

Medir a Sociedade de Informação

Sistema para um painel *online* de utilizadores da Internet

Filipe Montargil, Escola Superior de Comunicação Social
Branco Di Fátima, Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-IUL)
Vitor Rodrigues, Innovation Makers
Vitor Santos, Nova Information Management School

CISTI 2019 – 14.^a Conferência Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação
Coimbra, 20 de junho de 2019



Living Lab on Media
Content and Platforms

Sociedade de Informação

Argumentos

- Informação como mercadoria, com valor próprio (Habermas);
- Sociedade pós-industrial, com uma economia em transição para os serviços (e para os serviços de informação) (Machlup, Bell, Porat);
- Pós-modernidade, numa sociedade com cada vez mais informação e menos sentido (Lyotard, Baudrillard);
- Esbatimento da diferença, nos meios de comunicação, entre produtores e consumidores, surgindo conceitos como o de *prosumer* (Toffler);
- Surgimento de características novas, nas atividades de controlo e vigilância tecnologicamente assistidas (Giddens, Lyon);
- Existência de tensões historicamente novas e originais, resultantes do desenvolvimento da relação entre identidade e capitalismo (Barber).



Living Lab on Media
Content and Platforms

Em qualquer dos casos,
“a Internet é o tecido de nossas vidas”
(Castells)



Living Lab on Media
Content and Platforms

Como utilizamos a Internet?



Living Lab on Media
Content and Platforms



Grupo
Marktest



Pew Research Center



OberCom

nielsen
.....

KANTAR MEDIA

IBOPE
CONECTA



Living Lab on Media
Content and Platforms

Técnicas de inquirição

Representações

O que afirmamos fazer

Comportamentos

O que fazemos efetivamente



Living Lab on Media
Content and Platforms

A inquirição permite caracterizar
adequadamente todo o nosso
comportamento *online*?



Living Lab on Media
Content and Platforms

De acordo com a hipótese
que colocamos, não.



LIVING LAB ON MEDIA CONTENT AND PLATFORMS

<http://prd.llmcp.pt>



Quer participar num painel de excelência?

Bem-vindo!



O 'Living Lab para Conteúdos e Plataformas de Media' é um projeto de investigação liderado pela Escola Superior de Comunicação Social e financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT). Pretende-se conhecer melhor os hábitos de utilização da Internet na região de Lisboa, e a sua ajuda é muito importante para nós.

Obrigado pela participação!


[QUERO CANDIDATAR-ME](#)

LLMCP x +

← → ↻ https://prd.llmcp.pt/#registry ☆

LLMCP
Living Lab on Media Content and Platforms

Início Projeto **Candidatar**



Faça o seu registo e participe

A participação neste painel é voluntária, anónima e confidencial.

01 DADOS PESSOAIS

NICKNAME *

ANO DE NASCIMENTO *

GENERO *

Masculino Feminino

ESTADO CIVIL *

Solteiro Divorciado

Casado União de facto

Viúvo


* O nickname poderá ser utilizado na nossa comunicação consigo, na divulgação dos prémios atribuídos no âmbito do painel e na publicação de trabalhos científicos. Caso prefira manter o anonimato, sugerimos a utilização de um nickname que não permita a sua identificação.

02 ESTADO LABORAL


LLMCP BackOffice x +
https://www.prd.llmcp.pt/#dataBase ☆

UNCP Base de Dados Utilizadores LivingLab ↗


Dados de Utilização



Extraia a informação guardada até agora



LLMCP BackOffice x +
https://www.prd.llmcp.pt/#users



Pipocarve
E-mail: fmontargil@gmail.com
Estado: ● Aprovado


Nome: fmontargil@gmail.com | Ano Nascimento: 1972 | Género: MALE | Estado: MARRIED

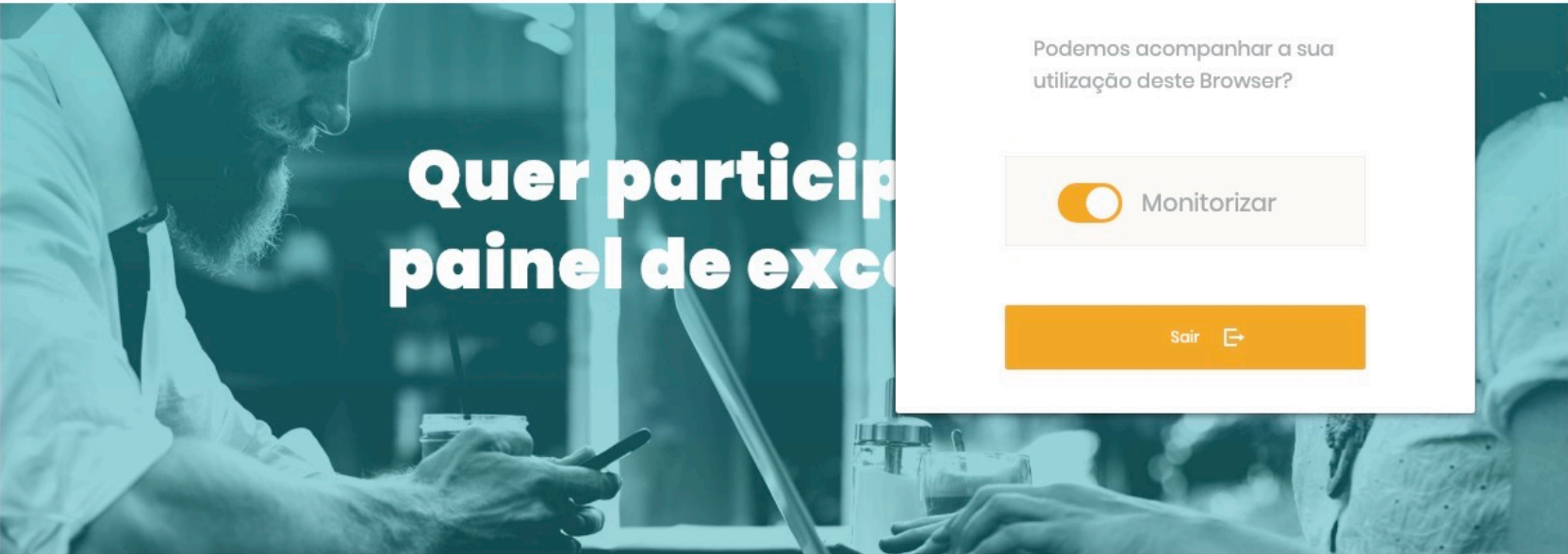
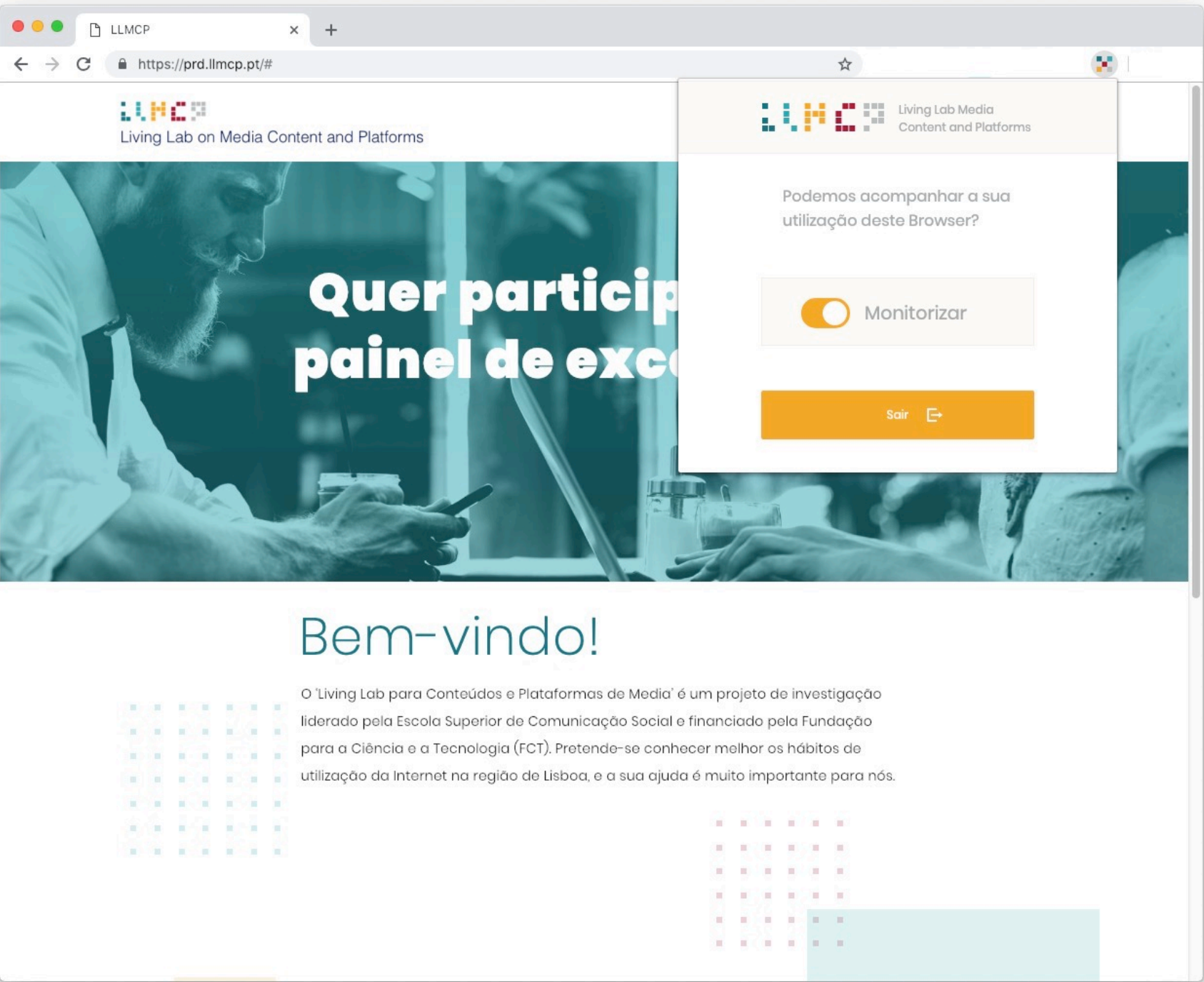
Condição perante o trabalho: Outro | Escola: Escola Superior de Comunicação Social | Curso: -

Através de que dispositivos acede habitualmente à Internet?
Laptop
Smartphone

Os dispositivos são utilizados apenas por si ou são partilhados (pela família, na escola, no trabalho...)?
Apenas por mim

Nome: olá é anonimo, pipocarve, popcorn, quinoa, raqxpr, redhead123, rvl, salazar, sarcasmo, sequeira86





Quer participar no painel de excelência?

Podemos acompanhar a sua utilização deste Browser?

Monitorizar

Sair ↗

Bem-vindo!

O 'Living Lab para Conteúdos e Plataformas de Media' é um projeto de investigação liderado pela Escola Superior de Comunicação Social e financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT). Pretende-se conhecer melhor os hábitos de utilização da Internet na região de Lisboa, e a sua ajuda é muito importante para nós.





Living Lab on Media
Content and Platforms

Alguns resultados preliminares

Período em análise

20 de janeiro a 30 de março de 2019

190.780 ações de navegação

Dia e hora

Período em análise

| Semana | Período | Utilizadores | Intensidade | IMU |
|--------------|-------------------|--------------|-------------|-------|
| 1 | 20 jan. a 26 jan. | 43 | 21.220 | 493,5 |
| 2 | 27 jan. a 2 fev. | 36 | 21.959 | 610,0 |
| 3 | 3 fev. a 9 fev. | 36 | 22.606 | 627,9 |
| 4 | 10 fev. a 16 fev. | 32 | 16.482 | 515,1 |
| 5 | 17 fev. a 23 fev. | 32 | 16.626 | 519,6 |
| 6 | 24 fev. a 2 mar. | 31 | 14.517 | 468,3 |
| 7 | 3 mar. a 9 mar. | 30 | 12.303 | 410,1 |
| 8 | 10 mar. a 16 mar | 38 | 19.224 | 505,9 |
| 9 | 17 mar. a 23 mar. | 43 | 20.756 | 482,7 |
| 10 | 24 mar. a 30 mar. | 42 | 25.087 | 597,3 |
| Total | | | 190.780 | |

Hipótese

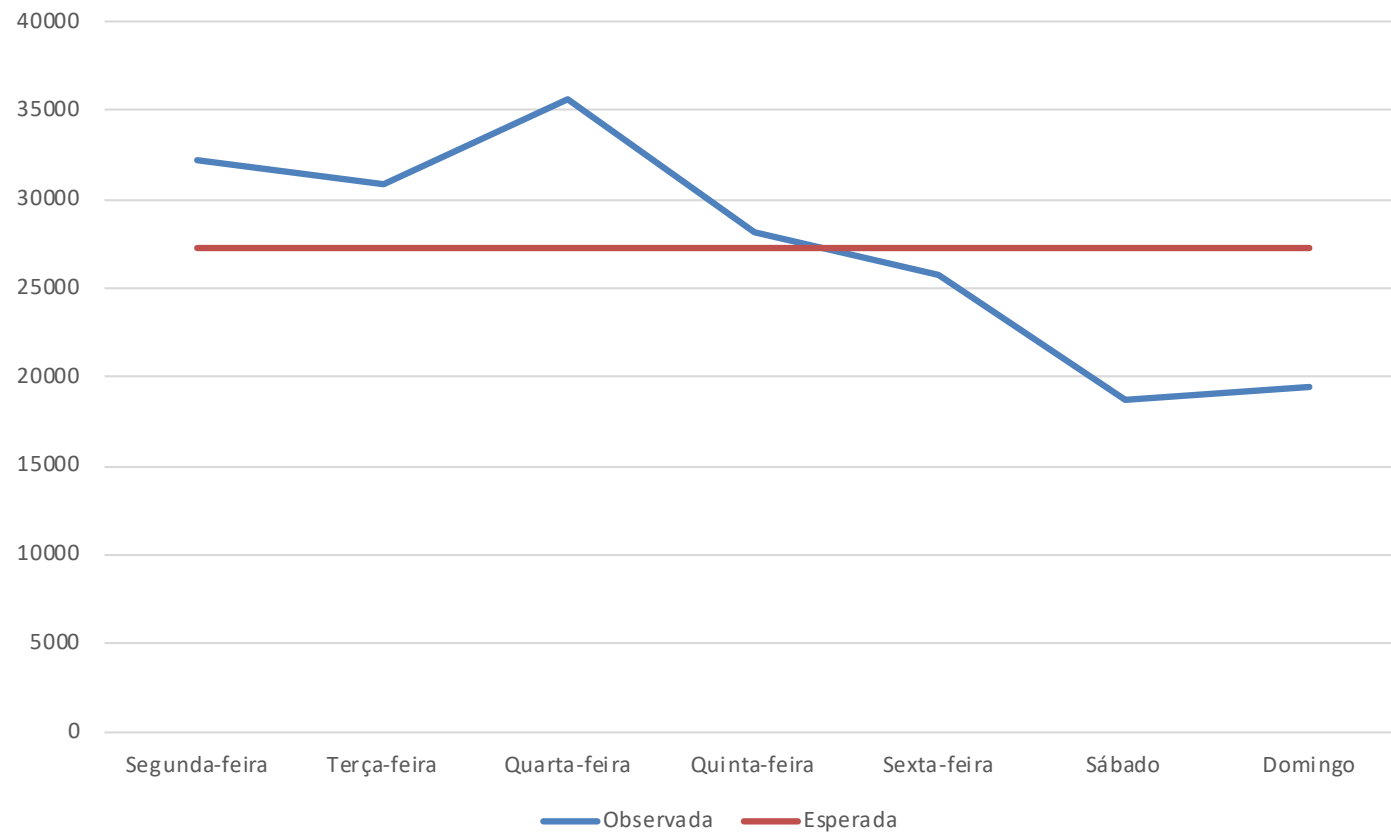
A intensidade de utilização da Internet encontra-se uniformemente distribuída pelos dias da semana.

Dias da semana

| Dia | Intensidade | % |
|---------------|-------------|-------|
| Domingo | 19.414 | 10,2% |
| Segunda-feira | 32.258 | 16,9% |
| Terça-feira | 30.866 | 16,2% |
| Quarta-feira | 35.624 | 18,7% |
| Quinta-feira | 28.185 | 14,8% |
| Sexta-feira | 25.721 | 13,5% |
| Sábado | 18.712 | 9,8% |
| Total | 190.780 | 100% |

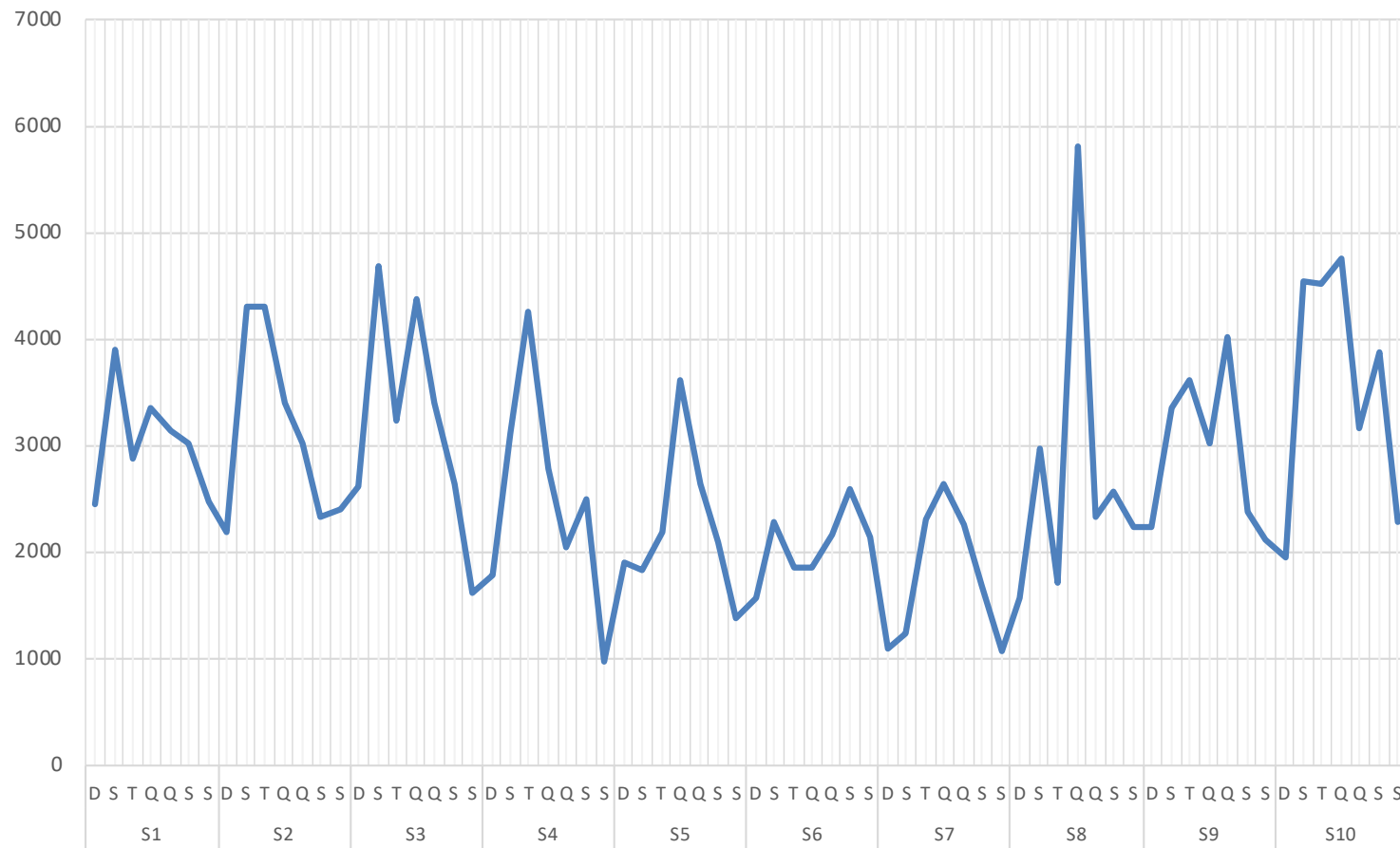
Intensidade esperada (190.780/7): 27.254,3. $\chi^2=9.018,5$. $p=0,000$.

Dias da semana



Dias da semana

Intensidade de utilização da Internet, por dia

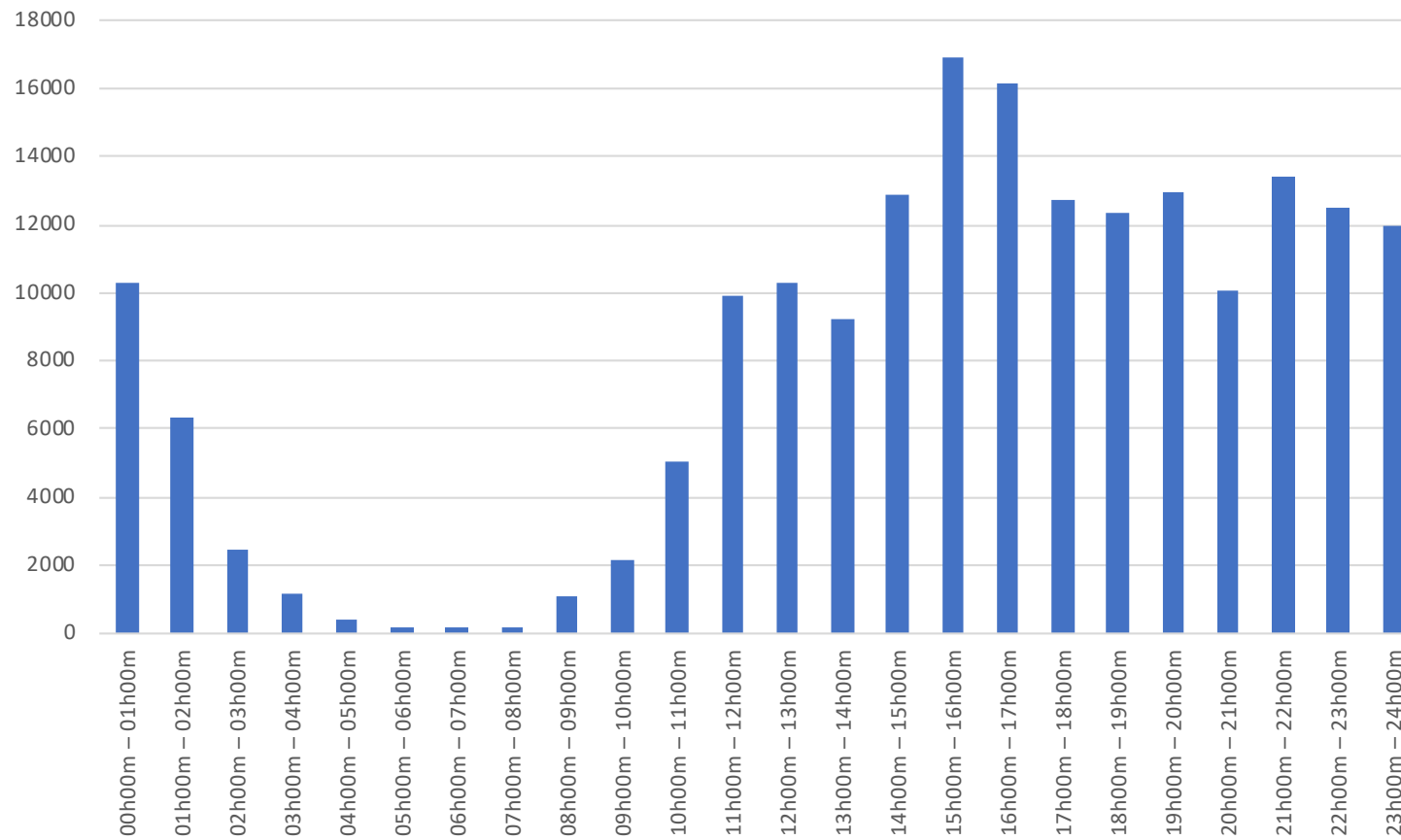


Hipótese

A intensidade de utilização da Internet encontra-se concentrada sobretudo no período habitualmente definido como horário de trabalho, correspondendo aos períodos das 9h00m às 13h00m e das 14h00m às 17h00m.

Período horário

Intensidade de utilização da Internet, por hora do dia



Período horário

| Período | Intensidade média | |
|-----------------------|-------------------|--------------|
| | No período | Resto do dia |
| 09h – 13h / 14h – 17h | 10472,7 | 6910,1 |
| 14h – 20h / 21h – 22h | 13905,3 | 5496,6 |

Conclusões

Os resultados apontam para a possibilidade de formas complexas de interpenetração entre a utilização pessoal e a utilização escolar da Internet, a aprofundar na investigação em curso.



Living Lab on Media
Content and Platforms

Obrigado!

geral@llmcp.pt