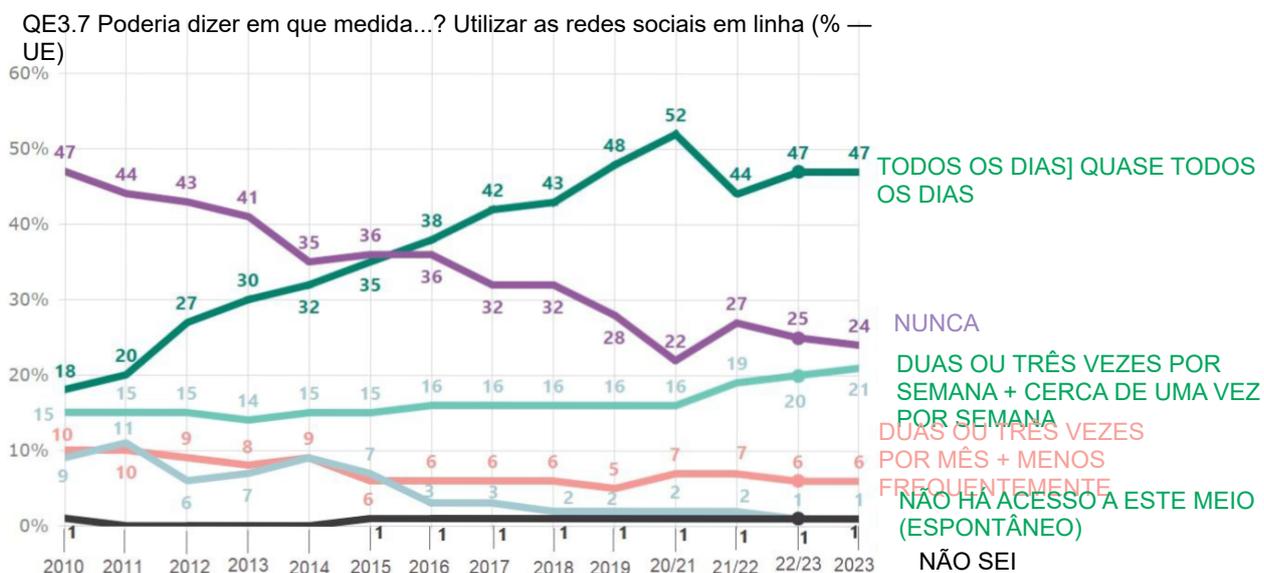
Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Neutral	6	8	9	6	12	55	3	1	23
Negativo	7	9	7	5	10	57	3	2	23

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A utilização diária das redes sociais em linha manteve-se estável desde o inverno de 2022-2023 (47 %, sem alterações). Esta percentagem registou uma queda súbita entre o inverno de 2020-2021 e o inverno de 2021-2022 (de 52 % para 44 %), antes de aumentar novamente no inverno de 2022-2023 (47 %). No entanto, o padrão a longo prazo indica um aumento constante da utilização diária das redes sociais em linha desde o outono de 2010 (18 %).

A percentagem de inquiridos que utilizam redes sociais em linha pelo menos semanalmente também se manteve globalmente estável desde o inverno de 2022-2023 (+1 p.p.), situando-se atualmente em 68 %, enquanto cerca de um quarto (24 %, -1 p.p.) diz que nunca as utiliza.

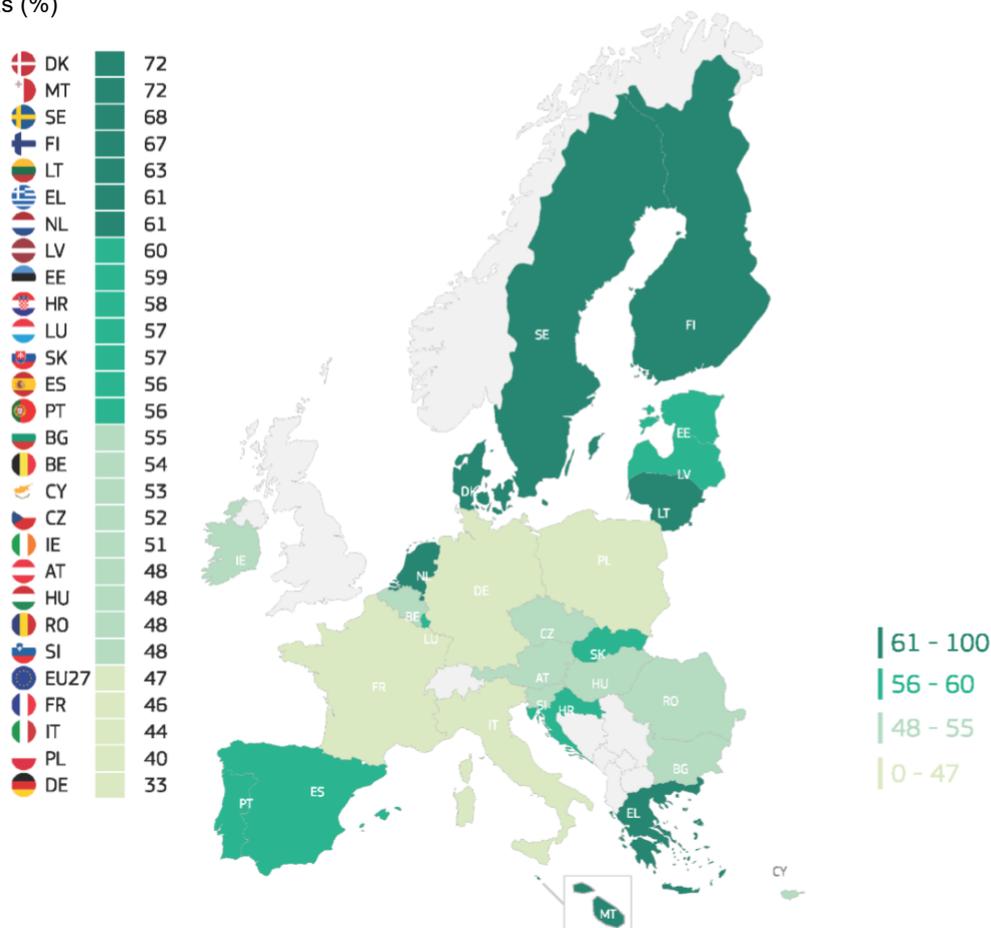


Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em 19 países, a maioria utiliza as redes sociais online todos os dias ou quase todos os dias. Trata-se sobretudo do caso dos inquiridos na Dinamarca e em Malta (ambos 72 %) e na Suécia (68 %). Em contrapartida, 33 % na Alemanha, 40 % na Polónia e 44 % em Itália dizem que os utilizam diariamente ou quase diariamente. A utilização diária ou quase diária das redes sociais em linha aumentou em 15 Estados-Membros da UE desde o inverno de 2022-2023.

Observam-se aumentos de, pelo menos, cinco pontos percentuais na Áustria (48 %, +6 p.p.), na Finlândia (67 %, +5 p.p.) e no Luxemburgo (57 %, +5 p.p.). No outro extremo da escala, esta percentagem diminuiu em 11 países, especialmente em Chipre (53 %, -11 p.p.), na Hungria (48 %, -7 p.p.) e na Polónia (40 %, -7 p.p.). Não houve alterações na Itália (44 %).

QE3.7. Podes dizer até que ponto...? —Utilizar as redes sociais online — Todos os dias/quase todos os dias (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Os dados sociodemográficos revelam que quanto mais jovens forem os entrevistados, maior a probabilidade de utilizarem as redes sociais online diariamente ou quase diariamente. Por exemplo, oito em cada dez das pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos o fazem, em comparação com um quarto das pessoas com 55 anos ou mais.

Quanto mais tempo os inquiridos continuam a frequentar o ensino a tempo inteiro, maior a probabilidade de serem utilizadores diários ou quase diários das redes sociais em linha, com 53 % a dar esta resposta entre os que terminaram o ensino a tempo inteiro com idade igual ou superior a 20 anos, em comparação com 23 % dos que abandonaram os 15 anos ou menos.

As pessoas domésticas (42 %) são as menos suscetíveis de serem utilizadores diários ou quase diários das redes sociais em linha, em especial quando comparadas com os desempregados (59 %). Em termos de classe social, os entrevistados que se consideram pertencentes à classe trabalhadora (41 %) da sociedade são os menos propensos a dizer que utilizam as redes sociais online diariamente ou quase diariamente, sendo os que se consideram pertencentes à classe média alta ou alta (52 % e 57 % respetivamente) os mais propensos a fazê-lo.

QE3.7 Poderia dizer em que medida...? Utilizar as redes sociais em linha (% — UE)

	Todos os dias/quase todos os dias	Dois ou três vezes por semana	Cerca de uma vez por semana	Dois ou três vezes por mês	Menos frequentemente	Nunca	Não há acesso a este meio (SPONTANEOUS)	Não sei	Total Pelo menos uma vez por semana
UE27	47	15	6	2	4	24	1	1	68
Gênero									
Homem	46	15	8	2	5	23	1	0	69
Mulher	48	14	5	2	4	24	2	1	67
Idade									
15-24	80	11	3	1	1	3	0	1	94
25-39	65	16	7	2	4	6	0	0	88
40-54	52	19	8	3	3	14	1	0	79
55 +	25	12	6	2	6	45	3	1	43
Educação (fim de)									
15—	23	8	4	2	4	52	6	1	35
16-19	43	17	8	2	4	24	1	1	68
20+	53	15	7	2	5	17	1	0	75
Ainda a estudar	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Categoria socioprofissional									
Trabalhadores por conta própria	54	18	7	2	4	15	0	0	79
Gerentes	54	18	7	2	5	13	1	0	79
Outros colares brancos	56	19	8	3	4	10	0	0	83
Trabalhadores manuais	53	17	8	3	4	14	1	0	78
Pessoas da casa	42	12	5	3	4	30	3	1	59
Desempregados	59	12	4	1	4	19	1	0	75
Reformados	19	10	5	2	5	54	4	1	34
Estudantes	80	11	3	1	2	3	0	0	94
Dificuldades em pagar contas									
A maior parte do tempo	51	11	4	2	2	27	2	1	66
De vez em quando	47	16	8	2	4	21	1	1	71
Quase nunca/nunca	47	14	6	2	5	24	2	0	67
Considere pertencer a									
A classe trabalhadora	41	12	4	2	3	35	2	1	57
A classe média baixa	44	15	6	3	4	26	1	1	65
A classe média	49	16	7	2	5	19	1	1	72
A classe média alta	57	14	7	3	5	14	0	0	78
A classe alta	52	20	7	3	2	14	1	1	79
Imagem da UE									
Positivo	52	15	6	2	4	20	1	0	73
Neutral	44	14	7	3	4	26	2	0	65
Negativo	43	15	6	2	4	27	2	1	64

2. Confiança nos meios de comunicação social

A maioria tende a não confiar nos meios de comunicação.

Quase quatro em cada dez (39 %) dizem que tendem a confiar nos meios de comunicação social, um aumento de três pontos percentuais desde a última vez que esta pergunta foi feita na primavera de 2023 (EB99). No entanto, a maioria (57 %, -3 pp) diz que tende a não confiar neles⁷.

Existe uma variação significativa entre os 27 Estados-Membros da UE no que respeita ao nível de confiança nos meios de comunicação social. Em seis países, a maioria dos inquiridos afirma que tende a confiar nos meios de comunicação social: Finlândia (72 %), Portugal (61 %), Suécia (57 %), Áustria (56 %) e Dinamarca e Países Baixos (ambos 55 %). No extremo oposto da escala, um em cada cinco dá esta resposta na Grécia, assim como cerca de um quarto em França, Malta e Eslovénia (todos 26 %). A percentagem de inquiridos que tendem a não confiar nos meios de comunicação social é mais elevada na Grécia (79 %), na Eslovénia (73 %) e em França (71 %).

A percentagem de inquiridos que tendem a confiar nos meios de comunicação social aumentou em 14 Estados-Membros da UE em comparação com o inverno de 2022-2023. Os aumentos do nível de confiança são mais notáveis na Áustria (56 %, +9 pontos percentuais), na Alemanha (44 %, +8 p.p.) e em Itália (38 %, +7 p.p.). Em contrapartida, este valor diminuiu em 11 países, particularmente na Dinamarca (55 %, -7 p.p.), na Chéquia (38 %, -6 p.p.) e na Bélgica (43 %, -5 p.p.). Não houve alterações na Polónia (40 %) e na Lituânia (39 %).

A confiança nos meios de comunicação social é agora a opinião maioritária na Áustria.

QA6.1 Quanto confiança tem em certas instituições? Para cada uma das seguintes instituições, tendes a confiar nela ou tendes a não confiar nela? Os meios de comunicação (%)

	UE27	EM	DE	IT	EE	RO	SK	BG	ES	FR	HR	HU	MT	IE	SI	LT	PL	CY	LV	NL	PT	SE	EL	LU	FI	SE R	CZ	DK
Tende m a confia r	39	56	44	38	44	44	37	44	30	26	37	31	26	42	26	39	40	27	42	55	61	57	20	37	72	43	38	55
Δ maio/ Jun 2023	3	9	8	7	6	6	6	5	3	2	2	2	2	1	1	=	=	2	2	2	2	2	3	3	3	5	Δ6	7
Tende m a não confia r	57	38	52	58	51	52	59	48	68	71	60	67	68	52	73	58	52	69	53	43	37	41	79	59	23	55	58	41
Δ maio/ Jun 2023	3	•10	Δ8	7	7	7	7	Δ6	2	■1	4	3	4	3	3	1	2	=	3	2	2	2	3	6	2	5	4	5
Não sei	4	5	4	4	4	3	3	7	3	4	1	1	4	4	5	4	6	2	6	2	2	2	1	7	4	2	2	2
Δ maio/ Jun	=	1	=	=	1	1	1	1	■1	■1	2	1	2	2	4	■1	2	2	■1	=	=	=	=	3	1	=	2	2

⁷ QA6. Quanta confiança tem em certas instituições? Para cada uma das seguintes instituições, tendes a confiar nela ou tendes a não confiar nela? 1) Os meios de comunicação

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A análise sociodemográfica mostra que os níveis de confiança nos meios de comunicação social são ligeiramente mais elevados entre os inquiridos mais jovens com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos (43 %) do que entre os inquiridos mais velhos (38-39 %). Os inquiridos que concluíram o ensino a tempo inteiro com idade igual ou superior a 20 anos são também os que mais confiam nos meios de comunicação social (43 %, em comparação com 35 % entre os que abandonaram o ensino mais cedo).

A percentagem de pessoas que confiam nos meios de comunicação social é mais elevada entre os gestores (44 %), em especial quando comparadas com os desempregados (24 %). Os níveis de confiança são também mais generalizados entre os inquiridos que têm menos dificuldades financeiras. Mais especificamente, 43 % dos que nunca ou quase nunca têm dificuldades em pagar as suas contas, em comparação com 26 % dos que têm dificuldades na maior parte do tempo.

QA6.1 Quanto confiança tem em certas instituições? Para cada uma das seguintes instituições, tendes a confiar nela ou tendes a não confiar nela? Os meios de comunicação social (% — UE)

	Tendem a confiar	Tendem a não confiar	Não sei
UE27	39	57	4
Gênero			
Homem	39	58	3
Mulher	40	56	4
Idade			
15-24	43	54	3
25-39	38	58	4
40-54	38	58	4
55 +	39	57	4
Educação (fim de)			
15—	35	60	5
16-19	35	61	4
20+	43	54	3
Ainda a estudar	49	48	3
Categoria socioprofissional			
Trabalhadores por conta própria	41	55	4
Gerentes	44	53	3
Outros colares brancos	38	59	3
Trabalhadores manuais	35	61	4
Pessoas da casa	36	59	5
Desempregados	24	73	3
Reformados	40	56	4
Estudantes	49	48	3
Dificuldades em pagar contas			
A maior parte do tempo	26	70	4
De vez em quando	35	62	3
Quase nunca/nunca	43	53	4
Considere pertencer a			
A classe trabalhadora	31	65	4
A classe média baixa	36	61	3
A classe média	42	55	3
A classe média alta	51	46	3
A classe alta	43	52	5
Imagem da UE			
Positivo	55	42	3
Neutral	32	63	5
Negativo	17	81	2

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A maioria considera que os seus meios de comunicação social nacionais fornecem informações fiáveis, embora esta proporção varie consideravelmente de país para país.

Seis em cada dez inquiridos (+1 ponto percentual desde o inverno de 2022-2023) consideram que os seus meios de comunicação social nacionais fornecem informações fiáveis, quer «definitivamente» (12 %, +1 p.p.) quer «em certa medida» (48 %, sem alterações). Por outro lado, mais de um terço (35 %, -1 pp) diz o contrário («não, não realmente» ou «não, não de todo») e 4 % (sem alteração) dizem que não sabem⁸.

Em 22 Estados-Membros da UE (em comparação com 21 no inverno de 2022-2023), a maioria afirma que os meios de comunicação social no seu país fornecem informações fiáveis. Esta opinião é particularmente generalizada na Suécia (90 %), na Finlândia (88 %) e na Dinamarca (82 %). Nos restantes cinco Estados-Membros, é mais provável que os inquiridos considerem que os seus meios de comunicação social nacionais não fornecem informações fiáveis: Grécia (62 %), Malta (53 %), Eslovénia (51 % «não» vs 48 % «sim»), Espanha (50 % vs 46 %) e Chéquia (49 % vs 46 %).

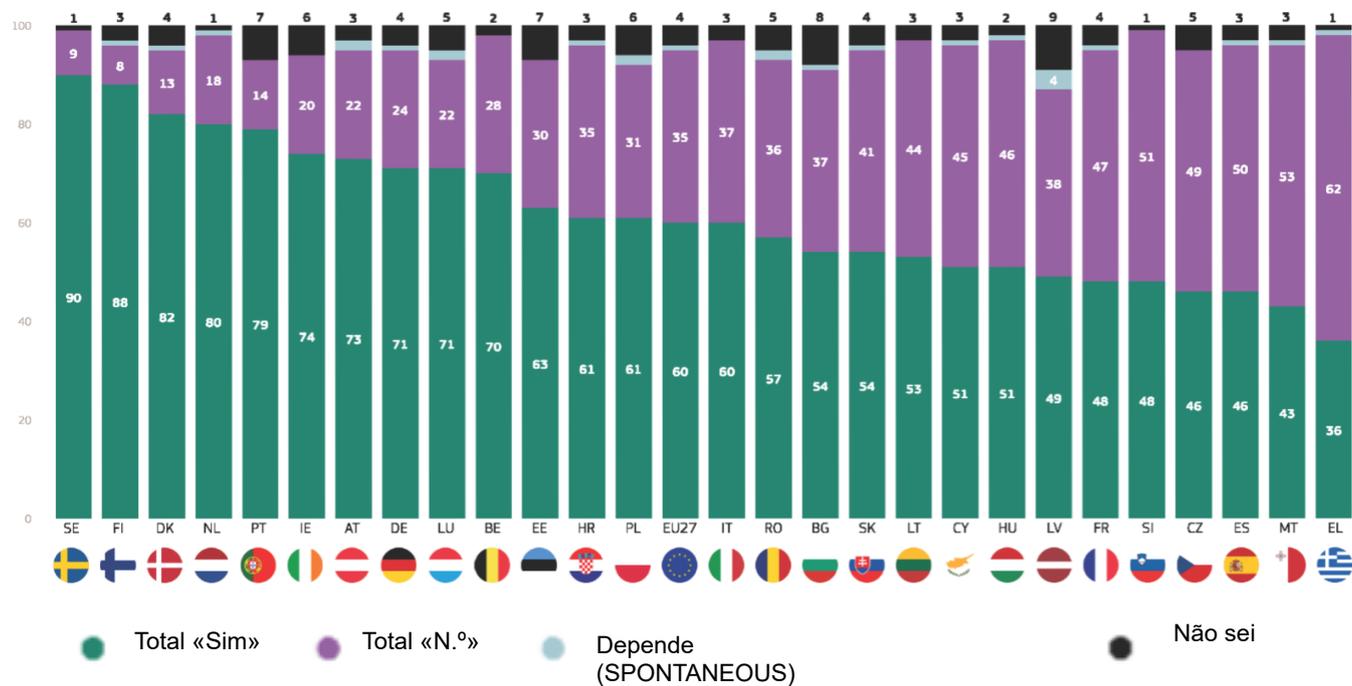
Em 12 Estados-Membros da UE, os inquiridos são mais propensos do que no inverno de 2022-2023 a considerar que os seus meios de comunicação social nacionais fornecem informações fiáveis. Tal é especialmente o caso na Eslováquia (54 %, +12 pontos percentuais), na Polónia (61 %, +9 p.p.) e em França (48 %, +6 p.p.). Esta percentagem diminuiu noutros 12 países, registando-se as maiores descidas em Malta (43 %, -11 p.p.), Chipre (51 %, -9 p.p.) e Letónia (49 %, -8 p.p.). Este valor manteve-se inalterado na Irlanda (74 %), no Luxemburgo (71 %) e na Lituânia (53 %).

Em comparação com o inverno de 2022-2023, a opinião de que os meios de comunicação social nacionais fornecem informações fiáveis é agora a posição maioritária em França, na Hungria e na Eslováquia. No entanto, esta também se tornou a opinião minoritária em Malta e Espanha.

8 QE7. Para cada uma das seguintes declarações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY). 1) (NACIONALIDADE) Os meios de comunicação fornecem informações fidedignas.

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE7.1. Para cada uma das seguintes declarações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY) — (NATIONALITY) fornecem informações fiáveis (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Os dados sociodemográficos mostram que os resultados são consistentes em termos de género e entre grupos etários. Uma maior variação pode ser observada pelo nível de ensino, sendo os inquiridos que concluíram o ensino a tempo inteiro com idade igual ou superior a 20 anos (65 %) mais propensos do que os que deixaram 15 anos ou menos (55 %) a afirmar que os meios de comunicação social no seu país fornecem informações fiáveis.

Em todas as categorias socioprofissionais, os gestores (71 %) são os mais propensos a dizer que os seus meios de comunicação social nacionais fornecem informações fiáveis, especialmente em comparação com os desempregados (45 %). A proporção que dá esta resposta é também a mais elevada entre aqueles que nunca ou quase nunca têm dificuldades em pagar as suas contas (64 %, contra 47 % dos que têm dificuldades na maior parte do tempo).

QE7.1 Para cada uma das seguintes afirmações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY): Os meios de comunicação social (nacionalidade) fornecem informações fiáveis (% — UE)

	Total «Sim»	Total «N.º»	Não sei
UE27	60	35	4
Gênero			
Homem	61	35	3
Mulher	60	35	4
Idade			
15-24	60	34	5
25-39	60	36	3
40-54	62	35	3
55 +	61	34	4
Educação (fim de)			
15—	55	37	7
16-19	58	38	3
20+	65	32	2
Ainda a estudar	66	29	4
Categoria socioprofissional			
Trabalhadores por conta própria	62	34	3
Gerentes	71	27	1
Outros colares brancos	59	36	4
Trabalhadores manuais	56	39	4
Pessoas da casa	55	36	8
Desempregados	45	51	3
Reformados	61	34	4
Estudantes	66	29	4
Dificuldades em pagar contas			
A maior parte do tempo	47	48	4
De vez em quando	57	38	4
Quase nunca/nunca	64	32	3
Considere pertencer a			
A classe trabalhadora	51	41	6
A classe média baixa	57	39	3
A classe média	65	32	2
A classe média alta	73	26	1
A classe alta	62	34	3
Imagem da UE			
Positivo	73	23	3

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Neutral	57	37	5
Negativo	39	58	2

II. O nível de informação sobre questões europeias



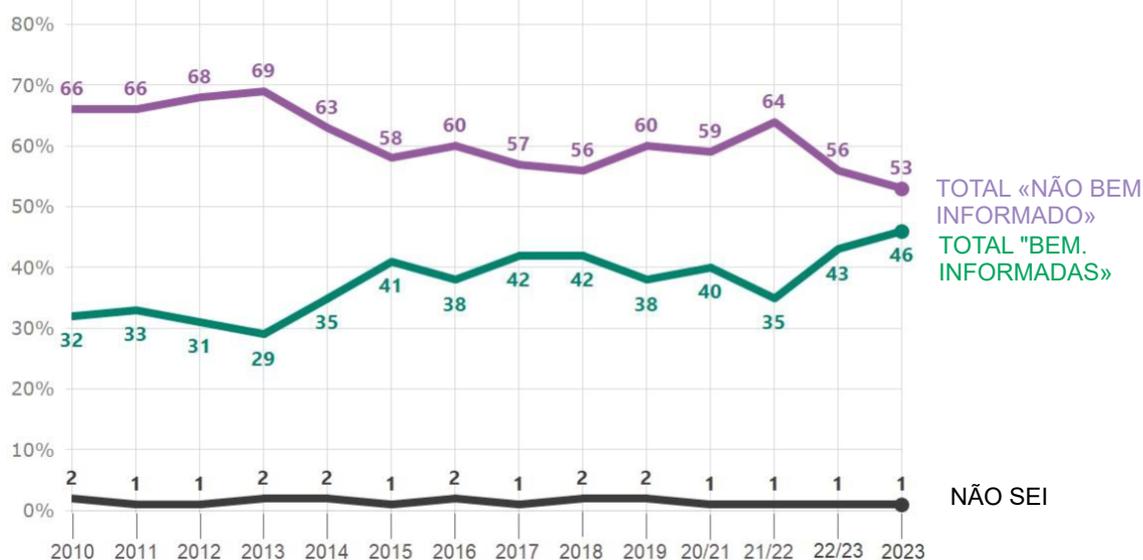
Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A percentagem de europeus que se sentem bem informados sobre as questões europeias está no seu nível mais elevado.

Na sequência de um aumento de oito pontos percentuais entre o inverno de 2021-2022 e o inverno de 2022-2023, a percentagem de inquiridos que se sentem bem informados sobre as questões europeias aumentou três pontos percentuais no atual inquérito Eurobarómetro Standard (46 %), encontrando-se agora no seu nível mais elevado desde o início da série, no outono de 2010⁹.

Embora a maioria absoluta continue a sentir-se mal informada (53 %, -3 p.p.), esta proporção encontra-se agora no seu nível mais baixo alguma vez registado.

QE2 E, de um modo geral, em que medida considera que está bem informado ou não sobre questões europeias? (% — UE)



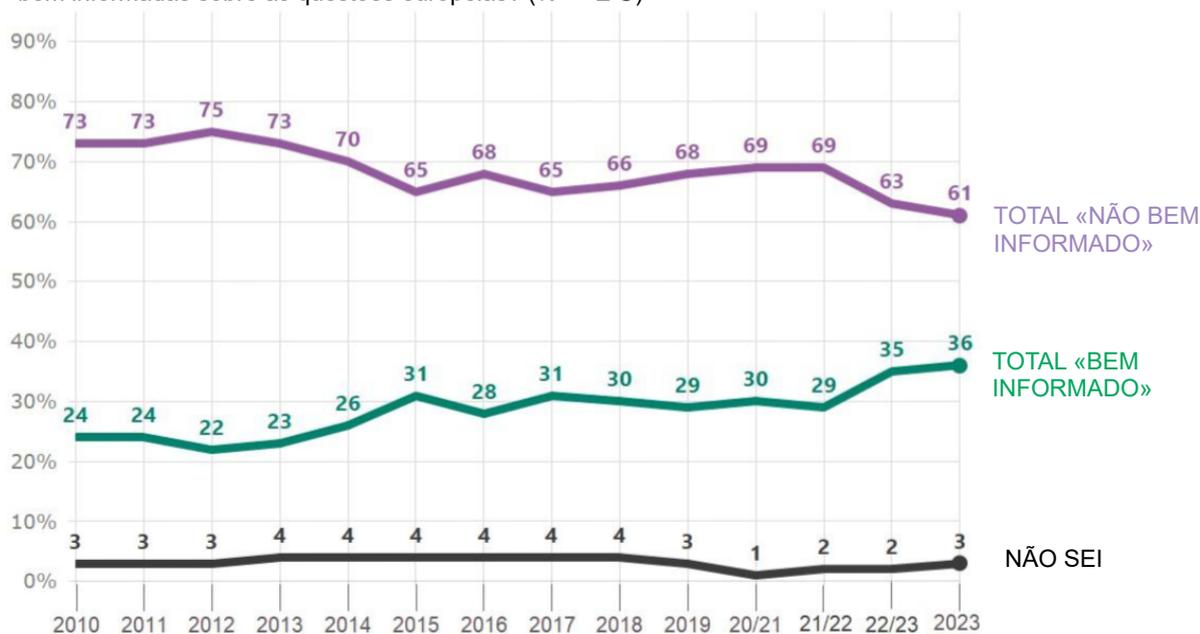
9 QE2. E, de um modo geral, quão bem informado pensa estar sobre as questões europeias?

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Mais de um terço pensa que as pessoas no seu país estão bem informadas sobre as questões europeias (36 %), enquanto cerca de seis em cada dez pensam o contrário (61 %) e 3 % dizem que não sabem¹⁰.

A percentagem de inquiridos que indicam que as pessoas no seu país estão bem informadas sobre as questões europeias atingiu o seu nível recorde, uma vez que esta questão foi colocada pela primeira vez no outono de 2010 (+1 ponto percentual desde o inverno de 2022-2023); +7 p.p. desde o inverno de 2021-2022). Inversamente, a proporção que pensa que as pessoas não estão bem informadas situa-se no seu nível mais baixo (-2 p.p. desde o inverno de 2022-2023, -8 p.p. desde o inverno de 2021-2022).

QE1 Em termos gerais, em que medida considera que, no nosso país, as pessoas estão ou não bem informadas sobre as questões europeias? (% — E U)

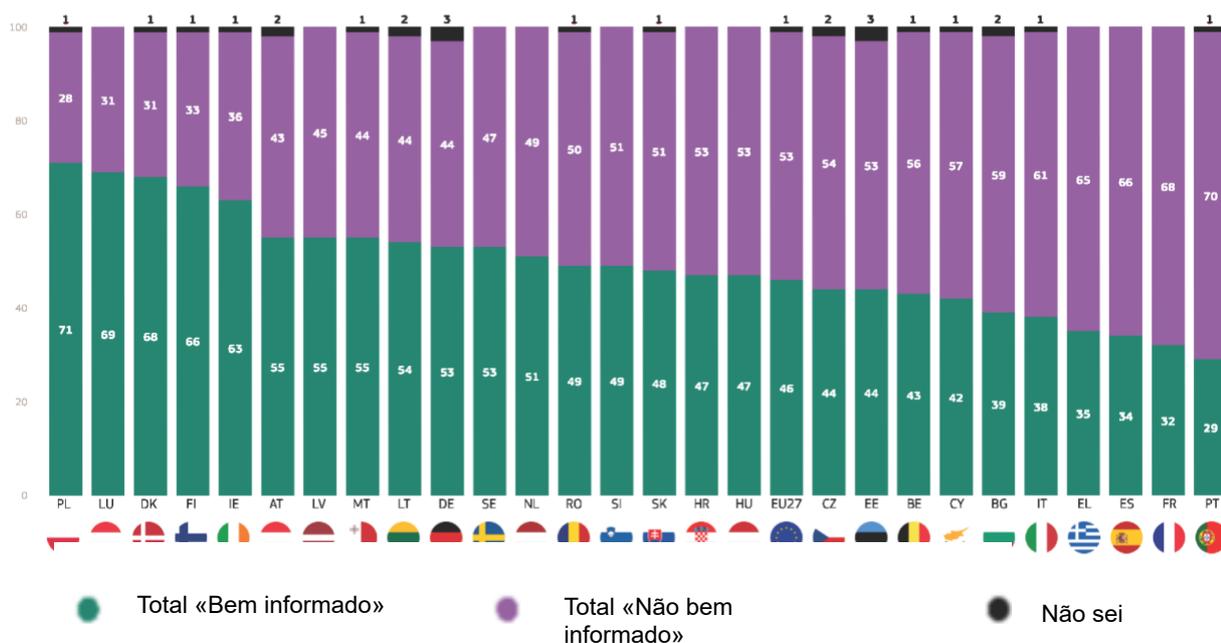


10 QF1(* ou QE1? *). Qual é a sua opinião de que as pessoas do nosso país estão bem informadas sobre questões europeias?

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em 12 Estados-Membros da UE (em comparação com nove no inverno de 2022-2023), a maioria dos inquiridos considera que estão bem informados sobre as questões europeias. As percentagens mais elevadas podem ser observadas na Polónia (71 %), no Luxemburgo (69 %) e na Dinamarca (68 %). No outro extremo do espetro, é mais provável que os inquiridos pensem que não estão bem informados em 15 países. É o caso, em especial, dos inquiridos em Portugal (70 %), em França (68 %) e em Espanha (66 %).

QE2. E, de um modo geral, em que medida considera que está bem informado ou não sobre as questões europeias? (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em 17 países, a percentagem de inquiridos que se sentem bem informados sobre questões europeias aumentou desde o inverno de 2022-2023. Registam-se aumentos superiores a cinco pontos percentuais na Alemanha (53 %, +7 p.p.), na Suécia (53 %, +6 p.p.) e na Eslovénia (49 %, +6 p.p.). Em contrapartida, esta percentagem diminuiu em seis países, particularmente em Malta (55 %, -12 p.p.), Portugal (29 %, -7 p.p.) e Chipre (42 %, -4 p.p.) e manteve-se estável em quatro países: Irlanda (63 %), Lituânia (54 %), Roménia (49 %) e Bulgária (39 %). Em comparação com o inverno de 2022-2023, sentir-se bem informado é agora a posição maioritária na Alemanha, nos Países Baixos e na Suécia.

QE2 E, de um modo geral, em que medida considera que está bem informado ou não sobre questões europeias? (%)

	UE27	DE	SI	SE	EE	EM	PL	DK	FI	FR	HR	SK	SE R	CZ	EL	ES	NL	LV	BG	IE	LT	RO	IT	LU	HU	CY	PT	MT	
Total «bem informado»	Outubro / novembro de 2023	46	53	49	53	44	55	71	68	66	32	47	48	43	44	35	34	51	55	39	63	54	49	38	69	47	42	29	55
	Δ maio/Jun 2023	3	7	6	6	5	5	5	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	1	=	=	=	=	2	2	2	4	7	Δ12
Total «Não bem informado»	Outubro / novembro de 2023	53	44	51	47	53	43	28	31	33	68	53	51	56	54	65	66	49	45	59	36	44	50	61	31	53	57	70	44
	Δ maio/Jun 2023		■9	5	Δ6	7	Δ6	5	5	5	2	3	■1	3	■1	2	2	2	■1	=	=	■1	=	1	2	2	3	6	12
Não sei	Outubro / novembro de 2023	1	3	0	0	3	2	1	1	1	0	0	1	1	2	0	0	0	0	2	1	2	1	1	0	0	1	1	1
	Δ maio/Jun 2023	=	2	■1	=	2	1	=	1	1	■1	=	2	1	■1	=	=	=	=	=	=	1	=	1	=	=	1	1	=

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

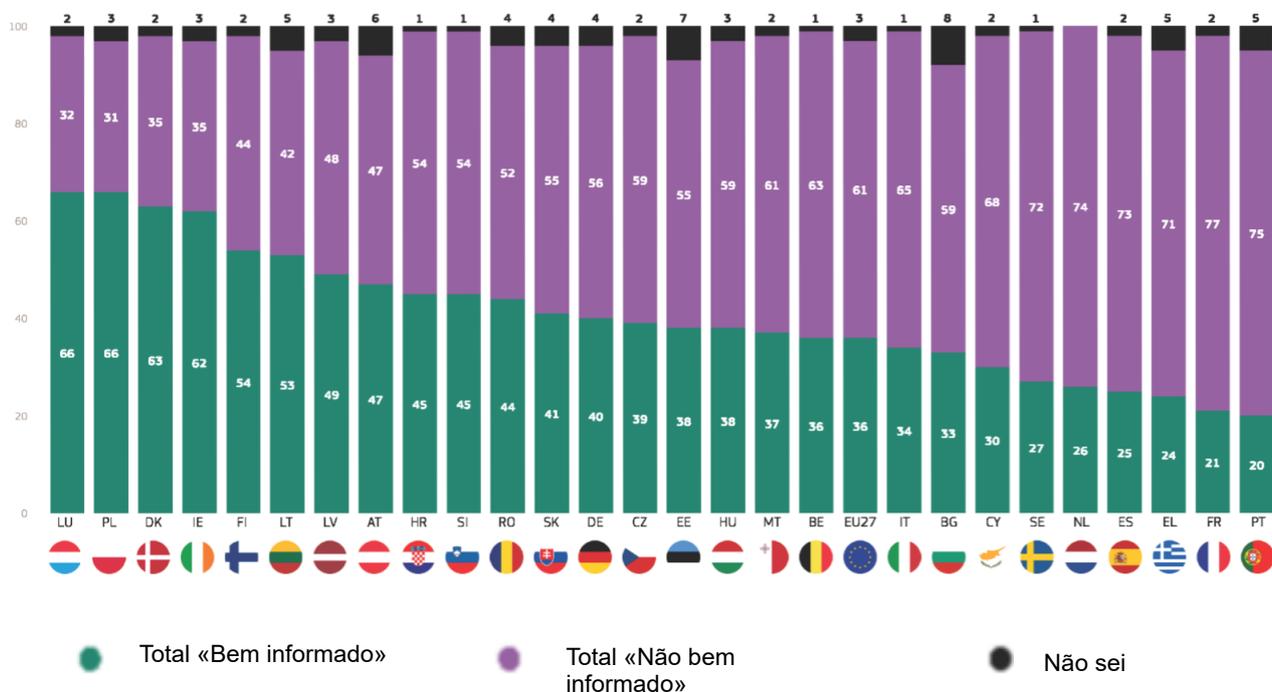
Em sete Estados-Membros da UE (o mesmo que no inverno de 2022-2023), a maioria considera que as pessoas no seu país estão bem informadas sobre as questões europeias, sendo que mais de seis em cada dez o indicam no Luxemburgo e na Polónia (ambos com 66 %), na Dinamarca (63 %) e na Irlanda (62 %).

Em 19 Estados-Membros da UE, a maioria dos inquiridos considera que as pessoas no seu país não estão bem informadas sobre as questões europeias.

As maiores percentagens que dão esta resposta encontram-se em França (77 %), Portugal (75 %) e Países Baixos (74 %).

As opiniões dividem-se na Áustria, onde proporções iguais dizem que as pessoas estão bem informadas e não estão bem informadas (ambos 47 %).

QE1. De um modo geral, em que medida considera que, no nosso país, as pessoas estão ou não bem informadas sobre as questões europeias? (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em 15 Estados-Membros da UE, a percentagem de inquiridos que pensam que as pessoas no seu país estão bem informadas sobre questões europeias aumentou desde o inverno de 2022-2023. É o caso, em especial, da Dinamarca (63 %, +6 pontos percentuais), da Eslovénia (45 %, +6 p.p.) e da Alemanha (40 %, +6 p.p.). Em oito países, os inquiridos têm menos probabilidades do que no inverno de 2022-2023 de dar esta resposta, com reduções de mais de dez pontos percentuais registadas em Malta (37 %, — 21 p.p.) e em Chipre (30 %, -12 p.p.). Este valor manteve-se estável em quatro países: Letónia (49 %), Hungria (38 %), Bélgica (36 %) e Portugal (20 %).

Em comparação com o inverno de 2022-2023, a opinião de que as pessoas no seu país estão bem informadas sobre as questões europeias é agora a opinião maioritária na Letónia. Em contrapartida, tornou-se agora a opinião minoritária em Malta e na Roménia, enquanto a opinião se dividiu na Áustria.

QE1 Em termos gerais, em que medida considera que, no nosso país, as pessoas estão ou não bem informadas sobre as questões europeias? (%)

	UE27	DK	DE	SI	L	CZ	EE	HR	EM	FR	NL	SE	ES	LT	SK	FI	SE R	LV	HU	T	BG	IE	EL	IT	LU	RO	CY	MT	
Total «bem informado»	Outubro/novembro de 2023	36	63	40	45	66	39	38	45	47	21	26	27	25	53	41	54	36	49	38	20	33	62	24	34	66	44	30	37
	Δ maio/Jun 2023	1	6	6	6	5	4	4	4	4	3	3	2	1	1	1	1	=	=	=	=	■1	■1	■1	2	3	4	Δ12	21
Total «Não bem informado»	Outubro/novembro de 2023	61	35	56	54	31	59	55	54	47	77	74	72	73	42	55	44	63	48	59	75	59	35	71	65	32	52	68	61
	Δ maio/Jun 2023	2	Δ6	Δ6	5	Δ6	2	Δ6	4	5	2	2	2	2	3	=	2	1	■1	2	■1	■1	1	2	2	2	4	11	22
Não sei	Outubro/novembro de 2023	3	2	4	1	3	2	7	1	6	2	0	1	2	5	4	2	1	3	3	5	8	3	5	1	2	4	2	2
	Δ maio/Jun 2023	1	=	=	■1	1	2	2	=	1	■1	■1	=	1	2	■1	1	■1	1	2	1	2	=	3	=	1	=	1	■1

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A análise sociodemográfica revela que os homens (50 %) têm mais probabilidades do que as mulheres (41 %) de se sentirem bem informados sobre as questões europeias. Esta proporção é também mais elevada entre os inquiridos nas coortes etárias centrais (48 % das pessoas com idades compreendidas entre os 25 e os 54 anos, em comparação com 43-44 % dos jovens e dos mais velhos) e entre os que permaneceram mais tempo no ensino a tempo inteiro (56 % dos que concluíram o ensino com idade igual ou superior a 20 anos, em comparação com 27 % dos que abandonaram os 15 anos ou menos).

O sentimento de estar bem informado sobre as questões europeias é mais generalizado entre os gestores (59 %) do que entre as pessoas domésticas (31 %) e os desempregados (33 %). Além disso, há também diferenças em termos de dificuldades financeiras dos respondentes e de classe social percebida por si própria. Especificamente, cerca de metade (51 %) das pessoas que nunca ou quase nunca têm dificuldades em pagar as suas contas pensam que estão bem informadas, em comparação com cerca de um quarto (27 %) dos que têm dificuldades na maior parte do tempo. Da mesma forma, os entrevistados que se consideram pertencentes à classe média superior (75 %) ou alta (65 %) da sociedade são mais propensos a dar esta resposta do que aqueles que se consideram pertencentes à classe trabalhadora (31 %).

Por último, os inquiridos que têm uma imagem positiva da UE (60 %) são mais propensos a pensar que estão bem informados sobre as questões europeias do que aqueles que têm uma imagem neutra (37 %) ou negativa.

QE2 E, de um modo geral, em que medida considera que está bem informado ou não sobre questões europeias? (% — UE)

	Total «bem informado»	Total «Não bem informado»	Não sei
UE27	46	53	1
Gênero			
Homem	50	49	1
Mulher	41	58	1
Idade			
15-24	43	56	1
25-39	48	51	1
40-54	48	51	1
55 +	44	55	1
Educação (fim de)			
15—	27	72	1
16-19	44	55	1
20+	56	43	1
Ainda a estudar	46	53	1
Categoria socioprofissional			
Trabalhadores por conta própria	54	45	1
Gerentes	59	40	1
Outros colares brancos	51	48	1
Trabalhadores manuais	41	58	1
Pessoas da casa	31	67	2
Desempregados	33	66	1
Reformados	42	56	2
Estudantes	46	53	1
Dificuldades em pagar contas			
A maior parte do tempo	27	72	1
De vez em quando	39	60	1
Quase nunca/nunca	51	48	1
Considere pertencer a			
A classe trabalhadora	31	68	1
A classe média baixa	39	59	2
A classe média	51	48	1
A classe média alta	65	35	0
A classe alta	75	25	0
Imagem da UE			
Positivo	60	40	0
Neutral	37	62	1

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Negativo

31

67

2

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Os resultados sociodemográficos são semelhantes quando se olha para as proporções que pensam que as pessoas no seu país estão bem informadas sobre as questões europeias, embora as diferenças sejam menos pronunciadas e não haja diferenças claras por género.

Os inquiridos mais velhos com idade igual ou superior a 55 anos (34 %) são ligeiramente menos propensos do que os inquiridos com idades compreendidas entre os 15 e os 54 anos (37-38 %) a afirmar que as pessoas no seu país estão bem informadas. Observa-se uma diferença mais clara em termos de nível de escolaridade, com cerca de quatro em cada dez (39 %) entre os que concluíram o ensino a tempo inteiro com idade igual ou superior a 20 anos e que dão esta resposta, em comparação com cerca de um quarto (27 %) dos que abandonaram os 15 anos ou menos.

Os gestores (42 %) são os mais propensos a pensar que as pessoas no seu país estão bem informadas, especialmente quando comparadas com os desempregados (25 %). O sentimento de que as pessoas no próprio país estão bem informadas sobre as questões europeias é mais difundido entre aqueles que têm dificuldade em pagar as suas contas nunca/quase nunca ou de vez em quando (34-39 %, em comparação com 25 % dos que têm dificuldades na maior parte do tempo) e entre aqueles que se consideram pertencentes à classe alta da sociedade (52 %, contra 28 % dos que se consideram pertencentes à classe trabalhadora).

Por último, as pessoas que têm uma imagem positiva da UE (47 %) têm maior probabilidade de sentir que as pessoas do seu país estão bem informadas sobre as questões europeias do que aquelas que têm uma imagem neutra (33 %) ou negativa (19 %).

QE1 Em termos gerais, em que medida considera que, no nosso país, as pessoas estão ou não bem informadas sobre as questões europeias? (% — UE)

	Total «bem informado»	Total «Não bem informado»	Não sei
UE27	36	61	3
Gênero			
Homem	37	61	2
Mulher	36	61	3
Idade			
15-24	38	59	3
25-39	38	60	2
40-54	37	61	2
55 +	34	63	3
Educação (fim de)			
15—	27	68	5
16-19	36	61	3
20+	39	59	2
Ainda a estudar	39	58	3
Categoria socioprofissional			
Trabalhadores por conta própria	38	61	1
Gerentes	42	57	1
Outros colares brancos	41	57	2
Trabalhadores manuais	36	62	2
Pessoas da casa	32	63	5
Desempregados	25	72	3
Reformados	33	63	4
Estudantes	39	58	3
Dificuldades em pagar contas			
A maior parte do tempo	25	71	4
De vez em quando	34	64	2
Quase nunca/nunca	39	58	3
Considere pertencer a			
A classe trabalhadora	28	67	5
A classe média baixa	35	62	3
A classe média	40	58	2
A classe média alta	42	58	0

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A classe alta	52	46	2
Imagem da UE			
Positivo	47	51	2
Neutral	33	64	3
Negativo	19	79	2

III. Fontes de informação para questões políticas e para a União Europeia



1. Questões políticas europeias

Os europeus continuam a receber a maior parte das suas notícias sobre questões políticas europeias através dos canais generalistas e noticiosos de televisão.

Os canais de televisão generalistas continuam a ser a fonte de notícias preferida sobre questões políticas europeias (57 %, -1 ponto percentual desde o inverno de 2022-2023), seguidos de perto pelos canais de notícias televisivas (53 %, +2 p.p.)¹¹.

Mais de metade depende de um meio baseado na Internet como principal fonte de notícias sobre questões políticas europeias (55 %, +1 p.p.).

Quatro em cada dez (sem alterações) vão para os sítios Web de informação, enquanto três em cada dez (+1 p.p.) obtêm as suas notícias sobre questões políticas europeias a partir das redes sociais em linha. Menos de um em cada dez dependem de sites de hospedagem de vídeo (7 %, sem alterações), podcasts (7 %, +1 pp) ou blogs (3 %, sem alterações).

Entre os meios de comunicação tradicionais, a rádio é mencionada por cerca de um terço dos inquiridos (34 %, +1 pp), enquanto a imprensa escrita é indicada por cerca de um quarto (26 %, +1 pp).

Menos de um em cada dez (8 %, +1 p.p.) afirma não procurar informações sobre questões políticas europeias¹².

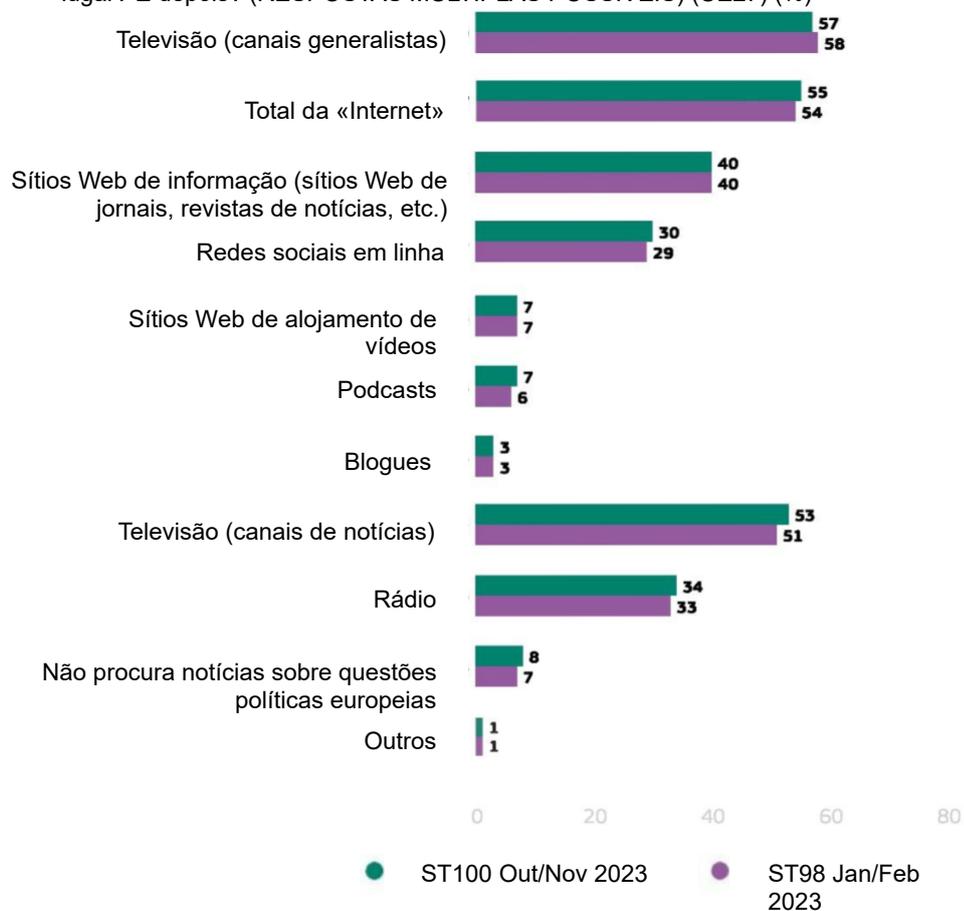
De um modo geral, com exceção de um ligeiro aumento da proporção que menciona os canais de televisão (+2 p.p.), estes valores mantiveram-se globalmente estáveis desde o inverno de 2022-2023.

11 O total «A Internet» combina as pontuações para os itens: Sítios Web de informação (sites de jornais, revistas de notícias, etc.), redes sociais em linha, sites de alojamento de vídeos, podcasts e blogues.

12 QE4a. Onde obtém a maior parte das suas notícias sobre questões políticas europeias? Em primeiro lugar? QE4b. E depois? (RESPOSTAS MÚLTIPLAS POSSÍVEIS)

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE4T. Onde obtém a maior parte das suas notícias sobre questões políticas europeias? Em primeiro lugar? E depois? (RESPOSTAS MÚLTIPLAS POSSÍVEIS) (UE27) (%)



A classificação das fontes de informação sobre questões políticas europeias é semelhante quando se analisa apenas a primeira resposta dada pelos inquiridos. Os canais de televisão generalistas (32 %, -1 ponto percentual desde o inverno de 2022-2023) são mais uma vez a fonte preferida, seguido dos canais de televisão de notícias (23 %, +1 p.p.).

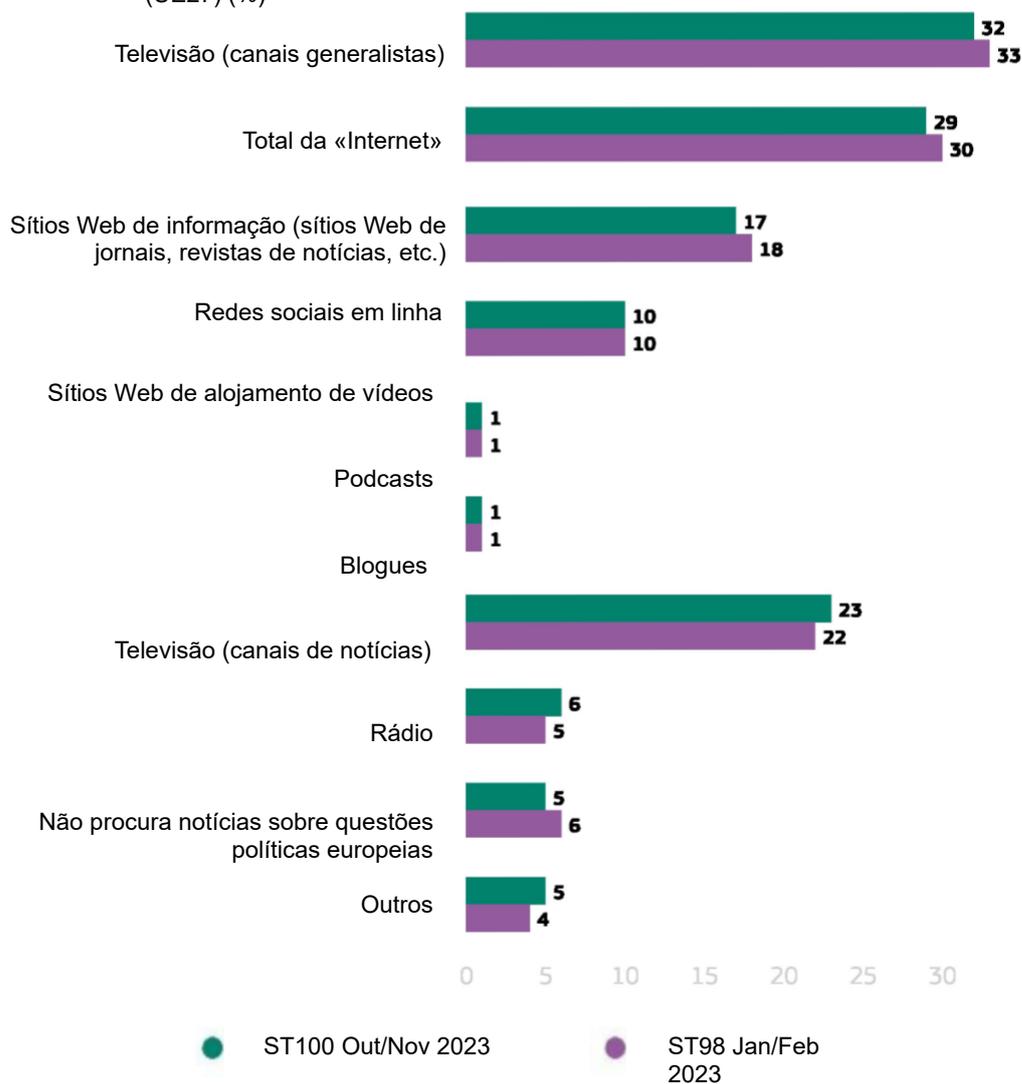
Cerca de três em cada dez (29 %, -1 p.p.) preferem uma fonte baseada na Internet para notícias sobre questões políticas europeias¹³. Nesta categoria, 17 % (-1 pp) citam sites de informação como fonte para este tipo de conteúdo, enquanto um em cada dez (sem alterações) menciona as redes sociais online.

Quanto aos meios de comunicação tradicionais, 6 % (+1 p.p.) indicam a imprensa escrita como a sua primeira escolha para obter notícias sobre questões políticas europeias e 5 % (-1 p.p.) citam a rádio.

13 O total «A Internet» combina as pontuações para os itens: Sítios Web de informação (sítios de jornais, revistas noticiosas, etc.), redes sociais em linha, sítios Web de alojamento de vídeos, podcasts e blogues (não houve inquiridos que mencionassem os blogues como a primeira fonte de notícias sobre questões políticas europeias).

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE4a. Onde obtém a maior parte das suas notícias sobre questões políticas europeias? Em primeiro lugar? (UE27) (%)



Os canais de televisão generalistas são a primeira fonte de notícias mais frequentemente mencionada sobre questões políticas europeias em sete Estados-Membros da UE. As percentagens mais elevadas de inquiridos que citam este meio podem ser observadas em Portugal (83 %), na Croácia (72 %) e na Roménia (70 %). No extremo oposto da escala, 21 % na Suécia, 35 % na Dinamarca e 37 % nos Países Baixos mencionam esta fonte. Os canais generalistas são uma das três fontes mais citadas em 18 países.

A Internet¹⁴ é uma das três fontes mais citadas pelos inquiridos em todos os Estados-Membros (com a única exceção dos inquiridos na Alemanha) e é a fonte mais mencionada em 19 países, incluindo Malta (76 %), Países Baixos (74 %) e Letónia (73 %). A Internet é menos mencionada na Roménia (38 %), em Portugal (39 %) e na Alemanha (48 %).

Os canais de notícias televisivas classificam-se como a principal fonte de notícias sobre assuntos políticos europeus na Roménia e como uma das três melhores em 22 países. Os inquiridos em Portugal (79 %), na Roménia (75 %) e na Dinamarca (68 %) são os mais suscetíveis de citar esta fonte, enquanto os de Espanha (39 %), Finlândia (42 %) e Chipre (43 %) são os menos propensos a fazê-lo. Em 11 Estados-Membros da UE, os sítios Web de informação estão entre as três primeiras fontes de notícias mais utilizadas sobre questões políticas europeias. As percentagens mais elevadas que dão esta resposta são registadas em Malta e na Finlândia (ambos com 61 %) e na Chéquia e nos Países Baixos (ambos 59 %). Em contrapartida, os sítios Web de informação são menos mencionados na Roménia (17 %), na Bulgária (26 %) e em Portugal (27 %).

A rádio é a segunda ou terceira fonte de notícias mais citada em três países. Pelo menos metade cita este facto na Alemanha (57 %), na Suécia (52 %) e na Eslováquia (50 %), enquanto 21 % em Itália e na Roménia e 22 % em Malta o fazem.

As redes sociais em linha são a segunda fonte mais citada sobre questões políticas europeias em Chipre (53 %) e a terceira mais mencionada em Malta (48 %). Esta fonte é também citada por quase metade dos inquiridos na Letónia (48 %). Em contrapartida, 20 % em Portugal, 26 % na Alemanha e 27 % em França e nos Países Baixos dependem das redes sociais em linha como fonte de notícias.

A imprensa escrita é o terceiro meio de comunicação mais frequentemente mencionado para as notícias sobre questões políticas europeias no Luxemburgo (45 %) (em conjunto com os canais de televisão). Juntamente com os do Luxemburgo, é mais provável que os inquiridos mencionem esta fonte na Finlândia (47 %) e na Áustria (46 %). No extremo oposto do espetro, as percentagens mais baixas que dão esta resposta encontram-se em Malta (6 %), Polónia (9 %) e Chipre, Hungria e Roménia (12 %).

Em sete Estados-Membros da UE, mais de um em cada dez menciona podcasts, nomeadamente na Dinamarca e na Eslováquia (ambos 17 %) e na Suécia (14 %). Os sítios Web de alojamento de vídeos são citados por cerca de um em cada cinco na Eslováquia (21 %) e por, pelo menos, um em cada dez noutros sete países, em particular na Croácia (16 %) e na Chéquia (14 %). Os blogs são mencionados por quase um quarto na Grécia (23 %) e por mais de um em cada dez em Chipre (13 %).

Por último, há três países em que pelo menos um em cada dez declara não procurar informações sobre questões políticas europeias: Espanha (17 %) e Chipre e Itália (10 %).

14 O total «A Internet» combina as pontuações para os itens: Sítios Web de informação (sites de jornais, revistas de notícias, etc.), redes sociais em linha, sites de alojamento de vídeos, podcasts e blogs.

A análise sociodemográfica destaca o seguinte:

Os homens são mais propensos do que as mulheres a obter a maior parte das suas notícias sobre questões políticas europeias através de sítios Web de informação (44 % vs 36 %), da rádio (36 % vs 33 %) e da imprensa escrita (28 % vs 24 %). As mulheres são mais propensas do que os homens a usar canais de televisão generalistas (60 % vs 55 %).

Quanto mais velhos forem os inquiridos, maior será a probabilidade de receberem notícias políticas europeias através de canais generalistas ou de televisão, da imprensa escrita ou da rádio, e menor será a probabilidade de as obterem da Internet, incluindo sítios Web de informação, podcasts, redes sociais em linha, blogues ou sítios Web de alojamento de vídeos. Por exemplo, 61 % das pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos recebem este tipo de notícias nas redes sociais online, em comparação com 13 % das pessoas com idade igual ou superior a 55 anos.

Quanto mais tempo os inquiridos permanecerem no ensino a tempo inteiro, maior a probabilidade de mencionarem fontes da Internet, incluindo sítios Web de informação, podcasts, redes sociais em linha e sítios Web de alojamento de vídeos, e menor a probabilidade de mencionarem os canais de televisão generalistas. Por exemplo, 52 % das pessoas que concluíram os seus estudos com idade igual ou superior a 20 anos dependem de sítios Web de informação, em comparação com 15 % dos que terminaram os estudos com idade igual ou inferior a 15 anos.

Os gestores são os mais propensos a mencionar sites de informação (58 %), rádio (40 %), imprensa escrita (30 %) e podcasts (12 %). As pessoas com maior probabilidade de recorrer a canais generalistas (64 %) e de televisão de notícias (60 %), ao passo que são as menos propensas a citar fontes da Internet (38 %), sítios Web de informação (24 %), redes sociais em linha (23 %), serviços de alojamento de vídeos (4 %), podcasts (3 %) e blogues (1 %).

Os inquiridos que nunca ou quase nunca têm dificuldades em pagar contas têm maior probabilidade de obter a maior parte das suas notícias políticas europeias a partir de sítios Web de informação (43 %, em comparação com 33 % dos que têm dificuldades na maior parte do tempo), da rádio (37 %, em comparação com 28 %) ou da imprensa escrita (28 %, em comparação com 19 %).

É mais provável que a Internet seja usada por aqueles que se consideram pertencentes à classe alta (76 %) ou à classe média alta (71 %) da sociedade, em comparação com aqueles que se consideram pertencentes à classe trabalhadora (43 %) ou à classe média baixa (50 %). O mesmo padrão aplica-se à imprensa escrita (37 %, em comparação com 19-24 %). Por outro lado, os canais de televisão generalistas são mais utilizados pelos entrevistados que se consideram pertencentes à classe trabalhadora (61 %) ou à classe média baixa (60 %) do que por aqueles que se consideram pertencentes à classe alta ou à classe média alta (ambos 45 %).

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE4T Onde obtém a maior parte das suas notícias sobre questões políticas europeias? Em primeiro lugar? E depois? (RESPOSTAS MÚLTIPLAS POSSÍVEIS) (% — UE)

	Televisão (canais generalistas)	Total da «Internet»	Televisão (canais de notícias)	Sítios Web de informação (sítios Web de jornais, revistas de notícias, etc.)	Rádio	Redes sociais em linha	A imprensa escrita	Não procura notícias sobre questões políticas europeias	Podcasts	Sítios Web de alojamento de vídeos	Blogues	Outros	Não sei
UE27	57	55	53	40	34	30	26	8	7	7	3	1	0
Gênero													
Homem	55	58	53	44	36	30	28	6	8	8	4	1	0
Mulher	60	52	53	36	33	30	24	9	6	6	3	1	0
Idade													
15-24	35	80	34	52	15	61	11	11	15	14	6	1	0
25-39	48	73	48	51	29	42	18	6	11	9	5	1	0
40-54	57	62	55	46	35	30	24	7	7	7	4	1	0
55 +	69	34	60	26	42	13	36	7	3	3	2	1	0
Educação (fim de)													
15—	75	22	57	15	34	13	27	15	1	2	1	1	1
16-19	62	50	55	35	37	28	26	7	4	6	3	1	0
20+	51	67	53	52	37	30	30	4	10	8	4	1	0
Ainda a estudar	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Categoria socioprofissional													
Trabalhadores por conta própria	56	66	54	53	39	33	29	4	9	10	7	1	0
Gerentes	48	72	54	58	40	31	30	3	12	8	4	0	0
Outros colares brancos	55	65	54	46	33	35	23	6	8	9	5	1	0
Trabalhadores manuais	57	60	52	40	32	35	19	8	6	7	3	1	0
Pessoas da casa	64	38	60	24	25	23	20	16	3	4	1	0	0
Desempregados	56	60	42	41	22	36	16	12	7	7	3	1	0
Reformados	72	26	60	21	43	9	39	8	2	2	1	1	1
Estudantes	33	82	35	57	17	59	11	10	18	16	7	1	0
Dificuldades em pagar contas													
A maior parte do tempo	60	49	50	33	28	29	19	12	6	8	3	1	0
De vez em quando	59	52	54	34	29	32	22	9	6	7	5	1	0
Quase nunca/nunca	56	57	53	43	37	29	28	6	8	7	3	1	0
Considere pertencer a													
A classe trabalhadora	61	43	53	30	32	25	19	14	5	5	2	1	1
A classe média baixa	60	50	53	33	33	30	24	8	5	7	3	1	0
A classe média	57	60	53	44	35	31	28	5	8	8	4	1	0
A classe média alta	45	71	51	55	39	33	37	2	12	9	5	1	0
A classe alta	45	76	60	64	36	37	37	2	9	7	9	0	1
Imagem da UE													
Positivo	57	61	56	47	36	32	29	4	9	7	3	1	0
Neutral	59	50	52	34	34	28	24	9	6	6	3	0	0
Negativo	53	53	47	36	31	30	22	10	7	8	4	1	1

2. A pesquisa ativa de informações sobre a União Europeia

A maioria dos inquiridos conta com os meios de comunicação tradicionais (televisão, rádio, imprensa escrita) quando procuram informações sobre a UE, as suas políticas e as suas instituições (52 %, sem alterações desde o inverno de 2022-2023), enquanto quase metade (48 %, +1 ponto percentual) olha para a Internet¹⁵.

Desagregando os itens incluídos na categoria combinada de «Internet», cerca de três em cada dez (31 %, +1 p.p.) mencionam sítios Web de informação, enquanto cerca de dois em cada dez (19 %, +1 p.p.) entram nas redes sociais em linha. Menos de um em cada cinco (17 %, sem alterações) visita sítios Web institucionais e oficiais para procurar informações sobre a UE, as suas políticas e as suas instituições, enquanto apenas 3 % (sem alterações) dependem de blogues.

Quase três em cada dez (29 %, sem alterações) dizem que procuram este tipo de informação através de discussões com amigos, familiares ou colegas. Outras fontes são mencionadas por uma em cada vinte ou menos: livros, brochuras e folhetos informativos (5 %, sem alterações), conferências (em linha), palestras e reuniões (4 %, sem alterações) e telefone (1 %, sem alteração).

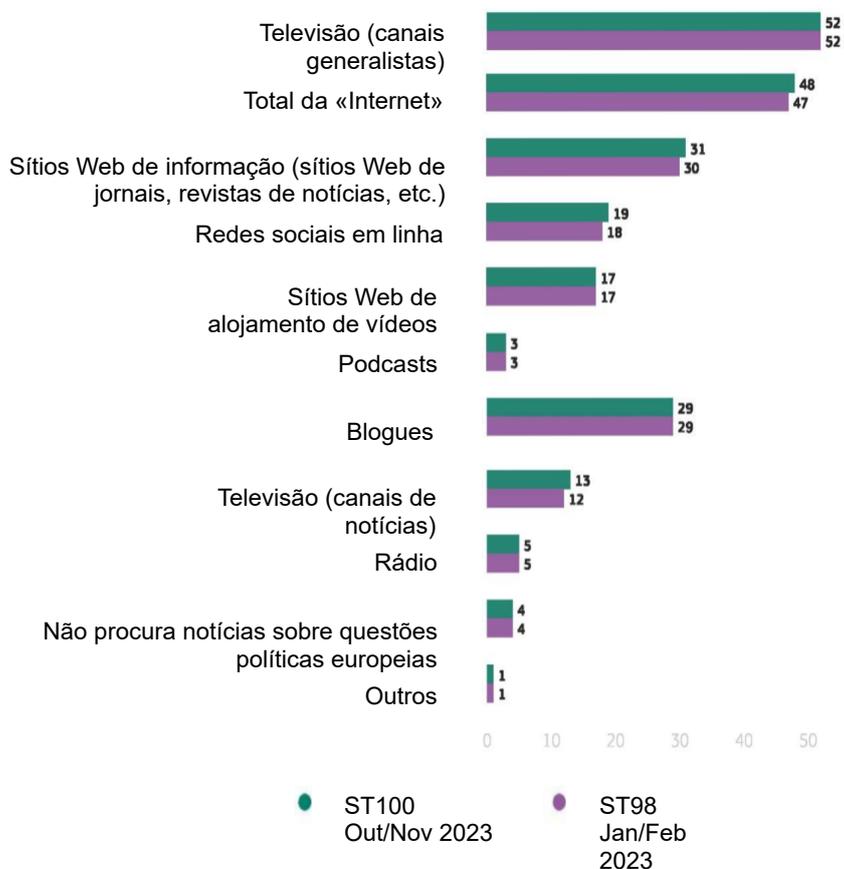
Mais de um em cada dez (13 %, +1 p.p.) diz espontaneamente que nunca procuram este tipo de informação ou não estão interessados em informações sobre a UE¹⁶.

15 O total «A Internet» combina as pontuações para os itens: Sítios Web de informação (sítios Web de jornais, revistas noticiosas, sítios Web de alojamento de vídeos, etc.), redes sociais em linha, sítios Web institucionais e oficiais (sítios Web governamentais, etc.) e blogues.

16 QE5. Quando procura informações sobre a UE, as suas políticas e as suas instituições, qual das seguintes fontes utiliza? (RESPOSTAS MÚLTIPLAS POSSÍVEIS)

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE5. Quando procura informações sobre a UE, as suas políticas, as suas instituições, quais das seguintes fontes utiliza? (RESPOSTAS MÚLTIPLAS POSSÍVEIS) (UE27)(%)



Em todos os Estados-Membros da UE, a fonte mais mencionada ao procurar informações sobre a UE é a Internet ou os meios de comunicação tradicionais. A Internet ocupa a posição mais elevada em 16 países, enquanto os meios de comunicação tradicionais são a fonte mais frequentemente mencionada em dez países. No Luxemburgo, estas duas fontes são as mais altas.

Os meios de comunicação tradicionais (televisão, rádio, imprensa escrita) são mencionados por cerca de seis em cada dez ou mais no Luxemburgo (63 %), na Alemanha (60 %) e na Dinamarca e Itália (ambos 59 %). Em comparação com 36 % em Malta e na Estónia e 38 % na Chéquia e na Letónia, que dão esta resposta. Os meios de comunicação tradicionais são uma das três fontes mais citadas em todos os Estados-Membros da UE.

A Internet¹⁷ é mencionada mais frequentemente nos Países Baixos (76 %), na Suécia (74 %) e na Finlândia (73 %). No outro extremo da escala, 27 % na Roménia e 31 % em Portugal procuram informações sobre a UE na Internet. A Internet é uma das três fontes mais citadas em todos os países.

Os sites de informação são a segunda ou terceira fonte mais bem classificada em 19 países. São mais mencionados na Suécia (53 %), na Finlândia (48 %) e nos Países Baixos (45 %). Pelo contrário, são menos citadas na Roménia (12 %) e na Bulgária e em Portugal (ambos 18 %).

Mais de quatro em cada dez na Roménia (43 %), na Grécia e na Eslováquia (ambos 42 %) e na Alemanha (41 %) afirmam que têm discussões com familiares, amigos ou colegas quando procuram informações sobre a UE. No extremo oposto da escala, menos de um em cada cinco menciona este facto na Estónia, França e Irlanda (todos 18 %) e em Espanha (19 %). Esta é a segunda ou terceira fonte mais citada em sete países.

As redes sociais em linha são seleccionadas entre as fontes de informação preferidas sobre a UE por mais de um terço em Chipre (37 %) e na Letónia e Malta (ambos 34 %). Em contrapartida, 14 % na Eslovénia e em Portugal e 16 % em França, Hungria, Polónia e Roménia citam-nas. As redes sociais em linha são a terceira fonte mais mencionada em Chipre e, em conjunto com sítios Web de informação, a Estónia.

Os sítios Web institucionais e oficiais são a terceira fonte mais citada pelos inquiridos nos Países Baixos (50 %). Os da Finlândia e da Suécia (ambos 43 %) estão também entre os mais propensos a confiar neles para obter informações sobre a UE. No outro extremo do espetro, menos de um em cada dez mencionam estes sítios Web em Portugal (7 %) e na Bulgária, Hungria e Roménia (8 %).

Pelo menos um em cada dez no Luxemburgo e na Suécia (11 %) e na Dinamarca e na Alemanha (10 %) dizem que procurarão informações sobre a UE em livros, brochuras e folhetos informativos.

Apenas em Chipre (10 %) pelo menos uma em cada dez participam em conferências, palestras ou reuniões (em linha), enquanto 17 % na Grécia dependem de blogues e menos de um em cada vinte em todos os países mencionam o telefone.

Por último, pelo menos um em cada dez em 22 Estados-Membros da UE afirma nunca procurar essas informações ou não está interessado, nomeadamente na Estónia e em Portugal (ambos com 27 %) e na Lituânia e em Espanha (ambos 22 %).

A análise sociodemográfica ilustra que os homens são mais propensos do que as mulheres a utilizar a Internet quando procuram informações sobre a UE (52 % contra 45 %) e, especificamente, a utilizar sítios Web de informação (34 % contra 27 %) e sítios institucionais e oficiais (18 % vs 15 %).

Quanto mais idosos forem os inquiridos, maior a probabilidade de mencionarem os meios de comunicação tradicionais (televisão, rádio ou imprensa escrita) (65 % dos inquiridos com idade igual ou superior a 55 anos, em comparação com 32 % das pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos), enquanto o inverso é válido para a Internet (68 % das pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os

17 O total «A Internet» combina as pontuações para os itens: Sítios Web de informação (sítios Web de jornais, revistas noticiosas, sítios Web de alojamento de vídeos, etc.), redes sociais em linha, sítios Web institucionais e oficiais (sítios Web governamentais, etc.) e blogues.

24 anos, em comparação com 31 % dos inquiridos com idade igual ou superior a 55 anos), em especial para as redes sociais em linha (39 % contra 9 %) e para os sítios Web institucionais e oficiais (23 % contra 11 %).

Quanto mais tempo um inquirido permanecer no ensino a tempo inteiro, maior será a probabilidade de procurar informações sobre a UE na Internet (63 % das pessoas que concluíram os 20 anos ou mais, em comparação com 18 % dos que terminaram com 15 anos ou menos). Isto é mais evidente quando se trata de sítios Web de informação, com mais de quatro em cada dez (43 %) dos que concluíram o ensino com idade igual ou superior a 20 anos a mencionar este facto, em comparação com cerca de um em cada dez (11 %) dos que abandonaram os 15 anos ou menos. O padrão inverso aplica-se aos meios tradicionais (televisão, rádio ou imprensa escrita) (62 % dos que concluíram os estudos com idade igual ou superior a 15 anos, em comparação com 52 % dos que terminaram os 20 anos ou mais).

Os trabalhadores por conta própria (55 %) e as pessoas domésticas (54 %) são os que mais dependem da televisão, da rádio ou da imprensa escrita, em especial em relação aos desempregados (40 %). Os gestores são os mais suscetíveis de utilizar a Internet (69 %), em especial os sítios Web de informação (47 %) e os sítios institucionais e oficiais (29 %), enquanto as redes sociais em linha são mais utilizadas entre os desempregados (25 %). Os inquiridos que nunca ou quase nunca têm dificuldades em pagar contas são mais propensos do que os que têm dificuldades na maior parte do tempo em procurar informações sobre a UE nos meios de comunicação tradicionais (televisão, rádio, imprensa escrita) (53 % vs 46 %) e nas fontes da Internet (51 % contra 41 %). Entre estes últimos, a diferença é a mais acentuada quando se trata de sites de informação (34 % vs 23 %).

Os inquiridos que se consideram pertencentes à classe média alta ou alta da sociedade são mais propensos do que aqueles que se consideram pertencentes à classe trabalhadora a utilizar a Internet quando procuram informações sobre a UE (69-71 % vs 35 %). As diferenças são mais notáveis em relação aos sítios Web de informação (46-48 % vs. 22 %) e aos sítios institucionais e oficiais (29-34 % vs. 9 %).

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE5 Quando procura informações sobre a UE, as suas políticas e as suas instituições, qual das seguintes fontes utiliza? (RESPOSTAS MÚLTIPLAS POSSÍVEIS) (% — UE)

	Televisão (canais generalistas)	Total da «Internet»	Televisão (canais de notícias)	Sítios Web de informação (sítios Web de jornais, revistas de notícias, etc.)	Rádio	Redes sociais em linha	A imprensa escrita	Não procura notícias sobre questões políticas europeias	Podcasts	Sítios Web de alojamento de vídeos	Blogues	Outros	Não sei
UE27	52	48	31	29	19	17	13	5	4	3	1	0	1
Gênero													
Homem	52	52	34	28	19	18	12	5	5	3	1	0	1
Mulher	53	45	27	29	19	15	14	5	4	3	1	0	1
Idade													
15-24	32	68	39	30	39	23	14	5	6	5	2	0	0
25-39	42	62	40	29	26	22	11	5	5	4	2	0	1
40-54	51	54	34	29	20	19	12	4	5	4	1	0	1
55 +	65	31	21	28	9	11	14	5	3	1	1	0	1
Educação (fim de)													
15—	62	18	11	26	8	3	22	2	2	1	0	0	1
16-19	55	42	25	29	18	12	14	4	4	3	1	0	1
20+	52	63	43	29	19	25	8	7	5	4	1	0	1
Ainda a estudar	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Categoria socioprofissional													
Trabalhadores por conta própria	55	59	39	32	22	20	9	7	7	5	1	0	1
Gerentes	51	69	47	31	20	29	6	8	6	4	1	0	1
Outros colares brancos	51	56	34	30	22	19	9	4	6	4	1	0	1
Trabalhadores manuais	49	48	29	27	21	13	14	3	3	3	1	0	1
Pessoas da casa	54	31	20	28	14	9	24	2	3	1	1	0	0
Desempregados	40	48	26	22	25	14	22	3	2	3	1	0	1
Reformados	67	26	17	27	6	9	15	6	2	1	1	0	1
Estudantes	32	71	43	30	38	28	12	7	7	5	3	0	0
Dificuldades em pagar contas													
A maior parte do tempo	46	41	23	28	20	10	21	4	4	3	1	0	1
De vez em quando	52	44	25	30	21	14	14	4	5	4	1	0	1
Quase nunca/nunca	53	51	34	28	18	19	11	6	4	2	1	0	1
Considere pertencer a													
A classe trabalhadora	49	35	22	24	15	9	23	2	2	2	1	0	2
A classe média baixa	52	43	24	29	20	12	14	5	4	3	1	0	1
A classe média	54	53	34	30	20	19	9	6	5	3	1	0	1
A classe média alta	52	69	46	31	22	34	5	9	8	5	1	0	0
A classe alta	53	71	48	35	25	29	2	8	9	8	1	0	2
Imagem da UE													
Positivo	57	56	36	32	21	20	8	6	5	3	1	0	0
Neutral	50	43	26	27	17	14	16	4	4	3	1	0	1
Negativo	47	44	26	26	20	14	17	4	4	3	1	0	1

IV. Pareceres sobre o pluralismo e a independência dos meios de comunicação social nacionais



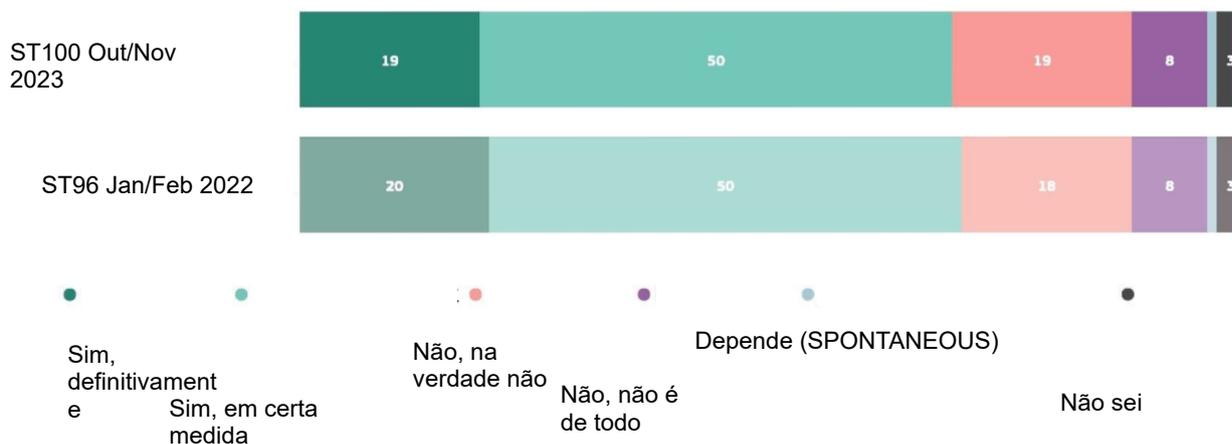
1. Pluralismo nos meios de comunicação social nacionais

A grande maioria pensa que os seus meios de comunicação social nacionais proporcionam uma diversidade de pontos de vista e opiniões.

Cerca de sete em cada dez inquiridos (69 %, -1 ponto percentual desde o inverno de 2021-2022) afirmam que os seus meios de comunicação social nacionais fornecem uma diversidade de pontos de vista e opiniões, com quase um em cada cinco (19 %, -1 p.p.) que pensam que este é «definitivamente» o caso. Inversamente, mais de um quarto (27 %, +1 p.p.) dá uma resposta negativa, incluindo menos de um em cada dez (8 %, sem alteração) que dizem «não, não é de todo» e 3 % (sem alteração) dizem que não sabem¹⁸.

Estes valores mantiveram-se estáveis desde a última vez que esta pergunta foi colocada no inverno de 2021-2022 (EB96).

QE7. Para cada uma das seguintes declarações, indicar em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY) (UE27) (%)
Os meios de comunicação social (nacionalidade) proporcionam uma diversidade de pontos de vista e opiniões



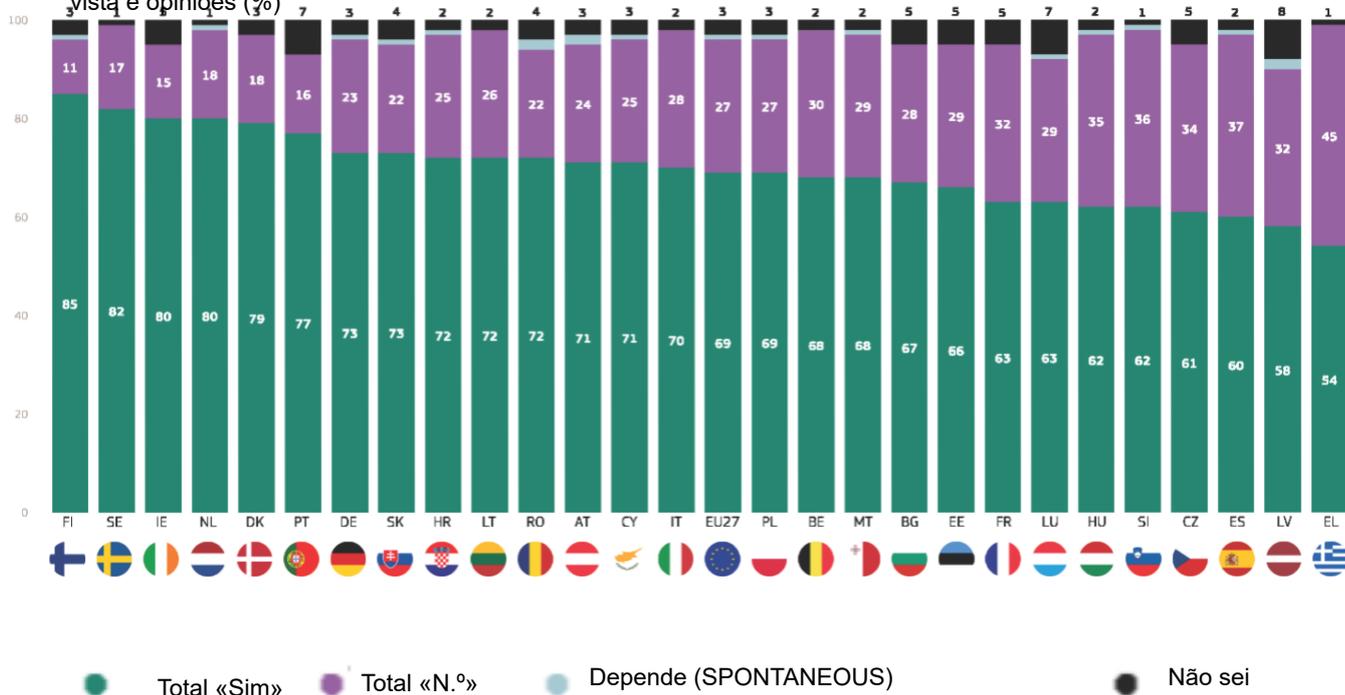
18 QE7. Para cada uma das seguintes declarações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY). 2) (NACIONALIDADE) Os meios de comunicação social proporcionam uma diversidade de pontos de vista e opiniões.

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Uma maioria absoluta em todos os Estados-Membros da UE considera que os seus meios de comunicação social nacionais proporcionam uma diversidade de pontos de vista e opiniões. Esta percentagem varia entre, pelo menos, oito em cada dez na Finlândia (85 %), na Suécia (82 %) e na Irlanda e nos Países Baixos (ambos 80 %), a seis em dez ou menos na Grécia (54 %), na Letónia (58 %) e em Espanha (60 %).

Em 14 países, os inquiridos são mais propensos do que no inverno de 2021-2022 a pensar que os seus meios de comunicação social nacionais fornecem uma diversidade de pontos de vista e opiniões, nomeadamente na Polónia (69 %, +8 pontos percentuais), na Eslováquia (73 %, +7 p.p.) e na Eslovénia (62 %, +7 p.p.). Esta percentagem de inquiridos diminuiu em 12 países, com as maiores diminuições observadas na Estónia (66 %, -13 p.p.), na Chéquia (61 %, -13 p.p.) e na Alemanha (73 %, -7 p.p.). Não houve alterações na Áustria (71 %).

QE7.2. Para cada uma das seguintes declarações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação social (NATIONALITY) (NATIONALITY) que fornecem uma diversidade de pontos de vista e opiniões (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE7.2 Para cada uma das seguintes afirmações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY) (NATIONALITY) que fornecem uma diversidade de pontos de vista e opiniões (%)

		UE27	PL	SI	SK	SE	IE	EL	LV	MT	ES	HR	LT	SE R	BG	FI	EM	FR	IT	LU	HU	PT	CY	NL	DK	RO	DE	CZ	EE
Sim, definitivamente	Outubro/novembro de 2023	19	17	16	17	28	19	12	12	16	13	17	16	12	20	33	29	16	15	13	17	15	21	29	28	27	21	17	14
	Δ maio/Jun 2023	■1	4	3	2	4	4	2	1	3	■1	=	=	■1	■1	3	2	1	2	3	=	5	2	=	=	=	■9	4	13
Sim, em certa medida	Outubro/novembro de 2023	50	52	46	56	54	61	42	46	52	47	55	56	56	47	52	42	47	55	50	45	62	50	51	51	45	52	44	52
	Δ maio/Jun 2023	=	4	4	5	2	9	5	2	=	3	2	2	2	2	2	2	2	1	4	■1	4	4	2	4	5	2	■9	=
Não, na verdade não	Outubro/novembro de 2023	19	18	22	14	14	12	30	23	23	22	20	21	24	16	9	15	23	20	25	22	15	18	14	13	17	18	23	20
	Δ maio/Jun 2023	1	2	2	2	■1	3	=	5	1	■1	2	=	■1	=	3	■1	=	2	■1	=	2	=	3	=	6	6	2	3
Não, não é de todo	Outubro/novembro de 2023	8	9	14	8	3	3	15	9	6	15	5	5	6	12	2	9	9	8	4	13	1	7	4	5	5	5	11	9
	Δ maio/Jun 2023	=	5	3	3	4	3	3	3	2	1	2	=	=	2	■1	=	1	1	3	1	■1	4	2	2	=	■1	6	5
Depende (SPONTANEOUS)	Outubro/novembro de 2023	1	1	1	1	0	0	0	2	1	1	1	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0	1	1	0	2	1	0	0
	Δ maio/Jun 2023	=	=	=	■1	■1	=	=	2	■1	=	1	■1	■1	■1	1	=	=	■1	1	=	■1	=	1	=	1	1	=	=
Não sei	Outubro/novembro de 2023	3	3	1	4	1	5	1	8	2	2	2	2	2	5	3	3	5	2	7	2	7	3	1	3	4	3	5	5
	Δ maio/Jun 2023	=	■1	2	■1	=	1	=	3	■1	2	1	■1	1	2	2	1	=	■1	4	=	1	2	=	2	2	1	5	5
Total «Sim»	Outubro/novembro de 2023	69	69	62	73	82	80	54	58	68	60	72	72	68	67	85	71	63	70	63	62	77	71	80	79	72	73	61	66
	Δ maio/Jun 2023	■1	8	7	7	6	5	3	3	3	2	2	2	1	1	1	=	■1	■1	■1	■1	■1	2	2	4	5	7	13	13
Total «N.º»	Outubro/novembro de 2023	27	27	36	22	17	15	45	32	29	37	25	26	30	28	11	24	32	28	29	35	16	25	18	18	22	23	34	29
	Δ maio/Jun 2023	1	7	5	5	5	Δ6	3	Δ8	■1	=	4	=	■1	2	4	■1	1	3	4	1	1	4	1	2	6	5	8	8

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A análise sociodemográfica não revela diferenças significativas em termos de género nas proporções que pensam que os seus meios de comunicação social nacionais proporcionam uma diversidade de pontos de vista e opiniões. No entanto, o seguinte ainda pode ser observado:

Os inquiridos mais velhos com idade igual ou superior a 55 anos (71 %) são os mais propensos a defender esta opinião, especialmente em comparação com os inquiridos com idades compreendidas entre os 15 e os 39 anos (65 %).

Aqueles que terminaram a sua educação a tempo inteiro com idade igual ou superior a 20 anos (71 %) são ligeiramente mais propensos do que aqueles que deixaram a idade de 15 anos ou mais (67 %) a pensar que os seus meios de comunicação social nacionais proporcionam uma diversidade de pontos de vista e opiniões.

Os gestores (73 %) são os mais suscetíveis de dar esta resposta, especialmente quando comparados com os desempregados (55 %).

Quanto menos dificuldades financeiras tiverem, maior será a probabilidade de dizerem que os seus meios de comunicação social nacionais proporcionam uma diversidade de pontos de vista e opiniões. Por exemplo, 71 % dos que nunca ou quase nunca têm dificuldades em pagar suas contas dizem isso, em comparação com 60 % daqueles que têm dificuldades em fazê-lo na maior parte do tempo.

QE7.2 Para cada uma das seguintes afirmações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY): Os meios de comunicação social (nacionalidade) proporcionam uma diversidade de pontos de vista e opiniões (% — UE)

	Total «Sim»	Total «N.º»	Não sei
UE27	69	27	3
Gênero			
Homem	69	28	3
Mulher	69	27	3
Idade			
15-24	65	30	4
25-39	65	31	3
40-54	69	29	2
55 +	71	24	4
Educação (fim de)			
15—	67	26	6
16-19	68	29	3
20+	71	28	1
Ainda a estudar	68	27	4
Categoria socioprofissional			
Trabalhadores por conta própria	71	27	2
Gerentes	73	26	1
Outros colares brancos	67	29	3
Trabalhadores manuais	68	29	3
Pessoas da casa	68	25	7
Desempregados	55	40	3
Reformados	71	24	4
Estudantes	68	27	4
Dificuldades em pagar contas			
A maior parte do tempo	60	35	4
De vez em quando	67	30	3
Quase nunca/nunca	71	26	3
Considere pertencer a			
A classe trabalhadora	64	29	6

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A classe média baixa	67	30	3
A classe média	71	26	2
A classe média alta	75	24	1
A classe alta	69	28	2
Imagem da UE			
Positivo	78	20	2
Neutral	67	28	4
Negativo	50	46	3

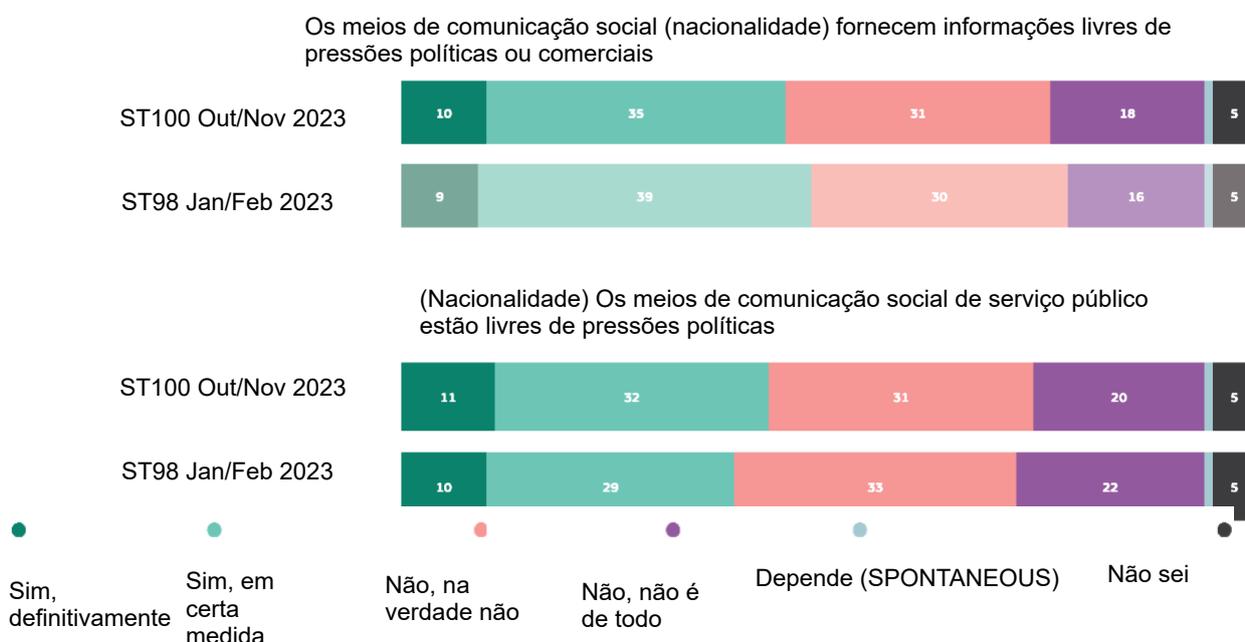
2. Independência dos meios de comunicação nacionais

A maioria pensa que os seus meios de comunicação nacionais não fornecem informações isentas de pressões comerciais ou políticas.

Mais de quatro em cada dez inquiridos (45 %) dizem que os seus meios de comunicação social nacionais fornecem informações livres de pressões políticas ou comerciais, incluindo um em cada dez que acredita que este é «definitivamente» o caso. No entanto, pouco menos de metade (49 %) acha que as informações fornecidas pelos meios de comunicação nacionais não estão isentas deste tipo de pressão, com quase um em cada cinco (18 %) que dizem que «não é de todo» o caso. Um em cada vinte diz que não sabe¹⁹.

Na sequência de um aumento de cinco pontos percentuais entre o inverno de 2021-2022 e o inverno de 2022-2023, a percentagem de inquiridos que consideram que os seus meios de comunicação social nacionais fornecem informações sem pressões políticas ou comerciais diminuiu três pontos percentuais no atual inquérito. Por outro lado, a proporção dos que pensam o contrário aumentou em três pontos percentuais.

OE7. Para cada uma das seguintes declarações, indicar em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY) (UE27) (%)



¹⁹ QE7. Para cada uma das seguintes declarações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY). 3) Os meios de comunicação social fornecem informações livres de pressões políticas ou comerciais.

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

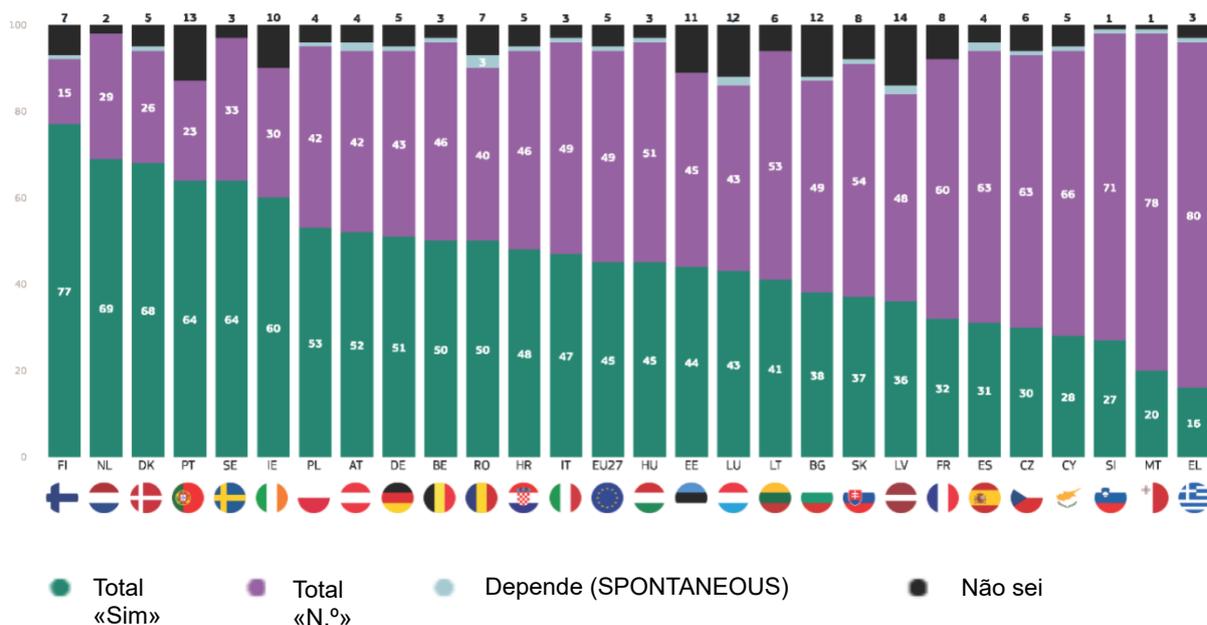
Em 12 Estados-Membros da UE, a maioria dos inquiridos considera que os meios de comunicação social no seu país fornecem informações sem pressões políticas ou comerciais (em comparação com 14 no inverno de 2022-2023), sobretudo na Finlândia (77 %), nos Países Baixos (69 %) e na Dinamarca (68 %).

Esta é a opinião minoritária em 14 países, sendo os inquiridos na Grécia (16 %), Malta (20 %) e Eslovénia (27 %) os menos propensos a dar uma resposta positiva. As opiniões estão divididas no Luxemburgo (43 % «sim» contra 43 % «não»).

Desde o inverno de 2022-2023, os inquiridos em 21 dos 27 Estados-Membros da UE têm agora menos probabilidades de pensar que os seus meios de comunicação social nacionais fornecem informações sem pressões políticas ou comerciais. Registam-se reduções de, pelo menos, dez pontos percentuais em Malta (20 %, -20 p.p.), no Luxemburgo (43 %, -14 p.p.), em Chipre (28 %, -12 p.p.), na Bélgica (50 %, -10 p.p.) e na Letónia (36 %, -10 p.p.). Esta percentagem aumentou 12 pontos percentuais na Polónia (53 %) e três pontos percentuais na Croácia (48 %) e na Eslováquia (37 %), tendo-se registado um ligeiro aumento em Portugal (64 %, +1 p.p.). Este valor manteve-se inalterado na Hungria (45 %) e na Lituânia (41 %).

A opinião de que os meios de comunicação social nacionais fornecem informações livres de pressões políticas ou comerciais tornou-se agora a posição maioritária na Croácia e na Polónia. Em contrapartida, esta é agora a opinião minoritária na Estónia, Itália e Letónia, enquanto a opinião se divide no Luxemburgo.

QE7.3. Para cada uma das seguintes declarações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY) (NATIONALITY) que fornecem informações livres de pressões políticas ou comerciais (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE7.3 Para cada uma das seguintes declarações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY) (NATIONALITY) que fornecem informações livres de pressões políticas ou comerciais (%)

		UE27	PL	HR	SK	PT	LT	HU	BG	DE	FR	RO	CZ	DK	NL	EM	SE	EE	EL	IT	SI	FI	IE	ES	SER	LV	CY	LU	MT
Total «Sim»	Outubro/novembro de 2023	10	14	11	6	9	6	12	9	8	6	14	4	19	19	14	15	8	4	13	5	26	15	5	10	7	5	9	5
	Δ maio/Jun 2023	1	3	2	=	1	=	6	1	1	3	2	■1	Δ6	1	4	5	1	1	3	■1	5	3	2	2	2	=	=	●20
Total «N.º»	Outubro/novembro de 2023	35	39	37	31	55	35	33	29	43	26	36	26	49	50	38	49	36	12	34	22	51	45	26	40	29	23	34	15
	Δ maio/Jun 2023	4	9	1	3	=	=	Δ6	2	2	4	4	2	3	4	7	2	Δ6	Δ6	Δ8	4	=	5	7	Δ8	Δ8	Δ12	14	=
Sim, definitivamente	Outubro/novembro de 2023	31	28	31	34	18	37	27	28	31	38	27	36	19	22	26	24	29	36	32	37	12	22	31	35	32	34	36	32
	Δ maio/Jun 2023	1	Δ8	■1	6	5	1	■1	1	2	2	=	■1	2	4	3	3	4	4	1	4	2	5	=	6	=	4	11	6
Sim, em certa medida	Outubro/novembro de 2023	18	14	15	20	5	16	24	21	12	22	13	27	7	7	16	9	16	44	17	34	3	8	32	11	16	32	7	46
	Δ maio/Jun 2023	2	2	4	■9	■1	2	=	■1	■1	1	=	1	=	=	■1	2	1	6	5	5	=	=	7	3	6	8	2	13
Não, na verdade não	Outubro/novembro de 2023	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	3	1	1	0	2	0	0	1	1	1	1	0	2	1	2	1	2	1
	Δ maio/Jun 2023	=	2	=	=	■1	=	1	■1	=	■1	2	=	1	■1	1	=	■1	1	=	■1	=	■1	2	=	1	1	1	1
Não, não é de todo	Outubro/novembro de 2023	5	4	5	8	13	6	3	12	5	8	7	6	5	2	4	3	11	3	3	1	7	10	4	3	14	5	12	1
	Δ maio/Jun 2023	=	=	2	=	4	1	=	2	=	■1	=	3	=	=	=	2	1	2	■1	3	3	4	=	1	3	■1	=	=
Depende (SPONTANEO US)	Outubro/novembro de 2023	45	53	48	37	64	41	45	38	51	32	50	30	68	69	52	64	44	16	47	27	77	60	31	50	36	28	43	20
	Δ maio/Jun 2023	3	12	3	3	1	=	=	■1	■1	■1	2	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	Δ8	■9	●10	●10	Δ12	14
Não sei	Outubro/novembro de 2023	49	42	46	54	23	53	51	49	43	60	40	63	26	29	42	33	45	80	49	71	15	30	63	46	48	66	43	78
	Δ maio/Jun 2023	3	●10	5	3	4	■1	■1	=	1	3	=	=	2	4	2	1	5	2	6	9	2	5	7	9	6	12	13	19

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Os dados sociodemográficos mostram que, embora os achados sejam consistentes por sexo e faixa etária, há diferenças claras em termos de educação. Os inquiridos que concluíram a sua educação a tempo inteiro com idade igual ou superior a 20 anos (47 %) são mais propensos do que os que terminaram os 15 anos ou menos (40 %) a pensar que os seus meios de comunicação social nacionais fornecem informações livres de pressões políticas ou comerciais.

A maioria dos gestores (52 %) afirma que os meios de comunicação nacionais fornecem informações livres de pressões políticas ou comerciais, enquanto cerca de um terço (34 %) o fazem entre os desempregados. Os inquiridos que têm dificuldades em pagar as suas contas na maior parte do tempo (37 %) têm menos probabilidades de dar esta resposta do que os que têm dificuldades de vez em quando ou com menos frequência (45-47 %). Da mesma forma, aqueles que se consideram pertencentes à classe trabalhadora (37 %) são menos propensos a dizer isso do que aqueles que se consideram pertencentes à classe média (49 %), à classe média alta (55 %) ou à classe alta (48 %).

QE7.3 Para cada uma das seguintes afirmações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY): Os meios de comunicação social (nacionalidade) fornecem informações livres de pressões políticas ou comerciais (% — UE)

	Total «Sim»	Total «N.º»	Não sei
UE27	45	49	5
Gênero			
Homem	46	49	4
Mulher	45	48	6
Idade			
15-24	46	44	8
25-39	46	48	5
40-54	46	49	4
55 +	44	49	6
Educação (fim de)			
15—	40	49	9
16-19	44	50	5
20+	47	49	3
Ainda a estudar	49	42	7
Categoria socioprofissional			
Trabalhadores por conta própria	43	54	3
Gerentes	52	45	2
Outros colares brancos	46	49	4
Trabalhadores manuais	46	48	5
Pessoas da casa	44	46	9
Desempregados	34	58	7
Reformados	44	49	6
Estudantes	49	42	7
Dificuldades em pagar contas			
A maior parte do tempo	37	55	6
De vez em quando	45	48	6
Quase nunca/nunca	47	47	5
Considere pertencer a			
A classe trabalhadora	37	52	9
A classe média baixa	43	51	5
A classe média	49	47	3
A classe média alta	55	43	2
A classe alta	48	43	8
Imagem da UE			

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

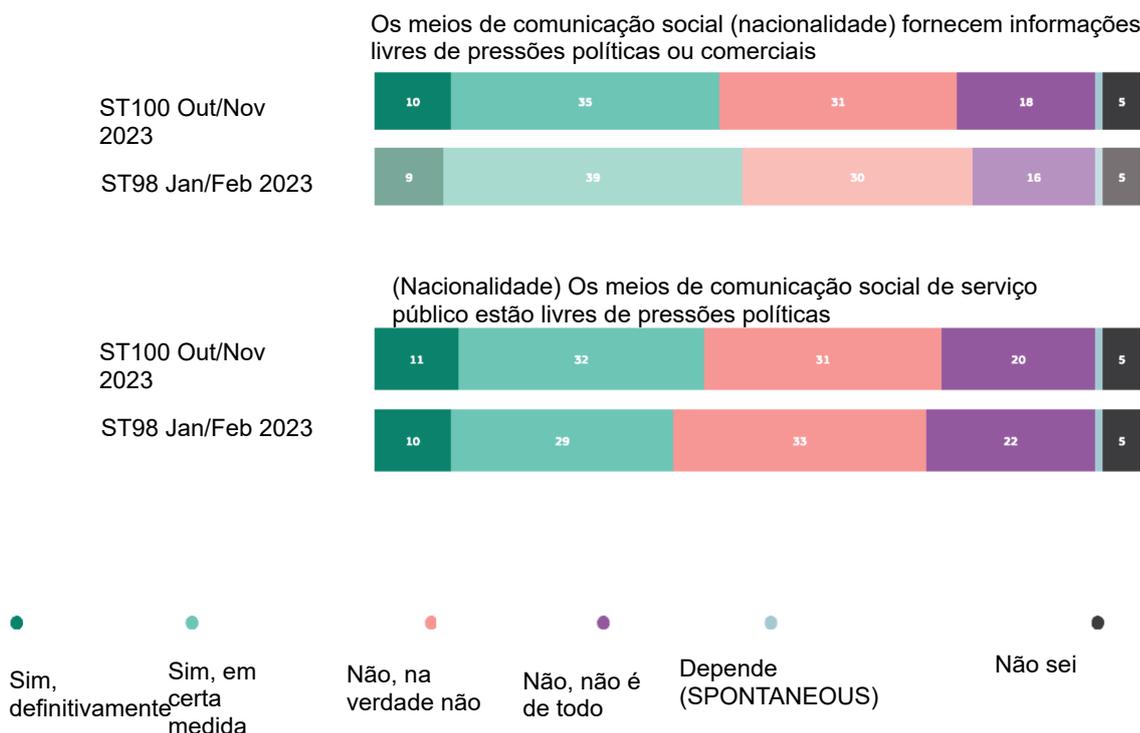
Positivo	55	40	4
Neutral	43	49	6
Negativo	29	66	4

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A maioria diz que os seus meios de comunicação social de serviço público nacional não estão livres de pressões políticas.

Mais de quatro em cada dez inquiridos (43 %, +4 pontos percentuais desde o inverno de 2021-2022) afirmam que os seus meios de comunicação social de serviço público nacional estão isentos de pressões políticas, com cerca de um em cada dez (11 %, +1 p.p.) que consideram que este é «definitivamente» o caso. No entanto, a maioria (51 %, -4 p.p.) pensa o contrário, incluindo um em cada cinco (-2 p.p.) que afirma que os meios de comunicação de serviço público nacional «não estão de todo» livres de pressões políticas. Um em cada vinte (sem mudança) diz que não sabe²⁰.

QE7. Para cada uma das seguintes declarações, indicar em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY) (UE27) (%)

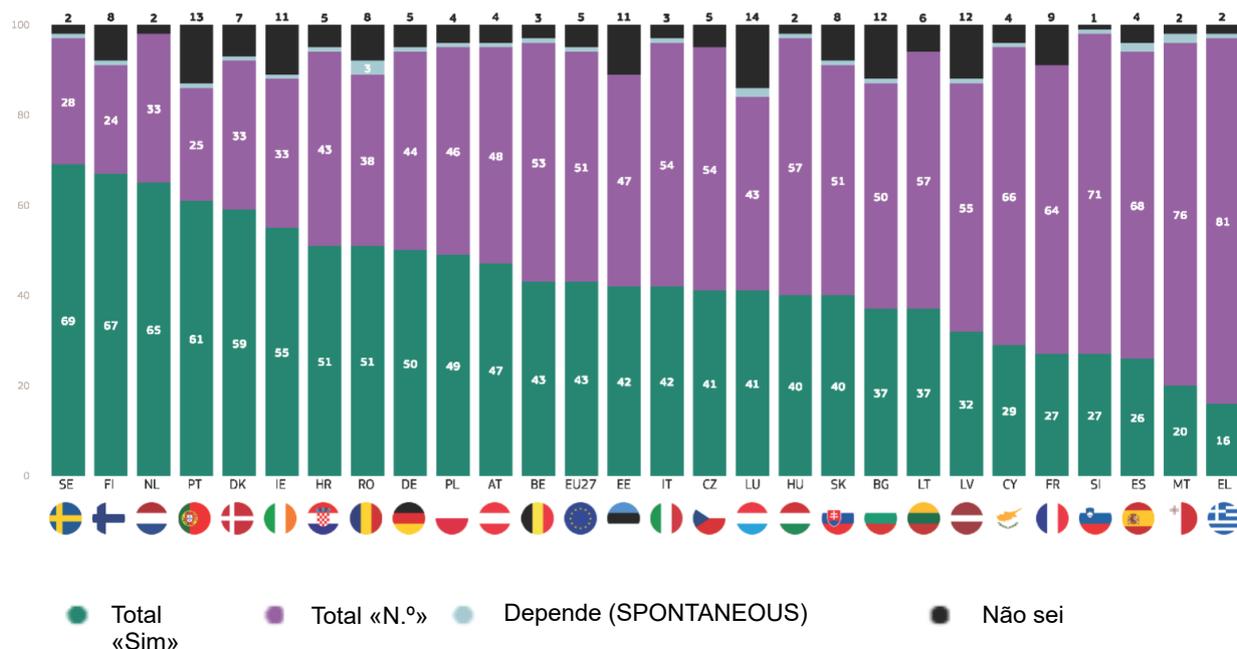


²⁰ QE7. Para cada uma das seguintes declarações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY). 4) (NACIONALIDADE) Os meios de comunicação de serviço público estão livres de pressões políticas.

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em dez países, a maioria indica que os seus meios de comunicação social de serviço público nacional estão isentos de pressões políticas, especialmente na Suécia (69 %), na Finlândia (67 %) e nos Países Baixos (65 %). Em contrapartida, uma minoria pensa desta forma nos restantes 17 Estados-Membros da UE, com as percentagens mais baixas observadas na Grécia (16 %), Malta (20 %) e Espanha (26 %).

QE7.4. Para cada uma das declarações seguintes, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação social (NACIONALIDADE):- (NATIONALITY) os meios de comunicação social de serviço público estão isentos de pressões políticas (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em 18 Estados-Membros da UE, a percentagem de inquiridos que consideram que os seus meios de comunicação social de serviço público nacionais estão isentos de pressões políticas aumentou desde o inverno de 2021-2022, com os maiores aumentos registados na Polónia (49 %, +15 pontos percentuais), na Suécia (69 %, +9 p.p.) e na Bulgária (37 %, +9 p.p.). Em oito países, os inquiridos têm menos probabilidades do que no inverno de 2021-2022 de dar esta resposta. É o caso, em especial, dos inquiridos na Estónia (42 %, -21 p.p.), bem como dos inquiridos na Dinamarca (59 %, -9 p.p.) e no Luxemburgo (41 %, -9 p.p.). Não houve alterações em Malta (20 %).

A opinião de que os meios de comunicação social de serviço público nacional estão livres de pressões políticas é agora a posição maioritária na Croácia e na Polónia. Pelo contrário, esta é agora a opinião minoritária na Estónia e no Luxemburgo.

QE7.4 Para cada uma das seguintes declarações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY) de serviço público (NATIONALITY) que estão isentos de pressões políticas (%)

		UE27	L	BG	SE	HR	CY	LV	LT	FR	NL	EM	ES	EL	IT	FI	SE	DE	IE	HU	MT	T	SK	SI	RO	CZ	DK	LU	EE	
Total «Sim»	Outubro/novembro de 2023	11	15	9	29	12	6	7	5	4	23	13	4	3	10	22	11	10	13	10	5	8	9	8	14	16	16	9	9	
	Δ maio/Jun 2023	1	5	4	3	2	3	2	=	=	=	2	=	1	=	3	3	2	2	1	1	3	=	=	■1	=	2	1	13	
Total «N.º»	Outubro/novembro de 2023	32	34	28	40	39	23	25	32	23	42	34	22	13	32	45	32	40	42	30	15	53	31	19	37	25	43	32	33	
	Δ maio/Jun 2023	3	10	5	6	8	3	4	6	5	4	2	3	1	2	■1	2	3	3	=	■1	2	■1	4	4	Δ8	7	●10	Δ8	
Sim, definitivamente	Outubro/novembro de 2023	31	28	28	18	29	31	34	37	38	25	31	31	35	33	20	42	31	24	29	29	20	31	30	26	35	24	34	31	
	Δ maio/Jun 2023	2	■1	4	3	2	4	7	5	2	3	2	3	Δ8	3	4	4	■1	3	=	13	2	9	9	5	=	2	3	6	
Sim, em certa medida	Outubro/novembro de 2023	20	18	22	10	14	35	21	20	26	8	17	37	46	21	4	11	13	9	28	47	5	20	41	12	19	9	9	16	
	Δ maio/Jun 2023	2	14	=	Δ6	4	=	Δ6	=	4	5	3	1	6	3	3	Δ6	=	2	■1	13	4	5	=	1	3	2	4	4	
Não, na verdade não	Outubro/novembro de 2023	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	0	1	2	0
	Δ maio/Jun 2023	=	=	■1	=	■1	1	1	■1	=	■1	■1	1	=	=	1	=	=	1	1	=	■1	2	2	1	=	1	2	=	
Não, não é de todo	Outubro/novembro de 2023	5	4	12	2	5	4	12	6	9	2	4	4	2	3	8	3	5	11	2	2	13	8	1	8	5	7	14	11	
	Δ maio/Jun 2023	=	=	4	=	1	3	6	=	1	■1	2	2	=	2	4	1	=	3	■1	=	4	■1	3	2	5	4	8	11	
Depende (SPONTANEOUS)	Outubro/novembro de 2023	43	49	37	69	51	29	32	37	27	65	47	26	16	42	67	43	50	55	40	20	61	40	27	51	41	59	41	42	
	Δ maio/Jun 2023	4	15	9	9	6	6	6	6	5	4	4	3	2	2	2	1	1	1	1	=	■1	■1	4	5	Δ8	■9	■9	21	
Não sei	Outubro/novembro de 2023	51	46	50	28	43	66	55	57	64	33	48	68	81	54	24	53	44	33	57	76	25	51	71	38	54	33	43	47	
	Δ maio/Jun 2023	4	Δ15	4	■9	Δ6	4	13	5	Δ6	2	5	2	2	=	7	2	■1	5	■1	=	2	4	9	6	3	4	■1	10	

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A análise sociodemográfica não mostra diferença significativa em termos de sexo. Entre os grupos etários, os inquiridos mais velhos com idade igual ou superior a 55 anos (40 %) são ligeiramente menos propensos do que os seus homólogos mais jovens (43-44 %) a pensar que os seus meios de comunicação social de serviço público nacional estão livres de pressões políticas.

Ligeiramente mais pronunciadas são as diferenças por nível de ensino, com 44 % das pessoas que concluíram o ensino a tempo inteiro com 20 anos ou mais que afirmam que os seus meios de comunicação social de serviço público nacional estão isentos de pressão política, em comparação com 38 % dos que terminaram o ensino a tempo inteiro com idade igual ou inferior a 15 anos.

Em termos de categorias socioprofissionais, metade dos gestores considera que os seus meios de comunicação social de serviço público nacional estão livres de pressões políticas, enquanto três em cada dez o fazem entre os desempregados. Os inquiridos que nunca ou quase nunca tiveram dificuldades em pagar as suas contas (44 %) são os que têm maior probabilidade de defender esta opinião, especialmente quando comparados com os que têm dificuldades na maior parte do tempo (34 %). Da mesma forma, os inquiridos que se consideram pertencentes à classe média alta (53 %) ou à classe alta (48 %) da sociedade são os mais propensos a dar esta resposta, especialmente em comparação com aqueles que se consideram pertencentes à classe trabalhadora (35 %).

QE7.4 Para cada uma das seguintes afirmações, indique em que medida corresponde ou não à situação dos meios de comunicação (NATIONALITY): (Nacionalidade) Os meios de comunicação social de serviço público estão livres de pressões políticas (% — UE)

	Total «Sim»	Total «N.º»	Não sei
UE27	43	51	5
Gênero			
Homem	42	53	4
Mulher	43	50	6
Idade			
15-24	44	48	7
25-39	44	51	4
40-54	43	52	4
55 +	40	53	6
Educação (fim de)			
15—	38	51	9
16-19	41	53	5
20+	44	52	3
Ainda a estudar	46	46	7
Categoria socioprofissional			
Trabalhadores por conta própria	42	54	3
Gerentes	50	47	3
Outros colares brancos	42	53	4
Trabalhadores manuais	42	52	5
Pessoas da casa	42	47	9
Desempregados	30	63	6
Reformados	40	52	7
Estudantes	46	46	7
Dificuldades em pagar contas			
A maior parte do tempo	34	59	6
De vez em quando	41	52	6
Quase nunca/nunca	44	50	5
Considere pertencer a			
A classe trabalhadora	35	54	9
A classe média baixa	39	55	5
A classe média	45	50	4
A classe média alta	53	44	2
A classe alta	48	44	7

Imagem da UE			
Positivo	52	43	4
Neutral	39	53	7
Negativo	27	69	3

V. Os europeus e as notícias falsas



As grandes maiorias concordam que notícias ou informações falsas ou que deturpam a realidade são um problema no seu país e para a democracia em geral.

Os entrevistados foram questionados até que ponto concordaram ou discordaram de quatro declarações sobre notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas²¹. De um modo geral, os resultados mantiveram-se estáveis desde o inverno de 2022-2023.

Cerca de oito em cada dez (81 %, sem alterações desde o inverno de 2022-2023) concordam que a existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é um problema para a democracia em geral, com cerca de quatro em cada dez que «concordam totalmente» (38 %, sem alterações). Mais de um em cada dez (13 %, -1 ponto percentual) discorda.

Mais de três quartos (77 %, +1 pp) concordam que a existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é um problema no seu país, incluindo cerca de três em cada dez (31 %, -1 pp) dizendo que «concordam totalmente». Menos de um em cada cinco (17 %, -1 pp) discorda desta afirmação.

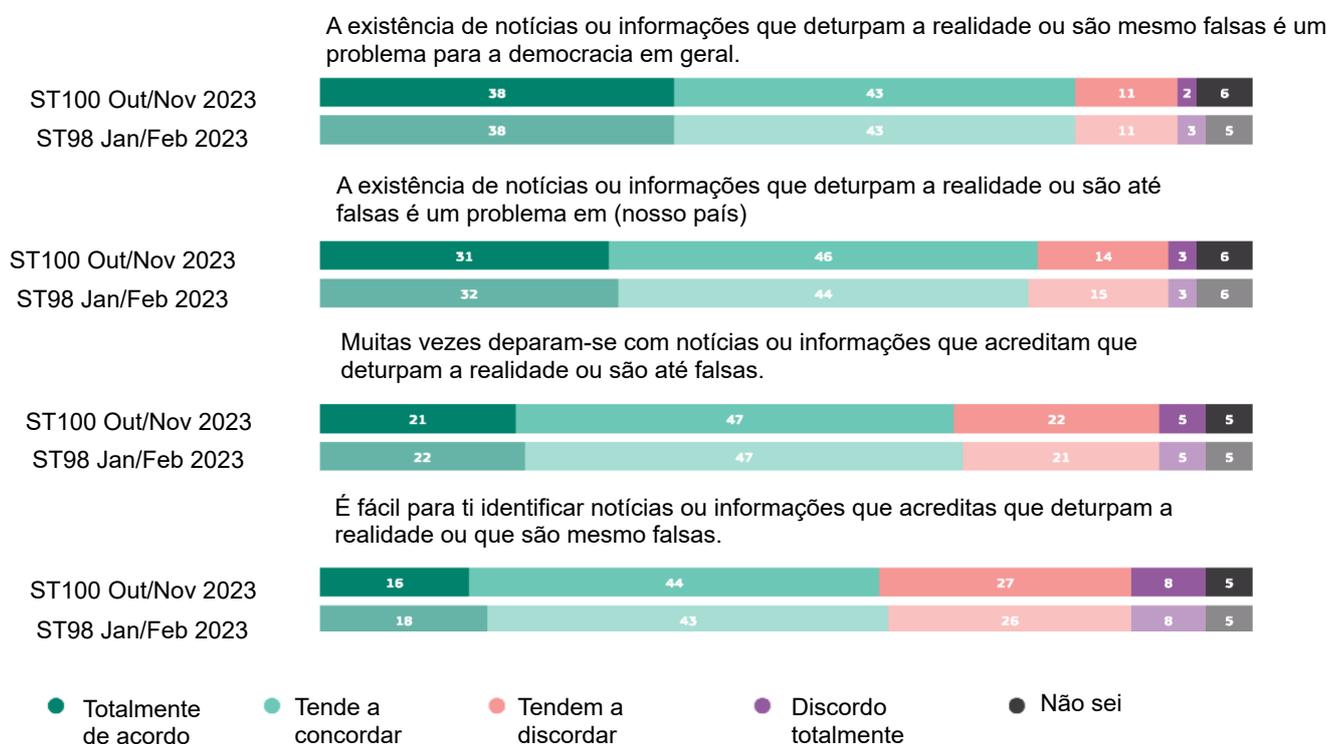
Mais de dois terços (68 %, -1 pp) concordam que muitas vezes se deparam com notícias ou informações que acreditam deturpar a realidade ou são mesmo falsas, incluindo 21 % (-1 pp) que «concordam totalmente» com esta afirmação. Mais de um quarto (27 %, +1 p.p.) discorda.

Seis em cada dez (-1 pp) concordam que é fácil para eles identificar notícias ou informações que acreditam deturpar a realidade ou são mesmo falsas, com 16 % (-2 pp) em total concordância com esta afirmação. Mais de um terço (35 %, +1 p.p.) discorda.

21 QE8. Concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações. 1) Muitas vezes deparas-te com notícias ou informações que acreditas que deturpa a realidade ou que são mesmo falsas; 2) É fácil identificar notícias ou informações que acreditem deturpar a realidade ou mesmo serem falsas; 3) A existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é um problema em (nosso país); 4) A existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é um problema para a democracia em geral.

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE8. Concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações. (UE27) (%)

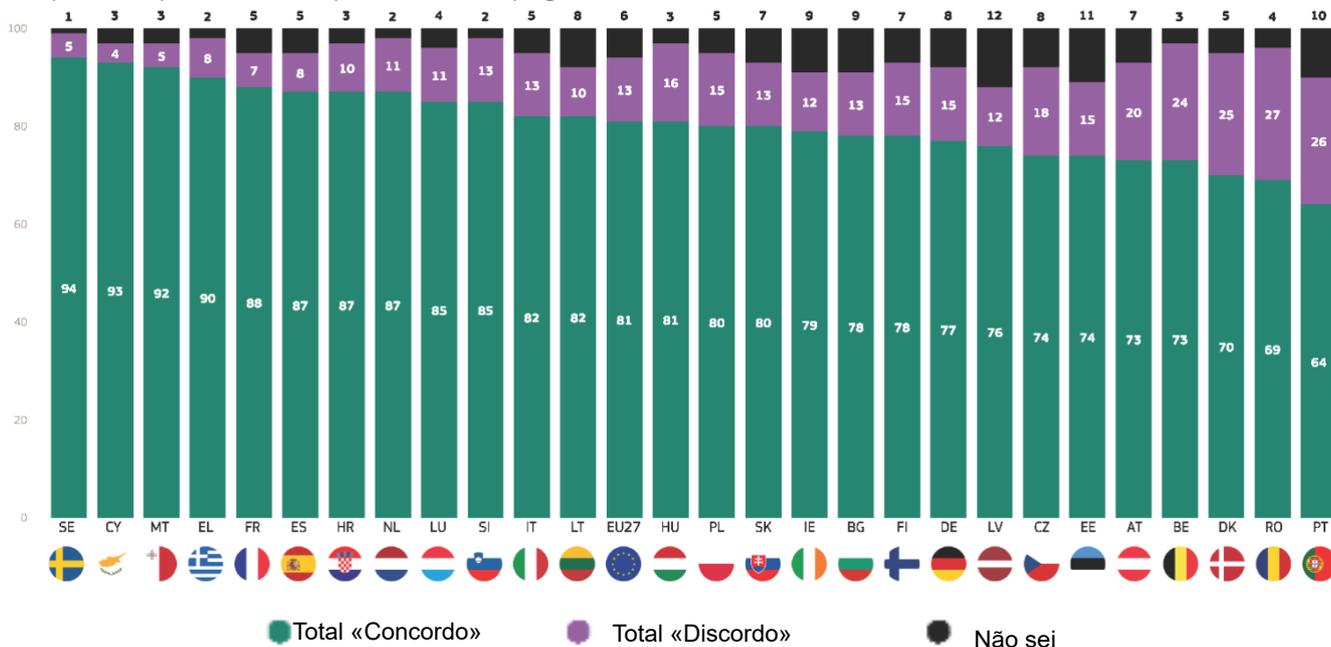


Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Mais de seis em cada dez Estados-Membros da UE concordam que a existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas constitui um problema para a democracia em geral. Os níveis mais elevados de acordo podem ser observados na Suécia (94 %), Chipre (93 %) e Malta (92 %), enquanto os mais baixos são registados em Portugal (64 %), na Roménia (69 %) e na Dinamarca (70 %).

Em cinco países, mais de metade está de acordo com esta declaração: Suécia (67 %), Grécia (60 %), Malta (57 %), Chipre (56 %) e Países Baixos (51 %).

QEB.4. Concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações. A existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é um problema para a democracia em geral (%)



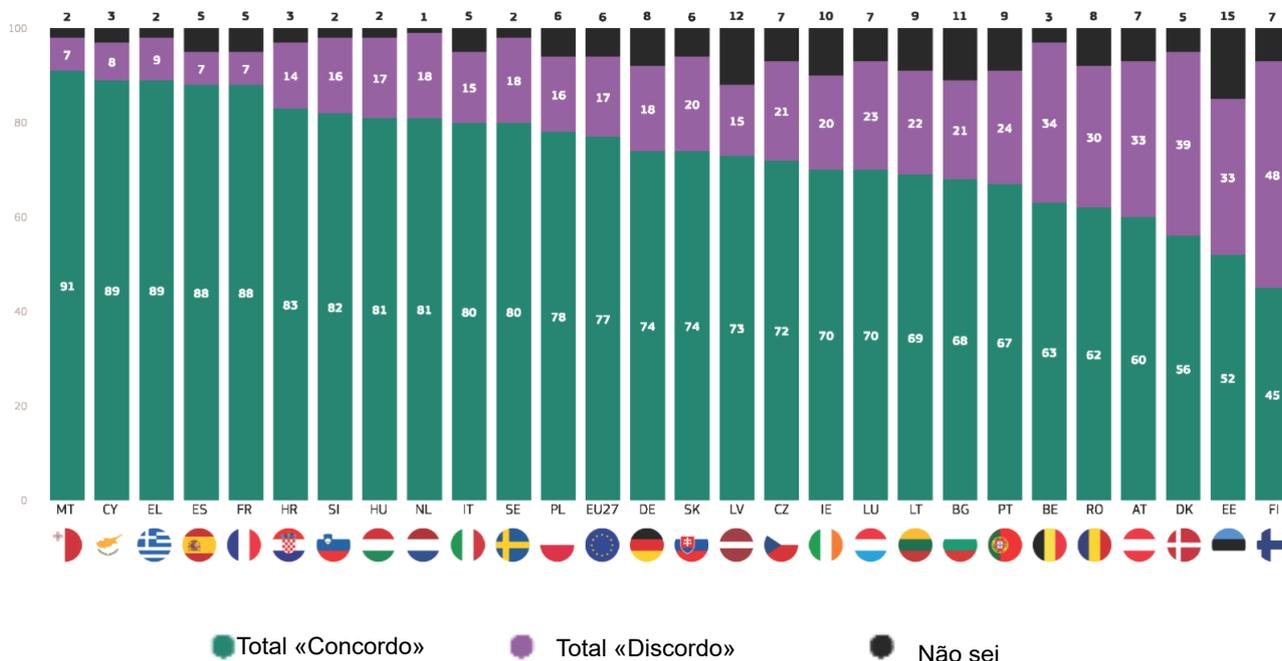
Em 13 Estados-Membros da UE, registaram-se declínios desde o inverno de 2022-2023 na percentagem de inquiridos que concordam que a existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é um problema para a democracia em geral. Tal é especialmente o caso na Bulgária (78 %, -5 pontos percentuais) e na Bélgica (73 %, -5 p.p.), na Eslováquia (80 %, -4 p.p.) e na Irlanda (79 %, -4 p.p.). O nível de acordo aumentou em oito países, nomeadamente no Luxemburgo (85 %, +5 p.p.), na Roménia (69 %, +4 p.p.), na Finlândia (78 %, +3 p.p.) e em Portugal (64 %, +3 p.p.). Este valor manteve-se inalterado em seis países: Grécia (90 %), Croácia (87 %), Eslovénia (85 %), Itália (82 %), Polónia (80 %) e Alemanha (77 %).

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em todos os Estados-Membros da UE, com exceção da Finlândia, a maioria dos inquiridos concorda que a existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é um problema no seu país. As percentagens mais elevadas que concordam com esta declaração são registadas em Malta (91 %) e em Chipre e na Grécia (ambos 89 %). No extremo oposto do espetro, 45 % na Finlândia, 52 % na Estónia e 56 % na Dinamarca concordam com esta afirmação.

Pelo menos metade na Grécia (53 %) e em Chipre (50 %) «concordam totalmente» em que a existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é um problema no seu país, assim como mais de quatro em cada dez na Suécia (43 %) e em Espanha e França (ambos 41 %).

QEB.3. Concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações. A existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é um problema em (nosso país) (%)



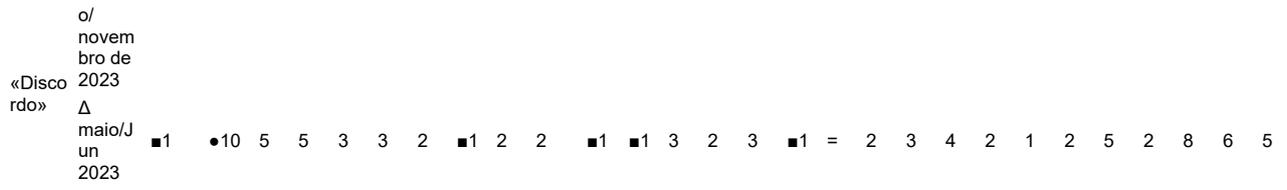
Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em 14 países, registaram-se aumentos desde o inverno de 2022-2023 na proporção de inquiridos que concordam que a existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é um problema para o seu país. O aumento mais notável verifica-se em Portugal (67 %, +15 pontos percentuais) e observam-se igualmente evoluções positivas de, pelo menos, cinco pontos percentuais no Luxemburgo (70 %, +8 p.p.), em Espanha (88 %, +5 p.p.) e na Eslovénia (82 %, +5 p.p.). Em contrapartida, os níveis de acordo diminuíram em 12 países, especialmente na Lituânia (69 %, -8 p.p.), na Bulgária (68 %, -8 p.p.) e na Eslováquia (74 %, -6 p.p.). Não houve alterações na Irlanda (70 %).

QE8.3 Você concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações. A existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é um problema em (nosso país) (%)

	UE27	PT	LU	ES	SI	DK	FR	NL	FI	MT	PL	DE	IT	LV	RO	IE	EL	HR	EM	SE	R	CZ	EE	CY	HU	SE	SK	BG	LT
Totalmente de acordo	Outubro/novembro de 2023	31	11	20	41	39	19	41	38	14	38	25	32	25	26	25	22	53	27	25	16	27	18	50	33	43	26	31	23
	Δ maio/Jun 2023	■1	2	8	3	4	4	1	■1	2	Δ8	2	4	3	=	4	1	4	4	5	■1	3	2	3	=	3	Δ6	2	5
Tende a concordar	Outubro/novembro de 2023	46	56	50	47	43	37	47	43	31	53	53	42	55	47	37	48	36	56	35	47	45	34	39	48	37	48	37	46
	Δ maio/Jun 2023	2	13	=	8	9	7	2	4	1	10	4	3	4	1	3	■1	3	3	3	2	=	■1	Δ6	3	=	=	Δ6	3
Tende a discordar	Outubro/novembro de 2023	14	22	20	6	13	30	6	16	35	6	14	15	13	12	26	16	7	13	24	28	16	27	7	14	14	18	17	20
	Δ maio/Jun 2023	■1	■9	Δ6	4	2	2	2	=	=	■1	=	■1	2	2	2	■1	=	4	4	4	3	■1	3	3	2	7	4	4
Discordo totalmente	Outubro/novembro de 2023	3	2	3	1	3	9	1	2	13	1	2	3	2	3	4	4	2	1	9	6	5	6	1	3	4	2	4	2
	Δ maio/Jun 2023	=	■1	1	■1	■1	■1	=	■1	2	■1	■1	=	■1	=	■1	=	=	2	■1	=	■1	2	■1	2	=	1	2	1
Não sei	Outubro/novembro de 2023	6	9	7	5	2	5	5	1	7	2	6	8	5	12	8	10	2	3	7	3	7	15	3	2	2	6	11	9
	Δ maio/Jun 2023	=	5	3	=	2	=	■1	2	■1	=	■1	=	2	1	2	1	1	■1	■1	■1	1	2	1	2	1	2	2	3
Total «Concordo»	Outubro/novembro de 2023	77	67	70	88	82	56	88	81	45	91	78	74	80	73	62	70	89	83	60	63	72	52	89	81	80	74	68	69
	Δ maio/Jun 2023	1	15	8	5	5	3	3	3	2	2	1	1	1	1	=	■1	■1	2	3	3	3	3	3	3	3	Δ6	Δ8	Δ8
Total	Outubro/novembro de 2023	17	24	23	7	16	39	7	18	48	7	16	18	15	15	30	20	9	14	33	34	21	33	8	17	18	20	21	22

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

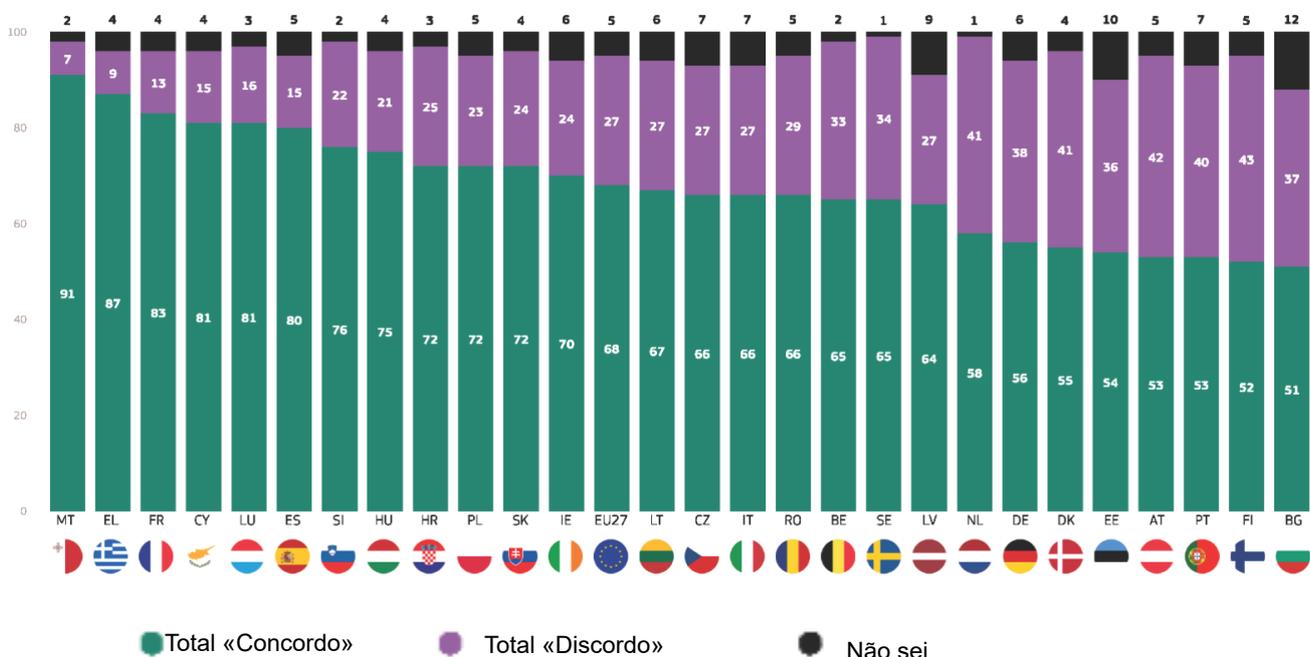


Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em todos os Estados-Membros da UE, a maioria concorda que muitas vezes se deparam com notícias ou informações que consideram deturpadas ou mesmo falsas. Este parecer é mais difundido em Malta (91 %), na Grécia (87 %) e em França (83 %). Em contrapartida, os inquiridos na Bulgária (51 %), na Finlândia (52 %) e na Áustria e em Portugal (ambos 53 %) são os que menos concordam com esta afirmação.

Em cinco países, pelo menos três em cada dez «concordam totalmente» em que muitas vezes se deparam com notícias ou informações que acreditam que deturpam a realidade ou são mesmo falsas: Chipre (37 %), Espanha (36 %), Grécia e França (ambos 34 %) e Eslovénia (30 %).

QE8.1. Concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações. Muitas vezes deparas-te com notícias ou informações que acreditas que deturpam a realidade ou que são mesmo falsas (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A percentagem de inquiridos que se deparam frequentemente com notícias ou informações que acreditam deturpar a realidade ou mesmo serem falsas diminuiu em 13 Estados-Membros da UE desde o inverno de 2022-2023. As maiores descidas registam-se na Irlanda (70 %, -10 pontos percentuais), na Bulgária (51 %, -8 p.p.), na Eslováquia (72 %, -6 p.p.) e na Bélgica (65 %, -6 p.p.). Este número aumentou em 11 países e, pelo menos, cinco pontos percentuais na Eslovénia (76 %, +6 p.p.), nos Países Baixos (58 %, +5 p.p.) e na Dinamarca (55 %, +5 p.p.). Não houve alterações em França (83 %), Lituânia (67 %) e Finlândia (52 %).

QE8.1 Você concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações. Muitas vezes deparam-se com notícias ou informações que acreditam deturpar a realidade ou são até falsas (%)

	UE27	SI	DK	NL	LU	PT	RO	ES	IT	LV	MT	SE	FR	LT	FI	EL	HU	CZ	EE	CY	EM	DE	HR	PL	SE R	SK	BG	IE	
Totalmente de acordo		21	30	18	16	28	9	22	36	12	14	29	20	34	16	13	34	28	25	15	37	19	14	19	19	14	21	15	20
Δ maio/Jun 2023	1	1	5	1	10	=	2	2	1	4	12	6	1	=	1	1	=	2	=	1	=	1	=	4	2	3	5	4	
Tende a concordar		47	46	37	42	53	44	44	44	54	50	62	45	49	51	39	53	47	41	39	44	34	42	53	53	51	51	36	50
Δ maio/Jun 2023	=	7	=	4	6	3	1	=	3	5	13	5	1	=	1	1	2	5	3	2	3	3	4	=	4	3	3	6	
Tendem a discordar		22	18	30	36	14	36	23	13	21	23	7	25	11	24	36	8	16	22	30	12	32	30	20	21	29	21	27	19
Δ maio/Jun 2023	1	3	4	2	1	1	2	=	4	1	1	2	2	=	=	1	1	3	1	5	3	2	2	4	5	7	6	7	
Discordo totalmente		5	4	11	5	2	4	6	2	6	4	0	9	2	3	7	1	5	5	6	3	10	8	5	2	4	3	10	5
Δ maio/Jun 2023	=	1	2	2	1	1	1	3	1	=	=	1	=	=	1	=	3	2	3	2	1	1	3	=	=	=	4	2	
Não sei		5	2	4	1	3	7	5	5	7	9	2	1	4	6	5	4	4	7	10	4	5	6	3	5	2	4	12	6
Δ maio/Jun 2023	=	2	1	1	2	3	2	1	3	=	=	=	2	=	1	3	=	2	1	=	1	1	1	=	1	1	2	1	
Total «Concordo»		68	76	55	58	81	53	66	80	66	64	91	65	83	67	52	87	75	66	54	81	53	56	72	72	65	72	51	70
Δ maio/Jun 2023	1	6	5	5	4	3	3	2	2	1	1	1	=	=	=	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	6	6	8	10
Total «Discordo»		27	22	41	41	16	40	29	15	27	27	7	34	13	27	43	9	21	27	36	15	42	38	25	23	33	24	37	24
Δ maio/Jun 2023																													

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

2023

Δ
maio/
Jun
2023

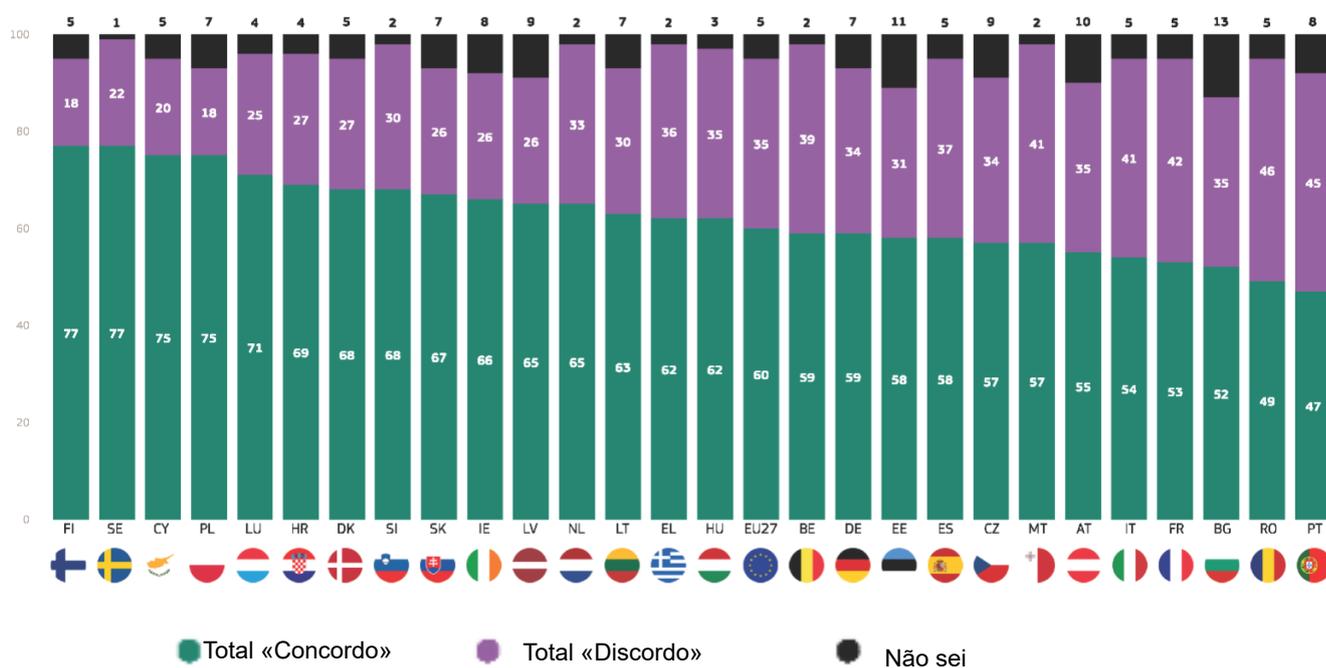
1 4 6 4 2 = 1 3 5 1 1 1 2 = 1 1 2 1 2 3 2 3 5 4 5 7 10 9

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A maioria dos Estados-Membros da UE concorda que é fácil identificar notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas. Pelo menos três quartos concordam com esta declaração na Finlândia e na Suécia (ambos com 77 %) e em Chipre e na Polónia (ambos 75 %). Em contrapartida, menos de metade concorda em Portugal (47 %) e na Roménia (49 %), assim como 52 % na Bulgária.

A percentagem de inquiridos que estão de acordo com esta declaração é mais elevada em Chipre (26 %), na Hungria (25 %) e na Eslovénia (24 %).

QE8.2. Concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações. É fácil para ti identificar notícias ou informações que acreditas que deturpam a realidade ou que são mesmo falsas (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Desde o inverno de 2022-2023, a percentagem de inquiridos que concordam que é fácil identificar notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas diminuiu em 16 países. Regista-se uma diminuição particularmente significativa desta percentagem em Malta (57 %, -24 pontos percentuais), com descidas de pelo menos cinco pontos percentuais também na Bulgária (52 %, -6 p.p.), na Bélgica (59 %, -5 p.p.), em França (53 %, -5 p.p.) e na Roménia (49 %, -5 p.p.). Em oito Estados-Membros da UE, o nível de acordo com esta declaração aumentou, nomeadamente em Portugal (47 %, +9 p.p.), na Polónia (75 %, +7 p.p.) e na Estónia e Espanha (ambos 58 %, +3 p.p.). Este valor manteve-se estável na Suécia (77 %), na Eslovénia (68 %) e nos Países Baixos (65 %).

Acordo de que é fácil identificar notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas é agora a opinião majoritária em Portugal.

QE8.2 Você concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações. É fácil para ti identificar notícias ou informações que acreditamos que deturpam a realidade ou que são mesmo falsas (%).

	UE27	PT	PL	EE	ES	EL	FI	LU	SK	NL	SI	SE	DK	DE	LT	HU	CZ	HR	IE	IT	CY	LV	EM	SE ^R	FR	RO	BG	MT
Totalmente de acordo	16	8	21	16	15	20	21	15	18	16	24	18	17	15	18	25	12	19	23	13	26	18	19	12	13	15	15	18
Δ maio/Jun 2023	2	1	=	1	5	1	1	5	2	■1	■1	2	5	■1	=	■1	=	=	2	2	2	4	5	■1	3	3	■1	■1
Tende a concordar	44	39	54	42	43	42	56	56	49	49	44	59	51	44	45	37	45	50	43	41	49	47	36	47	40	34	37	39
Δ maio/Jun 2023	1	8	7	2	8	1	1	4	3	1	1	2	4	=	■1	=	2	2	■1	■1	■1	1	1	4	2	2	5	23
Tendem a discordar	27	39	16	24	27	30	16	23	20	29	27	18	23	25	26	27	27	19	21	29	16	21	25	35	35	32	27	38
Δ maio/Jun 2023	1	3	5	2	2	=	1	2	2	2	3	1	=	1	■1	=	■1	■1	2	1	4	1	5	5	6	1	4	23
Discordo totalmente	8	6	2	7	10	6	2	2	6	4	3	4	4	9	4	8	7	8	5	12	4	5	10	4	7	14	8	3
Δ maio/Jun 2023	=	5	3	=	2	2	■1	2	1	2	■1	=	=	2	=	2	1	2	2	1	3	=	3	=	1	5	1	2
Não sei	5	8	7	11	5	2	5	4	7	2	2	1	5	7	7	3	9	4	8	5	5	9	10	2	5	5	13	2
Δ maio/Jun 2023	=	■1	1	■1	1	=	2	■1	=	=	2	■1	1	2	2	■1	2	1	3	1	2	2	2	=	2	■1	1	■1
Total «Concordo»	60	47	75	58	58	62	77	71	67	65	68	77	68	59	63	62	57	69	66	54	75	65	55	59	53	49	52	57
Δ maio/Jun 2023	■1	9	7	3	3	2	2	1	1	=	=	=	■1	■1	■1	■1	2	2	3	3	3	3	4	5	5	5	Δ6	24
Total	35	45	18	31	37	36	18	25	26	33	30	22	27	34	30	35	34	27	26	41	20	26	35	39	42	46	35	41

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social



A análise sociodemográfica destaca os seguintes padrões:

Os homens (64 %) são mais propensos do que as mulheres (55 %) a concordar que é fácil para eles identificar notícias ou informações que acreditam que deturpam a realidade ou são mesmo falsas. As diferenças por sexo são menos pronunciadas para as outras afirmações.

Os inquiridos mais velhos com idade igual ou superior a 55 anos são os menos propensos a concordar que é fácil para eles identificar notícias ou informações que consideram deturpadas ou mesmo falsas (53 %, em comparação com 63-67 % dos inquiridos mais jovens), que frequentemente se deparam com essas notícias ou informações (62 %, em comparação com 71-72 %) e que a existência de tais notícias ou informações é um problema no seu país (74 %, em comparação com 79-80 %). Os padrões são menos claros em relação à afirmação «a existência de notícias ou informações que deturpam a realidade ou são até falsas é um problema para a democracia em geral».

Quanto mais tempo um respondente permaneceu na educação a tempo inteiro, maior a probabilidade de concordar com cada declaração sobre notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas. Isto é mais evidente ao observar os níveis de concordância para a afirmação de que «é fácil para si identificar notícias ou informações que acredita que deturpa a realidade ou são mesmo falsas» (67 % entre os que deixaram a educação com 20 anos ou mais, em comparação com 41 % dos que terminaram os 15 anos ou menos).

As pessoas da casa são as menos propensas a concordar com cada declaração sobre notícias ou informações que deturpam a realidade ou são mesmo falsas. Por exemplo, 47 % das pessoas domiciliares concordam que é fácil identificar essas notícias ou informações, em comparação com 69 % dos gestores.

Os entrevistados que nunca ou quase nunca têm dificuldades em pagar suas contas (61 %) são os mais propensos do que aqueles que têm dificuldades na maior parte do tempo (52 %) a dizer que é fácil para eles identificar notícias ou informações que acreditam que deturpam a realidade ou são mesmo falsas.

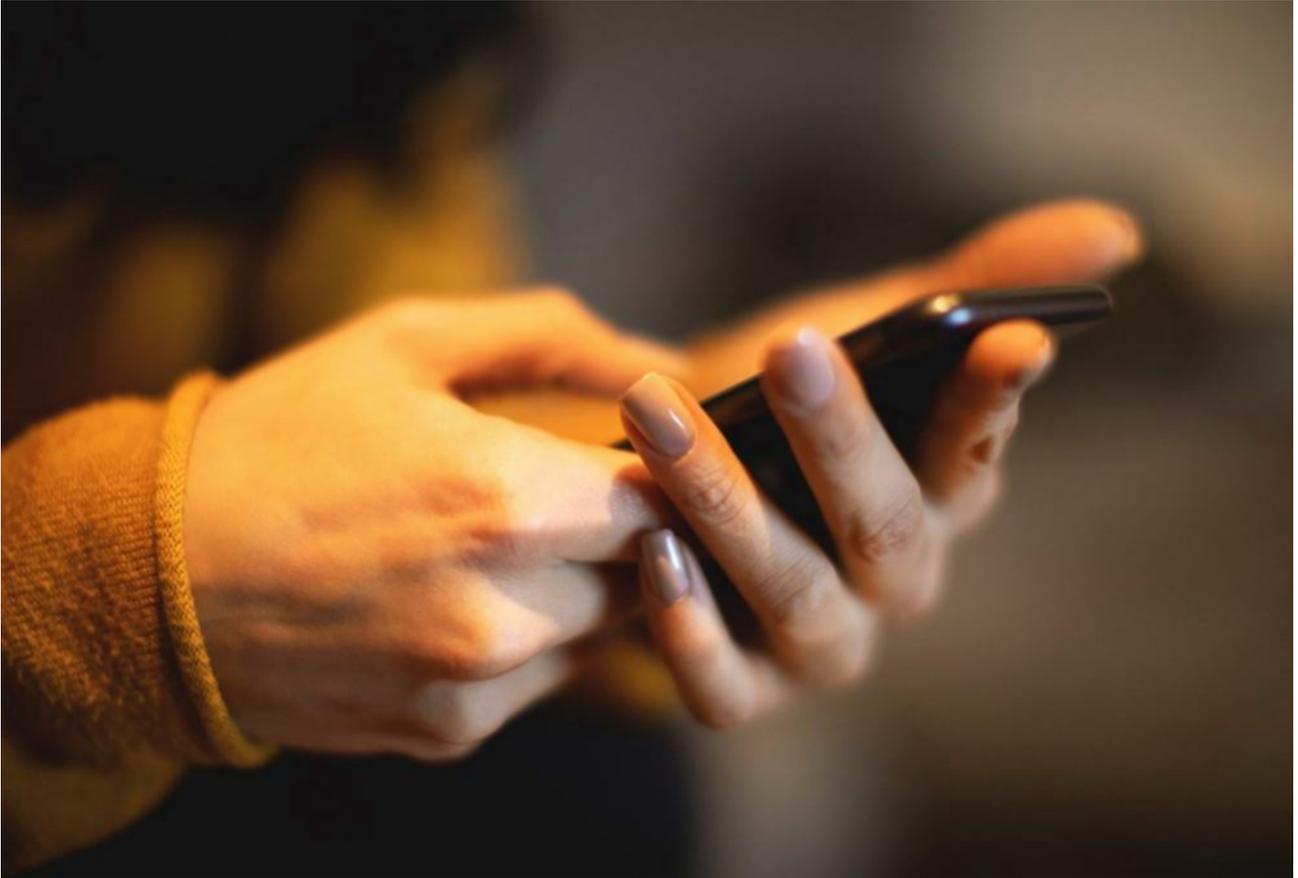
Quanto maior a classe social a que os entrevistados se consideram pertencentes, maior a probabilidade de concordarem que é fácil para eles identificar notícias ou informações que acreditam deturpar a realidade ou mesmo serem falsas (70-77 % dos que se consideram pertencentes à classe média alta ou alta, em comparação com 51 % dos que se consideram pertencentes à classe trabalhadora). Aqueles que se consideram pertencentes à classe trabalhadora são também os menos propensos a concordar que a existência de tais notícias ou informações é um problema para a democracia em geral (76 %, contra 83-85 % dos que se consideram pertencentes à classe média, média ou alta). As diferenças são menos significativas para as duas afirmações restantes.

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE8.1 Você concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações: Muitas vezes depara-se com notícias ou informações que considera deturpadas ou mesmo falsas (% — UE)

	Total «Concordo»	Total «Discordo»	Não sei
UE27	68	27	5
Gênero			
Homem	70	26	4
Mulher	66	28	6
Idade			
15-24	71	24	5
25-39	72	24	4
40-54	72	24	4
55 +	62	31	7
Educação (fim de)			
15—	56	31	13
16-19	69	26	5
20+	72	26	2
Ainda a estudar	70	25	5
Categoria socioprofissional			
Trabalhadores por conta própria	73	25	2
Gerentes	72	26	2
Outros colares brancos	72	24	4
Trabalhadores manuais	69	26	5
Pessoas da casa	63	28	9
Desempregados	73	20	7
Reformados	60	32	8
Estudantes	70	25	5
Dificuldades em pagar contas			
A maior parte do tempo	68	24	8
De vez em quando	70	25	5
Quase nunca/nunca	67	28	5
Considere pertencer a			
A classe trabalhadora	66	24	10
A classe média baixa	67	28	5
A classe média	69	27	4
A classe média alta	69	29	2
A classe alta	72	26	2
Imagem da UE			
Positivo	67	30	3
Neutral	67	27	6
Negativo	74	20	6

VI. Redes sociais

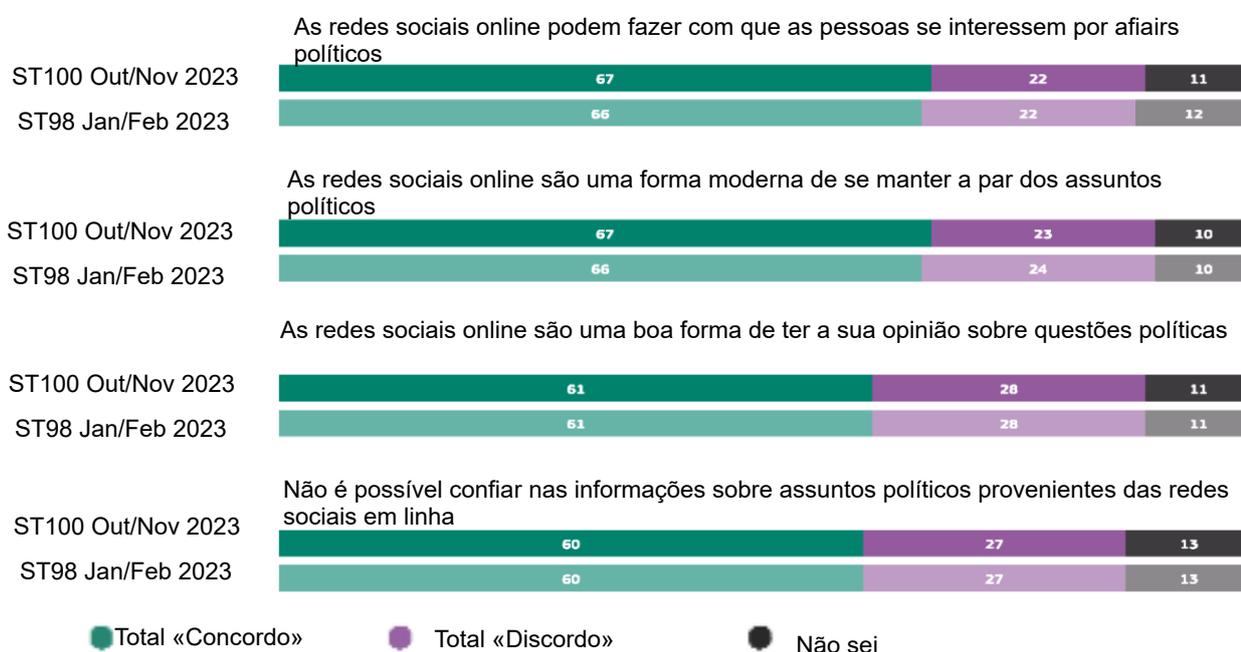


1. Redes sociais em linha e informações políticas

A maioria dos cidadãos europeus pensa que as redes sociais em linha permitem que as pessoas participem em assuntos políticos, embora a maioria também considere que a informação sobre questões políticas nas redes sociais não pode ser de confiança.

Os inquiridos foram questionados se concordavam ou discordavam de quatro afirmações sobre as redes sociais em linha²². Em geral, os resultados mantiveram-se globalmente estáveis desde o inverno de 2022-2023, embora se deva notar que as proporções de acordo com cada declaração se situam nos seus níveis recordes.

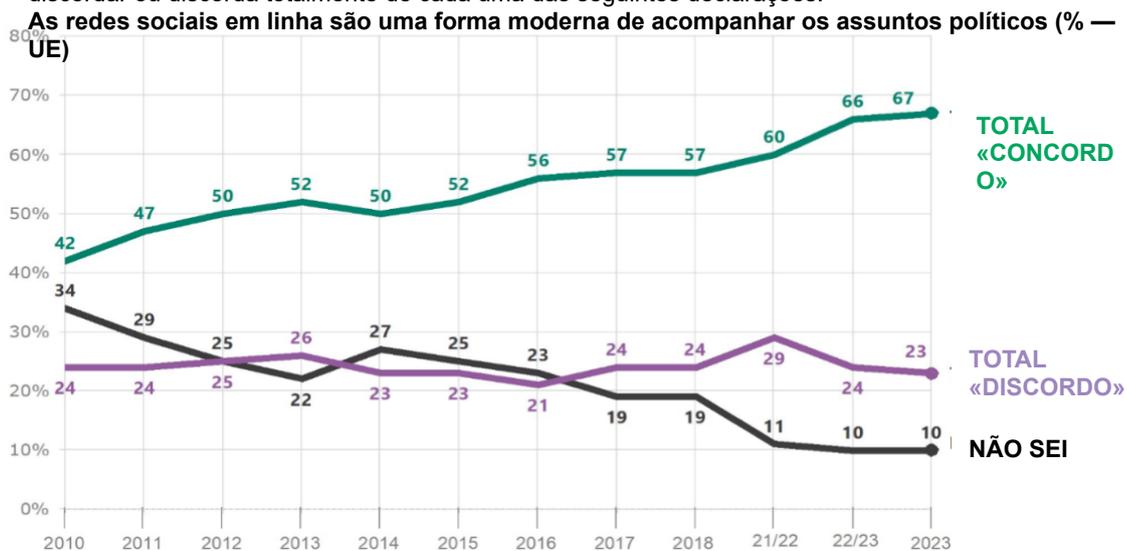
QE6. Independentemente de participar ou não em redes sociais em linha (sítios de redes sociais, blogues, sítios Web de alojamento de vídeos), indique se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes declarações (UE27) (%)



22 QE6. Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeos), diga se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes declarações. 1) As redes sociais online são uma forma moderna de manter-se a par dos assuntos políticos. 2) As informações sobre assuntos políticos provenientes das redes sociais em linha não podem ser fiáveis; 3) As redes sociais online podem fazer com que as pessoas se interessem por assuntos políticos; 4) As redes sociais online são uma boa forma de ter a sua opinião sobre questões políticas.

Cerca de dois terços concordam que as redes sociais em linha são uma forma moderna de acompanhar os assuntos políticos (67 %, +1 ponto percentual desde o inverno de 2022-2023), incluindo um quarto (+1 p.p.) que estão de acordo com a declaração. Menos de um quarto (23 %, -1 pp) discorda, enquanto 10 % (sem alteração) dizem não saber. Embora estes valores tenham permanecido globalmente estáveis desde o inverno de 2022-2023, a tendência a longo prazo é de um nível crescente de concordância com esta declaração desde o outono de 2010 (+25 p.p.), juntamente com uma diminuição da proporção que responde «não sabe» (-24 p.p.).

QE6.1 Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeo), por favor diga-me se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes declarações.

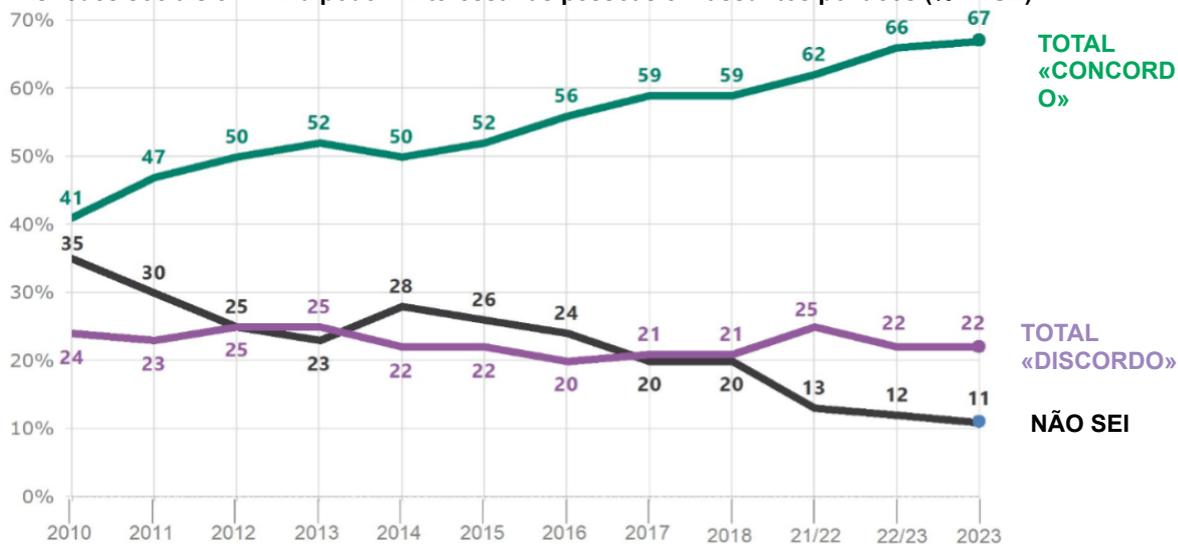


Cerca de dois terços concordam que as redes sociais em linha podem interessar as pessoas por assuntos políticos (67 %, +1 p.p. desde o inverno de 2022-2023), com 21 % (-1 p.p.) de acordo total. Pouco mais de um em cada cinco (22 %, sem mudança) discorda, enquanto 11 % (-1 pp) dizem que não sabem. Mais uma vez, a análise da tendência a longo prazo revela que o nível de concordância com esta afirmação aumentou continuamente desde o outono de 2010 (+26 p.p.), enquanto o oposto se aplica à percentagem de inquiridos que dizem não saber (-24 p.p.).

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE6.3 Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeo), por favor diga-me se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes declarações.

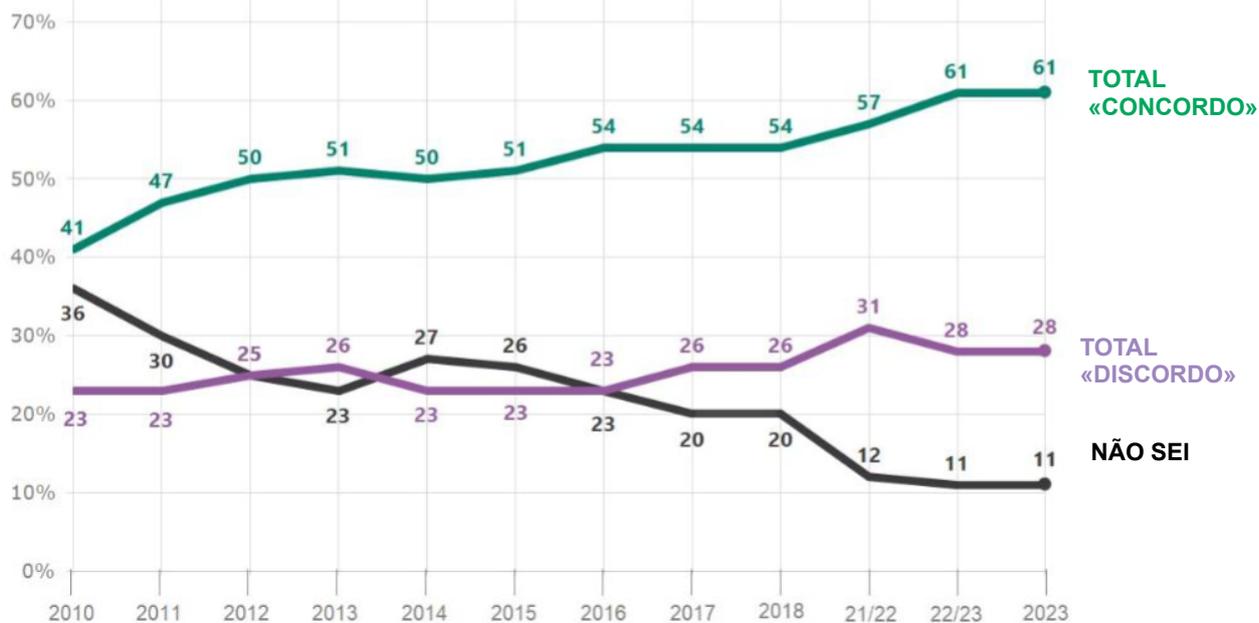
As redes sociais em linha podem interessar as pessoas em assuntos políticos (% — UE)



Cerca de seis em cada dez inquiridos concordam que as redes sociais em linha são uma boa forma de se pronunciarem sobre questões políticas (61 %, sem alterações desde o inverno de 2022-2023), incluindo quase um em cada cinco que «concorda totalmente» (19 %, -1 p.p.). Menos de três em cada dez discordam (28 %, sem alteração), enquanto 11 % (sem alteração) dizem não saber. O nível de concordância com esta declaração aumentou 20 pontos percentuais desde o outono de 2010.

QE6.4 Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeo), por favor diga-me se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes declarações.

As redes sociais em linha são uma boa forma de ter a sua opinião sobre questões políticas (% — UE)

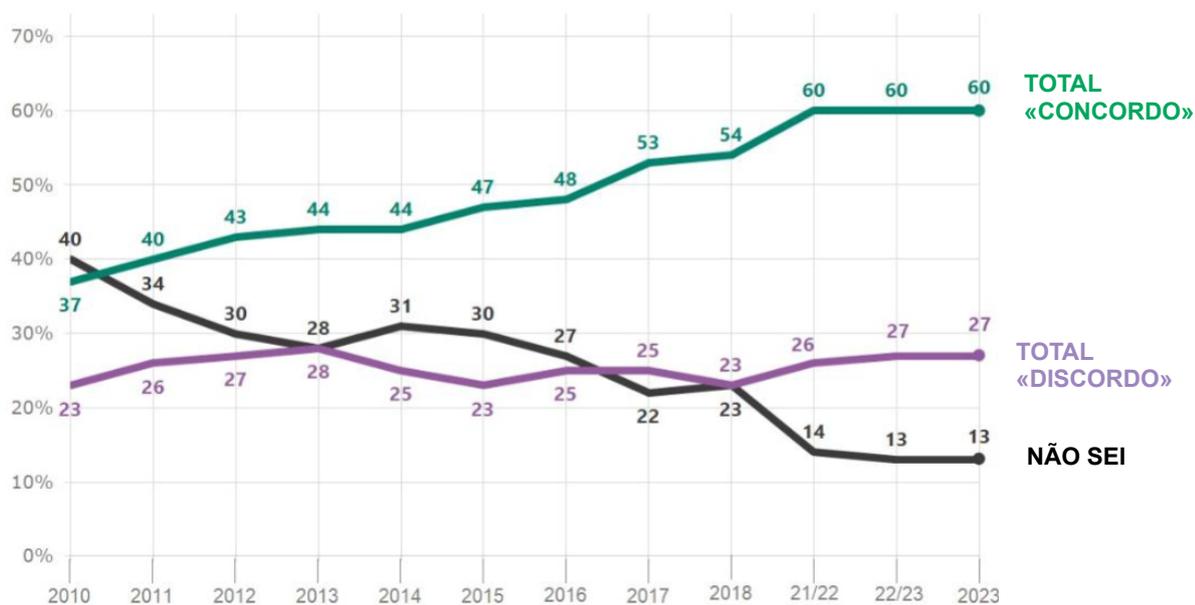


Apesar destas opiniões positivas sobre os benefícios das redes sociais em linha, seis em cada dez (sem alterações desde o inverno de 2022 de 2023) também concordam que a informação sobre assuntos políticos das redes sociais em linha não pode ser de confiança, com 21 % (-1 p.p. que «concordam totalmente»). Mais de um quarto discorda desta afirmação (27 %, sem alteração), enquanto 13 % (sem alteração) dizem não saber. Embora o acordo com esta declaração tenha permanecido inalterado desde o inverno de 2021-2022, a longo prazo, a percentagem de pessoas que pensam que as informações sobre assuntos políticos provenientes das redes sociais em linha não podem ser fiáveis é agora 23 pontos percentuais mais elevada do que no outono de 2010.

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE6.2 Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeo), por favor, diga-me se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes declarações.

Não é possível confiar nas informações sobre assuntos políticos provenientes das redes sociais em linha
(% — UE)

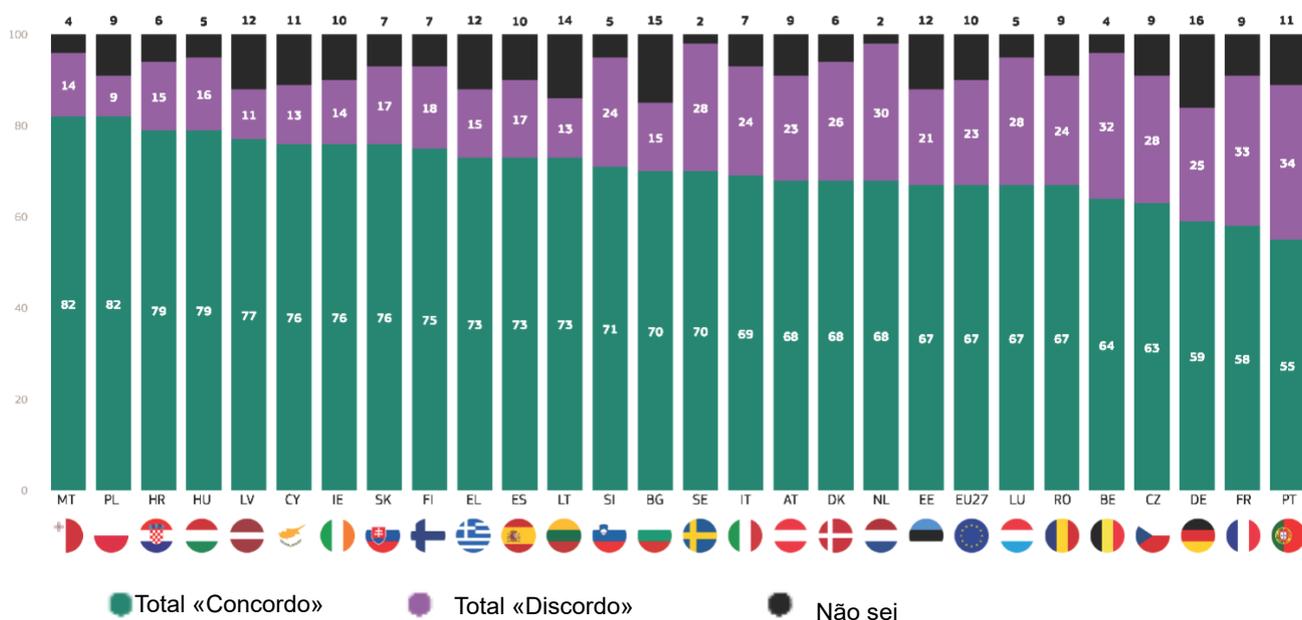


Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Mais de metade dos inquiridos em cada Estado-Membro da UE concorda que as redes sociais em linha são uma forma moderna de acompanhar os assuntos políticos. Os níveis de acordo são mais elevados em Malta e na Polónia (ambos com 82 %) e na Croácia e na Hungria (ambos 79 %), enquanto em Portugal (55 %), em França (58 %) e na Alemanha (59 %).

Em 13 Estados-Membros da UE, a percentagem de inquiridos que concordam que as redes sociais em linha são uma forma moderna de acompanhar os assuntos políticos aumentou desde o inverno de 2022-2023. Os maiores aumentos registam-se no Luxemburgo (67 %, +7 pontos percentuais), em França (58 %, +7 p.p.), na Eslovénia (71 %, +5 p.p.), na Áustria (68 %, +5 p.p.) e na Roménia (67 %, +5 p.p.). Em contrapartida, o nível de acordo com esta declaração diminuiu em 12 países, especialmente em Malta (82 %, -9 p.p.), na Dinamarca (68 %, -7 p.p.) e em Chipre (76 %, -5 p.p.). Este valor manteve-se estável em Espanha (73 %) e em Portugal (55 %).

QE6.1. Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeo). Por favor, diga se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discordar totalmente de cada uma das seguintes afirmações:- As redes sociais online são uma forma moderna de se manter a par dos assuntos políticos (%)

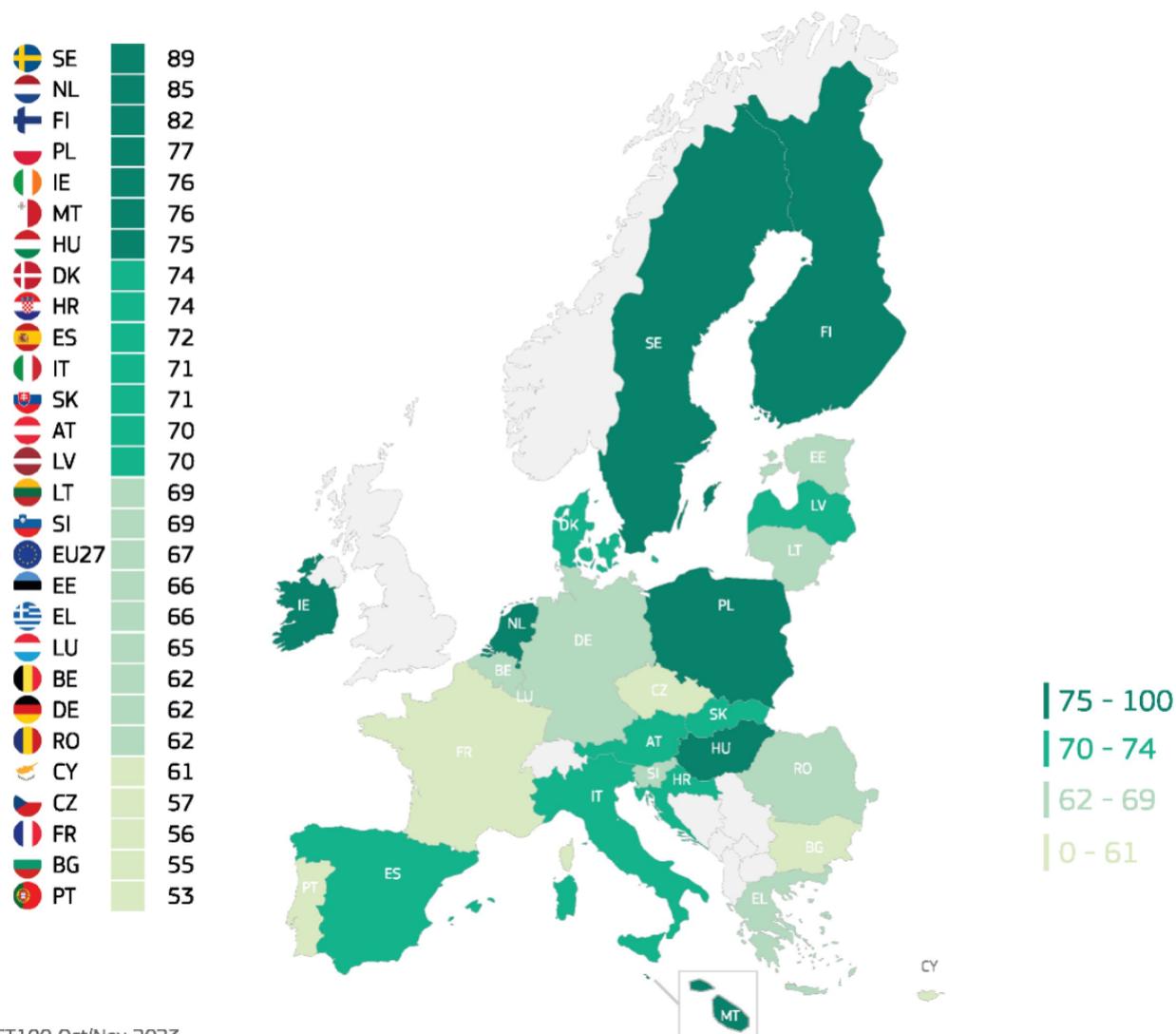


Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

A maioria dos inquiridos em todos os Estados-Membros da UE concorda que as redes sociais em linha podem interessar as pessoas pelos assuntos políticos. Esta opinião é mais generalizada na Suécia (89 %), nos Países Baixos (85 %) e na Finlândia (82 %). Em contrapartida, os inquiridos em Portugal (53 %), na Bulgária (55 %) e em França (56 %) são os que menos concordam com esta afirmação.

Em 13 países, os inquiridos são mais propensos do que no inverno de 2022-2023 a concordar que as redes sociais em linha podem interessar as pessoas por assuntos políticos. É o caso, em especial, dos inquiridos na Áustria (70 %, +8 pontos percentuais), em França (56 %, +7 p.p.), no Luxemburgo (65 %, +5 p.p.) e na Roménia (62 %, +5 p.p.). Os níveis de acordo diminuíram em dez países, nomeadamente em Malta (76 %, -9 p.p.), Chipre (61 %, -9 p.p.) e Bélgica (62 %, -6 p.p.). Não se registaram alterações na Polónia (77 %), na Hungria (75 %), em Espanha (72 %) e na Lituânia (69 %).

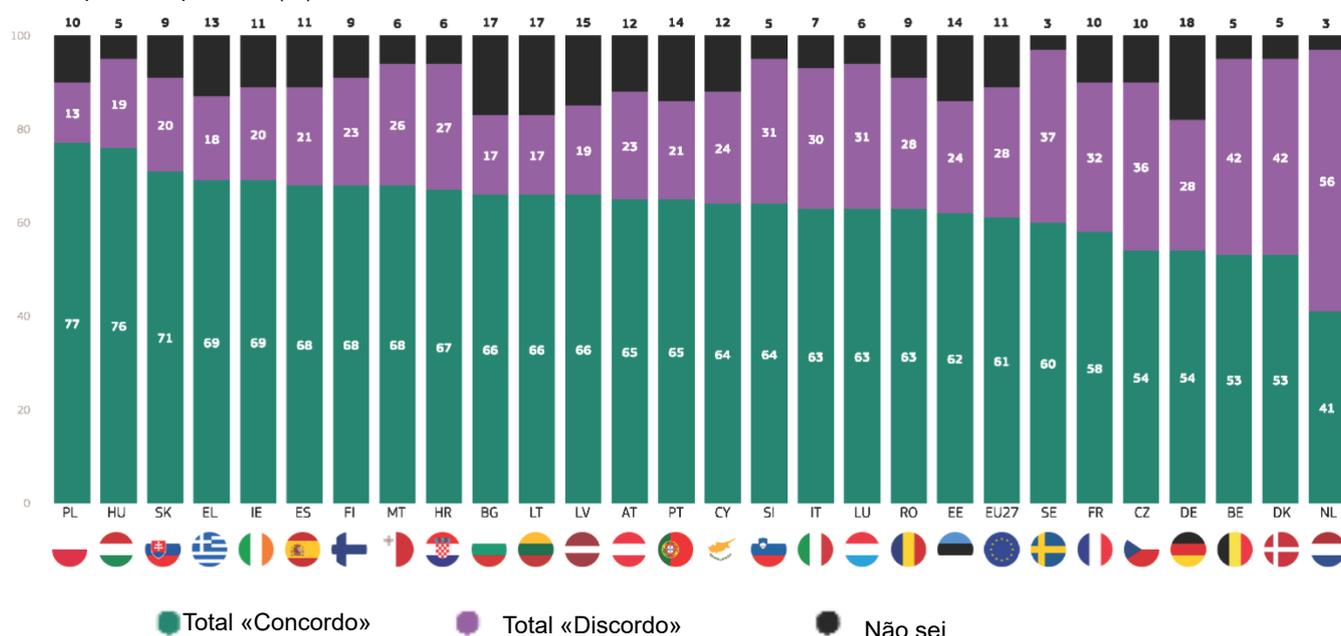
QE6.3. Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sítios de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeos), diga se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações: As redes sociais em linha podem fazer com que as pessoas se interessem por assuntos políticos — Total «Concordo» (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Em todos os Estados-Membros, com exceção dos Países Baixos, a maioria concorda que as redes sociais em linha são uma boa forma de se pronunciar sobre questões políticas. Mais de sete em cada dez concordam com esta declaração na Polónia (77 %), na Hungria (76 %) e na Eslováquia (71 %). No extremo oposto da escala, cerca de quatro em dez partilham esta opinião nos Países Baixos (41 %), assim como 53 % na Bélgica e na Dinamarca. Acordo de que as redes sociais em linha são uma boa forma de ter a sua opinião sobre questões políticas aumentou em 13 Estados-Membros da UE desde o inverno de 2022-2023, com os maiores aumentos registados em Portugal (65 %, +14 pontos percentuais), na Áustria (65 %, +8 p.p.) e na Roménia (63 %, +8 p.p.). Observam-se descidas em dez países, sendo as mais notáveis em Chipre (64 %, -8 p.p.), Malta (68 %, -7 p.p.) e Itália (63 %, -5 p.p.). Esta proporção manteve-se inalterada em quatro países: Hungria (76 %), Finlândia (68 %), Lituânia (66 %) e Países Baixos (41 %).

QE6.4. Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeo). Por favor, diga se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações:- As redes sociais online são uma boa forma de ter a sua opinião sobre questões políticas (%)



Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE6.3 Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeo), por favor diga se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações As redes sociais online podem fazer com que as pessoas se interessem por assuntos políticos (%)

		UE2 7	EM	FR	LU	RO	EL	HR	LV	NL	FI	PT	SK	EE	SE	ES	LT	HU	PL	BG	CZ	SI	IE	IT	DE	DK	SE R	CY	MT
Total «Conco rdo»	Outubro/ novembro de 2023	67	70	56	65	62	66	74	70	85	82	53	71	66	89	72	69	75	77	55	57	69	76	71	62	74	62	61	76
	Δ maio/Jun 2023	1	8	7	5	5	4	4	4	4	4	3	2	1	1	=	=	=	=	■1	■1	■1	2	2	3	5	Δ6	■9	■9
Total «Discor do»	Outubro/ novembro de 2023	22	20	34	27	28	22	20	14	13	10	34	20	18	9	17	14	19	13	26	30	25	13	22	21	18	33	27	18
	Δ maio/Jun 2023	=	5	1	2	2	Δ6	2	3	3	■1	3	2	3	1	■1	2	1	2	1	■1	4	1	1	1	3	5	7	7
Não sei	Outubro/ novembro de 2023	11	10	10	8	10	12	6	16	2	8	13	9	16	2	11	17	6	10	19	13	6	11	7	17	8	5	12	6
	Δ maio/Jun 2023	■1	3	Δ8	3	3	2	2	■1	■1	3	Δ6	4	4	2	1	2	■1	2	=	2	3	1	1	2	2	1	2	2

QE6.1 Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeo), diga se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações As redes sociais online são uma forma moderna de se manter a par dos assuntos políticos (%)

		UE2 7	FR	LU	EM	RO	SI	LV	PL	NL	CZ	HR	LT	FI	SE	ES	PT	SE R	EE	EL	HU	SK	DE	IT	BG	IE	CY	DK	MT
Total «Conco rdo»	Outubro/ novembro de 2023	67	58	67	68	67	71	77	82	68	63	79	73	75	70	73	55	64	67	73	79	76	59	69	70	76	76	68	82
	Δ maio/Jun 2023	1	7	7	5	5	5	3	3	2	1	1	1	1	1	=	=	■1	■1	■1	■1	■1	2	2	3	3	5	7	■9
Total «Discor do»	Outubro/ novembro de 2023	23	33	28	23	24	24	11	9	30	28	15	13	18	28	17	34	32	21	15	16	17	25	24	15	14	13	26	14
	Δ maio/Jun 2023	■1	4	3	2	4	■1	2	■1	2	■1	=	■1	1	=	■1	5	1	4	4	2	2	1	■1	2	1	2	4	9
Não sei	Outubro/ novembro de 2023	10	9	5	9	9	5	12	9	2	9	6	14	7	2	10	11	4	12	12	5	7	16	7	15	10	11	6	4
	Δ maio/Jun 2023	=	3	4	3	■1	4	■1	2	=	=	■1	=	2	■1	1	5	=	3	5	■1	■1	1	3	1	2	3	3	=

QE6.4 Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeos), diga se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes afirmações As redes sociais online são uma boa forma de ter a sua opinião sobre questões políticas (%)

		UE2 7	PT	EM	RO	EE	LU	FR	SI	SK	ES	HR	LV	PL	SE	LT	HU	NL	FI	EL	BG	CZ	IE	DE	SE R	DK	IT	MT	CY
Total «Conco rdo»	Outubro/ novembro de 2023	61	65	65	63	62	63	58	64	71	68	67	66	77	60	66	76	41	68	69	66	54	69	54	53	53	63	68	64
	Δ maio/Jun 2023	=	14	8	8	6	6	5	4	4	3	3	2	2	1	=	=	=	=	■1	2	2	2	3	4	4	5	7	Δ8
Total «Discor do»	Outubro/ novembro de 2023	28	21	23	28	24	31	32	31	20	21	27	19	13	37	17	19	56	23	18	17	36	20	28	42	42	30	26	24
	Δ maio/Jun 2023	=	Δ8	7	Δ6	1	■1	2	1	■1	4	■1	2	■1	=	■1	2	=	1	3	2	1	1	=	3	4	2	5	5
Não sei	Outubro/ novembro de 2023	11	14	12	9	14	6	10	5	9	11	6	15	10	3	17	5	3	9	13	17	10	11	18	5	5	7	6	12
	Δ maio/Jun 2023	=	Δ6	■1	2	7	5	7	5	3	1	2	=	■1	■1	1	2	=	■1	4	=	1	1	3	1	=	3	2	3

QE6.2 Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeos), informe se concorda totalmente, tende a

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes declarações.

		UE2 7	PT	LU	SK	FR	LV	LT	FI	PL	SI	SE	DK	HR	NL	ES	IT	EM	RO	CZ	DE	EE	CY	SE R	MT	HU	BG	EL	IE
Total «Conco rdo»	Outubro/ novembro de 2023	60	67	70	62	66	62	64	65	61	70	79	65	60	63	68	60	52	55	52	52	54	69	64	81	69	44	51	61
	Δ maio/Jun 2023	=	8	4	4	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	=	=	=	=	■1	■1	■1	■1	2	2	3	5	5	●10
Total «Discor do»	Outubro/ novembro de 2023	27	17	22	26	24	23	18	24	26	24	18	27	33	31	18	32	34	34	34	27	27	19	31	13	22	36	34	27
	Δ maio/Jun 2023	=	1	=	2	4	■1	4	3	2	1	2	3	1	■1	3	■1	1	2	=	2	2	=	2	1	3	5	3	10
Não sei	Outubro/ novembro de 2023	13	16	8	12	10	15	18	11	13	6	3	8	7	6	14	8	14	11	14	21	19	12	5	6	9	20	15	12
	Δ maio/Jun 2023	=	■9	4	Δ6	7	2	1	=	=	3	=	2	2	=	3	1	■1	2	1	3	■1	1	=	1	=	=	2	=

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

Os inquiridos que afirmam utilizar as redes sociais em linha pelo menos uma vez por semana são mais propensos a concordar com as quatro afirmações do que os europeus no seu conjunto:

Oito em cada dez inquiridos que utilizam as redes sociais online pelo menos uma vez por semana concordam que as redes sociais online são uma forma moderna de se manter a par dos assuntos políticos, em comparação com 67 % de todos os inquiridos — uma diferença de 13 pontos percentuais.

Cerca de oito em cada dez pessoas que utilizam as redes sociais em linha pelo menos uma vez por semana (78 %) afirmam que as redes sociais em linha podem interessar as pessoas em assuntos políticos, em comparação com 67 % dos europeus em geral — uma diferença de 11 pontos percentuais.

Cerca de três quartos (74 %) das pessoas que utilizam as redes sociais em linha pelo menos uma vez por semana consideram que as redes sociais em linha são uma boa forma de se pronunciarem sobre questões políticas, em comparação com 61 % de todos os europeus — uma diferença de 13 pontos percentuais.

Entre os inquiridos que utilizam as redes sociais online pelo menos uma vez por semana, 65 % concordam que as informações sobre assuntos políticos das redes sociais em linha não podem ser de confiança, em comparação com 60 % de todos os inquiridos — uma diferença de cinco pontos percentuais.

		UE27	SE	BG	CZ	DK	DE	EE	IE	EL	ES	FR	HR	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	EM	PL	PT	RO	SI	SK	FI	SE		
As redes sociais online são uma boa forma de ter a sua opinião sobre questões políticas	Total «Concordo»	67	64	70	63	68	59	67	76	73	73	58	79	69	76	77	73	67	79	82	68	68	82	55	67	71	76	75	70		
	» Δ																														
	» maio/Jun 2023	1	■1	3	1	7	2	■1	3	■1	=	7	1	2	5	3	1	7	■1	■9	2	5	3	=	5	5	■1	1	1		
	Total «Discordo»	23	32	15	28	26	25	21	14	15	17	33	15	24	13	11	13	28	16	14	30	23	9	34	24	24	17	18	28		
	» Δ																														
	» maio/Jun 2023	■1	1	2	■1	4	1	4	1	4	■1	4	=	■1	2	2	■1	3	2	9	2	2	■1	5	4	■1	2	1	=		
As redes sociais online podem fazer com que as pessoas se interessem por assuntos políticos	Total «Concordo»	60	64	44	52	65	52	54	61	51	68	66	60	60	69	62	64	70	69	81	63	52	61	67	55	70	62	65	79		
	» Δ																														
	» maio/Jun 2023	=	2	5	■1	1	■1	■1	■10	5	=	3	1	=	■1	3	3	4	3	2	1	=	2	8	=	2	4	3	2		
	Total «Discordo»	27	31	36	34	27	27	27	27	34	18	24	33	32	19	23	18	22	22	13	31	34	26	17	34	24	26	24	18		
	» Δ																														
	» maio/Jun 2023	=	2	5	=	3	2	2	10	3	3	4	1	■1	=	■1	4	=	3	1	■1	1	2	1	2	1	2	3	2		
Não é possível confiar nas informações sobre assuntos políticos provenientes das redes sociais em linha	Total «Concordo»	67	62	55	57	74	62	66	76	66	72	56	74	71	61	70	69	65	75	76	85	70	77	53	62	69	71	82	89		
	» Δ																														
	» maio/Jun 2023	1	Δ6	■1	■1	5	3	1	2	4	=	7	4	2	■9	4	=	5	=	■9	4	8	=	3	5	■1	2	4	1		
	Total «Discordo»	22	33	26	30	18	21	18	13	22	17	34	20	22	27	14	14	27	19	18	13	20	13	34	28	25	20	10	9		
	» Δ																														
	» maio/Jun 2023	=	5	1	■1	3	1	3	1	Δ6	■1	1	2	1	7	3	2	2	1	7	3	5	2	3	2	4	2	■1	1		
Não sei	Total «Concordo»	11	5	19	13	8	17	16	11	12	11	10	6	7	12	16	17	8	6	6	2	10	10	13	10	6	9	8	2		
	» Δ																														
	» maio/Jun 2023	■1	1	=	2	2	2	4	1	2	1	Δ8	2	1	2	■1	2	3	■1	2	■1	3	2	Δ6	3	3	4	3	2		

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

		2023																													
As redes sociais online são uma forma moderna de se manter a par dos assuntos políticos	Total «Concordo»	Outubro/novembro de 2023	61	53	66	54	53	54	62	69	69	68	58	67	63	64	66	66	63	76	68	41	65	77	65	63	64	71	68	60	
	Δ maio/Jun 2023	=	4	2	2	4	3	6	2	■1	3	5	3	5	Δ8	2	=	6	=	7	=	8	2	14	8	4	4	=	1		
	Total «Discordo»	Outubro/novembro de 2023	28	42	17	36	42	28	24	20	18	21	32	27	30	24	19	17	31	19	26	56	23	13	21	28	31	20	23	37	
	Δ maio/Jun 2023	=	3	2	1	4	=	1	1	3	4	2	■1	2	5	2	■1	■1	2	5	=	7	■1	Δ8	Δ6	1	■1	1	=		
	Não sei	Outubro/novembro de 2023	11	5	17	10	5	18	14	11	13	11	10	6	7	12	15	17	6	5	6	3	12	10	14	9	5	9	9	3	
	Δ maio/Jun 2023	=	1	=	1	=	3	7	1	4	1	7	2	3	3	=	1	5	2	2	=	■1	■1	Δ6	2	5	3	■1	■1		

A análise sociodemográfica revela que os inquiridos mais velhos com idade igual ou superior a 55 anos são menos propensos do que os seus homólogos mais jovens a concordar com as afirmações nas redes sociais online. Por exemplo, 51 % das pessoas com 55 anos ou mais concordam que as redes sociais em linha são uma forma moderna de se manterem a par dos assuntos políticos, em comparação com 85 % das pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos. A única exceção é concordar com a afirmação de que «as informações sobre assuntos políticos provenientes das redes sociais em linha não podem ser confiáveis» — neste caso, os inquiridos em grupos etários centrais (25-54) (65-66 %) são mais propensos a concordar do que os inquiridos mais jovens (58 %) e mais velhos (56 %).

As variações na concordância também podem ser vistas de acordo com os níveis de ensino, com aqueles que terminaram o ensino a tempo inteiro com idade igual ou superior a 16 anos serem mais propensos a concordar com cada afirmação do que aqueles que deixaram o ensino mais cedo. Por exemplo, os inquiridos que concluíram o ensino com idade igual ou superior a 16 anos (66-73 %) são mais propensos a concordar que as redes sociais em linha podem interessar as pessoas em assuntos políticos do que aqueles que terminaram a educação com idade igual ou superior a 15 anos (46 %).

Observando-se os resultados por categorias socioprofissionais, os entrevistados reformados são os menos propensos a concordar com cada afirmação em relação às redes sociais online. É nomeadamente o caso da concordância com a afirmação de que as redes sociais em linha podem interessar as pessoas em assuntos políticos (48 % dos reformados, em comparação com 76 % dos gestores e outros trabalhadores de colarinho branco).

Os inquiridos que têm dificuldades em pagar as suas contas de vez em quando ou com menos frequência são mais propensos do que aqueles que têm dificuldades na maior parte do tempo em concordar que as informações sobre assuntos políticos provenientes das redes sociais em linha não podem ser fiáveis (61 %, em comparação com 55 %) e que as redes sociais em linha podem fazer com que as pessoas se interessem por assuntos políticos (67-68 %, em comparação com 59 %). Da mesma forma, quanto maior for a classe social a que os entrevistados consideraram pertencer, maior a probabilidade de concordarem que as informações sobre assuntos políticos das redes sociais online não podem ser confiáveis (65-72 % dos que se consideram pertencentes à classe média ou alta, em comparação com 53 % dos que se consideram pertencer à classe trabalhadora) e que as redes sociais online podem interessar as pessoas pelos assuntos políticos (76-80 %, contra 57 %). Os padrões em termos de dificuldades financeiras dos inquiridos e de auto percepção da classe social são menos claros para as duas declarações restantes.

Eurobarómetro padrão 100 outono de 2023 Meios de comunicação social

QE6 Independentemente de participar ou não em redes sociais online (sites de redes sociais, blogues, sites de hospedagem de vídeo), por favor diga se concorda totalmente, tende a concordar, tende a discordar ou discorda totalmente de cada uma das seguintes declarações. (% — «Concordo total»)

	As redes sociais online são uma forma moderna de se manter a par dos assuntos políticos	Não é possível confiar nas informações sobre assuntos políticos provenientes das redes sociais em linha	As redes sociais online podem fazer com que as pessoas se interessem por assuntos políticos	As redes sociais online são uma boa forma de ter a sua opinião sobre questões políticas
UE27	67	60	67	61
Gênero				
Homem	68	62	69	63
Mulher	67	59	66	61
Idade				
15-24	85	58	83	78
25-39	79	65	78	73
40-54	73	66	73	66
55 +	51	56	53	48
Educação (fim de)				
15—	45	47	46	43
16-19	68	61	66	63
20+	70	66	73	63
Ainda a estudar	86	59	85	77
Categoria socioprofissional				
Trabalhadores por conta própria	76	66	75	67
Gerentes	72	67	76	66
Outros colares brancos	76	66	76	70
Trabalhadores manuais	73	64	71	69
Pessoas da casa	59	52	56	55
Desempregados	70	59	67	67
Reformados	45	52	48	42
Estudantes	86	59	85	77
Dificuldades em pagar contas				
A maior parte do tempo	64	55	59	61
De vez em quando	71	61	67	64
Quase nunca/nunca	66	61	68	61
Considere pertencer a				
A classe trabalhadora	60	53	57	55
A classe média baixa	66	61	65	63
A classe média	71	63	72	65
A classe média alta	68	65	76	61
A classe alta	71	72	80	69
Imagem da UE				
Positivo	72	64	73	66
Neutral	65	58	64	59
Negativo	60	57	60	57

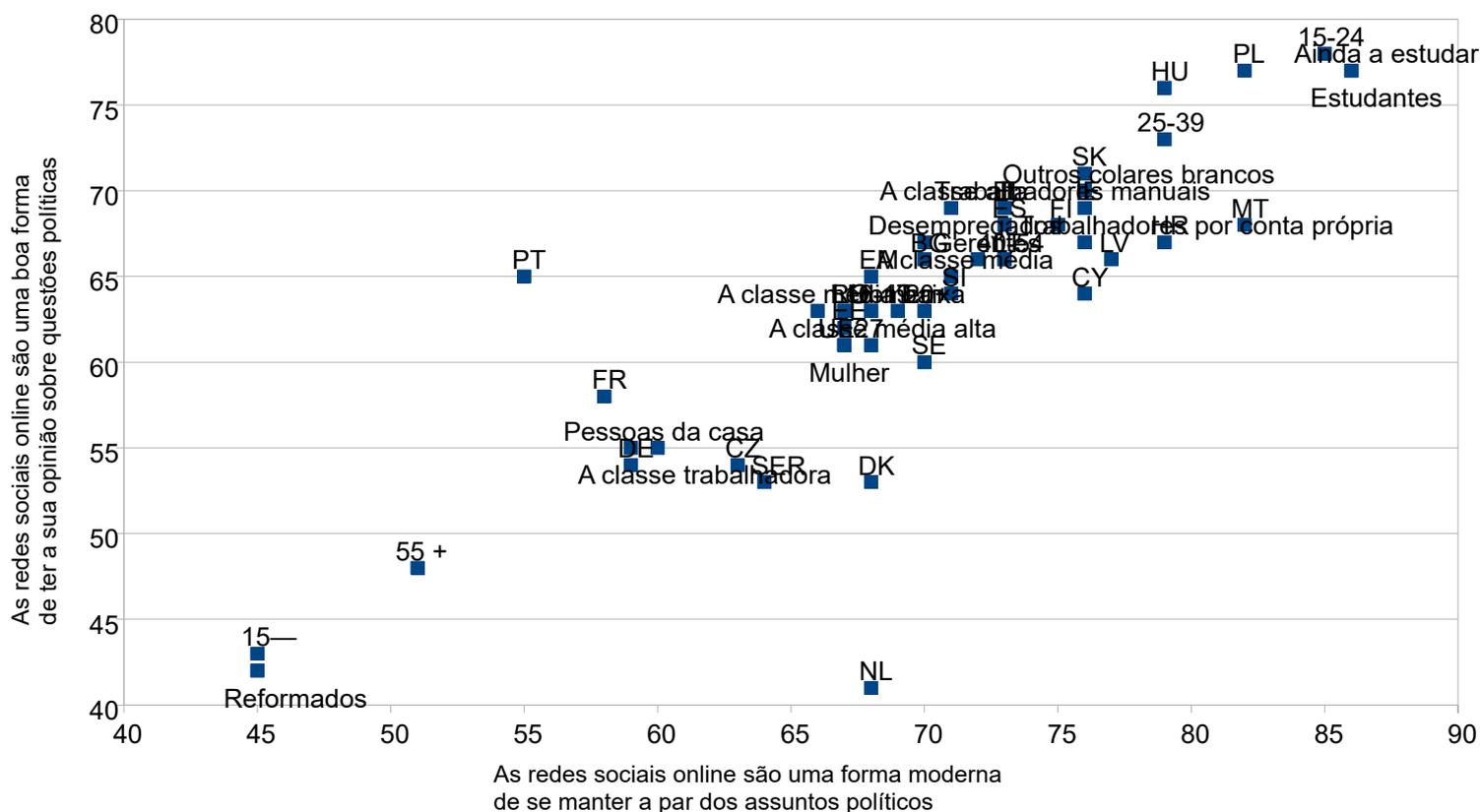
Comentários

(Pierre Dieumegard)

Mais uma vez, este documento Eurobarómetro não foi devidamente revisto antes da publicação. A parte VI (Redes sociais) contém apenas uma subsecção, contrariamente à boa prática escrita em todos os países e línguas. Falta uma subsecção?

Desde 2010, a imprensa escrita tem sido lida cada vez menos, enquanto as redes sociais são cada vez mais utilizadas, mais do que a imprensa escrita. Embora a rádio e a televisão estejam a diminuir ligeiramente, continuam a ser utilizadas pela maioria dos inquiridos (Pergunta QE3).

a proporção de pessoas que pensam que as redes sociais não são uma boa forma de descobrir assuntos políticos continua constante, em cerca de um quarto dos inquiridos. Por outro lado, a proporção daqueles que pensam que é um bom caminho está a aumentar, em detrimento daqueles que não têm opinião (QE6).



A idade é o principal fator que explica as opiniões sobre a utilidade das redes sociais na política, mas as opiniões variam muito de país para país (pergunta QE6). Os polos como um todo comportam-se da mesma forma que os jovens de 15-24 anos como um todo.