

WhatsApp ultrapassa Facebook e lidera como rede social

written by O Cidadão | 17 de Junho, 2024



Após nove anos a figurar como a rede social mais utilizada em geral, o Facebook (64%) foi destronado pela 'app' de mensagens WhatsApp (65%), também ela propriedade da Meta, refere o **13.º relatório anual do Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ)**.

"A plataforma de 'streaming' Youtube, propriedade da Google, é utilizada por 59% dos respondentes, o Instagram por 51% e o Facebook Messenger por 41%", segundo as conclusões do estudo.

A rede social TikTok, propriedade da empresa chinesa ByteDance, é utilizada por 22%.

“No entanto o Facebook, continua a ser a plataforma mais usada para consumo de notícias (35%), seguida pelo Whatsapp (23%), Youtube e Instagram (com a mesma percentagem 21%)”, enquanto o X (ex-Twitter) “é usado apenas por 11%, para fins gerais e 6% para consumo de notícias”, segundo o estudo.

Destaque para uma “pequena quebra na utilização de todas as redes, sem exceção, quer em termos gerais quer para fins informativos, não só entre os mais velhos como também entre os jovens”.

Apesar de não ter havido qualquer tipo de mudança na configuração metodológica do Digital News Report 2024, face aos anos anteriores, “e sendo esta uma tendências geral, identificada em praticamente todos os 47 mercados em estudo, há duas razões que podem justificar esta diminuição: as relacionadas com o uso, nomeadamente a saturação/aborrecimento com este tipo de plataforma e razões de mercado, com a crescente fragmentação das audiências e, por consequência, das redes, bem como uma mudança na estratégia das plataformas”, refere o relatório.

Em termos de fontes de notícias das redes sociais, “há diferenças entre as redes, com o TikTok a destacar-se como a rede em que os utilizadores mais têm os seus pares como fontes (55%), seguida pelo Facebook (44%).”

“Já no X é dada maior atenção a atores políticos (51%) a marcas de notícias ou jornalistas alternativos (47%). Portanto, a rede TikTok é rede onde a comunicação social menos tende a ser utilizada como fonte de notícias (23%), sendo importante salientar que estamos a falar de redes em que as marcas de notícias têm diferentes graus de presença e estratégias comunicacionais”.

O Reuters Digital News Report 2024 (Reuters DNR 2024) é o 13.º relatório anual do Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ) e o 10.º a contar com informação sobre

Portugal. Em 2024 participaram 47 mercados de notícias, Portugal incluído.

Enquanto parceiro estratégico, o OberCom – Observatório da Comunicação colaborou com o RISJ na conceção do questionário para Portugal, bem como na análise e interpretação final dos dados.

O inquérito foi realizado em **47 mercados**: Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, França, Itália, Espanha, Portugal, Irlanda, Noruega, Suécia, Finlândia, Dinamarca, Bélgica, Países Baixos, Suíça, Áustria, Hungria, Eslováquia, República Checa, Polónia, Croácia, Roménia, Bulgária, Grécia, Turquia, Coreia do Sul, Japão, Hong Kong, Índia, Indonésia, Malásia, Filipinas, Taiwan, Tailândia, Singapura, Austrália, Canadá, Brasil, Argentina, Colômbia, Chile, Peru, México, Marrocos, Nigéria, Quênia e África do Sul.

O trabalho de campo foi realizado no final de janeiro/início de fevereiro.