

research report

Março, 2009

E-Generation 2008: Os Usos de Media pelas Crianças e Jovens em Portugal

Relatório Final de Apuramentos Estatísticos

Gustavo Cardoso
Rita Espanha
Tiago Lapa
Vera Araújo

Apoio à investigação da Portugal Telecom

Índice

Introdução	2
Apresentação do Resultados	4
Metodologia e Dados	8
Caracterização social dos jovens inquiridos	12
Capítulo 1: Internet	21
Capítulo 2: Telemóveis	96
Capítulo 3: Jogos de Vídeo	141
Capítulo 4: Televisão	153
Capítulo 5: Filmes	159
Capítulo 6: Música	166
Capítulo 7: Os Media no Quotidiano	174
Análise dos Resultados	218

Introdução

Desde 2006 que o CIES-ISCTE (Centro de Investigação e Estudos de Sociologia), em colaboração com a PT. COM – Comunicações Interactivas, S.A., e no âmbito de um protocolo de colaboração realizado entre estas instituições, desenvolveu um conjunto de estudos sobre os públicos jovens utilizadores de tecnologias de comunicação e informação. Dessa colaboração surgiram os estudos “Crianças e Jovens: A sua Relação com as Tecnologias e os Meios de Comunicação” desenvolvido com o SAPO e a pesquisa denominada “EGeneration: Os Usos de Media pelas Crianças e Jovens em Portugal”, apoiado pela Fundação PT.

O principal objectivo deste projecto é dar a conhecer os hábitos dos jovens em relação à utilização das comunicações. Pretende-se assim conhecer os usos e atitudes dos jovens em relação à internet, telemóveis, jogos de consola e de computador, televisão/conteúdos audiovisuais e música.

Em 2008, e graças, de novo, ao apoio financeiro da Portugal Telecom, foi possível realizar pela mesma equipa de investigação, desta vez no âmbito do OberCom (Observatório da Comunicação), a actualização da pesquisa realizada em 2006, através da metodologia de questionário presencial que a seguir se apresenta. O objectivo deste relatório é aprofundar e cimentar a compreensão dos comportamentos específicos dos “consumidores” mais novos de media em Portugal, à luz dos novos dados e dos dados já recolhidos em 2006. Pretende-se igualmente apreender os padrões de interacção dos jovens através da utilização dos media mais tradicionais, assim como da utilização das novas tecnologias, do telemóvel às diversas formas de comunicação mediada por computador.

Num período histórico onde a oferta mediática é diversificada e onde se verifica um fornecimento múltiplo de informação pela rede, outro foco de interesse é a forma como é organizada a utilização dos media na vida quotidiana dos mais novos, tanto no tempo como no espaço. É aqui pertinente continuar com o escrutínio do impacto e da importância da mediação tecnológica nas relações e nas práticas quotidianas, e compará-lo com a análise feita anteriormente em 2006. No contexto das

transformações mediáticas recentes, outro objectivo deste estudo é a identificação de padrões de oportunidades e riscos no que respeita à apropriação dos media, seja a oportunidade de aceder rapidamente à informação e a novos instrumentos didácticos, seja os riscos de exposição excessiva a determinados media ou a exposição à pornografia na internet ou à violência nos jogos. Outra dimensão de análise relacionada é a análise das representações que os jovens têm dos vários media que utilizam, considerando assim as crianças e os adolescentes como sujeitos activos, capazes de reflectir sobre as suas próprias práticas mediáticas, e como agentes que conferem sentido aos diferentes usos quotidianos dos media. Portanto, um outro campo de indagação é constituído pelas representações, usos e expectativas da população jovem face aos media.

Ao longo das próximas páginas serão apresentadas leituras dos dados estatísticos apurados bem como quadros de frequências e cruzamentos dos dados obtidos a partir do inquérito realizado. Este relatório inicia-se com uma súmula dos principais resultados, nomeadamente no que respeita à utilização da Internet. Seguem-se os resultados das respostas às perguntas constantes no inquérito realizado e o seu cruzamento com o género e as idades dos inquiridos. O relatório está dividido por temáticas, respectivamente: Caracterização Sócio-Demográfica dos Jovens; Internet, Telemóveis; Jogos de vídeo; Televisão; Filmes; Música; Os media no quotidiano.

Apresentação dos Resultados

A geração que nasceu nos anos 90, impôs-se como uma geração diferente, marcando a sua diferença na utilização que faz dos vários media. No inquérito de 2006, tínhamos visto que fazia sentido caracterizar a geração de adolescentes e crianças que nasceram nos anos 90 como uma “geração electrónica”, largamente socializada nas novas tecnologias, rodeada de vários ecrãs, desde o ecrã da televisão e do computador, passando pelos pequenos ecrãs do telemóvel, do leitor de mp3 ou pelo ecrã da consola de jogos portátil. Caracterizam-se também por uma utilização em rede e em regime de multitarefa dos vários media. Não peçam aos jovens para fazer uma coisa em exclusivo quando eles querem fazer várias: navegar na internet, ouvir música ou ter a TV ligada, trocar impressões nos chats ou no messenger sobre os acontecimentos de uma novela juvenil ou a espuma dos dias, comentar as fotos, os vídeos ou o perfil na página Hi5 de um amigo ou conhecido.

É igualmente uma geração caracterizada por uma retirada da rua como espaço de socialização e autonomia. Os jovens apropriam os media como espaços onde exercitam a sua autonomia e onde aprofundam e mantêm as suas redes de relações íntimas. Esta realidade é mais evidente na utilização que fazem da internet, nomeadamente dos chats, do messenger, dos portais de redes sociais como o hi5 ou dos blogs. O grande sucesso da penetração dos telemóveis entre os adolescentes deve-se, em grande parte, à sua utilização como meio de aprofundar a autonomia e as relações sociais dos jovens, fora da monitorização dos adultos. A internet e os telemóveis constituem igualmente formas de exercitar e sedimentar uma identidade pessoal e social em formação. Além disso, as crianças e os adolescentes de hoje utilizam os media de uma forma marcadamente individualizada, reclamando para si a utilização e a posse individual de vários dispositivos mediáticos presentes no seu quarto de dormir. A rede convival, real e virtual, permitida pela emergência dos novos media e das novas tecnologias da informação e comunicação (TIC) e a utilização individualizada e personalizada dos dispositivos mediáticos sobrepõe-se à imagem da convivência em família em torno da televisão, a antiga “lareira electrónica”.

Tendo em linha de conta a articulação entre diferentes media em função de uma diferenciação de conteúdos e igualmente a especialização dos media em diferentes funções de mediação, os jovens apresentam as suas próprias utilizações e representações diferenciadas dos media. As novas gerações têm crescido no meio de mudanças no domínio da interactividade da comunicação e no meio de um sistema de múltiplos produtores e distribuidores. As crianças e os adolescentes são, deste modo, particularmente susceptíveis a uma socialização entre várias realidades mediáticas, concorrentes ou complementares, e crescem entre uma multiplicidade de escolhas no que respeita às formas de comunicação, entretenimento e informação. Além disso, novas competências parecem estar a ser adquiridas intuitivamente pelas crianças como a forma de explorar a interligação entre as várias realidades mediáticas e a forma de operar vários expedientes mediáticos simultaneamente.

A chegada da massificação da informatização e o advento das comunicações móveis num momento histórico partilhado constituem factores que caracterizam as novas gerações. Nos inquéritos realizados em 2006, face-a-face e online, verificou-se que, embora a televisão seja ainda central na vida dos jovens, aqueles que convivem mais intimamente com a internet e com o telemóvel apresentam valorizações mais baixas do interesse conferido à televisão. Os media são a conexão entre o vivido e o representando, e é através deles que se constrói muita da experiência das crianças e dos adolescentes. A infância e a adolescência são períodos essenciais na criação de perfis dos media, através da definição das expectativas, gostos, preferências, padrões de interpretação e de valorização, etc. Deste modo, é pertinente dar conta de biografias e memórias partilhadas dos media entre os jovens. Desta forma, pretende-se compreender até que ponto os jovens partilham as mesmas histórias de consumo, isto é, padrões de consumo similares. As experiências que se vivenciam na infância e na juventude e os consumos culturais (internet, livros, cinema, televisão, música, banda desenhada) fruídos nessas etapas da vida são essenciais na formação da sensibilidade e dos gostos de cada indivíduo como no cimentar da experiência que faz integrar um jovem numa mesma geração. Contudo, não podemos caracterizar as dietas mediáticas dos jovens como formas de substituir determinadas práticas mediáticas por outras. Antes, a utilização de vários media pode servir como meio de

reforço de interesses, como reforço da comunicação e da informação. Os adolescentes conferem bastante importância à música e aos jogos de vídeo. Neste âmbito, a utilização da internet pode reforçar esses interesses através das rádios e das músicas que são disponibilizadas online ou pelos sítios que disponibilizam informações sobre jogos, ou jogos propriamente ditos.

Há um conjunto de questões que se prende com a familiaridade e experiência ou ciber-experiência dos jovens no uso dos media e das novas tecnologias. É pertinente identificar, por um lado, os tipos de experiência e os padrões sociais e de consumo dos media no seu conjunto e, por outro, os tipos ou perfis de utilizadores. O objectivo é aprofundar e cimentar a compreensão os comportamentos específicos dos “consumidores” mais novos de media em Portugal, à luz dos novos dados e dos dados já recolhidos em 2006. Pretende-se igualmente apreender os padrões de interacção dos jovens através da utilização dos media mais tradicionais assim como da utilização das novas tecnologias, do telemóvel às diversas formas de comunicação mediada por computador. O estudo das práticas mediáticas dos jovens, tendo em linha de conta formas cada vez mais estabelecidas de lidar com os media como a multi-tarefa entre diversas formas de comunicação e a utilização integrada de vários media. Num período histórico onde a oferta mediática é diversificada e onde se verifica um fornecimento múltiplo de informação pela rede, outro foco de interesse é a forma como é organizada a utilização dos media na vida quotidiana dos mais novos, tanto no tempo como no espaço. É aqui pertinente continuar com o escrutínio do impacto e da importância da mediação tecnológica nas relações e nas práticas quotidianas, e compará-lo com a análise feita anteriormente em 2006.

No contexto das transformações mediáticas recentes, outro objectivo deste estudo é a identificação de padrões de oportunidades e riscos no que respeita à apropriação dos media, seja a oportunidade de aceder rapidamente à informação e a novos instrumentos didácticos, seja os riscos de exposição excessiva a determinados media ou a exposição à pornografia na internet ou à violência nos jogos. Outra dimensão de análise relacionada é a análise das representações que os jovens têm dos vários media que utilizam, considerando assim as crianças e os adolescentes como sujeitos activos, capazes de reflectir sobre as suas próprias práticas mediáticas, e como agentes que

conferem sentido aos diferentes usos quotidianos dos media. Portanto, um outro campo de indagação é constituído pelas representações, usos e expectativas da população jovem face aos media.

Metodologia e Dados

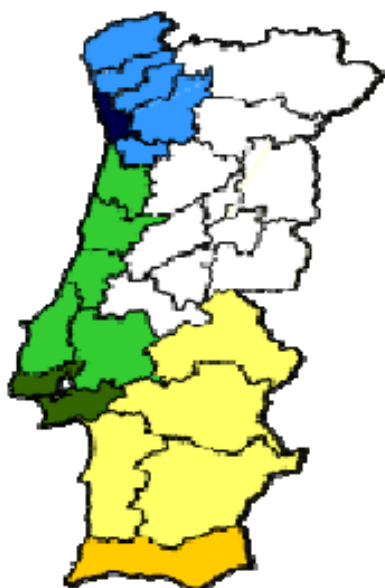
O presente estudo baseia-se numa metodologia de recolha de dados realizada através de um questionário presencial, o que nos permite fazer uma caracterização das crianças e dos adolescentes portugueses e da sua relação com as tecnologias e os meios de comunicação.

UNIVERSO: Constituído por jovens com idades compreendidas entre os 8 e os 18 anos de idade, residentes em Portugal Continental.

AMOSTRA: Constituída por **603** entrevistas, com a seguinte distribuição proporcional por região **Metris GfK**:

Região GfK Metris	Entrevistas	%	Legenda
Norte Litoral	146	24	
Grande Porto	83	14	
Interior	90	15	
Centro Litoral	94	16	
Grande Lisboa	139	23	
Alentejo	29	5	
Algarve	22	4	

Total **603**



RECOLHA DA INFORMAÇÃO: Através de entrevista directa e pessoal na residência dos inquiridos, em total privacidade, com base em questionário elaborado **Obercom** e adaptado pela **GfK Metris**. Os trabalhos de campo decorreram entre os dias 29 de Setembro e 19 de Outubro de 2008 e foram realizados por 27 entrevistadores, recrutados e treinados pela **GfK Metris**, que receberam uma formação adequada às especificidades deste estudo.

Controlos de qualidade

Foi realizado um controlo de qualidade, respeitando-se as seguintes etapas:

1. Em relação ao desenho do questionário, foi verificado o correcto ajustamento entre os objectivos do projecto e o questionário, bem como identificadas as perguntas que respondem a cada um dos objectivos. Foi igualmente feita uma revisão da consistência entre as perguntas e as categorias de resposta, da sequência lógica das respostas e dos filtros.
2. Os entrevistadores tiveram formação prévia. A incorporação de novos entrevistadores não superou, em nenhum caso, mais de 25% do total das entrevistas.
3. As entrevistas foram distribuídas por diversos entrevistadores, de forma a evitar que uma % significativa das entrevistas fosse feita somente por um ou dois entrevistadores.
4. Após darem entrada no Departamento de Campo, os questionários foram imediatamente revistos, com o objectivo de detectar eventuais erros de preenchimento ou ausência de informação. Caso a caso, foi feita uma avaliação dos procedimentos a adoptar, que puderam ir de um novo contacto com o inquirido (obtenção da informação em falta) à simples anulação da entrevista (por exemplo se se verificasse uma taxa de não resposta anormal em relação ao total das perguntas).

5. Foi realizada uma supervisão de cerca de 20% do trabalho de cada entrevistador através de um novo contacto directo ou telefónico com o entrevistado. Para esse efeito, utilizou-se um questionário de supervisão cuja concepção visou verificar se foram respeitadas as indicações apresentadas em relação a: local de entrevista, método de selecção do entrevistado, condições de realização da entrevista, questionário e tempo de duração da entrevista.

6. Após terem sido revistos e supervisionados, os questionários deram entrada no Departamento de Codificação onde foram codificados, pergunta a pergunta, realizando-se um primeiro teste em relação à consistência e articulação da informação obtida. No caso das perguntas abertas, foi feita uma transcrição de cerca de 50% das respostas, de forma a fazerem-se os planos de codificação respectivos (para cada pergunta deste tipo).

7. Depois de codificados, os questionários foram gravados em suporte informático. De seguida, já com base no ficheiro global do estudo, foi feita uma validação do ficheiro informático, testando-se a consistência dos dados recolhidos a dois níveis: validação dos códigos das respostas, pergunta a pergunta, e uma validação da articulação entre as perguntas (saltos e filtros), respeitando-se a estrutura do questionário utilizado. Em caso algum foram feitas correcções automáticas da informação. A partir deste momento, o ficheiro informático ficou apto a ser tabulado e tratado com base em software concebido para o efeito.

8. O relatório final entregue foi revisto pelo técnico responsável pelo estudo e pelo respectivo Account Manager.

9. Os questionários, em papel, serão guardados durante um ano.

Para perceber um pouco melhor características importantes da aplicação face a face de um inquérito nacional é necessário discutir um pouco a questão dos erros. Os componentes dos erros totais nos inquéritos tradicionais são considerados como

sendo o resultado da presença de dois tipos diferentes de erros: os erros amostrais e os erros não-amostrais.

Os erros amostrais são devidos ao facto de os dados recolhidos não cobrirem toda a população alvo mas apenas um sub-total (ou seja, a amostra). Os erros amostrais, podem, por seu turno serem subdivididos em:

Erro de estimação: que está inerente ao processo aleatório da selecção da amostra e está intimamente ligado à teoria da inferência estatística. Este tipo de erro pode ser minimizado modificando as metodologias de selecção e recolha da amostra, como aumentar o número de amostras, etc.

Erro de selecção: que não está directamente associado ao problema da inferência estatística mas tem origem no risco de escolher uma unidade amostral desapropriada, isto é, uma unidade diferente da esperada (no caso do inquérito online, houve vários indivíduos a responder que não eram os esperados).

Os erros não amostrais podem ser divididos, por sua vez em:

Erros de observação na fase de recolha: que poderão derivar de erros de medida ou erros de processamento da informação em que esta não traduz ou traduz erroneamente a intenção do inquirido.

Erros de não-observação: que advém da incapacidade de chegar a uma unidade ou várias unidades de observação. Em primeiro lugar, os erros de não-observação poderão derivar da impossibilidade de não chegar a determinados indivíduos ou destes recusarem a responder ao questionário. A isto se chama uma unidade de não-resposta. Em segundo lugar, podem originar de taxas de não resposta a determinadas perguntas, produzindo-se assim erros de não-resposta. Este caso designa-se de item de não-resposta. Este problema pode ser solucionado aumentando o tamanho da amostra e minimizando a taxa de não-respostas reduzindo assim qualquer distorção dos resultados.

Caracterização social dos jovens inquiridos

A amostra da população juvenil portuguesa está mais ou menos repartida entre três faixas etárias, dos 8 aos 12 anos, dos 13 aos 15 e dos 16 aos 18 anos. Contudo, há uma representação um pouco superior das crianças inquiridas dos 8 aos 12 anos que representam 38% do total da amostra, enquanto que o escalão dos 13 aos 15 anos representa 31,7% e dos 16 aos 18 anos representa 30,3%. Há uma repartição entre os géneros, visto que os rapazes totalizam 50,6% da amostra e as raparigas 49,4%. Quanto ao ano escolar que os inquiridos frequentam há uma maior representação daqueles que frequentam o 9º ano (16,3%). Este número inclui, obviamente, aqueles que, sendo mais velhos, ainda estão retidos nesse ano. Grosso modo, a amostra inclui jovens que frequentam o ensino básico e secundário, desde o 3º ano até ao 12º ano. Dos que frequentam o secundário, mais de metade (55,2%) está inserido na via geral de ensino, 20,3% está na via tecnológica e 23,1 estudam na via profissional.

Existe uma discrepância entre a percentagem de jovens que afirmam viver com o pai (81,4%) e a percentagem daqueles que vivem com a mãe (92%). Isto pode reflectir situações em que os jovens inquiridos vivem numa família monoparental ou numa família reconstruída depois de um divórcio, vivendo com um dos pais biológicos e um padrasto ou madrastra. No caso de divórcio os dados apontam que será mais comum os jovens viverem com a mãe biológica. Além disso, 67,7% dos jovens inquiridos afirmam que vivem com um ou mais irmãos ou irmãs. Este dado é relevante no que respeita à interacção familiar em torno dos media e na forma como os media podem ser partilhados e vivenciados em casa. Acrescente-se que 10,1% das crianças e dos adolescentes inquiridos vivem com pelo menos um dos avós. Isto indica que há uma pequena percentagem de lares onde estão presentes três gerações diferentes com, provavelmente, diferentes formas de uso e percepção dos media, o que pode criar dinâmicas próprias na interacção familiar em torno desses mesmos media. São poucos os inquiridos que afirmam que vivem com outros familiares ou outras pessoas (2,7% e 1%, respectivamente).

A maior parte das mães dos inquiridos trabalha (71,1%), o que reflecte uma realidade há muito estabelecida em Portugal. Apenas 15,1% das mães são domésticas e 11,3% estão desempregadas. A norma no nosso país é que ambos os pais trabalhem fora de casa, uma realidade que é relevante na forma como as crianças se relacionam com os media. Muitas vezes as crianças encontram-se sozinhas em casa, num ambiente onde os media podem servir de “babysitter”, ama ou de companhia na ausência dos pais e de outros familiares. A maior

parte das mães trabalha por conta de outrem (65,5%). Apenas uma minoria de 4,8% dos jovens indicaram que a sua mãe tem um curso do ensino superior. Uma maioria bastante significativa dos inquiridos indica que a escolaridade declarada da mãe está entre o 1º ciclo do ensino básico (4ª classe) e o 3º ciclo do ensino básico (9º ano), somente 11,9% dos jovens inquiridos afirmam que a sua mãe tem o ensino secundário completo.

Apenas 3,2% dos jovens indicaram que o seu pai tem um curso do ensino superior. O grosso da escolaridade declarada do pai está entre o 1º ciclo do ensino básico (4ª classe) e o 3º ciclo do ensino básico (9º ano), e apenas 11,1% dos jovens inquiridos afirmam que o seu pai tem o ensino secundário completo. Os dados da escolaridade dos pais está um pouco abaixo dos dados censitários. A similaridade dos dados relativos à escolaridade do pai e da mãe dos inquiridos sugere que os jovens têm pais com níveis educacionais semelhantes. A maior parte dos inquiridos afirma que o seu pai está a trabalhar (88,1%) e 4,6% afirma que está desempregado. Além disso, a grande maioria afirma que o seu pai é trabalhador por conta de outrem, 8,1% afirma que é trabalhador por conta própria e 3% assinalam que é empresário, com empregados.

O público jovem que participou no inquérito dá-nos uma imagem da distribuição geográfica dos inquiridos, considerando as várias regiões do país. O Norte litoral, o Grande Porto, o Centro Litoral e a Grande Lisboa totalizam 76,7% dos inquiridos o que condiz com a distribuição da população em Portugal. A menor representação vem do Alentejo (4,8%) e do Algarve (3,6%). Porém, 46,3% declara viver em localidades com menos de 2.000 habitantes e 36,4% declara viver em cidades com pelo menos 10.000 habitantes. Esta distribuição geográfica dos jovens inquiridos é similar à do inquérito presencial realizado em 2006¹.

¹ No inquérito de 2006, o Norte litoral, o Grande Porto e a Grande Lisboa totalizaram cerca de 60% de respostas. A menor representação veio também do Alentejo (4,4%) e do Algarve (3,1%). Perto de 50% dos inquiridos declarou viver numa zona com menos de 2.000 habitantes e 33% declarou viver em cidades com pelo menos 10.000 habitantes.

Apuramentos

P.1 Escalões etários

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8 aos 12 anos	229	38,0	38,0	38,0
	13 aos 15 anos	191	31,7	31,7	69,7
	16 aos 18 anos	183	30,3	30,3	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.2 GÉNERO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RAPAZ	305	50,6	50,6	50,6
	RAPARIGA	298	49,4	49,4	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.3 Em que ano andas (ano que irá frequentar a partir do começo das aulas)?

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	3º ANO	38	6,3	6,3
	4º ANO	44	7,3	7,3
	5º ANO	67	11,1	11,1
	6º ANO	56	9,3	9,3
	7º ANO	67	11,1	11,1
	8º ANO	72	11,9	11,9
	9º ANO	98	16,3	16,3
	10º ANO	50	8,3	8,3
	11º ANO	44	7,3	7,3
	12º ANO	49	8,1	8,1
	OUTRO	18	3,0	3,0
	Total	603	100,0	100,0

P.4 Se estás no secundário, és aluno da:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VIA GERAL	79	13,1	55,2	55,2
	VIA TECNOLÓGICA	29	4,8	20,3	75,5
	VIA PROFISSIONAL	33	5,5	23,1	98,6
	NS/NR	2,3		1,4	100,0
	Total	143	23,7	100,0	
Missing	System	460	76,3		
Total		603	100,0		

P.5 Vives com quem, sem contar contigo? - COD.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PAI	491	81,4	100,0	100,0
Missing	System	112	18,6		
Total		603	100,0		

P.5 Vives com quem, sem contar contigo? - COD.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MÃE	555	92,0	100,0	100,0
Missing	System	48	8,0		
Total		603	100,0		

P.5 Vives com quem, sem contar contigo? - COD.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 IRMÃO/IRMÃ	283	46,9	100,0	100,0
Missing	System	320	53,1		
Total		603	100,0		

P.5 Vives com quem, sem contar contigo? - COD.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 IRMÃOS/IRMÃS	93	15,4	100,0	100,0
Missing	System	510	84,6		
Total		603	100,0		

P.5 Vives com quem, sem contar contigo? - COD.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 IRMÃOS/IRMÃS	16	2,7	100,0	100,0
Missing	System	587	97,3		
Total		603	100,0		

P.5 Vives com quem, sem contar contigo? - COD.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4 IRMÃOS/IRMÃS	12	2,0	100,0	100,0
Missing	System	591	98,0		
Total		603	100,0		

P.5 Vives com quem, sem contar contigo? - COD.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5 IRMÃOS/IRMÃS	3,5		100,0	100,0
Missing	System	600	99,5		
Total		603	100,0		

P.5 Vives com quem, sem contar contigo? - COD.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6 IRMÃOS/IRMÃS	1,2		100,0	100,0
Missing	System	602	99,8		
Total		603	100,0		

P.5 Vives com quem, sem contar contigo? - COD.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	AVÔ/AVÓ	61	10,1	100,0	100,0
Missing	System	542	89,9		
Total		603	100,0		

P.5 Vives com quem, sem contar contigo? - COD.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUTROS FAMILIARES	16	2,7	100,0	100,0
Missing	System	587	97,3		
Total		603	100,0		

P.5 Vives com quem, sem contar contigo? - COD.98

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUTRAS PESSOAS	6	1,0	100,0	100,0
Missing	System	597	99,0		
Total		603	100,0		

P.6 Até quando estudou? (Mãe)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NÃO ACABOU O 1º CICLO (4ª CLASSE)	13	2,2	2,2	2,2
	TEM O 1º CICLO (4ª CLASSE)	172	28,5	28,5	30,7
	TEM O 2º CICLO (6º ANO)	153	25,4	25,4	56,1
	TEM O 3º CICLO (9º ANO)	133	22,1	22,1	78,1
	TEM O SECUNDÁRIO (12º ANO)	72	11,9	11,9	90,0
	TEM UM CURSO SUPERIOR	29	4,8	4,8	94,9
	NÃO SEI	31	5,1	5,1	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.7 Em relação ao trabalho, a tua mãe...?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TEM UM EMPREGO/TRABALHO	429	71,1	71,1	71,1
ESTÁ DESEMPREGADA	68	11,3	11,3	82,4
ESTÁ REFORMADA	5,8	,8		83,3
É DONA DE CASA/DOMÉSTICA	91	15,1	15,1	98,3
NÃO SEI	10	1,7	1,7	100,0
Total	603	100,0	100,0	

P.8 Se a tua mãe tem um emprego, diz se ela...?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid É EMPREGADA NUMA EMPRESA OU SERVIÇO	395	65,5	92,1	92,1
TEM UMA EMPRESA, COM EMPREGADOS	9	1,5	2,1	94,2
TRABALHA POR CONTA PRÓPRIA	25	4,1	5,8	100,0
Total	429	71,1	100,0	
Missing System	174	28,9		
Total	603	100,0		

P.9 Até quando estudou? (Pai)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NÃO ACABOU O 1º CICLO (4ª CLASSE)	11	1,8	1,8	1,8
TEM O 1º CICLO (4ª CLASSE)	164	27,2	27,2	29,0
TEM O 2º CICLO (6º ANO)	146	24,2	24,2	53,2
TEM O 3º CICLO (9º ANO)	128	21,2	21,2	74,5
TEM O SECUNDÁRIO (12º ANO)	67	11,1	11,1	85,6
TEM UM CURSO SUPERIOR	19	3,2	3,2	88,7
NÃO SEI	68	11,3	11,3	100,0
Total	603	100,0	100,0	

P.10 Em relação ao trabalho, o teu pai...?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TEM UM EMPREGO/TRABALHO	531	88,1	88,1	88,1
	ESTÁ DESEMPREGADO	28	4,6	4,6	92,7
	ESTÁ REFORMADO	8	1,3	1,3	94,0
	NÃO SEI	36	6,0	6,0	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.11 Se o teu pai tem um emprego, diz se ele...?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	É EMPREGADO NUMA EMPRESA OU SERVIÇO	460	76,3	86,6	86,6
	TEM UMA EMPRESA, COM EMPREGADOS	18	3,0	3,4	90,0
	TRABALHA POR CONTA PRÓPRIA	49	8,1	9,2	99,2
	NÃO SEI	4	,7	,8	100,0
	Total	531	88,1	100,0	
Missing	System	72	11,9		
Total		603	100,0		

D.1 REGIÃO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Norte Litoral	146	24,2	24,2	24,2
	Grande Porto	83	13,8	13,8	38,0
	Interior	90	14,9	14,9	52,9
	Centro Litoral	94	15,6	15,6	68,5
	Grande Lisboa	139	23,1	23,1	91,5
	Alentejo	29	4,8	4,8	96,4
	Algarve	22	3,6	3,6	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

D.2 Habitat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de 2.000	279	46,3	46,3	46,3
	2.000 a 9.999	104	17,2	17,2	63,5
	10.000 a 99.999	156	25,9	25,9	89,4
	100.000 e mais	25	4,1	4,1	93,5
	Cidade de Lisboa	25	4,1	4,1	97,7
	Cidade do Porto	14	2,3	2,3	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

Capítulo 1: Internet

P.12 Quantos computadores, há em tua casa, que sejam utilizados?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NENHUM	151	25,0	25,0	25,0
	UM	283	46,9	46,9	72,0
	DOIS	133	22,1	22,1	94,0
	TRÊS	24	4,0	4,0	98,0
	MAIS DE TRÊS	12	2,0	2,0	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.12 Quantos computadores, há em tua casa, que sejam utilizados?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NENHUM	76	24,9	75	25,2
	UM	144	47,2	139	46,6
	DOIS	69	22,6	64	21,5
	TRÊS	8	2,6	16	5,4
	MAIS DE TRÊS	8	2,6	4	1,3

P.12 Quantos computadores, há em tua casa, que sejam utilizados?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NENHUM	80	34,9	38	19,9	33	18,0
UM	98	42,8	104	54,5	81	44,3
DOIS	43	18,8	36	18,8	54	29,5
TRÊS	5	2,2	9	4,7	10	5,5
MAIS DE TRÊS	3	1,3	4	2,1	5	2,7

P.12A O(s) computador(es) que tens em casa são:

P.13 Onde se encontra o computador que costumas usar com maior frequência em tua casa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO MEU QUARTO	218	36,2	48,2	48,2
	NO QUARTO DE UM IRMÃO/IRMÃ	29	4,8	6,4	54,6
	NA SALA DE ESTAR	115	19,1	25,4	80,1
	NO QUARTO DOS MEUS PAIS	10	1,7	2,2	82,3
	NO ESCRITÓRIO OU SALA DE TRABALHO	37	6,1	8,2	90,5
	É PORTÁTIL	35	5,8	7,7	98,2
	OUTRA RESPOSTA	8	1,3	1,8	100,0
	Total	452	75,0	100,0	
Missing	System	151	25,0		
Total		603	100,0		

	Count	%
PORTÁTIL	232	38,5
FIXO	358	59,4

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
PORTÁTIL	38,0	38,9
FIXO	60,3	58,4

	8 aos 12 anos (%)	13 aos 15 anos (%)	16 aos 18 anos (%)
PORTÁTIL	29,3	36,6	51,9
FIXO	53,3	63,9	62,3

P.13 Onde se encontra o computador que costumava usar com maior frequência em tua casa?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NO MEU QUARTO	103	45,0	115	51,6
	NO QUARTO DE UM IRMÃO/IRMÃ	14	6,1	15	6,7
	NA SALA DE ESTAR	69	30,1	46	20,6
	NO QUARTO DOS MEUS PAIS	5	2,2	5	2,2
	NO ESCRITÓRIO OU SALA DE TRABALHO	21	9,2	16	7,2
	É PORTÁTIL	11	4,8	24	10,8
	OUTRA RESPOSTA	6	2,6	2	,9

P.13 Onde se encontra o computador que costumava usar com maior frequência em tua casa?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NO MEU QUARTO	56	37,6	77	50,3	85	56,7
NO QUARTO DE UM IRMÃO/IRMÃ	19	12,8	5	3,3	5	3,3
NA SALA DE ESTAR	46	30,9	39	25,5	30	20,0
NO QUARTO DOS MEUS PAIS	2	1,3	4	2,6	4	2,7
NO ESCRITÓRIO OU SALA DE TRABALHO	14	9,4	15	9,8	8	5,3
É PORTÁTIL	7	4,7	11	7,2	17	11,3
OUTRA RESPOSTA	5	3,4	2	1,3	1	,7

P.14 Que tipo de ligação à Internet existe em tua casa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CABO	110	18,2	24,3	24,3
	ADSL	87	14,4	19,2	43,6
	MODEM (LINHA TELEFÓNICA)	39	6,5	8,6	52,2
	PLACA 3G/ USB DE OPERADORES MÓVEIS	83	13,8	18,4	70,6
	NÃO HÁ LIGAÇÃO À NET EM MINHA CASA	115	19,1	25,4	96,0
	OUTRA RESPOSTA	7	1,2	1,5	97,6
	NS/NR	11	1,8	2,4	100,0
	Total	452	75,0	100,0	
Missing	System	151	25,0		
Total		603	100,0		

P.14 Que tipo de ligação à Internet existe em tua casa?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CABO	61	26,6	49	22,0
	ADSL	42	18,3	45	20,2
	MODEM (LINHA TELEFÓNICA)	20	8,7	19	8,5
	PLACA 3G/ USB DE OPERADORES MÓVEIS	41	17,9	42	18,8
	NÃO HÁ LIGAÇÃO À NET EM MINHA CASA	57	24,9	58	26,0
	OUTRA RESPOSTA	2	,9	5	2,2
	NS/NR	6	2,6	5	2,2

P.14 Que tipo de ligação à Internet existe em tua casa?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CABO	40	26,8	36	23,5	34	22,7
ADSL	28	18,8	24	15,7	35	23,3
MODEM (LINHA TELEFÓNICA)	8	5,4	15	9,8	16	10,7
PLACA 3G/ USB DE OPERADORES MÓVEIS	22	14,8	25	16,3	36	24,0
NÃO HÁ LIGAÇÃO À NET EM MINHA CASA	40	26,8	48	31,4	27	18,0
OUTRA RESPOSTA	2	1,3	3	2,0	2	1,3
NS/NR	9	6,0	2	1,3	0	,0

P.15 Onde é que costumás utilizar a Internet?

	Count	Percent
NÃO UTILIZO A INTERNET	114	18,9
EM CASA	331	54,9
NA ESCOLA	297	49,3
NUM CYBERCAFÉ	28	4,6
EM CASA DE UM AMIGO	75	12,4
EM DESLOCAÇÕES (ATRAVÉS DE ACESSO MÓVEL)	8	1,3
JUNTA DE FREGUESIA/ CÂMARA MUNICIPAL	16	2,7
BIBLIOTECA	11	1,8
NOUTRO SÍTIO	4	,7

P.15 Onde é que costumás utilizar a Internet?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
NÃO UTILIZO A INTERNET	16,1	21,8
EM CASA	56,1	53,7
NA ESCOLA	47,5	51,0
NUM CYBERCAFÉ	6,6	2,7
EM CASA DE UM AMIGO	12,1	12,8
EM DESLOCAÇÕES (ATRAVÉS DE ACESSO MÓVEL)	1,0	1,7
JUNTA DE FREGUESIA/ CÂMARA MUNICIPAL	3,9	1,3
BIBLIOTECA	2,0	1,7
NOUTRO SÍTIO	,7	,7

P.15A Por que motivos não utilizas a Internet?

	Count	%
NÃO TENHO ACESSO A UMA LIGAÇÃO À INTERNET	77	12,8
NÃO SEI USAR A INTERNET	23	3,8
NÃO ME INTERESSA/ NÃO ME É ÚTIL	6	1,0
NÃO TENHO TEMPO	4	,7
NÃO TENHO COMPUTADOR	7	1,2
OUTRO MOTIVO	4	,7
NS/NR	4	,7

P.15A Por que motivos não utilizas a Internet?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
NÃO TENHO ACESSO A UMA LIGAÇÃO À INTERNET	11,8	13,8
NÃO SEI USAR A INTERNET	2,3	5,4
NÃO ME INTERESSA/ NÃO ME É ÚTIL	,7	1,3
NÃO TENHO TEMPO	,3	1,0
NÃO TENHO COMPUTADOR	,7	1,7
OUTRO MOTIVO	,7	,7
NS/NR	,7	,7

P.16 Lembras-te que idade tinhas quando utilizaste a Internet pela primeira vez?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	1,2	,2	,2
	5	4,7	,8	1,0
	6	17	2,8	3,5
	7	32	5,3	6,5
	8	43	7,1	8,8
	9	53	8,8	10,8
	10	92	15,3	18,8
	11	50	8,3	10,2
	12	79	13,1	16,2
	13	36	6,0	7,4
	14	21	3,5	4,3
	15	4,7	,8	88,3
	16	6	1,0	1,2
	17	1,2	,2	89,8
	18	1,2	,2	90,0
	NS/NR	49	8,1	10,0
	Total	489	81,1	100,0
Missing	System	114	18,9	
Total		603	100,0	

P.16 Lembras-te que idade tinhas quando utilizaste a Internet pela primeira vez?

Total	Média
	10,32

P.17 Em que momento do dia costumas utilizar a Internet, de Segunda a Sexta-feira?

	Count	%
DE MANHÃ	62	10,3
DA PARTE DA TARDE, ATÉ ÀS 20 HORAS	287	47,6
DAS 20 ÀS 22 HORAS	184	30,5
DAS 22 HORAS À MEIA-NOITE	75	12,4
DEPOIS DA MEIA-NOITE	11	1,8
O DIA TODO	8	1,3

P.17 Em que momento do dia costumas utilizar a Internet, de Segunda a Sexta-feira?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
DE MANHÃ	11,5	9,1
DA PARTE DA TARDE, ATÉ ÀS 20 HORAS	47,5	47,7
DAS 20 ÀS 22 HORAS	30,8	30,2
DAS 22 HORAS À MEIA-NOITE	13,4	11,4
DEPOIS DA MEIA-NOITE	2,6	1,0
O DIA TODO	2,0	,7

P.18 Em que momento do dia costumas utilizar a Internet, ao fim de semana?

	Count	%
DE MANHÃ	102	16,9
DA PARTE DA TARDE, ATÉ ÀS 20 HORAS	272	45,1
DAS 20 ÀS 22 HORAS	124	20,6
DAS 22 HORAS À MEIA-NOITE	60	10,0
DEPOIS DA MEIA-NOITE	12	2,0
O DIA TODO	61	10,1

P.18 Em que momento do dia costumas utilizar a Internet, ao fim de semana?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
DE MANHÃ	17,0	16,8
DA PARTE DA TARDE, ATÉ ÀS 20 HORAS	44,6	45,6
DAS 20 ÀS 22 HORAS	21,6	19,5
DAS 22 HORAS À MEIA-NOITE	11,5	8,4
DEPOIS DA MEIA-NOITE	3,3	,7
O DIA TODO	11,8	8,4

P.19 Quando visitas páginas Web, quais dos seguintes conteúdos costumas consultar?

	Count	%
DESPORTO	164	27,2
JOGOS	349	57,9
MÚSICA	340	56,4
SOFTWARE E INFORMÁTICA	72	11,9
NOTÍCIAS	77	12,8
EDUCATIVOS	157	26,0
HOBBIES	79	13,1
CULTURAIS	105	17,4
VÍDEOS	247	41,0
BLOG	84	13,9
SITES DE REDES SOCIAIS	14	2,3
OUTROS	13	2,2
NS/NR	2	,3

P.19 Quando visitas páginas Web, quais dos seguintes conteúdos costumam consultar?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
DESPORTO	43,3	10,7
JOGOS	70,2	45,3
MÚSICA	54,4	58,4
SOFTWARE E INFORMÁTICA	16,1	7,7
NOTÍCIAS	14,1	11,4
EDUCATIVOS	20,0	32,2
HOBBIES	11,1	15,1
CULTURAIS	14,1	20,8
VÍDEOS	48,5	33,2
BLOG	13,1	14,8
SITES DE REDES SOCIAIS	2,3	2,3
OUTROS	1,3	3,0
NS/NR	,0	,7

P20.1. Com que frequência costumam: ENVIAR E RECEBER EMAILS?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
VÁRIAS VEZES AO DIA	119	19,7	24,3	24,3
1 VEZ POR DIA	83	13,8	17,0	41,3
2 A 3 VEZES POR SEMANA	94	15,6	19,2	60,5
1 VEZ POR SEMANA	40	6,6	8,2	68,7
15 EM 15 DIAS	17	2,8	3,5	72,2
MENOS FREQUENTEMENTE	30	5,0	6,1	78,3
NUNCA	103	17,1	21,1	99,4
NS/NR	3,5	,6		100,0
Total	489	81,1	100,0	
Missing System	114	18,9		
Total	603	100,0		

P20.1. Com que frequência costumas: ENVIAR E RECEBER EMAILS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		58	22,7	61	26,2
1 VEZ POR DIA		46	18,0	37	15,9
2 A 3 VEZES POR SEMANA		43	16,8	51	21,9
1 VEZ POR SEMANA		22	8,6	18	7,7
15 EM 15 DIAS		9	3,5	8	3,4
MENOS FREQUENTEMENTE		13	5,1	17	7,3
NUNCA		63	24,6	40	17,2
NS/NR		2	,8	1	,4

P20.1. Com que frequência costumas: ENVIAR E RECEBER EMAILS?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	25	16,9	37	21,3	57	34,1
1 VEZ POR DIA	19	12,8	25	14,4	39	23,4
2 A 3 VEZES POR SEMANA	22	14,9	40	23,0	32	19,2
1 VEZ POR SEMANA	7	4,7	24	13,8	9	5,4
15 EM 15 DIAS	3	2,0	8	4,6	6	3,6
MENOS FREQUENTEMENTE	10	6,8	12	6,9	8	4,8
NUNCA	59	39,9	28	16,1	16	9,6
NS/NR	3	2,0	0	,0	0	,0

P20.2. Com que frequência costumas: ENVIAR SMS ATRAVÉS DA INTERNET?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	50	8,3	10,2	10,2
	1 VEZ POR DIA	26	4,3	5,3	15,5
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	38	6,3	7,8	23,3
	1 VEZ POR SEMANA	33	5,5	6,7	30,1
	15 EM 15 DIAS	23	3,8	4,7	34,8
	MENOS FREQUENTEMENTE	40	6,6	8,2	42,9
	NUNCA	277	45,9	56,6	99,6
	NS/NR	2	,3	,4	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.2. Com que frequência costumas: ENVIAR SMS ATRAVÉS DA INTERNET?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	23	9,0	27	11,6
	1 VEZ POR DIA	13	5,1	13	5,6
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	20	7,8	18	7,7
	1 VEZ POR SEMANA	16	6,3	17	7,3
	15 EM 15 DIAS	14	5,5	9	3,9
	MENOS FREQUENTEMENTE	14	5,5	26	11,2
	NUNCA	154	60,2	123	52,8
	NS/NR	2	,8	0	,0

P20.2. Com que frequência costumas: ENVIAR SMS ATRAVÉS DA INTERNET?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	9	6,1	21	12,1	20	12,0
1 VEZ POR DIA	7	4,7	8	4,6	11	6,6
2 A 3 VEZES POR SEMANA	8	5,4	15	8,6	15	9,0
1 VEZ POR SEMANA	4	2,7	13	7,5	16	9,6
15 EM 15 DIAS	5	3,4	12	6,9	6	3,6
MENOS FREQUENTEMENTE	5	3,4	14	8,0	21	12,6
NUNCA	109	73,6	91	52,3	77	46,1
NS/NR	1	,7	0	,0	1	,6

P20.3. Com que frequência costumas: TELEFONAR ATRAVÉS DA INTERNET (EX: ATRAVÉS DO SKYPE)?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	8	1,3	1,6	1,6
	1 VEZ POR DIA	7	1,2	1,4	3,1
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	14	2,3	2,9	5,9
	1 VEZ POR SEMANA	5,8		1,0	7,0
	15 EM 15 DIAS	4,7	,8		7,8
	MENOS FREQUENTEMENTE	22	3,6	4,5	12,3
	NUNCA	429	71,1	87,7	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.3. Com que frequência costumas: TELEFONAR ATRAVÉS DA INTERNET (EX: ATRAVÉS DO SKYPE)?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		5	2,0	3	1,3
1 VEZ POR DIA		4	1,6	3	1,3
2 A 3 VEZES POR SEMANA		7	2,7	7	3,0
1 VEZ POR SEMANA		2	,8	3	1,3
15 EM 15 DIAS		1	,4	3	1,3
MENOS FREQUENTEMENTE		11	4,3	11	4,7
NUNCA		226	88,3	203	87,1
NS/NR		0	,0	0	,0

P20.3. Com que frequência costumas: TELEFONAR ATRAVÉS DA INTERNET (EX: ATRAVÉS DO SKYPE)?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	0	,0	3	1,7	5	3,0
1 VEZ POR DIA	3	2,0	3	1,7	1	,6
2 A 3 VEZES POR SEMANA	1	,7	8	4,6	5	3,0
1 VEZ POR SEMANA	0	,0	3	1,7	2	1,2
15 EM 15 DIAS	0	,0	2	1,1	2	1,2
MENOS FREQUENTEMENTE	5	3,4	5	2,9	12	7,2
NUNCA	139	93,9	150	86,2	140	83,8
NS/NR	0	,0	0	,0	0	,0

P20.4. Com que frequência costumas: FAZER CHAMADAS DE VÍDEO ATRAVÉS DA INTERNET?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	10	1,7	2,0	2,0
	1 VEZ POR DIA	8	1,3	1,6	3,7
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	20	3,3	4,1	7,8
	1 VEZ POR SEMANA	18	3,0	3,7	11,5
	15 EM 15 DIAS	13	2,2	2,7	14,1
	MENOS FREQUENTEMENTE	41	6,8	8,4	22,5
	NUNCA	377	62,5	77,1	99,6
	NS/NR	2	,3	,4	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.4. Com que frequência costumas: FAZER CHAMADAS DE VÍDEO ATRAVÉS DA INTERNET?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	7	2,7	3	1,3
	1 VEZ POR DIA	6	2,3	2	,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	15	5,9	5	2,1
	1 VEZ POR SEMANA	6	2,3	12	5,2
	15 EM 15 DIAS	6	2,3	7	3,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	16	6,3	25	10,7
	NUNCA	200	78,1	177	76,0
	NS/NR	0	,0	2	,9

P20.4. Com que frequência costumas: FAZER CHAMADAS DE VÍDEO ATRAVÉS DA INTERNET?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	0	,0	3	1,7	7	4,2
1 VEZ POR DIA	2	1,4	5	2,9	1	,6
2 A 3 VEZES POR SEMANA	5	3,4	5	2,9	10	6,0
1 VEZ POR SEMANA	1	,7	10	5,7	7	4,2
15 EM 15 DIAS	3	2,0	4	2,3	6	3,6
MENOS FREQUENTEMENTE	11	7,4	12	6,9	18	10,8
NUNCA	126	85,1	133	76,4	118	70,7
NS/NR	0	,0	2	1,1	0	,0

P20.5. Com que frequência costumas: UTILIZAR IMS TAIS COMO O MESSENGER E O GOOGLE TALK?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	123	20,4	25,2	25,2
	1 VEZ POR DIA	86	14,3	17,6	42,7
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	66	10,9	13,5	56,2
	1 VEZ POR SEMANA	25	4,1	5,1	61,3
	15 EM 15 DIAS	13	2,2	2,7	64,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	30	5,0	6,1	70,1
	NUNCA	144	23,9	29,4	99,6
	NS/NR	2,3	,4		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.5. Com que frequência costumas: UTILIZAR IMS TAIS COMO O MESSENGER E O GOOGLE TALK?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		64	25,0	59	25,3
1 VEZ POR DIA		47	18,4	39	16,7
2 A 3 VEZES POR SEMANA		34	13,3	32	13,7
1 VEZ POR SEMANA		16	6,3	9	3,9
15 EM 15 DIAS		5	2,0	8	3,4
MENOS FREQUENTEMENTE		11	4,3	19	8,2
NUNCA		77	30,1	67	28,8
NS/NR		2	,8	0	,0

P20.5. Com que frequência costumas: UTILIZAR IMS TAIS COMO O MESSENGER E O GOOGLE TALK?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	18	12,2	44	25,3	61	36,5
1 VEZ POR DIA	15	10,1	27	15,5	44	26,3
2 A 3 VEZES POR SEMANA	20	13,5	29	16,7	17	10,2
1 VEZ POR SEMANA	7	4,7	12	6,9	6	3,6
15 EM 15 DIAS	4	2,7	4	2,3	5	3,0
MENOS FREQUENTEMENTE	9	6,1	14	8,0	7	4,2
NUNCA	74	50,0	43	24,7	27	16,2
NS/NR	1	,7	1	,6	0	,0

P20.6. Com que frequência costumas: PARTICIPAR EM CHATS OU FORUNS ONLINE?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	16	2,7	3,3	3,3
	1 VEZ POR DIA	18	3,0	3,7	7,0
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	14	2,3	2,9	9,8
	1 VEZ POR SEMANA	13	2,2	2,7	12,5
	15 EM 15 DIAS	15	2,5	3,1	15,5
	MENOS FREQUENTEMENTE	63	10,4	12,9	28,4
	NUNCA	350	58,0	71,6	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.6. Com que frequência costumas: PARTICIPAR EM CHATS OU FORUNS ONLINE?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	11	4,3	5	2,1
	1 VEZ POR DIA	14	5,5	4	1,7
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	9	3,5	5	2,1
	1 VEZ POR SEMANA	5	2,0	8	3,4
	15 EM 15 DIAS	7	2,7	8	3,4
	MENOS FREQUENTEMENTE	33	12,9	30	12,9
	NUNCA	177	69,1	173	74,2
	NS/NR	0	,0	0	,0

P20.6. Com que frequência costumas: PARTICIPAR EM CHATS OU FORUNS ONLINE?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	2	1,4	5	2,9	9	5,4
1 VEZ POR DIA	4	2,7	6	3,4	8	4,8
2 A 3 VEZES POR SEMANA	3	2,0	4	2,3	7	4,2
1 VEZ POR SEMANA	0	,0	9	5,2	4	2,4
15 EM 15 DIAS	0	,0	4	2,3	11	6,6
MENOS FREQUENTEMENTE	6	4,1	26	14,9	31	18,6
NUNCA	133	89,9	120	69,0	97	58,1
NS/NR	0	,0	0	,0	0	,0

P20.7. Com que frequência costumas: ACEDER A SITES DE REDES SOCIAIS TAIS COMO O HIS E O MY SPACE?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	94	15,6	19,2	19,2
	1 VEZ POR DIA	70	11,6	14,3	33,5
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	61	10,1	12,5	46,0
	1 VEZ POR SEMANA	32	5,3	6,5	52,6
	15 EM 15 DIAS	22	3,6	4,5	57,1
	MENOS FREQUENTEMENTE	29	4,8	5,9	63,0
	NUNCA	179	29,7	36,6	99,6
	NS/NR	2,3	,4		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.7. Com que frequência costumas: ACEDER A SITES DE REDES SOCIAIS TAIS COMO O HI5 E O MY SPACE?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		43	16,8	51	21,9
1 VEZ POR DIA		39	15,2	31	13,3
2 A 3 VEZES POR SEMANA		29	11,3	32	13,7
1 VEZ POR SEMANA		20	7,8	12	5,2
15 EM 15 DIAS		10	3,9	12	5,2
MENOS FREQUENTEMENTE		14	5,5	15	6,4
NUNCA		100	39,1	79	33,9
NS/NR		1	,4	1	,4

P20.7. Com que frequência costumas: ACEDER A SITES DE REDES SOCIAIS TAIS COMO O HI5 E O MY SPACE?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	18	12,2	32	18,4	44	26,3
1 VEZ POR DIA	10	6,8	18	10,3	42	25,1
2 A 3 VEZES POR SEMANA	9	6,1	31	17,8	21	12,6
1 VEZ POR SEMANA	7	4,7	12	6,9	13	7,8
15 EM 15 DIAS	6	4,1	10	5,7	6	3,6
MENOS FREQUENTEMENTE	8	5,4	11	6,3	10	6,0
NUNCA	90	60,8	58	33,3	31	18,6
NS/NR	0	,0	2	1,1	0	,0

P20.8. Com que frequência costumas: VER PROGRAMAS DE TELEVISÃO ONLINE?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	15	2,5	3,1	3,1
	1 VEZ POR DIA	24	4,0	4,9	8,0
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	10	1,7	2,0	10,0
	1 VEZ POR SEMANA	15	2,5	3,1	13,1
	15 EM 15 DIAS	11	1,8	2,2	15,3
	MENOS FREQUENTEMENTE	39	6,5	8,0	23,3
	NUNCA	375	62,2	76,7	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.8. Com que frequência costumas: VER PROGRAMAS DE TELEVISÃO ONLINE?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	12	4,7	3	1,3
	1 VEZ POR DIA	15	5,9	9	3,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	4	1,6	6	2,6
	1 VEZ POR SEMANA	9	3,5	6	2,6
	15 EM 15 DIAS	6	2,3	5	2,1
	MENOS FREQUENTEMENTE	21	8,2	18	7,7
	NUNCA	189	73,8	186	79,8
	NS/NR	0	,0	0	,0

P20.8. Com que frequência costumas: VER PROGRAMAS DE TELEVISÃO ONLINE?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	3	2,0	7	4,0	5	3,0
1 VEZ POR DIA	5	3,4	12	6,9	7	4,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	2	1,4	5	2,9	3	1,8
1 VEZ POR SEMANA	4	2,7	4	2,3	7	4,2
15 EM 15 DIAS	2	1,4	7	4,0	2	1,2
MENOS FREQUENTEMENTE	6	4,1	13	7,5	20	12,0
NUNCA	126	85,1	126	72,4	123	73,7
NS/NR	0	,0	0	,0	0	,0

P20.9. Com que frequência costumas: OUVIR RÁDIO ONLINE?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	20	3,3	4,1	4,1
	1 VEZ POR DIA	28	4,6	5,7	9,8
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	35	5,8	7,2	17,0
	1 VEZ POR SEMANA	24	4,0	4,9	21,9
	15 EM 15 DIAS	21	3,5	4,3	26,2
	MENOS FREQUENTEMENTE	58	9,6	11,9	38,0
	NUNCA	299	49,6	61,1	99,2
	NS/NR	4,7	,8		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.9. Com que frequência costumas: OUVIR RÁDIO ONLINE?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		9	3,5	11	4,7
1 VEZ POR DIA		14	5,5	14	6,0
2 A 3 VEZES POR SEMANA		15	5,9	20	8,6
1 VEZ POR SEMANA		13	5,1	11	4,7
15 EM 15 DIAS		15	5,9	6	2,6
MENOS FREQUENTEMENTE		27	10,5	31	13,3
NUNCA		161	62,9	138	59,2
NS/NR		2	,8	2	,9

P20.9. Com que frequência costumas: OUVIR RÁDIO ONLINE?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	4	2,7	7	4,0	9	5,4
1 VEZ POR DIA	7	4,7	10	5,7	11	6,6
2 A 3 VEZES POR SEMANA	4	2,7	15	8,6	16	9,6
1 VEZ POR SEMANA	9	6,1	6	3,4	9	5,4
15 EM 15 DIAS	5	3,4	9	5,2	7	4,2
MENOS FREQUENTEMENTE	11	7,4	20	11,5	27	16,2
NUNCA	108	73,0	105	60,3	86	51,5
NS/NR	0	,0	2	1,1	2	1,2

P20.10. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE JOGOS?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	24	4,0	4,9	4,9
	1 VEZ POR DIA	18	3,0	3,7	8,6
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	24	4,0	4,9	13,5
	1 VEZ POR SEMANA	27	4,5	5,5	19,0
	15 EM 15 DIAS	19	3,2	3,9	22,9
	MENOS FREQUENTEMENTE	52	8,6	10,6	33,5
	NUNCA	322	53,4	65,8	99,4
	NS/NR	3,5	,6		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.10. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE JOGOS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	18	7,0	6	2,6
	1 VEZ POR DIA	14	5,5	4	1,7
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	19	7,4	5	2,1
	1 VEZ POR SEMANA	21	8,2	6	2,6
	15 EM 15 DIAS	11	4,3	8	3,4
	MENOS FREQUENTEMENTE	27	10,5	25	10,7
	NUNCA	145	56,6	177	76,0
	NS/NR	1	,4	2	,9

P20.10. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE JOGOS?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	4	2,7	10	5,7	10	6,0
1 VEZ POR DIA	6	4,1	9	5,2	3	1,8
2 A 3 VEZES POR SEMANA	5	3,4	9	5,2	10	6,0
1 VEZ POR SEMANA	6	4,1	10	5,7	11	6,6
15 EM 15 DIAS	4	2,7	6	3,4	9	5,4
MENOS FREQUENTEMENTE	10	6,8	22	12,6	20	12,0
NUNCA	111	75,0	108	62,1	103	61,7
NS/NR	2	1,4	0	,0	1	,6

P20.11. Com que frequência costumas: JOGAR VIDEOJOGOS ONLINE?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	43	7,1	8,8	8,8
	1 VEZ POR DIA	25	4,1	5,1	13,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	46	7,6	9,4	23,3
	1 VEZ POR SEMANA	45	7,5	9,2	32,5
	15 EM 15 DIAS	23	3,8	4,7	37,2
	MENOS FREQUENTEMENTE	52	8,6	10,6	47,9
	NUNCA	254	42,1	51,9	99,8
	NS/NR	1,2	,2		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.11. Com que frequência costumas: JOGAR VIDEOJOGOS ONLINE?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		38	14,8	5	2,1
1 VEZ POR DIA		20	7,8	5	2,1
2 A 3 VEZES POR SEMANA		27	10,5	19	8,2
1 VEZ POR SEMANA		27	10,5	18	7,7
15 EM 15 DIAS		15	5,9	8	3,4
MENOS FREQUENTEMENTE		23	9,0	29	12,4
NUNCA		105	41,0	149	63,9
NS/NR		1	,4	0	,0

P20.11. Com que frequência costumas: JOGAR VIDEOJOGOS ONLINE?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	10	6,8	16	9,2	17	10,2
1 VEZ POR DIA	8	5,4	9	5,2	8	4,8
2 A 3 VEZES POR SEMANA	17	11,5	12	6,9	17	10,2
1 VEZ POR SEMANA	8	5,4	17	9,8	20	12,0
15 EM 15 DIAS	6	4,1	9	5,2	8	4,8
MENOS FREQUENTEMENTE	17	11,5	16	9,2	19	11,4
NUNCA	82	55,4	95	54,6	77	46,1
NS/NR	0	,0	0	,0	1	,6

P20.12. Com que frequência costumas: CONSTRUIR/MANTER UM BLOG?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	15	2,5	3,1	3,1
	1 VEZ POR DIA	21	3,5	4,3	7,4
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	20	3,3	4,1	11,5
	1 VEZ POR SEMANA	20	3,3	4,1	15,5
	15 EM 15 DIAS	4,7	,8		16,4
	MENOS FREQUENTEMENTE	33	5,5	6,7	23,1
	NUNCA	374	62,0	76,5	99,6
	NS/NR	2,3	,4		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.12. Com que frequência costumas: CONSTRUIR/MANTER UM BLOG?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	5	2,0	10	4,3
	1 VEZ POR DIA	14	5,5	7	3,0
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	9	3,5	11	4,7
	1 VEZ POR SEMANA	11	4,3	9	3,9
	15 EM 15 DIAS	1	,4	3	1,3
	MENOS FREQUENTEMENTE	19	7,4	14	6,0
	NUNCA	197	77,0	177	76,0
	NS/NR	0	,0	2	,9

P20.12. Com que frequência costumas: CONSTRUIR/MANTER UM BLOG?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	4	2,7	6	3,4	5	3,0
1 VEZ POR DIA	3	2,0	13	7,5	5	3,0
2 A 3 VEZES POR SEMANA	4	2,7	9	5,2	7	4,2
1 VEZ POR SEMANA	3	2,0	8	4,6	9	5,4
15 EM 15 DIAS	1	,7	3	1,7	0	,0
MENOS FREQUENTEMENTE	2	1,4	11	6,3	20	12,0
NUNCA	129	87,2	124	71,3	121	72,5
NS/NR	2	1,4	0	,0	0	,0

P20.13. Com que frequência costumas: NAVEGAR NA BLOGOSFERA?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	8	1,3	1,6	1,6
	1 VEZ POR DIA	11	1,8	2,2	3,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	15	2,5	3,1	7,0
	1 VEZ POR SEMANA	17	2,8	3,5	10,4
	15 EM 15 DIAS	6	1,0	1,2	11,7
	MENOS FREQUENTEMENTE	37	6,1	7,6	19,2
	NUNCA	382	63,3	78,1	97,3
	NS/NR	13	2,2	2,7	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.13. Com que frequência costumas: NAVEGAR NA BLOGOSFERA?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		3	1,2	5	2,1
1 VEZ POR DIA		7	2,7	4	1,7
2 A 3 VEZES POR SEMANA		6	2,3	9	3,9
1 VEZ POR SEMANA		11	4,3	6	2,6
15 EM 15 DIAS		4	1,6	2	,9
MENOS FREQUENTEMENTE		24	9,4	13	5,6
NUNCA		192	75,0	190	81,5
NS/NR		9	3,5	4	1,7

P20.13. Com que frequência costumas: NAVEGAR NA BLOGOSFERA?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	1	,7	2	1,1	5	3,0
1 VEZ POR DIA	2	1,4	7	4,0	2	1,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	0	,0	7	4,0	8	4,8
1 VEZ POR SEMANA	2	1,4	6	3,4	9	5,4
15 EM 15 DIAS	2	1,4	2	1,1	2	1,2
MENOS FREQUENTEMENTE	6	4,1	15	8,6	16	9,6
NUNCA	130	87,8	129	74,1	123	73,7
NS/NR	5	3,4	6	3,4	2	1,2

P20.14. Com que frequência costumas: COMENTAR BLOGS?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	19	3,2	3,9	3,9
	1 VEZ POR DIA	16	2,7	3,3	7,2
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	18	3,0	3,7	10,8
	1 VEZ POR SEMANA	17	2,8	3,5	14,3
	15 EM 15 DIAS	16	2,7	3,3	17,6
	MENOS FREQUENTEMENTE	40	6,6	8,2	25,8
	NUNCA	360	59,7	73,6	99,4
	NS/NR	3,5	,6		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.14. Com que frequência costumas: COMENTAR BLOGS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	6	2,3	13	5,6
	1 VEZ POR DIA	11	4,3	5	2,1
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	12	4,7	6	2,6
	1 VEZ POR SEMANA	7	2,7	10	4,3
	15 EM 15 DIAS	10	3,9	6	2,6
	MENOS FREQUENTEMENTE	17	6,6	23	9,9
	NUNCA	191	74,6	169	72,5
	NS/NR	2	,8	1	,4

P20.14. Com que frequência costumas: COMENTAR BLOGS?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	2	1,4	10	5,7	7	4,2
1 VEZ POR DIA	2	1,4	10	5,7	4	2,4
2 A 3 VEZES POR SEMANA	2	1,4	8	4,6	8	4,8
1 VEZ POR SEMANA	1	,7	6	3,4	10	6,0
15 EM 15 DIAS	0	,0	8	4,6	8	4,8
MENOS FREQUENTEMENTE	5	3,4	18	10,3	17	10,2
NUNCA	134	90,5	114	65,5	112	67,1
NS/NR	2	1,4	0	,0	1	,6

P20.15. Com que frequência costumas: CONSTRUIR/MANTER UM SITE?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	9	1,5	1,8	1,8
	1 VEZ POR DIA	18	3,0	3,7	5,5
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	16	2,7	3,3	8,8
	1 VEZ POR SEMANA	12	2,0	2,5	11,2
	15 EM 15 DIAS	11	1,8	2,2	13,5
	MENOS FREQUENTEMENTE	39	6,5	8,0	21,5
	NUNCA	383	63,5	78,3	99,8
	NS/NR	1,2	,2		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.15. Com que frequência costumas: CONSTRUIR/MANTER UM SITE?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		4	1,6	5	2,1
1 VEZ POR DIA		14	5,5	4	1,7
2 A 3 VEZES POR SEMANA		9	3,5	7	3,0
1 VEZ POR SEMANA		5	2,0	7	3,0
15 EM 15 DIAS		5	2,0	6	2,6
MENOS FREQUENTEMENTE		20	7,8	19	8,2
NUNCA		199	77,7	184	79,0
NS/NR		0	,0	1	,4

P20.15. Com que frequência costumas: CONSTRUIR/MANTER UM SITE?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	1	,7	5	2,9	3	1,8
1 VEZ POR DIA	7	4,7	7	4,0	4	2,4
2 A 3 VEZES POR SEMANA	2	1,4	5	2,9	9	5,4
1 VEZ POR SEMANA	2	1,4	5	2,9	5	3,0
15 EM 15 DIAS	1	,7	6	3,4	4	2,4
MENOS FREQUENTEMENTE	2	1,4	12	6,9	25	15,0
NUNCA	132	89,2	134	77,0	117	70,1
NS/NR	1	,7	0	,0	0	,0

P20.16. Com que frequência costumas: FAZER UPLOAD DE FOTOS?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	21	3,5	4,3	4,3
	1 VEZ POR DIA	21	3,5	4,3	8,6
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	36	6,0	7,4	16,0
	1 VEZ POR SEMANA	30	5,0	6,1	22,1
	15 EM 15 DIAS	34	5,6	7,0	29,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	64	10,6	13,1	42,1
	NUNCA	279	46,3	57,1	99,2
	NS/NR	4	,7	,8	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.16. Com que frequência costumas: FAZER UPLOAD DE FOTOS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	13	5,1	8	3,4
	1 VEZ POR DIA	9	3,5	12	5,2
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	18	7,0	18	7,7
	1 VEZ POR SEMANA	17	6,6	13	5,6
	15 EM 15 DIAS	16	6,3	18	7,7
	MENOS FREQUENTEMENTE	39	15,2	25	10,7
	NUNCA	143	55,9	136	58,4
	NS/NR	1	,4	3	1,3

P20.16. Com que frequência costumas: FAZER UPLOAD DE FOTOS?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	5	3,4	7	4,0	9	5,4
1 VEZ POR DIA	4	2,7	9	5,2	8	4,8
2 A 3 VEZES POR SEMANA	3	2,0	15	8,6	18	10,8
1 VEZ POR SEMANA	1	,7	18	10,3	11	6,6
15 EM 15 DIAS	7	4,7	9	5,2	18	10,8
MENOS FREQUENTEMENTE	13	8,8	25	14,4	26	15,6
NUNCA	115	77,7	87	50,0	77	46,1
NS/NR	0	,0	4	2,3	0	,0

P20.17. Com que frequência costumas: FAZER UPLOAD DE MÚSICAS?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	24	4,0	4,9	4,9
	1 VEZ POR DIA	14	2,3	2,9	7,8
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	32	5,3	6,5	14,3
	1 VEZ POR SEMANA	30	5,0	6,1	20,4
	15 EM 15 DIAS	26	4,3	5,3	25,8
	MENOS FREQUENTEMENTE	67	11,1	13,7	39,5
	NUNCA	294	48,8	60,1	99,6
	NS/NR	2,3	,4		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.17. Com que frequência costumas: FAZER UPLOAD DE MÚSICAS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	17	6,6	7	3,0
	1 VEZ POR DIA	7	2,7	7	3,0
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	20	7,8	12	5,2
	1 VEZ POR SEMANA	16	6,3	14	6,0
	15 EM 15 DIAS	13	5,1	13	5,6
	MENOS FREQUENTEMENTE	37	14,5	30	12,9
	NUNCA	145	56,6	149	63,9
	NS/NR	1	,4	1	,4

P20.17. Com que frequência costumas: FAZER UPLOAD DE MÚSICAS?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	4	2,7	7	4,0	13	7,8
1 VEZ POR DIA	4	2,7	7	4,0	3	1,8
2 A 3 VEZES POR SEMANA	1	,7	13	7,5	18	10,8
1 VEZ POR SEMANA	4	2,7	12	6,9	14	8,4
15 EM 15 DIAS	5	3,4	10	5,7	11	6,6
MENOS FREQUENTEMENTE	9	6,1	24	13,8	34	20,4
NUNCA	121	81,8	99	56,9	74	44,3
NS/NR	0	,0	2	1,1	0	,0

P20.18. Com que frequência costumas: FAZER UPLOAD DE VÍDEOS?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	13	2,2	2,7	2,7
	1 VEZ POR DIA	13	2,2	2,7	5,3
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	13	2,2	2,7	8,0
	1 VEZ POR SEMANA	22	3,6	4,5	12,5
	15 EM 15 DIAS	17	2,8	3,5	16,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	57	9,5	11,7	27,6
	NUNCA	352	58,4	72,0	99,6
	NS/NR	2,3	,4		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.18. Com que frequência costumas: FAZER UPLOAD DE VÍDEOS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	11	4,3	2	,9
	1 VEZ POR DIA	9	3,5	4	1,7
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	6	2,3	7	3,0
	1 VEZ POR SEMANA	12	4,7	10	4,3
	15 EM 15 DIAS	9	3,5	8	3,4
	MENOS FREQUENTEMENTE	34	13,3	23	9,9
	NUNCA	174	68,0	178	76,4
	NS/NR	1	,4	1	,4

P20.18. Com que frequência costumas: FAZER UPLOAD DE VÍDEOS?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	1	,7	3	1,7	9	5,4
1 VEZ POR DIA	3	2,0	8	4,6	2	1,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	0	,0	3	1,7	10	6,0
1 VEZ POR SEMANA	3	2,0	12	6,9	7	4,2
15 EM 15 DIAS	3	2,0	8	4,6	6	3,6
MENOS FREQUENTEMENTE	9	6,1	17	9,8	31	18,6
NUNCA	128	86,5	122	70,1	102	61,1
NS/NR	1	,7	1	,6	0	,0

P20.19. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE MÚSICA?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	34	5,6	7,0	7,0
	1 VEZ POR DIA	21	3,5	4,3	11,2
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	41	6,8	8,4	19,6
	1 VEZ POR SEMANA	30	5,0	6,1	25,8
	15 EM 15 DIAS	26	4,3	5,3	31,1
	MENOS FREQUENTEMENTE	73	12,1	14,9	46,0
	NUNCA	262	43,4	53,6	99,6
	NS/NR	2,3	,4		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.19. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE MÚSICA?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		27	10,5	7	3,0
1 VEZ POR DIA		12	4,7	9	3,9
2 A 3 VEZES POR SEMANA		22	8,6	19	8,2
1 VEZ POR SEMANA		16	6,3	14	6,0
15 EM 15 DIAS		19	7,4	7	3,0
MENOS FREQUENTEMENTE		34	13,3	39	16,7
NUNCA		124	48,4	138	59,2
NS/NR		2	,8	0	,0

P20.19. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE MÚSICA?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	5	3,4	16	9,2	13	7,8
1 VEZ POR DIA	4	2,7	7	4,0	10	6,0
2 A 3 VEZES POR SEMANA	4	2,7	16	9,2	21	12,6
1 VEZ POR SEMANA	4	2,7	12	6,9	14	8,4
15 EM 15 DIAS	4	2,7	10	5,7	12	7,2
MENOS FREQUENTEMENTE	8	5,4	27	15,5	38	22,8
NUNCA	119	80,4	85	48,9	58	34,7
NS/NR	0	,0	1	,6	1	,6

P20.20. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE SÉRIES?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	11	1,8	2,2	2,2
	1 VEZ POR DIA	6	1,0	1,2	3,5
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	13	2,2	2,7	6,1
	1 VEZ POR SEMANA	15	2,5	3,1	9,2
	15 EM 15 DIAS	12	2,0	2,5	11,7
	MENOS FREQUENTEMENTE	43	7,1	8,8	20,4
	NUNCA	389	64,5	79,6	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.20. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE SÉRIES?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	10	3,9	1	,4
	1 VEZ POR DIA	4	1,6	2	,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	9	3,5	4	1,7
	1 VEZ POR SEMANA	7	2,7	8	3,4
	15 EM 15 DIAS	8	3,1	4	1,7
	MENOS FREQUENTEMENTE	25	9,8	18	7,7
	NUNCA	193	75,4	196	84,1
	NS/NR	0	,0	0	,0

P20.20. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE SÉRIES?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	1	,7	5	2,9	5	3,0
1 VEZ POR DIA	2	1,4	3	1,7	1	,6
2 A 3 VEZES POR SEMANA	0	,0	5	2,9	8	4,8
1 VEZ POR SEMANA	3	2,0	7	4,0	5	3,0
15 EM 15 DIAS	2	1,4	5	2,9	5	3,0
MENOS FREQUENTEMENTE	4	2,7	11	6,3	28	16,8
NUNCA	136	91,9	138	79,3	115	68,9
NS/NR	0	,0	0	,0	0	,0

P20.21. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE VÍDEOS/ FILMES?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	12	2,0	2,5	2,5
	1 VEZ POR DIA	17	2,8	3,5	5,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	16	2,7	3,3	9,2
	1 VEZ POR SEMANA	17	2,8	3,5	12,7
	15 EM 15 DIAS	13	2,2	2,7	15,3
	MENOS FREQUENTEMENTE	57	9,5	11,7	27,0
	NUNCA	357	59,2	73,0	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.21. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE VÍDEOS/ FILMES?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		11	4,3	1	,4
1 VEZ POR DIA		13	5,1	4	1,7
2 A 3 VEZES POR SEMANA		10	3,9	6	2,6
1 VEZ POR SEMANA		10	3,9	7	3,0
15 EM 15 DIAS		11	4,3	2	,9
MENOS FREQUENTEMENTE		36	14,1	21	9,0
NUNCA		165	64,5	192	82,4
NS/NR		0	,0	0	,0

P20.21. Com que frequência costumas: FAZER DOWNLOAD DE VÍDEOS/ FILMES?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	0	,0	5	2,9	7	4,2
1 VEZ POR DIA	5	3,4	7	4,0	5	3,0
2 A 3 VEZES POR SEMANA	1	,7	8	4,6	7	4,2
1 VEZ POR SEMANA	2	1,4	5	2,9	10	6,0
15 EM 15 DIAS	3	2,0	4	2,3	6	3,6
MENOS FREQUENTEMENTE	5	3,4	20	11,5	32	19,2
NUNCA	132	89,2	125	71,8	100	59,9
NS/NR	0	,0	0	,0	0	,0

**P20.22. Com que frequência costumas: VER VÍDEOS ONLINE EM SITES TAIS
COMO O YOU TUBE?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	70	11,6	14,3	14,3
	1 VEZ POR DIA	47	7,8	9,6	23,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	62	10,3	12,7	36,6
	1 VEZ POR SEMANA	63	10,4	12,9	49,5
	15 EM 15 DIAS	35	5,8	7,2	56,6
	MENOS FREQUENTEMENTE	57	9,5	11,7	68,3
	NUNCA	152	25,2	31,1	99,4
	NS/NR	3,5	,6		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.22. Com que frequência costumas: VER VÍDEOS ONLINE EM SITES TAIS COMO O YOU TUBE?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	41	16,0	29	12,4
	1 VEZ POR DIA	27	10,5	20	8,6
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	38	14,8	24	10,3
	1 VEZ POR SEMANA	28	10,9	35	15,0
	15 EM 15 DIAS	19	7,4	16	6,9
	MENOS FREQUENTEMENTE	27	10,5	30	12,9
	NUNCA	73	28,5	79	33,9
	NS/NR	3	1,2	0	,0

P20.22. Com que frequência costumas: VER VÍDEOS ONLINE EM SITES TAIS COMO O YOU TUBE?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	17	11,5	24	13,8	29	17,4
1 VEZ POR DIA	9	6,1	16	9,2	22	13,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	10	6,8	29	16,7	23	13,8
1 VEZ POR SEMANA	6	4,1	29	16,7	28	16,8
15 EM 15 DIAS	15	10,1	10	5,7	10	6,0
MENOS FREQUENTEMENTE	14	9,5	19	10,9	24	14,4
NUNCA	76	51,4	45	25,9	31	18,6
NS/NR	1	,7	2	1,1	0	,0

P20.23. Com que frequência costumas: PROCURAR INFORMAÇÃO ATRAVÉS DE UM MOTOR DE BUSCA?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	98	16,3	20,0	20,0
	1 VEZ POR DIA	68	11,3	13,9	33,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	86	14,3	17,6	51,5
	1 VEZ POR SEMANA	53	8,8	10,8	62,4
	15 EM 15 DIAS	23	3,8	4,7	67,1
	MENOS FREQUENTEMENTE	44	7,3	9,0	76,1
	NUNCA	106	17,6	21,7	97,8
	NS/NR	11	1,8	2,2	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.23. Com que frequência costumas: PROCURAR INFORMAÇÃO ATRAVÉS DE UM MOTOR DE BUSCA?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	54	21,1	44	18,9
	1 VEZ POR DIA	31	12,1	37	15,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	44	17,2	42	18,0
	1 VEZ POR SEMANA	28	10,9	25	10,7
	15 EM 15 DIAS	11	4,3	12	5,2
	MENOS FREQUENTEMENTE	23	9,0	21	9,0
	NUNCA	61	23,8	45	19,3
	NS/NR	4	1,6	7	3,0

P20.23. Com que frequência costumas: PROCURAR INFORMAÇÃO ATRAVÉS DE UM MOTOR DE BUSCA?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	15	10,1	30	17,2	53	31,7
1 VEZ POR DIA	10	6,8	21	12,1	37	22,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	22	14,9	38	21,8	26	15,6
1 VEZ POR SEMANA	20	13,5	22	12,6	11	6,6
15 EM 15 DIAS	8	5,4	8	4,6	7	4,2
MENOS FREQUENTEMENTE	15	10,1	17	9,8	12	7,2
NUNCA	53	35,8	32	18,4	21	12,6
NS/NR	5	3,4	6	3,4	0	,0

P20.24. Com que frequência costumas: ESTUDAR E FAZER TRABALHOS DE CASA?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	66	10,9	13,5	13,5
	1 VEZ POR DIA	72	11,9	14,7	28,2
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	88	14,6	18,0	46,2
	1 VEZ POR SEMANA	78	12,9	16,0	62,2
	15 EM 15 DIAS	36	6,0	7,4	69,5
	MENOS FREQUENTEMENTE	48	8,0	9,8	79,3
	NUNCA	90	14,9	18,4	97,8
	NS/NR	11	1,8	2,2	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.24. Com que frequência costumas: ESTUDAR E FAZER TRABALHOS DE CASA?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	32	12,5	34	14,6
	1 VEZ POR DIA	34	13,3	38	16,3
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	47	18,4	41	17,6
	1 VEZ POR SEMANA	31	12,1	47	20,2
	15 EM 15 DIAS	22	8,6	14	6,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	29	11,3	19	8,2
	NUNCA	58	22,7	32	13,7
	NS/NR	3	1,2	8	3,4

P20.24. Com que frequência costumas: ESTUDAR E FAZER TRABALHOS DE CASA?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	16	10,8	16	9,2	34	20,4
1 VEZ POR DIA	24	16,2	28	16,1	20	12,0
2 A 3 VEZES POR SEMANA	24	16,2	33	19,0	31	18,6
1 VEZ POR SEMANA	28	18,9	33	19,0	17	10,2
15 EM 15 DIAS	8	5,4	18	10,3	10	6,0
MENOS FREQUENTEMENTE	20	13,5	10	5,7	18	10,8
NUNCA	24	16,2	31	17,8	35	21,0
NS/NR	4	2,7	5	2,9	2	1,2

P20.25. Com que frequência costumas: PROCURAR INFORMAÇÃO EM ENCICLOPÉDIAS MULTIMÉDIA?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	27	4,5	5,5	5,5
	1 VEZ POR DIA	31	5,1	6,3	11,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	54	9,0	11,0	22,9
	1 VEZ POR SEMANA	66	10,9	13,5	36,4
	15 EM 15 DIAS	39	6,5	8,0	44,4
	MENOS FREQUENTEMENTE	85	14,1	17,4	61,8
	NUNCA	177	29,4	36,2	98,0
	NS/NR	10	1,7	2,0	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.25. Com que frequência costumas: PROCURAR INFORMAÇÃO EM ENCICLOPÉDIAS MULTIMÉDIA?

	P.2 GÉNERO			
	RAPAZ		RAPARIGA	
	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	13	5,1	14	6,0
1 VEZ POR DIA	15	5,9	16	6,9
2 A 3 VEZES POR SEMANA	28	10,9	26	11,2
1 VEZ POR SEMANA	31	12,1	35	15,0
15 EM 15 DIAS	20	7,8	19	8,2
MENOS FREQUENTEMENTE	43	16,8	42	18,0
NUNCA	103	40,2	74	31,8
NS/NR	3	1,2	7	3,0

P20.25. Com que frequência costumas: PROCURAR INFORMAÇÃO EM ENCICLOPÉDIAS MULTIMÉDIA?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	5	3,4	6	3,4	16	9,6
1 VEZ POR DIA	5	3,4	14	8,0	12	7,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	14	9,5	21	12,1	19	11,4
1 VEZ POR SEMANA	23	15,5	23	13,2	20	12,0
15 EM 15 DIAS	9	6,1	18	10,3	12	7,2
MENOS FREQUENTEMENTE	15	10,1	31	17,8	39	23,4
NUNCA	75	50,7	56	32,2	46	27,5
NS/NR	2	1,4	5	2,9	3	1,8

P20.26. Com que frequência costumas: REALIZAR COMPRAS ONLINE?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	4	,7	,8	,8
	1 VEZ POR DIA	6	1,0	1,2	2,0
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	6	1,0	1,2	3,3
	1 VEZ POR SEMANA	7	1,2	1,4	4,7
	15 EM 15 DIAS	11	1,8	2,2	7,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	23	3,8	4,7	11,7
	NUNCA	431	71,5	88,1	99,8
	NS/NR	1	,2	,2	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.26. Com que frequência costumas: REALIZAR COMPRAS ONLINE?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	3	1,2	1	,4
	1 VEZ POR DIA	3	1,2	3	1,3
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	3	1,2	3	1,3
	1 VEZ POR SEMANA	5	2,0	2	,9
	15 EM 15 DIAS	6	2,3	5	2,1
	MENOS FREQUENTEMENTE	14	5,5	9	3,9
	NUNCA	221	86,3	210	90,1
	NS/NR	1	,4	0	,0

P20.26. Com que frequência costumas: REALIZAR COMPRAS ONLINE?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	0	,0	3	1,7	1	,6
1 VEZ POR DIA	1	,7	4	2,3	1	,6
2 A 3 VEZES POR SEMANA	1	,7	3	1,7	2	1,2
1 VEZ POR SEMANA	0	,0	3	1,7	4	2,4
15 EM 15 DIAS	2	1,4	8	4,6	1	,6
MENOS FREQUENTEMENTE	3	2,0	1	,6	19	11,4
NUNCA	141	95,3	152	87,4	138	82,6
NS/NR	0	,0	0	,0	1	,6

P20.27. Com que frequência costumas: VISITAR PÁGINAS COM CONTEÚDOS PARA ADULTOS?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	6	1,0	1,2	1,2
	1 VEZ POR DIA	9	1,5	1,8	3,1
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	12	2,0	2,5	5,5
	1 VEZ POR SEMANA	14	2,3	2,9	8,4
	15 EM 15 DIAS	13	2,2	2,7	11,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	38	6,3	7,8	18,8
	NUNCA	391	64,8	80,0	98,8
	NS/NR	6	1,0	1,2	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.27. Com que frequência costumas: VISITAR PÁGINAS COM CONTEÚDOS PARA ADULTOS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		6	2,3	0	,0
1 VEZ POR DIA		8	3,1	1	,4
2 A 3 VEZES POR SEMANA		7	2,7	5	2,1
1 VEZ POR SEMANA		7	2,7	7	3,0
15 EM 15 DIAS		8	3,1	5	2,1
MENOS FREQUENTEMENTE		22	8,6	16	6,9
NUNCA		192	75,0	199	85,4
NS/NR		6	2,3	0	,0

P20.27. Com que frequência costumas: VISITAR PÁGINAS COM CONTEÚDOS PARA ADULTOS?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	0	,0	2	1,1	4	2,4
1 VEZ POR DIA	0	,0	1	,6	8	4,8
2 A 3 VEZES POR SEMANA	1	,7	5	2,9	6	3,6
1 VEZ POR SEMANA	0	,0	9	5,2	5	3,0
15 EM 15 DIAS	1	,7	7	4,0	5	3,0
MENOS FREQUENTEMENTE	3	2,0	8	4,6	27	16,2
NUNCA	141	95,3	142	81,6	108	64,7
NS/NR	2	1,4	0	,0	4	2,4

P20.28. Com que frequência costumas: VISITAR SITES QUE TE PERMITAM CRIAR AMBIENTES VIRTUAIS, COMO O SECOND LIFE?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	9	1,5	1,8	1,8
	1 VEZ POR DIA	11	1,8	2,2	4,1
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	12	2,0	2,5	6,5
	1 VEZ POR SEMANA	11	1,8	2,2	8,8
	15 EM 15 DIAS	13	2,2	2,7	11,5
	MENOS FREQUENTEMENTE	42	7,0	8,6	20,0
	NUNCA	382	63,3	78,1	98,2
	NS/NR	9	1,5	1,8	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.28. Com que frequência costumas: VISITAR SITES QUE TE PERMITAM CRIAR AMBIENTES VIRTUAIS, COMO O SECOND LIFE?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	6	2,3	3	1,3
	1 VEZ POR DIA	7	2,7	4	1,7
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	5	2,0	7	3,0
	1 VEZ POR SEMANA	8	3,1	3	1,3
	15 EM 15 DIAS	4	1,6	9	3,9
	MENOS FREQUENTEMENTE	23	9,0	19	8,2
	NUNCA	197	77,0	185	79,4
	NS/NR	6	2,3	3	1,3

P20.28. Com que frequência costumas: VISITAR SITES QUE TE PERMITAM CRIAR AMBIENTES VIRTUAIS, COMO O SECOND LIFE?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	1	,7	5	2,9	3	1,8
1 VEZ POR DIA	4	2,7	5	2,9	2	1,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	0	,0	5	2,9	7	4,2
1 VEZ POR SEMANA	2	1,4	4	2,3	5	3,0
15 EM 15 DIAS	0	,0	9	5,2	4	2,4
MENOS FREQUENTEMENTE	4	2,7	11	6,3	27	16,2
NUNCA	134	90,5	133	76,4	115	68,9
NS/NR	3	2,0	2	1,1	4	2,4

P20.29. Com que frequência costumas: PARTICIPAR EM VOTAÇÕES ONLINE?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	9	1,5	1,8	1,8
	1 VEZ POR DIA	10	1,7	2,0	3,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	10	1,7	2,0	5,9
	1 VEZ POR SEMANA	13	2,2	2,7	8,6
	15 EM 15 DIAS	16	2,7	3,3	11,9
	MENOS FREQUENTEMENTE	44	7,3	9,0	20,9
	NUNCA	383	63,5	78,3	99,2
	NS/NR	4	,7	,8	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.29. Com que frequência costumas: PARTICIPAR EM VOTAÇÕES ONLINE?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		7	2,7	2	,9
1 VEZ POR DIA		7	2,7	3	1,3
2 A 3 VEZES POR SEMANA		5	2,0	5	2,1
1 VEZ POR SEMANA		7	2,7	6	2,6
15 EM 15 DIAS		11	4,3	5	2,1
MENOS FREQUENTEMENTE		20	7,8	24	10,3
NUNCA		196	76,6	187	80,3
NS/NR		3	1,2	1	,4

P20.29. Com que frequência costumas: PARTICIPAR EM VOTAÇÕES ONLINE?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	1	,7	3	1,7	5	3,0
1 VEZ POR DIA	2	1,4	5	2,9	3	1,8
2 A 3 VEZES POR SEMANA	0	,0	8	4,6	2	1,2
1 VEZ POR SEMANA	1	,7	9	5,2	3	1,8
15 EM 15 DIAS	3	2,0	6	3,4	7	4,2
MENOS FREQUENTEMENTE	5	3,4	15	8,6	24	14,4
NUNCA	136	91,9	127	73,0	120	71,9
NS/NR	0	,0	1	,6	3	1,8

P20.30. Com que frequência costumas: ESCREVER COMENTÁRIOS EM SITES DIVERSOS?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	29	4,8	5,9	5,9
	1 VEZ POR DIA	15	2,5	3,1	9,0
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	24	4,0	4,9	13,9
	1 VEZ POR SEMANA	21	3,5	4,3	18,2
	15 EM 15 DIAS	28	4,6	5,7	23,9
	MENOS FREQUENTEMENTE	60	10,0	12,3	36,2
	NUNCA	311	51,6	63,6	99,8
	NS/NR	1,2	,2		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P20.30. Com que frequência costumas: ESCREVER COMENTÁRIOS EM SITES DIVERSOS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	15	5,9	14	6,0
	1 VEZ POR DIA	8	3,1	7	3,0
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	17	6,6	7	3,0
	1 VEZ POR SEMANA	11	4,3	10	4,3
	15 EM 15 DIAS	14	5,5	14	6,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	31	12,1	29	12,4
	NUNCA	159	62,1	152	65,2
	NS/NR	1	,4	0	,0

P20.30. Com que frequência costumas: ESCRIVER COMENTÁRIOS EM SITES DIVERSOS?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	4	2,7	16	9,2	9	5,4
1 VEZ POR DIA	5	3,4	6	3,4	4	2,4
2 A 3 VEZES POR SEMANA	2	1,4	7	4,0	15	9,0
1 VEZ POR SEMANA	4	2,7	11	6,3	6	3,6
15 EM 15 DIAS	2	1,4	13	7,5	13	7,8
MENOS FREQUENTEMENTE	8	5,4	20	11,5	32	19,2
NUNCA	123	83,1	100	57,5	88	52,7
NS/NR	0	,0	1	,6	0	,0

P.21 Realizas alguma destas actividades enquanto utilizas a Internet...?

	Count	%
ESTUDAR OU FAZER OS TRABALHOS DE CASA	172	28,5
COMER	185	30,7
OUVIR MÚSICA OU RÁDIO	204	33,8
VER TELEVISÃO	107	17,7
FALAR AO TELEFONE/ TELEMÓVEL OU ENVIAR SMS	107	17,7
NÃO FAÇO NADA AO MESMO TEMPO	74	12,3

P.21 Realizas alguma destas actividades enquanto utilizas a Internet...?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
ESTUDAR OU FAZER OS TRABALHOS DE CASA	28,2	28,9
COMER	30,5	30,9
OUVIR MÚSICA OU RÁDIO	30,5	37,2
VER TELEVISÃO	16,4	19,1
FALAR AO TELEFONE/ TELEMÓVEL OU ENVIAR SMS	21,0	26,2
NÃO FAÇO NADA AO MESMO TEMPO	15,7	8,7

P.22 Quando utilizas os programas de mensagens instantâneas tais como o messenger, comunicas mais:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid COM PESSOAS QUE CONHECES DE OUTROS LOCAIS(AMIGOS DA ESCOLA, FAMILIARES, VIZINHOS, ETC.)	392	65,0	80,2	80,2
COM PESSOAS QUE CONHECESTE EM CHATS	20	3,3	4,1	84,3
NÃO UTILIZO ESTE TIPO DE PROGRAMAS	77	12,8	15,7	100,0
Total	489	81,1	100,0	
Missing System	114	18,9		
Total	603	100,0		

P.22 Quando utilizas os programas de mensagens instantâneas tais como o messenger, comunicas mais:

	P.2 GÉNERO			
	RAPAZ		RAPARIGA	
	Count	Column N %	Count	Column N %
COM PESSOAS QUE CONHECES DE OUTROS LOCAIS(AMIGOS DA ESCOLA, FAMILIARES, VIZINHOS, ETC.)	204	79,7	188	80,7
COM PESSOAS QUE CONHECESTE EM CHATS	11	4,3	9	3,9
NÃO UTILIZO ESTE TIPO DE PROGRAMAS	41	16,0	36	15,5

P.22 Quando utilizas os programas de mensagens instantâneas tais como o messenger, comunicas mais:

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
COM PESSOAS QUE CONHECES DE OUTROS LOCAIS(AMIGOS DA ESCOLA, FAMILIARES, VIZINHOS, ETC.)	95	64,2	145	83,3	152	91,0
COM PESSOAS QUE CONHECESTE EM CHATS	3	2,0	10	5,7	7	4,2
NÃO UTILIZO ESTE TIPO DE PROGRAMAS	50	33,8	19	10,9	8	4,8

P.23 Quando utilizas os programas de mensagens instantâneas tais como o messenger, costumavas aparecer tal como és ou finges ser outra de pessoa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MOSTRO-ME SEMPRE COMO SOU	357	59,2	86,7	86,7
	ÀS VEZES FINJO	35	5,8	8,5	95,1
	FINJO SEMPRE	4,7		1,0	96,1
	NS/NR	16	2,7	3,9	100,0
	Total	412	68,3	100,0	
Missing	System	191	31,7		
Total		603	100,0		

P.23 Quando utilizas os programas de mensagens instantâneas tais como o messenger, costumavas aparecer tal como és ou finges ser outra de pessoa?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	MOSTRO-ME SEMPRE COMO SOU	179	83,3	178	90,4
	ÀS VEZES FINJO	24	11,2	11	5,6
	FINJO SEMPRE	4	1,9	0	,0
	NS/NR	8	3,7	8	4,1

P.23 Quando utilizas os programas de mensagens instantâneas tais como o messenger, costumavas aparecer tal como és ou finges ser outra de pessoa?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
MOSTRO-ME SEMPRE COMO SOU	87	88,8	133	85,8	137	86,2
ÀS VEZES FINJO	7	7,1	12	7,7	16	10,1
FINJO SEMPRE	0	,0	2	1,3	2	1,3
NS/NR	4	4,1	8	5,2	4	2,5

P.24 Quando participas em chats, comunicas mais:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	COM PESSOAS QUE CONHECES DE OUTROS LOCAIS(AMIGOS DA ESCOLA, FAMILIARES, VIZINHOS, ETC.)	239	39,6	48,9	48,9
	COM PESSOAS QUE CONHECESTE EM CHATS	33	5,5	6,7	55,6
	NÃO UTILIZO ESTE TIPO DE PROGRAMAS	217	36,0	44,4	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P.24 Quando participas em chats, comunicas mais:

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	COM PESSOAS QUE CONHECES DE OUTROS LOCAIS(AMIGOS DA ESCOLA, FAMILIARES, VIZINHOS, ETC.)	129	50,4	110	47,2
	COM PESSOAS QUE CONHECESTE EM CHATS	24	9,4	9	3,9
	NÃO UTILIZO ESTE TIPO DE PROGRAMAS	103	40,2	114	48,9

P.24 Quando participas em chats, comunicas mais:

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
COM PESSOAS QUE CONHECES DE OUTROS LOCAIS(AMIGOS DA ESCOLA, FAMILIARES, VIZINHOS, ETC.)	51	34,5	100	57,5	88	52,7
COM PESSOAS QUE CONHECESTE EM CHATS	2	1,4	12	6,9	19	11,4
NÃO UTILIZO ESTE TIPO DE PROGRAMAS	95	64,2	62	35,6	60	35,9

P.25 Quando participas num chat, costumas aparecer tal como és ou finges ser outro tipo de pessoa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MOSTRO-ME SEMPRE COMO SOU	219	36,3	80,5	80,5
	ÀS VEZES FINJO	36	6,0	13,2	93,8
	FINJO SEMPRE	5,8		1,8	95,6
	NS/NR	12	2,0	4,4	100,0
	Total	272	45,1	100,0	
Missing	System	331	54,9		
Total		603	100,0		

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
P.25 Quando participas num chat, costumavas aparecer tal como és ou finges ser outro tipo de pessoa?	MOSTRO-ME SEMPRE COMO SOU	119	77,8	100	84,0
	ÀS VEZES FINJO	24	15,7	12	10,1
	FINJO SEMPRE	4	2,6	1	,8
	NS/NR	6	3,9	6	5,0

P.25 Quando participas num chat, costumavas aparecer tal como és ou finges ser outro tipo de pessoa?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
MOSTRO-ME SEMPRE COMO SOU	42	79,2	88	78,6	89	83,2
ÀS VEZES FINJO	6	11,3	18	16,1	12	11,2
FINJO SEMPRE	0	,0	1	,9	4	3,7
NS/NR	5	9,4	5	4,5	2	1,9

P.26 No teu perfil em sites de redes sociais tais como o Hi5, quais destes itens tens preenchidos?

	Count	%
NÃO TENHO CONTA NESSE TIPO DE SITES	164	27,2
NOME	307	50,9
DATA DE NASCIMENTO	252	41,8
FOTOGRAFIA PESSOAL	251	41,6
LOCALIDADE	197	32,7
INTERESSES	186	30,8
VÍDEOS	109	18,1
MÚSICA	150	24,9
OUTRO	9	1,5

P.26 No teu perfil em sites de redes sociais tais como o Hi5, quais destes itens tens preenchidos?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
NÃO TENHO CONTA NESSE TIPO DE SITES	28,9	25,5
NOME	52,5	49,3
DATA DE NASCIMENTO	41,0	42,6
FOTOGRAFIA PESSOAL	39,0	44,3
LOCALIDADE	33,4	31,9
INTERESSES	28,5	33,2
VÍDEOS	21,0	15,1
MÚSICA	25,6	24,2
OUTRO	,7	2,3

P.27 Mais ao menos quantos amigos tens na tua área de amigos nos sites tais como o Hi5?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MENOS DE 10	18	3,0	5,5	5,5
	ENTRE 10 E 19	31	5,1	9,5	15,1
	ENTRE 20 E 49	30	5,0	9,2	24,3
	ENTRE 50 E 69	28	4,6	8,6	32,9
	ENTRE 70 E 99	15	2,5	4,6	37,5
	MAIS DE 100	198	32,8	60,9	98,5
	NS/NR	5,8		1,5	100,0
	Total	325	53,9	100,0	
Missing	System	278	46,1		
Total		603	100,0		

P.27 Mais ao menos quantos amigos tens na tua área de amigos nos sites tais como o Hi5?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	MENOS DE 10	14	8,3	4	2,5
	ENTRE 10 E 19	13	7,7	18	11,5
	ENTRE 20 E 49	16	9,5	14	8,9
	ENTRE 50 E 69	12	7,1	16	10,2
	ENTRE 70 E 99	8	4,8	7	4,5
	MAIS DE 100	103	61,3	95	60,5
	NS/NR	2	1,2	3	1,9

P.27 Mais ao menos quantos amigos tens na tua área de amigos nos sites tais como o Hi5?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
MENOS DE 10	7	11,3	5	4,1	6	4,3
ENTRE 10 E 19	11	17,7	13	10,7	7	5,0
ENTRE 20 E 49	11	17,7	8	6,6	11	7,8
ENTRE 50 E 69	12	19,4	11	9,0	5	3,5
ENTRE 70 E 99	1	1,6	7	5,7	7	5,0
MAIS DE 100	17	27,4	77	63,1	104	73,8
NS/NR	3	4,8	1	,8	1	,7

P.28 Os amigos que tens na tua área de amigos nos sites tais como o Hi5 são maioritariamente?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PESSOAS QUE CONHECES (AMIGOS, FAMILIARES ETC)	281	46,6	86,5	86,5
	PESSOAS QUE NÃO CONHECES PESSOALMENTE	44	7,3	13,5	100,0
	Total	325	53,9	100,0	
Missing	System	278	46,1		
Total		603	100,0		

P.28 Os amigos que tens na tua área de amigos nos sites tais como o Hi5 são maioritariamente?

	P.2 GÉNERO			
	RAPAZ		RAPARIGA	
	Count	Column N %	Count	Column N %
PESSOAS QUE CONHECES (AMIGOS, FAMILIARES ETC)	144	85,7	137	87,3
PESSOAS QUE NÃO CONHECES PESSOALMENTE	24	14,3	20	12,7

P.28 Os amigos que tens na tua área de amigos nos sites tais como o Hi5 são maioritariamente?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
PESSOAS QUE CONHECES (AMIGOS, FAMILIARES ETC)	58	93,5	103	84,4	120	85,1
PESSOAS QUE NÃO CONHECES PESSOALMENTE	4	6,5	19	15,6	21	14,9

P.29 Já te encontraste pessoalmente com alguém que tenhas conhecido através da Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NUNCA CONHECI NINGUÉM ATRAVÉS DA INTERNET	347	57,5	71,0	71,0
	JÁ FIZ AMIGOS ATRAVÉS DA INTERNET, MAS NUNCA CONHECI NENHUM PESSOALMENTE	93	15,4	19,0	90,0
	JÁ FIZ AMIGOS ATRAVÉS DA INTERNET E JÁ CONHECI ALGUNS	46	7,6	9,4	99,4
	TENHO E CONHECI QUASE TODOS OS AMIGOS QUE FIZ ATRAVÉS DA INTERNET	3,5	,6		100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P.29 Já te encontraste pessoalmente com alguém que tenhas conhecido através da Internet?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NUNCA CONHECI NINGUÉM ATRAVÉS DA INTERNET	169	66,0	178	76,4
	JÁ FIZ AMIGOS ATRAVÉS DA INTERNET, MAS NUNCA CONHECI NENHUM PESSOALMENTE	52	20,3	41	17,6
	JÁ FIZ AMIGOS ATRAVÉS DA INTERNET E JÁ CONHECI ALGUNS	32	12,5	14	6,0

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NUNCA CONHECI NINGUÉM ATRAVÉS DA INTERNET	169	66,0	178	76,4
	JÁ FIZ AMIGOS ATRAVÉS DA INTERNET, MAS NUNCA CONHECI NENHUM PESSOALMENTE	52	20,3	41	17,6
	JÁ FIZ AMIGOS ATRAVÉS DA INTERNET E JÁ CONHECI ALGUNS	32	12,5	14	6,0
	TENHO E CONHECI QUASE TODOS OS AMIGOS QUE FIZ ATRAVÉS DA INTERNET	3	1,2	0	,0

P.29 Já te encontraste pessoalmente com alguém que tenhas conhecido através da Internet?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NUNCA CONHECI NINGUÉM ATRAVÉS DA INTERNET	127	85,8	122	70,1	98	58,7
JÁ FIZ AMIGOS ATRAVÉS DA INTERNET, MAS NUNCA CONHECI NENHUM PESSOALMENTE	15	10,1	39	22,4	39	23,4
JÁ FIZ AMIGOS ATRAVÉS DA INTERNET E JÁ CONHECI ALGUNS	5	3,4	12	6,9	29	17,4
TENHO E CONHECI QUASE TODOS OS AMIGOS QUE FIZ ATRAVÉS DA INTERNET	1	,7	1	,6	1	,6

P.30 Com quem costumam estar quando utilizas a Internet?

	Count	%
SOZINHO	337	55,9
COM UM AMIGO OU AMIGA	118	19,6
COM VÁRIOS AMIGOS OU AMIGAS	72	11,9
COM UM IRMÃO OU IRMÃ	72	11,9
COM O MEU PAI	31	5,1
COM A MINHA MÃE	35	5,8
COM O MEU NAMORADO/NAMORADA	4	,7
COM OUTRAS PESSOAS	29	4,8
NS/NR	1	,2

P.30 Com quem costumam estar quando utilizas a Internet?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
SOZINHO	59,3	52,3
COM UM AMIGO OU AMIGA	18,0	21,1
COM VÁRIOS AMIGOS OU AMIGAS	14,1	9,7
COM UM IRMÃO OU IRMÃ	11,8	12,1
COM O MEU PAI	6,2	4,0
COM A MINHA MÃE	5,9	5,7
COM O MEU NAMORADO/NAMORADA	,3	1,0
COM OUTRAS PESSOAS	3,3	6,4
NS/NR	,3	,0

P.31 Quem te ensinou a usar a Internet?

	Count	%
NINGUÉM, APRENDI SOZINHO	263	43,6
UM IRMÃO/IRMÃ	71	11,8
O MEU NAMORADO/NAMORADA	0	,0
OS MEUS AMIGOS/AS	32	5,3
O MEU PAI	33	5,5
A MINHA MÃE	29	4,8
UM PROFESSOR/A DA ESCOLA	69	11,4
OUTRAS PESSOAS	18	3,0
NS/NR	1	,2

P.31 Quem te ensinou a usar a Internet?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
NINGUÉM, APRENDI SOZINHO	47,9	39,3
UM IRMÃO/IRMÃ	12,1	11,4
O MEU NAMORADO/NAMORADA	,0	,0
OS MEUS AMIGOS/AS	5,9	4,7
O MEU PAI	5,2	5,7
A MINHA MÃE	3,9	5,7
UM PROFESSOR/A DA ESCOLA	10,2	12,8
OUTRAS PESSOAS	2,0	4,0
NS/NR	,3	,0

P.32 Tens algum sistema de protecção instalado quando navegas na Internet (anti-virus, filtro de conteúdos)?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SIM	337	55,9	68,9	68,9
	NÃO	98	16,3	20,0	89,0
	Ns/Nr	54	9,0	11,0	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P.32 Tens algum sistema de protecção instalado quando navegas na Internet (anti-virus, filtro de conteúdos)?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM	175	68,4	162	69,5
	NÃO	51	19,9	47	20,2
	Ns/Nr	30	11,7	24	10,3

P.32 Tens algum sistema de protecção instalado quando navegas na Internet (anti-virus, filtro de conteúdos)?

		Escalaões etários					
		8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
		Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM	96	64,9	111	63,8	130	77,8
	NÃO	33	22,3	34	19,5	31	18,6
	Ns/Nr	19	12,8	29	16,7	6	3,6

P.33 Quando utilizas a Internet, como te consideras?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	UM PRINCIPIANTE	145	24,0	29,7	29,7
	TENHO UM NÍVEL MÉDIO	268	44,4	54,8	84,5
	O MEU NÍVEL É AVANÇADO	65	10,8	13,3	97,8
	SOU UM ESPECIALISTA	8	1,3	1,6	99,4
	NS/NR	3	,5	,6	100,0
	Total	489	81,1	100,0	
Missing	System	114	18,9		
Total		603	100,0		

P.33 Quando utilizas a Internet, como te consideras?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	UM PRINCIPIANTE	72	28,1	73	31,3
	TENHO UM NÍVEL MÉDIO	132	51,6	136	58,4
	O MEU NÍVEL É AVANÇADO	44	17,2	21	9,0
	SOU UM ESPECIALISTA	5	2,0	3	1,3
	NS/NR	3	1,2	0	,0

P.33 Quando utilizas a Internet, como te consideras?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
UM PRINCIPIANTE	78	52,7	50	28,7	17	10,2
TENHO UM NÍVEL MÉDIO	60	40,5	94	54,0	114	68,3
O MEU NÍVEL É AVANÇADO	5	3,4	29	16,7	31	18,6
SOU UM ESPECIALISTA	2	1,4	1	,6	5	3,0
NS/NR	3	2,0	0	,0	0	,0

P.34 A que, ou a quem, retiraste tempo desde que utilizas a Internet?

	Count	Column N %
FAMÍLIA	110	18,2
AMIGOS/AS	107	17,7
NAMORADO/A	13	2,2
ESTUDO	61	10,1
TELEVISÃO	92	15,3
CONSOLA DE JOGOS	31	5,1
LEITURA	47	7,8
LAZER/TEMPOS LIVRES	20	3,3
DESPORTO	17	2,8
DORMIR	20	3,3
A NADA	198	32,8
OUTRA RESPOSTA	2	,3
NS/NR	3	,5

P.34 A que, ou a quem, retiraste tempo desde que utilizas a Internet?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
FAMÍLIA	16,7	19,8
AMIGOS/AS	17,7	17,8
NAMORADO/A	3,0	1,3
ESTUDO	9,5	10,7
TELEVISÃO	15,1	15,4
CONSOLA DE JOGOS	8,5	1,7
LEITURA	7,2	8,4
LAZER/TEMPOS LIVRES	3,0	3,7
DESPORTO	3,6	2,0
DORMIR	3,3	3,4
A NADA	32,5	33,2
OUTRA RESPOSTA	,0	,7
NS/NR	,7	,3

P.35 Em tua casa, alguém utiliza a Internet (além do próprio)?

	Count	%
O MEU PAI	151	25,0
A MINHA MÃE	147	24,4
OS MEUS IRMÃOS/IRMÃS	227	37,6
OUTROS FAMILIARES	11	1,8
MAIS NINGUÉM	236	39,1
OUTRAS PESSOAS	2	,3
NS/NR	13	2,2

P.35 Em tua casa, alguém utiliza a Internet (além do próprio)?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
O MEU PAI	27,9	22,1
A MINHA MÃE	25,6	23,2
OS MEUS IRMÃOS/IRMÃS	33,8	41,6
OUTROS FAMILIARES	1,0	2,7
MAIS NINGUÉM	40,0	38,3
OUTRAS PESSOAS	,3	,3
NS/NR	2,3	2,0

P.36A Em tua casa, quem é que utiliza mais a Internet?

	Count	%
EU PRÓPRIO	211	35,0
OS MEUS IRMÃOS/IRMÃS	105	17,4
O MEU PAI	41	6,8
A MINHA MÃE	22	3,6
OUTRAS PESSOAS	7	1,2
NS/NR	17	2,8

P.36A Em tua casa, quem é que utiliza mais a Internet?

		RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
	EU PRÓPRIO	36,4	33,6
	OS MEUS IRMÃOS/IRMÃS	16,1	18,8
	O MEU PAI	6,9	6,7
	A MINHA MÃE	2,0	5,4
	OUTRAS PESSOAS	1,3	1,0
	NS/NR	3,3	2,3

P.36B E em tua casa, quem é que sabe mais sobre Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	EU PRÓPRIO	162	26,9	44,1	44,1
	OS MEUS IRMÃOS/IRMÃS	106	17,6	28,9	73,0
	O MEU PAI	48	8,0	13,1	86,1
	A MINHA MÃE	24	4,0	6,5	92,6
	OUTRAS PESSOAS	6	1,0	1,6	94,3
	NS/NR	21	3,5	5,7	100,0
	Total	367	60,9	100,0	
Missing	System	236	39,1		
Total		603	100,0		

P.36B E em tua casa, quem é que sabe mais sobre Internet?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	EU PRÓPRIO	85	46,4	77	41,8
	OS MEUS IRMÃOS/IRMÃS	50	27,3	56	30,4
	O MEU PAI	29	15,8	19	10,3
	A MINHA MÃE	9	4,9	15	8,2
	OUTRAS PESSOAS	2	1,1	4	2,2
	NS/NR	8	4,4	13	7,1

P.36B E em tua casa, quem é que sabe mais sobre Internet?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
EU PRÓPRIO	22	16,2	60	50,4	80	71,4
OS MEUS IRMÃOS/IRMÃS	61	44,9	30	25,2	15	13,4
O MEU PAI	24	17,6	19	16,0	5	4,5
A MINHA MÃE	19	14,0	4	3,4	1	,9
OUTRAS PESSOAS	3	2,2	0	,0	3	2,7
NS/NR	7	5,1	6	5,0	8	7,1

P.37 Conheces alguém que esteja totalmente “agarrado” à Internet?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SIM	273	45,3	45,3	45,3
NÃO	308	51,1	51,1	96,4
Ns/Nr	22	3,6	3,6	100,0
Total	603	100,0	100,0	

P.37 Conheces alguém que esteja totalmente “agarrado” à Internet?

	P.2 GÉNERO			
	RAPAZ		RAPARIGA	
	Count	Column N %	Count	Column N %
SIM	139	45,6	134	45,0
NÃO	158	51,8	150	50,3
Ns/Nr	8	2,6	14	4,7

P.37 Conheces alguém que esteja totalmente “agarrado” à Internet?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
SIM	77	33,6	92	48,2	104	56,8
NÃO	137	59,8	94	49,2	77	42,1
Ns/Nr	15	6,6	5	2,6	2	1,1

Capítulo 2: Telemóveis

P.39 Tens telemóvel?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SIM, COM CARREGAMENTOS	504	83,6	83,6	83,6
	SIM, COM ASSINATURA	4,7	,7		84,2
	NÃO	95	15,8	15,8	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.39 Tens telemóvel?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM, COM CARREGAMENTOS	253	83,0	251	84,2
	SIM, COM ASSINATURA	4	1,3	0	,0
	NÃO	48	15,7	47	15,8

P.39 Tens telemóvel?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
SIM, COM CARREGAMENTOS	146	63,8	178	93,2	180	98,4
SIM, COM ASSINATURA	0	,0	2	1,0	2	1,1
NÃO	83	36,2	11	5,8	1	,5

P.39A Tens apenas um cartão por telemóvel, ou tens vários cartões que costumás utilizar no mesmo aparelho?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TENHO APENAS UM CARTÃO/TELEMÓVEL	467	77,4	92,7	92,7
	TENHO VÁRIOS CARTÕES DE DIFERENTES REDES QUE UTILIZO NO MESMO APARELHO	37	6,1	7,3	100,0
	Total	504	83,6	100,0	
Missing	System	99	16,4		
Total		603	100,0		

P.39A Tens apenas um cartão por telemóvel, ou tens vários cartões que costumás utilizar no mesmo aparelho?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	TENHO APENAS UM CARTÃO/TELEMÓVEL	231	91,3	236	94,0
	TENHO VÁRIOS CARTÕES DE DIFERENTES REDES QUE UTILIZO NO MESMO APARELHO	22	8,7	15	6,0
	NS/NR	0	,0	0	,0

P.39A Tens apenas um cartão por telemóvel, ou tens vários cartões que costumas utilizar no mesmo aparelho?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
TENHO APENAS UM CARTÃO/TELEMÓVEL	143	97,9	168	94,4	156	86,7
TENHO VÁRIOS CARTÕES DE DIFERENTES REDES QUE UTILIZO NO MESMO APARELHO	3	2,1	10	5,6	24	13,3
NS/NR	0	,0	0	,0	0	,0

P.40 Quem paga as tuas despesas com o teu telemóvel?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	EU PRÓPRIO	79	13,1	15,6	15,6
	OS MEUS PAIS	416	69,0	81,9	97,4
	OUTROS FAMILIARES	9	1,5	1,8	99,2
	OUTROS	3	,5	,6	99,8
	NS/NR	1	,2	,2	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.40 Quem paga as tuas despesas com o teu telemóvel?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	EU PRÓPRIO	52	20,2	27	10,8
	OS MEUS PAIS	199	77,4	217	86,5
	OUTROS FAMILIARES	2	,8	7	2,8
	OUTROS	3	1,2	0	,0
	NS/NR	1	,4	0	,0

P.40 Quem paga as tuas despesas com o teu telemóvel?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
EU PRÓPRIO	2	1,4	23	12,8	54	29,7
OS MEUS PAIS	138	94,5	155	86,1	123	67,6
OUTROS FAMILIARES	4	2,7	2	1,1	3	1,6
OUTROS	2	1,4	0	,0	1	,5
NS/NR	0	,0	0	,0	1	,5

P.41 Sabes quanto gastas por semana em telemóvel?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MENOS DE 3 EUROS	282	46,8	55,5	55,5
	ENTRE 3 E 6 EUROS	137	22,7	27,0	82,5
	ENTRE 7 E 12 EUROS	43	7,1	8,5	90,9
	ENTRE 13 E 18 EUROS	7	1,2	1,4	92,3
	MAIS DE 18 EUROS	5,8		1,0	93,3
	NÃO SEI	34	5,6	6,7	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.41 Sabes quanto gastas por semana em telemóvel?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	MENOS DE 3 EUROS	146	56,8	136	54,2
	ENTRE 3 E 6 EUROS	69	26,8	68	27,1
	ENTRE 7 E 12 EUROS	20	7,8	23	9,2
	ENTRE 13 E 18 EUROS	3	1,2	4	1,6
	MAIS DE 18 EUROS	2	,8	3	1,2
	NÃO SEI	17	6,6	17	6,8

P.41 Sabes quanto gastas por semana em telemóvel?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
MENOS DE 3 EUROS	107	73,3	101	56,1	74	40,7
ENTRE 3 E 6 EUROS	20	13,7	46	25,6	71	39,0
ENTRE 7 E 12 EUROS	4	2,7	15	8,3	24	13,2
ENTRE 13 E 18 EUROS	1	,7	2	1,1	4	2,2
MAIS DE 18 EUROS	0	,0	3	1,7	2	1,1
NÃO SEI	14	9,6	13	7,2	7	3,8

P.42.1. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: RECEBER CHAMADAS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	229	38,0	45,1	45,1
	1 VEZ POR DIA	132	21,9	26,0	71,1
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	84	13,9	16,5	87,6
	1 VEZ POR SEMANA	14	2,3	2,8	90,4
	15 EM 15 DIAS	6	1,0	1,2	91,5
	MENOS FREQUENTEMENTE	23	3,8	4,5	96,1
	NUNCA	19	3,2	3,7	99,8
	NS/NR	1,2	,2		100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.1. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: RECEBER CHAMADAS

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	111	43,2	118	47,0
	1 VEZ POR DIA	66	25,7	66	26,3
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	45	17,5	39	15,5
	1 VEZ POR SEMANA	5	1,9	9	3,6
	15 EM 15 DIAS	6	2,3	0	,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	13	5,1	10	4,0
	NUNCA	10	3,9	9	3,6
	NS/NR	1	,4	0	,0

P.42.1. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumas: RECEBER CHAMADAS

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	43	29,5	75	41,7	111	61,0
1 VEZ POR DIA	45	30,8	51	28,3	36	19,8
2 A 3 VEZES POR SEMANA	30	20,5	35	19,4	19	10,4
1 VEZ POR SEMANA	7	4,8	4	2,2	3	1,6
15 EM 15 DIAS	3	2,1	2	1,1	1	,5
MENOS FREQUENTEMENTE	8	5,5	9	5,0	6	3,3
NUNCA	9	6,2	4	2,2	6	3,3
NS/NR	1	,7	0	,0	0	,0

P.42.2. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumas: FAZER CHAMADAS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	187	31,0	36,8	36,8
	1 VEZ POR DIA	132	21,9	26,0	62,8
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	86	14,3	16,9	79,7
	1 VEZ POR SEMANA	29	4,8	5,7	85,4
	15 EM 15 DIAS	11	1,8	2,2	87,6
	MENOS FREQUENTEMENTE	32	5,3	6,3	93,9
	NUNCA	26	4,3	5,1	99,0
	NS/NR	5,8		1,0	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.2. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: FAZER CHAMADAS

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		100	38,9	87	34,7
1 VEZ POR DIA		51	19,8	81	32,3
2 A 3 VEZES POR SEMANA		51	19,8	35	13,9
1 VEZ POR SEMANA		16	6,2	13	5,2
15 EM 15 DIAS		6	2,3	5	2,0
MENOS FREQUENTEMENTE		16	6,2	16	6,4
NUNCA		14	5,4	12	4,8
NS/NR		3	1,2	2	,8

P.42.2. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: FAZER CHAMADAS

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	29	19,9	64	35,6	94	51,6
1 VEZ POR DIA	38	26,0	54	30,0	40	22,0
2 A 3 VEZES POR SEMANA	29	19,9	35	19,4	22	12,1
1 VEZ POR SEMANA	13	8,9	10	5,6	6	3,3
15 EM 15 DIAS	4	2,7	5	2,8	2	1,1
MENOS FREQUENTEMENTE	14	9,6	8	4,4	10	5,5
NUNCA	15	10,3	4	2,2	7	3,8
NS/NR	4	2,7	0	,0	1	,5

P.42.3. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: ENVIAR E RECEBER SMS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	345	57,2	67,9	67,9
	1 VEZ POR DIA	61	10,1	12,0	79,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	44	7,3	8,7	88,6
	1 VEZ POR SEMANA	15	2,5	3,0	91,5
	15 EM 15 DIAS	7	1,2	1,4	92,9
	MENOS FREQUENTEMENTE	15	2,5	3,0	95,9
	NUNCA	19	3,2	3,7	99,6
	NS/NR	2,3	,4		100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.3. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: ENVIAR E RECEBER SMS

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	163	63,4	182	72,5
	1 VEZ POR DIA	40	15,6	21	8,4
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	24	9,3	20	8,0
	1 VEZ POR SEMANA	7	2,7	8	3,2
	15 EM 15 DIAS	4	1,6	3	1,2
	MENOS FREQUENTEMENTE	6	2,3	9	3,6
	NUNCA	11	4,3	8	3,2
	NS/NR	2	,8	0	,0

P.42.3. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: ENVIAR E RECEBER SMS

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	60	41,1	135	75,0	150	82,4
1 VEZ POR DIA	27	18,5	19	10,6	15	8,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	19	13,0	15	8,3	10	5,5
1 VEZ POR SEMANA	7	4,8	5	2,8	3	1,6
15 EM 15 DIAS	4	2,7	1	,6	2	1,1
MENOS FREQUENTEMENTE	11	7,5	3	1,7	1	,5
NUNCA	16	11,0	2	1,1	1	,5
NS/NR	2	1,4	0	,0	0	,0

P.42.4. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: ENVIAR E RECEBER MMS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	157	26,0	30,9	30,9
	1 VEZ POR DIA	29	4,8	5,7	36,6
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	44	7,3	8,7	45,3
	1 VEZ POR SEMANA	22	3,6	4,3	49,6
	15 EM 15 DIAS	14	2,3	2,8	52,4
	MENOS FREQUENTEMENTE	80	13,3	15,7	68,1
	NUNCA	160	26,5	31,5	99,6
	NS/NR	2	,3	,4	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.4. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: ENVIAR E RECEBER MMS

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		75	29,2	82	32,7
1 VEZ POR DIA		15	5,8	14	5,6
2 A 3 VEZES POR SEMANA		27	10,5	17	6,8
1 VEZ POR SEMANA		10	3,9	12	4,8
15 EM 15 DIAS		6	2,3	8	3,2
MENOS FREQUENTEMENTE		40	15,6	40	15,9
NUNCA		83	32,3	77	30,7
NS/NR		1	,4	1	,4

P.42.4. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: ENVIAR E RECEBER MMS

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	28	19,2	57	31,7	72	39,6
1 VEZ POR DIA	13	8,9	12	6,7	4	2,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	8	5,5	22	12,2	14	7,7
1 VEZ POR SEMANA	4	2,7	11	6,1	7	3,8
15 EM 15 DIAS	5	3,4	1	,6	8	4,4
MENOS FREQUENTEMENTE	16	11,0	22	12,2	42	23,1
NUNCA	70	47,9	55	30,6	35	19,2
NS/NR	2	1,4	0	,0	0	,0

P.42.5. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: UTILIZAR O DESPERTADOR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	42	7,0	8,3	8,3
	1 VEZ POR DIA	190	31,5	37,4	45,7
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	44	7,3	8,7	54,3
	1 VEZ POR SEMANA	22	3,6	4,3	58,7
	15 EM 15 DIAS	9	1,5	1,8	60,4
	MENOS FREQUENTEMENTE	52	8,6	10,2	70,7
	NUNCA	145	24,0	28,5	99,2
	NS/NR	4,7	,8		100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.5. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: UTILIZAR O DESPERTADOR

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	23	8,9	19	7,6
	1 VEZ POR DIA	84	32,7	106	42,2
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	23	8,9	21	8,4
	1 VEZ POR SEMANA	14	5,4	8	3,2
	15 EM 15 DIAS	2	,8	7	2,8
	MENOS FREQUENTEMENTE	22	8,6	30	12,0
	NUNCA	85	33,1	60	23,9
	NS/NR	4	1,6	0	,0

P.42.5. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: UTILIZAR O DESPERTADOR

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	3	2,1	18	10,0	21	11,5
1 VEZ POR DIA	39	26,7	65	36,1	86	47,3
2 A 3 VEZES POR SEMANA	12	8,2	24	13,3	8	4,4
1 VEZ POR SEMANA	8	5,5	8	4,4	6	3,3
15 EM 15 DIAS	4	2,7	2	1,1	3	1,6
MENOS FREQUENTEMENTE	17	11,6	19	10,6	16	8,8
NUNCA	63	43,2	42	23,3	40	22,0
NS/NR	0	,0	2	1,1	2	1,1

P.42.6. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: UTILIZAR A MÁQUINA DE CALCULAR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	27	4,5	5,3	5,3
	1 VEZ POR DIA	44	7,3	8,7	14,0
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	56	9,3	11,0	25,0
	1 VEZ POR SEMANA	37	6,1	7,3	32,3
	15 EM 15 DIAS	35	5,8	6,9	39,2
	MENOS FREQUENTEMENTE	128	21,2	25,2	64,4
	NUNCA	172	28,5	33,9	98,2
	NS/NR	9	1,5	1,8	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.6. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: UTILIZAR A MÁQUINA DE CALCULAR

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		11	4,3	16	6,4
1 VEZ POR DIA		22	8,6	22	8,8
2 A 3 VEZES POR SEMANA		28	10,9	28	11,2
1 VEZ POR SEMANA		18	7,0	19	7,6
15 EM 15 DIAS		10	3,9	25	10,0
MENOS FREQUENTEMENTE		54	21,0	74	29,5
NUNCA		112	43,6	60	23,9
NS/NR		2	,8	7	2,8

P.42.6. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: UTILIZAR A MÁQUINA DE CALCULAR

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	5	3,4	12	6,7	10	5,5
1 VEZ POR DIA	11	7,5	16	8,9	17	9,3
2 A 3 VEZES POR SEMANA	15	10,3	25	13,9	16	8,8
1 VEZ POR SEMANA	12	8,2	10	5,6	15	8,2
15 EM 15 DIAS	9	6,2	14	7,8	12	6,6
MENOS FREQUENTEMENTE	25	17,1	44	24,4	59	32,4
NUNCA	67	45,9	53	29,4	52	28,6
NS/NR	2	1,4	6	3,3	1	,5

P.42.7. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: OUVIR RÁDIO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	52	8,6	10,2	10,2
	1 VEZ POR DIA	48	8,0	9,4	19,7
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	41	6,8	8,1	27,8
	1 VEZ POR SEMANA	25	4,1	4,9	32,7
	15 EM 15 DIAS	16	2,7	3,1	35,8
	MENOS FREQUENTEMENTE	35	5,8	6,9	42,7
	NUNCA	289	47,9	56,9	99,6
	NS/NR	2	,3	,4	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.7. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: OUVIR RÁDIO

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	24	9,3	28	11,2
	1 VEZ POR DIA	26	10,1	22	8,8
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	21	8,2	20	8,0
	1 VEZ POR SEMANA	10	3,9	15	6,0
	15 EM 15 DIAS	7	2,7	9	3,6
	MENOS FREQUENTEMENTE	17	6,6	18	7,2
	NUNCA	151	58,8	138	55,0
	NS/NR	1	,4	1	,4

P.42.7. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: OUVIR RÁDIO

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	4	2,7	24	13,3	24	13,2
1 VEZ POR DIA	12	8,2	14	7,8	22	12,1
2 A 3 VEZES POR SEMANA	11	7,5	19	10,6	11	6,0
1 VEZ POR SEMANA	9	6,2	10	5,6	6	3,3
15 EM 15 DIAS	4	2,7	5	2,8	7	3,8
MENOS FREQUENTEMENTE	7	4,8	8	4,4	20	11,0
NUNCA	99	67,8	100	55,6	90	49,5
NS/NR	0	,0	0	,0	2	1,1

P.42.8. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: OUVIR MÚSICA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	136	22,6	26,8	26,8
	1 VEZ POR DIA	67	11,1	13,2	40,0
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	58	9,6	11,4	51,4
	1 VEZ POR SEMANA	23	3,8	4,5	55,9
	15 EM 15 DIAS	10	1,7	2,0	57,9
	MENOS FREQUENTEMENTE	35	5,8	6,9	64,8
	NUNCA	172	28,5	33,9	98,6
	NS/NR	7	1,2	1,4	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.8. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: OUVIR MÚSICA

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		71	27,6	65	25,9
1 VEZ POR DIA		42	16,3	25	10,0
2 A 3 VEZES POR SEMANA		28	10,9	30	12,0
1 VEZ POR SEMANA		9	3,5	14	5,6
15 EM 15 DIAS		2	,8	8	3,2
MENOS FREQUENTEMENTE		14	5,4	21	8,4
NUNCA		87	33,9	85	33,9
NS/NR		4	1,6	3	1,2

P.42.8. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: OUVIR MÚSICA

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	28	19,2	52	28,9	56	30,8
1 VEZ POR DIA	16	11,0	28	15,6	23	12,6
2 A 3 VEZES POR SEMANA	12	8,2	26	14,4	20	11,0
1 VEZ POR SEMANA	8	5,5	8	4,4	7	3,8
15 EM 15 DIAS	4	2,7	4	2,2	2	1,1
MENOS FREQUENTEMENTE	6	4,1	13	7,2	16	8,8
NUNCA	72	49,3	47	26,1	53	29,1
NS/NR	0	,0	2	1,1	5	2,7

P.42.9. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: USAR A AGENDA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	52	8,6	10,2	10,2
	1 VEZ POR DIA	38	6,3	7,5	17,7
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	42	7,0	8,3	26,0
	1 VEZ POR SEMANA	27	4,5	5,3	31,3
	15 EM 15 DIAS	35	5,8	6,9	38,2
	MENOS FREQUENTEMENTE	75	12,4	14,8	53,0
	NUNCA	230	38,1	45,3	98,2
	NS/NR	9	1,5	1,8	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.9. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: USAR A AGENDA

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	20	7,8	32	12,7
	1 VEZ POR DIA	17	6,6	21	8,4
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	19	7,4	23	9,2
	1 VEZ POR SEMANA	13	5,1	14	5,6
	15 EM 15 DIAS	16	6,2	19	7,6
	MENOS FREQUENTEMENTE	38	14,8	37	14,7
	NUNCA	131	51,0	99	39,4
	NS/NR	3	1,2	6	2,4

P.42.9. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: USAR A AGENDA

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	10	6,8	21	11,7	21	11,5
1 VEZ POR DIA	10	6,8	12	6,7	16	8,8
2 A 3 VEZES POR SEMANA	11	7,5	17	9,4	14	7,7
1 VEZ POR SEMANA	5	3,4	16	8,9	6	3,3
15 EM 15 DIAS	8	5,5	10	5,6	17	9,3
MENOS FREQUENTEMENTE	17	11,6	23	12,8	35	19,2
NUNCA	85	58,2	74	41,1	71	39,0
NS/NR	0	,0	7	3,9	2	1,1

P.42.10. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: TIRAR FOTOGRAFIAS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	86	14,3	16,9	16,9
	1 VEZ POR DIA	37	6,1	7,3	24,2
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	79	13,1	15,6	39,8
	1 VEZ POR SEMANA	57	9,5	11,2	51,0
	15 EM 15 DIAS	37	6,1	7,3	58,3
	MENOS FREQUENTEMENTE	71	11,8	14,0	72,2
	NUNCA	138	22,9	27,2	99,4
	NS/NR	3,5	,6		100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.10. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: TIRAR FOTOGRAFIAS

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		34	13,2	52	20,7
1 VEZ POR DIA		24	9,3	13	5,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA		42	16,3	37	14,7
1 VEZ POR SEMANA		26	10,1	31	12,4
15 EM 15 DIAS		20	7,8	17	6,8
MENOS FREQUENTEMENTE		37	14,4	34	13,5
NUNCA		73	28,4	65	25,9
NS/NR		1	,4	2	,8

P.42.10. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: TIRAR FOTOGRAFIAS

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	25	17,1	29	16,1	32	17,6
1 VEZ POR DIA	6	4,1	17	9,4	14	7,7
2 A 3 VEZES POR SEMANA	17	11,6	32	17,8	30	16,5
1 VEZ POR SEMANA	11	7,5	21	11,7	25	13,7
15 EM 15 DIAS	12	8,2	14	7,8	11	6,0
MENOS FREQUENTEMENTE	10	6,8	29	16,1	32	17,6
NUNCA	65	44,5	37	20,6	36	19,8
NS/NR	0	,0	1	,6	2	1,1

P.42.11. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: VER PROGRAMAS DE TV OU PEQUENOS VÍDEOS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	13	2,2	2,6	2,6
	1 VEZ POR DIA	14	2,3	2,8	5,3
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	25	4,1	4,9	10,2
	1 VEZ POR SEMANA	22	3,6	4,3	14,6
	15 EM 15 DIAS	11	1,8	2,2	16,7
	MENOS FREQUENTEMENTE	22	3,6	4,3	21,1
	NUNCA	399	66,2	78,5	99,6
	NS/NR	2,3	,4		100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.11. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: VER PROGRAMAS DE TV OU PEQUENOS VÍDEOS

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	7	2,7	6	2,4
	1 VEZ POR DIA	9	3,5	5	2,0
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	16	6,2	9	3,6
	1 VEZ POR SEMANA	15	5,8	7	2,8
	15 EM 15 DIAS	6	2,3	5	2,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	14	5,4	8	3,2
	NUNCA	190	73,9	209	83,3
	NS/NR	0	,0	2	,8

P.42.11. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: VER PROGRAMAS DE TV OU PEQUENOS VÍDEOS

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	3	2,1	6	3,3	4	2,2
1 VEZ POR DIA	5	3,4	5	2,8	4	2,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	5	3,4	15	8,3	5	2,7
1 VEZ POR SEMANA	6	4,1	6	3,3	10	5,5
15 EM 15 DIAS	4	2,7	3	1,7	4	2,2
MENOS FREQUENTEMENTE	3	2,1	7	3,9	12	6,6
NUNCA	120	82,2	137	76,1	142	78,0
NS/NR	0	,0	1	,6	1	,5

P.42.12. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: UTILIZAR O MESSENGER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	26	4,3	5,1	5,1
	1 VEZ POR DIA	14	2,3	2,8	7,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	24	4,0	4,7	12,6
	1 VEZ POR SEMANA	19	3,2	3,7	16,3
	15 EM 15 DIAS	8	1,3	1,6	17,9
	MENOS FREQUENTEMENTE	19	3,2	3,7	21,7
	NUNCA	398	66,0	78,3	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.12. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: UTILIZAR O MESSENGER

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		17	6,6	9	3,6
1 VEZ POR DIA		9	3,5	5	2,0
2 A 3 VEZES POR SEMANA		15	5,8	9	3,6
1 VEZ POR SEMANA		10	3,9	9	3,6
15 EM 15 DIAS		2	,8	6	2,4
MENOS FREQUENTEMENTE		8	3,1	11	4,4
NUNCA		196	76,3	202	80,5
NS/NR		0	,0	0	,0

P.42.12. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: UTILIZAR O MESSENGER

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	1	,7	9	5,0	16	8,8
1 VEZ POR DIA	3	2,1	6	3,3	5	2,7
2 A 3 VEZES POR SEMANA	3	2,1	12	6,7	9	4,9
1 VEZ POR SEMANA	6	4,1	8	4,4	5	2,7
15 EM 15 DIAS	2	1,4	2	1,1	4	2,2
MENOS FREQUENTEMENTE	4	2,7	3	1,7	12	6,6
NUNCA	127	87,0	140	77,8	131	72,0
NS/NR	0	,0	0	,0	0	,0

P.42.13. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: FAZER PEQUENOS FILMES

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	6	1,0	1,2	1,2
	1 VEZ POR DIA	12	2,0	2,4	3,5
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	23	3,8	4,5	8,1
	1 VEZ POR SEMANA	17	2,8	3,3	11,4
	15 EM 15 DIAS	18	3,0	3,5	15,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	59	9,8	11,6	26,6
	NUNCA	372	61,7	73,2	99,8
	NS/NR	1,2	,2		100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.13. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: FAZER PEQUENOS FILMES

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	3	1,2	3	1,2
	1 VEZ POR DIA	8	3,1	4	1,6
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	14	5,4	9	3,6
	1 VEZ POR SEMANA	7	2,7	10	4,0
	15 EM 15 DIAS	8	3,1	10	4,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	25	9,7	34	13,5
	NUNCA	191	74,3	181	72,1
	NS/NR	1	,4	0	,0

P.42.13. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: FAZER PEQUENOS FILMES

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	0	,0	3	1,7	3	1,6
1 VEZ POR DIA	1	,7	6	3,3	5	2,7
2 A 3 VEZES POR SEMANA	6	4,1	12	6,7	5	2,7
1 VEZ POR SEMANA	2	1,4	9	5,0	6	3,3
15 EM 15 DIAS	5	3,4	5	2,8	8	4,4
MENOS FREQUENTEMENTE	10	6,8	27	15,0	22	12,1
NUNCA	122	83,6	118	65,6	132	72,5
NS/NR	0	,0	0	,0	1	,5

P.42.14. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: JOGAR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	77	12,8	15,2	15,2
	1 VEZ POR DIA	46	7,6	9,1	24,2
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	68	11,3	13,4	37,6
	1 VEZ POR SEMANA	45	7,5	8,9	46,5
	15 EM 15 DIAS	50	8,3	9,8	56,3
	MENOS FREQUENTEMENTE	72	11,9	14,2	70,5
	NUNCA	141	23,4	27,8	98,2
	NS/NR	9	1,5	1,8	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.14. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: JOGAR

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	46	17,9	31	12,4
	1 VEZ POR DIA	26	10,1	20	8,0
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	38	14,8	30	12,0
	1 VEZ POR SEMANA	21	8,2	24	9,6
	15 EM 15 DIAS	24	9,3	26	10,4
	MENOS FREQUENTEMENTE	24	9,3	48	19,1
	NUNCA	74	28,8	67	26,7
	NS/NR	4	1,6	5	2,0

P.42.14. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: JOGAR

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	31	21,2	22	12,2	24	13,2
1 VEZ POR DIA	19	13,0	12	6,7	15	8,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	18	12,3	33	18,3	17	9,3
1 VEZ POR SEMANA	10	6,8	19	10,6	16	8,8
15 EM 15 DIAS	14	9,6	16	8,9	20	11,0
MENOS FREQUENTEMENTE	17	11,6	27	15,0	28	15,4
NUNCA	35	24,0	48	26,7	58	31,9
NS/NR	2	1,4	3	1,7	4	2,2

P.42.15. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: NAVEGAR NA INTERNET

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	18	3,0	3,5	3,5
	1 VEZ POR DIA	13	2,2	2,6	6,1
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	21	3,5	4,1	10,2
	1 VEZ POR SEMANA	15	2,5	3,0	13,2
	15 EM 15 DIAS	14	2,3	2,8	15,9
	MENOS FREQUENTEMENTE	24	4,0	4,7	20,7
	NUNCA	403	66,8	79,3	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.15. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: NAVEGAR NA INTERNET

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	15	5,8	3	1,2
	1 VEZ POR DIA	6	2,3	7	2,8
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	13	5,1	8	3,2
	1 VEZ POR SEMANA	8	3,1	7	2,8
	15 EM 15 DIAS	8	3,1	6	2,4
	MENOS FREQUENTEMENTE	8	3,1	16	6,4
	NUNCA	199	77,4	204	81,3
	NS/NR	0	,0	0	,0

P.42.15. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumas: NAVEGAR NA INTERNET

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	1	,7	7	3,9	10	5,5
1 VEZ POR DIA	3	2,1	1	,6	9	4,9
2 A 3 VEZES POR SEMANA	0	,0	12	6,7	9	4,9
1 VEZ POR SEMANA	1	,7	5	2,8	9	4,9
15 EM 15 DIAS	6	4,1	6	3,3	2	1,1
MENOS FREQUENTEMENTE	3	2,1	10	5,6	11	6,0
NUNCA	132	90,4	139	77,2	132	72,5
NS/NR	0	,0	0	,0	0	,0

P.42.16. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumas: UTILIZAR O EMAIL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	20	3,3	3,9	3,9
	1 VEZ POR DIA	10	1,7	2,0	5,9
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	13	2,2	2,6	8,5
	1 VEZ POR SEMANA	8	1,3	1,6	10,0
	15 EM 15 DIAS	10	1,7	2,0	12,0
	MENOS FREQUENTEMENTE	16	2,7	3,1	15,2
	NUNCA	431	71,5	84,8	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.16. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: UTILIZAR O EMAIL

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		13	5,1	7	2,8
1 VEZ POR DIA		6	2,3	4	1,6
2 A 3 VEZES POR SEMANA		9	3,5	4	1,6
1 VEZ POR SEMANA		2	,8	6	2,4
15 EM 15 DIAS		5	1,9	5	2,0
MENOS FREQUENTEMENTE		7	2,7	9	3,6
NUNCA		215	83,7	216	86,1
NS/NR		0	,0	0	,0

P.42.16. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: UTILIZAR O EMAIL

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	2	1,4	7	3,9	11	6,0
1 VEZ POR DIA	2	1,4	4	2,2	4	2,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA	2	1,4	5	2,8	6	3,3
1 VEZ POR SEMANA	1	,7	5	2,8	2	1,1
15 EM 15 DIAS	4	2,7	4	2,2	2	1,1
MENOS FREQUENTEMENTE	2	1,4	6	3,3	8	4,4
NUNCA	133	91,1	149	82,8	149	81,9
NS/NR	0	,0	0	,0	0	,0

**P.42.17. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: COMPRAR/ FAZER
DOWNLOAD DE LOGOS**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	3	,5	,6	,6
	1 VEZ POR DIA	3	,5	,6	1,2
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	15	2,5	3,0	4,1
	1 VEZ POR SEMANA	10	1,7	2,0	6,1
	15 EM 15 DIAS	13	2,2	2,6	8,7
	MENOS FREQUENTEMENTE	22	3,6	4,3	13,0
	NUNCA	442	73,3	87,0	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

**P.42.17. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: COMPRAR/ FAZER
DOWNLOAD DE LOGOS**

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	3	1,2	0	,0
	1 VEZ POR DIA	2	,8	1	,4
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	10	3,9	5	2,0
	1 VEZ POR SEMANA	7	2,7	3	1,2
	15 EM 15 DIAS	7	2,7	6	2,4
	MENOS FREQUENTEMENTE	8	3,1	14	5,6
	NUNCA	220	85,6	222	88,4
	NS/NR	0	,0	0	,0

P.42.17. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: COMPRAR/ FAZER
DOWNLOAD DE LOGOS

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	0	,0	2	1,1	1	,5
1 VEZ POR DIA	1	,7	2	1,1	0	,0
2 A 3 VEZES POR SEMANA	2	1,4	8	4,4	5	2,7
1 VEZ POR SEMANA	2	1,4	4	2,2	4	2,2
15 EM 15 DIAS	3	2,1	7	3,9	3	1,6
MENOS FREQUENTEMENTE	4	2,7	7	3,9	11	6,0
NUNCA	134	91,8	150	83,3	158	86,8
NS/NR	0	,0	0	,0	0	,0

P.42.18. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: RECEBER ALERTAS POR SMS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	157	26,0	30,9	30,9
	1 VEZ POR DIA	29	4,8	5,7	36,6
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	44	7,3	8,7	45,3
	1 VEZ POR SEMANA	22	3,6	4,3	49,6
	15 EM 15 DIAS	14	2,3	2,8	52,4
	MENOS FREQUENTEMENTE	80	13,3	15,7	68,1
	NUNCA	160	26,5	31,5	99,6
	NS/NR	2,3	,4		100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.18. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: RECEBER ALERTAS POR SMS

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA		17	6,6	30	12,0
1 VEZ POR DIA		15	5,8	8	3,2
2 A 3 VEZES POR SEMANA		21	8,2	15	6,0
1 VEZ POR SEMANA		16	6,2	14	5,6
15 EM 15 DIAS		13	5,1	14	5,6
MENOS FREQUENTEMENTE		23	8,9	34	13,5
NUNCA		150	58,4	136	54,2
NS/NR		2	,8	0	,0

P.42.18. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: RECEBER ALERTAS POR SMS

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	11	7,5	18	10,0	18	9,9
1 VEZ POR DIA	5	3,4	10	5,6	8	4,4
2 A 3 VEZES POR SEMANA	8	5,5	13	7,2	15	8,2
1 VEZ POR SEMANA	5	3,4	16	8,9	9	4,9
15 EM 15 DIAS	6	4,1	7	3,9	14	7,7
MENOS FREQUENTEMENTE	3	2,1	20	11,1	34	18,7
NUNCA	107	73,3	96	53,3	83	45,6
NS/NR	1	,7	0	,0	1	,5

P.42.19. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: COMPRAR/ FAZER DOWNLOAD DE TOQUES

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VÁRIAS VEZES AO DIA	2	,3	,4	,4
	1 VEZ POR DIA	9	1,5	1,8	2,2
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	13	2,2	2,6	4,7
	1 VEZ POR SEMANA	6	1,0	1,2	5,9
	15 EM 15 DIAS	11	1,8	2,2	8,1
	MENOS FREQUENTEMENTE	41	6,8	8,1	16,1
	NUNCA	426	70,6	83,9	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.42.19. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: COMPRAR/ FAZER DOWNLOAD DE TOQUES

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VÁRIAS VEZES AO DIA	0	,0	2	,8
	1 VEZ POR DIA	7	2,7	2	,8
	2 A 3 VEZES POR SEMANA	8	3,1	5	2,0
	1 VEZ POR SEMANA	4	1,6	2	,8
	15 EM 15 DIAS	3	1,2	8	3,2
	MENOS FREQUENTEMENTE	19	7,4	22	8,8
	NUNCA	216	84,0	210	83,7
	NS/NR	0	,0	0	,0

P.42.19. Quando estás ao telemóvel, com que frequência costumás: COMPRAR/ FAZER DOWNLOAD DE TOQUES

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VÁRIAS VEZES AO DIA	0	,0	2	1,1	0	,0
1 VEZ POR DIA	3	2,1	6	3,3	0	,0
2 A 3 VEZES POR SEMANA	1	,7	6	3,3	6	3,3
1 VEZ POR SEMANA	2	1,4	2	1,1	2	1,1
15 EM 15 DIAS	2	1,4	5	2,8	4	2,2
MENOS FREQUENTEMENTE	6	4,1	15	8,3	20	11,0
NUNCA	132	90,4	144	80,0	150	82,4
NS/NR	0	,0	0	,0	0	,0

P.43 Quantas chamadas fazes em média por dia do teu telemóvel?

	Média
P.43 Quantas chamadas fazes em média por dia do teu telemóvel?	3,95

	P.2 GÉNERO	
	RAPAZ	RAPARIGA
	Média	Média
P.43 Quantas chamadas fazes em média por dia do teu telemóvel?	4,12	3,78

	Escalões etários		
	8 aos 12 anos	13 aos 15 anos	16 aos 18 anos
	Média	Média	Média
P.43 Quantas chamadas fazes em média por dia do teu telemóvel?	2,98	3,25	5,19

P.43A E quantas chamadas recibes em média por dia no teu telemóvel?

	Média
P.43A E quantas chamadas recibes em média por dia no teu telemóvel?	5,30

	P.2 GÉNERO	
	RAPAZ	RAPARIGA
	Média	Média
P.43A E quantas chamadas recibes em média por dia no teu telemóvel?	4,72	5,87

	Escalões etários		
	8 aos 12 anos	13 aos 15 anos	16 aos 18 anos
	Média	Média	Média
P.43A E quantas chamadas recibes em média por dia no teu telemóvel?	2,64	3,87	8,41

P.44 Quantos SMS envias em média por dia do teu telemóvel?

	Média
P.44 Quantos SMS envias em média por dia do teu telemóvel?	62,34

	P.2 GÉNERO	
	RAPAZ	RAPARIGA
	Média	Média
P.44 Quantos SMS envias em média por dia do teu telemóvel?	65,15	59,58

	Escalões etários		
	8 aos 12 anos	13 aos 15 anos	16 aos 18 anos
	Média	Média	Média
P.44 Quantos SMS envias em média por dia do teu telemóvel?	20,28	73,67	76,69

P.44A E quantos SMS recibes em média por dia no teu telemóvel?

	Média
P.44A E quantos SMS recibes em média por dia no teu telemóvel?	64,97

	P.2 GÉNERO	
	RAPAZ	RAPARIGA
	Média	Média
P.44A E quantos SMS recibes em média por dia no teu telemóvel?	68,64	61,33

	Escalões etários		
	8 aos 12 anos	13 aos 15 anos	16 aos 18 anos
	Média	Média	Média
P.44A E quantos SMS recibes em média por dia no teu telemóvel?	23,47	77,20	79,45

P.45A Com que pessoa costumas comunicar mais com o telemóvel através de telefonemas?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid COM A MINHA MÃE OU O MEU PAI	269	44,6	53,0	53,0
COM OUTROS FAMILIARES (IRMÃOS, PRIMOS, TIOS, AVÓS, ETC.)	40	6,6	7,9	60,8
COM OS AMIGOS/AS	172	28,5	33,9	94,7
COM O MEU NAMORADO/A	24	4,0	4,7	99,4
NS/NR	3	,5	,6	100,0
Total	508	84,2	100,0	
Miss System	95	15,8		
Total	603	100,0		

P.45A Com que pessoa costumas comunicar mais com o telemóvel através de telefonemas?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
COM A MINHA MÃE OU O MEU PAI		135	52,5	134	53,4
COM OUTROS FAMILIARES (IRMÃOS, PRIMOS, TIOS, AVÓS, ETC.)		23	8,9	17	6,8
COM OS AMIGOS/AS		84	32,7	88	35,1
COM O MEU NAMORADO/A		12	4,7	12	4,8
COM OUTRAS PESSOAS		0	,0	0	,0
NS/NR		3	1,2	0	,0

P.45A Com que pessoa costumas comunicar mais com o telemóvel através de telefonemas?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
COM A MINHA MÃE OU O MEU PAI	108	74,0	91	50,6	70	38,5
COM OUTROS FAMILIARES (IRMÃOS, PRIMOS, TIOS, AVÓS, ETC.)	11	7,5	20	11,1	9	4,9
COM OS AMIGOS/AS	25	17,1	62	34,4	85	46,7
COM O MEU NAMORADO/A	0	,0	7	3,9	17	9,3
COM OUTRAS PESSOAS	0	,0	0	,0	0	,0
NS/NR	2	1,4	0	,0	1	,5

P.45B Com que pessoa costumas comunicar mais com o telemóvel através de SMS?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	COM A MINHA MÃE OU O MEU PAI	72	11,9	14,2	14,2
	COM OUTROS FAMILIARES (IRMÃOS, PRIMOS, TIOS, AVÓS, ETC.)	43	7,1	8,5	22,6
	COM OS AMIGOS/AS	344	57,0	67,7	90,4
	COM O MEU NAMORADO/A	38	6,3	7,5	97,8
	NS/NR	11	1,8	2,2	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.45B Com que pessoa costumava comunicar mais com o telemóvel através de SMS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	COM A MINHA MÃE OU O MEU PAI	43	16,7	29	11,6
	COM OUTROS FAMILIARES (IRMÃOS, PRIMOS, TIOS, AVÓS, ETC.)	20	7,8	23	9,2
	COM OS AMIGOS/AS	168	65,4	176	70,1
	COM O MEU NAMORADO/A	18	7,0	20	8,0
	COM OUTRAS PESSOAS	0	,0	0	,0
	NS/NR	8	3,1	3	1,2

P.45B Com que pessoa costumava comunicar mais com o telemóvel através de SMS?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
COM A MINHA MÃE OU O MEU PAI	37	25,3	22	12,2	13	7,1
COM OUTROS FAMILIARES (IRMÃOS, PRIMOS, TIOS, AVÓS, ETC.)	16	11,0	14	7,8	13	7,1
COM OS AMIGOS/AS	83	56,8	132	73,3	129	70,9
COM O MEU NAMORADO/A	1	,7	11	6,1	26	14,3
COM OUTRAS PESSOAS	0	,0	0	,0	0	,0
NS/NR	9	6,2	1	,6	1	,5

P.46 Com que idade tiveste o primeiro telemóvel?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	1	,2	,2	,2
	6	10	1,7	2,0	2,2
	7	34	5,6	6,7	8,9
	8	61	10,1	12,0	20,9
	9	53	8,8	10,4	31,3
	10	121	20,1	23,8	55,1
	11	61	10,1	12,0	67,1
	12	75	12,4	14,8	81,9
	13	34	5,6	6,7	88,6
	14	18	3,0	3,5	92,1
	15	6	1,0	1,2	93,3
	16	4	,7	,8	94,1
	17	2	,3	,4	94,5
	NÃO ME LEMBRO OU NS/NR	28	4,6	5,5	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

	Média
P.46 Com que idade tiveste o primeiro telemóvel?	10,27

	P.2 GÉNERO	
	RAPAZ	RAPARIGA
	Média	Média
P.46 Com que idade tiveste o primeiro telemóvel?	10,16	10,38

P.47 Quem comprou o teu primeiro telemóvel?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	EU PRÓPRIO	19	3,2	3,7	3,7
	O MEU PAI	243	40,3	47,8	51,6
	A MINHA MÃE	148	24,5	29,1	80,7
	UM IRMÃO/IRMÃ	19	3,2	3,7	84,4
	OUTRO FAMILIAR	69	11,4	13,6	98,0
	UM AMIGO/A	4,7	,8		98,8
	OUTRAS PESSOAS	4,7	,8		99,6
	NS/NR	2,3	,4		100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.47 Quem comprou o teu primeiro telemóvel?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	EU PRÓPRIO	11	4,3	8	3,2
	O MEU PAI	130	50,6	113	45,0
	A MINHA MÃE	70	27,2	78	31,1
	UM IRMÃO/IRMÃ	8	3,1	11	4,4
	OUTRO FAMILIAR	32	12,5	37	14,7
	UM AMIGO/A	3	1,2	1	,4
	NAMORADO/A	0	,0	0	,0
	OUTRAS PESSOAS	1	,4	3	1,2
	NS/NR	2	,8	0	,0

P.47 Quem comprou o teu primeiro telemóvel?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
EU PRÓPRIO	3	2,1	7	3,9	9	4,9
O MEU PAI	58	39,7	87	48,3	98	53,8
A MINHA MÃE	46	31,5	49	27,2	53	29,1
UM IRMÃO/IRMÃ	8	5,5	6	3,3	5	2,7
OUTRO FAMILIAR	25	17,1	28	15,6	16	8,8
UM AMIGO/A	3	2,1	0	,0	1	,5
NAMORADO/A	0	,0	0	,0	0	,0
OUTRAS PESSOAS	3	2,1	1	,6	0	,0
NS/NR	0	,0	2	1,1	0	,0

P.48 Consideras que todas as chamadas que fazes e as mensagens que envias são necessárias?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NÃO, NENHUMA É NECESSÁRIA	30	5,0	5,9	5,9
	SIM, ALGUMAS SÃO NECESSÁRIAS	322	53,4	63,4	69,3
	SIM, MUITAS SÃO NECESSÁRIAS	81	13,4	15,9	85,2
	SIM, TODAS SÃO NECESSÁRIAS	71	11,8	14,0	99,2
	NS/NR	4	,7	,8	100,0
	Total	508	84,2	100,0	
Missing	System	95	15,8		
Total		603	100,0		

P.48 Consideras que todas as chamadas que fazes e as mensagens que envias são necessárias?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NÃO, NENHUMA É NECESSÁRIA	20	7,8	10	4,0
	SIM, ALGUMAS SÃO NECESSÁRIAS	157	61,1	165	65,7
	SIM, MUITAS SÃO NECESSÁRIAS	43	16,7	38	15,1
	SIM, TODAS SÃO NECESSÁRIAS	36	14,0	35	13,9
	NS/NR	1	,4	3	1,2

P.48 Consideras que todas as chamadas que fazes e as mensagens que envias são necessárias?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NÃO, NENHUMA É NECESSÁRIA	13	8,9	12	6,7	5	2,7
SIM, ALGUMAS SÃO NECESSÁRIAS	82	56,2	117	65,0	123	67,6
SIM, MUITAS SÃO NECESSÁRIAS	19	13,0	31	17,2	31	17,0
SIM, TODAS SÃO NECESSÁRIAS	29	19,9	19	10,6	23	12,6
NS/NR	3	2,1	1	,6	0	,0

P.49 Quantos telemóveis há em tua casa (sem contar com o do próprio)?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NENHUM	12	2,0	2,0	2,0
	UM	48	8,0	8,0	10,0
	DOIS	175	29,0	29,0	39,0
	TRÊS	195	32,3	32,3	71,3
	QUATRO	97	16,1	16,1	87,4
	MAIS DE QUATRO	70	11,6	11,6	99,0
	NS/NR	6	1,0	1,0	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.49 Quantos telemóveis há em tua casa (sem contar com o do próprio)?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NENHUM	8	2,6	4	1,3
	UM	23	7,5	25	8,4
	DOIS	94	30,8	81	27,2
	TRÊS	93	30,5	102	34,2
	QUATRO	46	15,1	51	17,1
	MAIS DE QUATRO	37	12,1	33	11,1
	NS/NR	4	1,3	2	,7

P.49 Quantos telemóveis há em tua casa (sem contar com o do próprio)?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NENHUM	7	3,1	3	1,6	2	1,1
UM	14	6,1	20	10,5	14	7,7
DOIS	75	32,8	60	31,4	40	21,9
TRÊS	74	32,3	57	29,8	64	35,0
QUATRO	30	13,1	34	17,8	33	18,0
MAIS DE QUATRO	24	10,5	16	8,4	30	16,4
NS/NR	5	2,2	1	,5	0	,0

Capítulo 3: Jogos de Vídeo

P.50 Habitualmente, costumas jogar videojogos em consolas ou em computadores?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SIM	345	57,2	57,2	57,2
	NÃO	258	42,8	42,8	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.50 Habitualmente, costumas jogar videojogos em consolas ou em computadores?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM	221	72,5	124	41,6
	NÃO	84	27,5	174	58,4

P.50 Habitualmente, costumas jogar videojogos em consolas ou em computadores?

		Escalões etários					
		8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
		Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM	135	59,0	109	57,1	101	55,2
	NÃO	94	41,0	82	42,9	82	44,8

P.51.A. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? CONSOLA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MAIS UTILIZADA	133	22,1	38,6	38,6
	2ª MAIS UTILIZADA	48	8,0	13,9	52,5
	3ª MAIS UTILIZADA	23	3,8	6,7	59,1
	4ª MAIS UTILIZADA	6	1,0	1,7	60,9
	5ª MAIS UTILIZADA	3	,5	,9	61,7
	NÃO UTILIZA	132	21,9	38,3	100,0
	Total	345	57,2	100,0	
Missing	System	258	42,8		
Total		603	100,0		

P.51.A. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? CONSOLA

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	MAIS UTILIZADA	90	40,7	43	34,7
	2ª MAIS UTILIZADA	41	18,6	7	5,6
	3ª MAIS UTILIZADA	17	7,7	6	4,8
	4ª MAIS UTILIZADA	3	1,4	3	2,4
	5ª MAIS UTILIZADA	1	,5	2	1,6
	NÃO UTILIZA	69	31,2	63	50,8

P.51.A. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? CONSOLA

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
MAIS UTILIZADA	62	45,9	41	37,6	30	29,7
2ª MAIS UTILIZADA	16	11,9	19	17,4	13	12,9
3ª MAIS UTILIZADA	5	3,7	8	7,3	10	9,9
4ª MAIS UTILIZADA	3	2,2	1	,9	2	2,0
5ª MAIS UTILIZADA	2	1,5	0	,0	1	1,0
NÃO UTILIZA	47	34,8	40	36,7	45	44,6

P.51.B. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? CONSOLA PORTÁTIL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MAIS UTILIZADA	45	7,5	13,0	13,0
	2ª MAIS UTILIZADA	31	5,1	9,0	22,0
	3ª MAIS UTILIZADA	10	1,7	2,9	24,9
	4ª MAIS UTILIZADA	6	1,0	1,7	26,7
	5ª MAIS UTILIZADA	5	,8	1,4	28,1
	NÃO UTILIZA	248	41,1	71,9	100,0
	Total	345	57,2	100,0	
Missing	System	258	42,8		
Total		603	100,0		

P.51.B. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? CONSOLA PORTÁTIL

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	MAIS UTILIZADA	27	12,2	18	14,5
	2ª MAIS UTILIZADA	23	10,4	8	6,5
	3ª MAIS UTILIZADA	8	3,6	2	1,6
	4ª MAIS UTILIZADA	4	1,8	2	1,6
	5ª MAIS UTILIZADA	4	1,8	1	,8
	NÃO UTILIZA	155	70,1	93	75,0

P.51.B. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? CONSOLA PORTÁTIL

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
MAIS UTILIZADA	22	16,3	10	9,2	13	12,9
2ª MAIS UTILIZADA	12	8,9	8	7,3	11	10,9
3ª MAIS UTILIZADA	4	3,0	3	2,8	3	3,0
4ª MAIS UTILIZADA	1	,7	3	2,8	2	2,0
5ª MAIS UTILIZADA	1	,7	2	1,8	2	2,0
NÃO UTILIZA	95	70,4	83	76,1	70	69,3

P.51.C. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? PC (EM CD OU DVD)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MAIS UTILIZADA	112	18,6	32,5	32,5
	2ª MAIS UTILIZADA	76	12,6	22,0	54,5
	3ª MAIS UTILIZADA	22	3,6	6,4	60,9
	4ª MAIS UTILIZADA	7	1,2	2,0	62,9
	5ª MAIS UTILIZADA	1	,2	,3	63,2
	NÃO UTILIZA	127	21,1	36,8	100,0
	Total	345	57,2	100,0	
Missing	System	258	42,8		
Total		603	100,0		

P.51.C. Em qual das seguintes plataformas costumam jogar? PC (EM CD OU DVD)

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	MAIS UTILIZADA	76	34,4	36	29,0
	2ª MAIS UTILIZADA	51	23,1	25	20,2
	3ª MAIS UTILIZADA	13	5,9	9	7,3
	4ª MAIS UTILIZADA	3	1,4	4	3,2
	5ª MAIS UTILIZADA	1	,5	0	,0
	NÃO UTILIZA	77	34,8	50	40,3

P.51.C. Em qual das seguintes plataformas costumam jogar? PC (EM CD OU DVD)

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
MAIS UTILIZADA	27	20,0	40	36,7	45	44,6
2ª MAIS UTILIZADA	30	22,2	30	27,5	16	15,8
3ª MAIS UTILIZADA	10	7,4	5	4,6	7	6,9
4ª MAIS UTILIZADA	3	2,2	1	,9	3	3,0
5ª MAIS UTILIZADA	0	,0	0	,0	1	1,0
NÃO UTILIZA	65	48,1	33	30,3	29	28,7

P.51.D. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? PC (WEBGAMES)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MAIS UTILIZADA	44	7,3	12,8	12,8
	2ª MAIS UTILIZADA	30	5,0	8,7	21,4
	3ª MAIS UTILIZADA	19	3,2	5,5	27,0
	4ª MAIS UTILIZADA	10	1,7	2,9	29,9
	5ª MAIS UTILIZADA	8	1,3	2,3	32,2
	NÃO UTILIZA	234	38,8	67,8	100,0
	Total	345	57,2	100,0	
Missing	System	258	42,8		
Total		603	100,0		

P.51.D. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? PC (WEBGAMES)

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	MAIS UTILIZADA	24	10,9	20	16,1
	2ª MAIS UTILIZADA	16	7,2	14	11,3
	3ª MAIS UTILIZADA	14	6,3	5	4,0
	4ª MAIS UTILIZADA	7	3,2	3	2,4
	5ª MAIS UTILIZADA	5	2,3	3	2,4
	NÃO UTILIZA	155	70,1	79	63,7

P.51.D. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? PC (WEBGAMES)

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
MAIS UTILIZADA	16	11,9	16	14,7	12	11,9
2ª MAIS UTILIZADA	10	7,4	12	11,0	8	7,9
3ª MAIS UTILIZADA	6	4,4	7	6,4	6	5,9
4ª MAIS UTILIZADA	4	3,0	4	3,7	2	2,0
5ª MAIS UTILIZADA	2	1,5	2	1,8	4	4,0
NÃO UTILIZA	97	71,9	68	62,4	69	68,3

P.51.E. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? TELEMÓVEL COM JOGOS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MAIS UTILIZADA	9	1,5	2,6	2,6
	2ª MAIS UTILIZADA	62	10,3	18,0	20,6
	3ª MAIS UTILIZADA	54	9,0	15,7	36,2
	4ª MAIS UTILIZADA	17	2,8	4,9	41,2
	5ª MAIS UTILIZADA	8	1,3	2,3	43,5
	NÃO UTILIZA	195	32,3	56,5	100,0
	Total	345	57,2	100,0	
Missing	System	258	42,8		
Total		603	100,0		

P.51.E. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? TELEMÓVEL COM JOGOS

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	MAIS UTILIZADA	3	1,4	6	4,8
	2ª MAIS UTILIZADA	32	14,5	30	24,2
	3ª MAIS UTILIZADA	39	17,6	15	12,1
	4ª MAIS UTILIZADA	14	6,3	3	2,4
	5ª MAIS UTILIZADA	6	2,7	2	1,6
	NÃO UTILIZA	127	57,5	68	54,8

P.51.E. Em qual das seguintes plataformas costumas jogar? TELEMÓVEL COM JOGOS

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
MAIS UTILIZADA	7	5,2	1	,9	1	1,0
2ª MAIS UTILIZADA	27	20,0	18	16,5	17	16,8
3ª MAIS UTILIZADA	21	15,6	23	21,1	10	9,9
4ª MAIS UTILIZADA	4	3,0	6	5,5	7	6,9
5ª MAIS UTILIZADA	4	3,0	1	,9	3	3,0
NÃO UTILIZA	72	53,3	60	55,0	63	62,4

P.52 Que tipo de jogos costumava jogar?

	Count	%
ACÇÃO	195	32,3
AVENTURA	166	27,5
ARCADE (EX: TETRIS)	27	4,5
CORRIDAS	152	25,2
INFANTIL / FAMÍLIA	59	9,8
ESTRATÉGIA	120	19,9
FUTEBOL	180	29,9
OUTROS DESPORTOS	62	10,3
PUZZLES / TABULEIRO / CARTAS	73	12,1
RPG (ROLE PLAYING GAMES)	18	3,0
SIMULAÇÃO	39	6,5
FPS (FIRST PERSON SHOOTERS)	18	3,0
OUTROS	3	,5
NS/NR	1	,2

P.52 Que tipo de jogos costumava jogar?

	RAPAZ (%)	RAPARIGA (%)
ACÇÃO	49,2	15,1
AVENTURA	33,4	21,5
ARCADE (EX: TETRIS)	6,9	2,0
CORRIDAS	36,1	25,2
INFANTIL / FAMÍLIA	5,6	14,1
ESTRATÉGIA	26,6	13,1
FUTEBOL	50,8	8,4
OUTROS DESPORTOS	15,4	5,0
PUZZLES / TABULEIRO / CARTAS	8,5	15,8
RPG (ROLE PLAYING GAMES)	4,6	1,3
SIMULAÇÃO	7,9	5,0
FPS (FIRST PERSON SHOOTERS)	5,6	,3
OUTROS	,7	,3
NS/NR	,3	,0

P.53 Tens jogos pirateados?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NÃO, NENHUM	249	41,3	72,2	72,2
	SIM, ALGUNS	67	11,1	19,4	91,6
	SIM, QUASE TODOS	10	1,7	2,9	94,5
	NS/NR	19	3,2	5,5	100,0
	Total	345	57,2	100,0	
Missing	System	258	42,8		
Total		603	100,0		

P.53 Tens jogos pirateados?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NÃO, NENHUM	151	68,3	98	79,0
	SIM, ALGUNS	49	22,2	18	14,5
	SIM, QUASE TODOS	10	4,5	0	,0
	NS/NR	11	5,0	8	6,5

P.53 Tens jogos pirateados?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NÃO, NENHUM	105	77,8	78	71,6	66	65,3
SIM, ALGUNS	16	11,9	23	21,1	28	27,7
SIM, QUASE TODOS	1	,7	3	2,8	6	5,9
NS/NR	13	9,6	5	4,6	1	1,0

P.54 Por que motivos tens jogos pirateados?

	Count	%
POR SER MAIS BARATO	51	8,5
POR SER MAIS FÁCIL DE ENCONTRAR JOGOS	18	3,0
PORQUE OS MEUS AMIGOS TAMBÉM TÊM	18	3,0
OUTRO MOTIVO	1	,2
NS/NR	4	,7

P.55 Com quem costumás jogar?

	Count	%
SOZINHO	230	38,1
COM A MINHA MÃE	8	1,3
COM O MEU PAI	20	3,3
COM OS MEUS IRMÃOS/IRMÃS	77	12,8
COM AMIGOS/AS	115	19,1
COM NAMORADO/A	4	,7
OUTROS FAMILIARES	10	1,7
COM OUTRAS PESSOAS	0	,0
NS/NR	1	,2

P.56 Costumas jogar online com outras pessoas?

	Count	%
SIM, NA CONSOLA	25	4,1
SIM, NO PC (EM CD OU DVD)	46	7,6
SIM NO PC (WEBGAMES)	44	7,3
SIM NO TELEMÓVEL	2	,3
NÃO	237	39,3
NS/NR	1	,2

P.57 Em tua casa quem é que utiliza jogos de consola/computador (além do próprio)?

	Count	Column N %
O MEU PAI	51	8,5
A MINHA MÃE	31	5,1
IRMÃO/IRMÃ	196	32,5
O AVÔ/AVÓ	1	,2
UM TIO/TIA	4	,7
UM AMIGO/A	9	1,5
NAMORADO/A	2	,3
NINGUÉM	340	56,4
OUTRAS PESSOAS	2	,3
NS/NR	7	1,2

Capítulo 4: Televisão

P.58 Quantas televisões existem em tua casa, que sejam utilizadas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NENHUMA	4	,7	,7	,7
	UMA	54	9,0	9,0	9,6
	DUAS	166	27,5	27,5	37,1
	TRÊS	190	31,5	31,5	68,7
	QUATRO	132	21,9	21,9	90,5
	MAIS DE QUATRO	53	8,8	8,8	99,3
	NS/NR	4	,7	,7	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.58 Quantas televisões existem em tua casa, que sejam utilizadas?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NENHUMA	0	,0	4	1,3
	UMA	27	8,9	27	9,1
	DUAS	82	26,9	84	28,2
	TRÊS	99	32,5	91	30,5
	QUATRO	76	24,9	56	18,8
	MAIS DE QUATRO	21	6,9	32	10,7
	NS/NR	0	,0	4	1,3

P.58 Quantas televisões existem em tua casa, que sejam utilizadas?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NENHUMA	1	,4	3	1,6	0	,0
UMA	20	8,7	16	8,4	18	9,8
DUAS	71	31,0	42	22,0	53	29,0
TRÊS	77	33,6	66	34,6	47	25,7
QUATRO	42	18,3	47	24,6	43	23,5
MAIS DE QUATRO	15	6,6	16	8,4	22	12,0
NS/NR	3	1,3	1	,5	0	,0

P.59 Tens em tua casa televisão paga (TV cabo, Satélite, etc.)?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SIM	318	52,7	53,1	53,1
	NÃO	278	46,1	46,4	99,5
	Ns/Nr	3,5	,5		100,0
	Total	599	99,3	100,0	
Missing	System	4,7			
Total		603	100,0		

P.59 Tens em tua casa televisão paga (TV cabo, Satélite, etc.)?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM	164	53,8	154	52,4
	NÃO	140	45,9	138	46,9
	Ns/Nr	1	,3	2	,7

P.59 Tens em tua casa televisão paga (TV cabo, Satélite, etc.)?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
SIM	117	51,3	93	49,5	108	59,0
NÃO	110	48,2	93	49,5	75	41,0
Ns/Nr	1	,4	2	1,1	0	,0

P.60 Onde se encontra a televisão que costumás utilizar com maior frequência?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NO MEU QUARTO	252	41,8	42,1	42,1
	NO QUARTO DE UM IRMÃO/IRMÃ	11	1,8	1,8	43,9
	NA SALA	293	48,6	48,9	92,8
	NO QUARTO DOS MEUS PAIS	9	1,5	1,5	94,3
	NA COZINHA	30	5,0	5,0	99,3
	NOUTROS LOCAIS	2,3	,3	,3	99,7
	NS/NR	2,3	,3	,3	100,0
	Total	599	99,3	100,0	
Missing	System	4,7			
Total		603	100,0		

P.60 Onde se encontra a televisão que costumás utilizar com maior frequência?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NO MEU QUARTO	137	44,9	115	39,1
	NO QUARTO DE UM IRMÃO/IRMÃ	5	1,6	6	2,0
	NA SALA	142	46,6	151	51,4
	NO QUARTO DOS MEUS PAIS	5	1,6	4	1,4
	NA COZINHA	14	4,6	16	5,4
	NOUTROS LOCAIS	1	,3	1	,3
	NS/NR	1	,3	1	,3

P.60 Onde se encontra a televisão que costumam utilizar com maior frequência?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NO MEU QUARTO	85	37,3	82	43,6	85	46,4
NO QUARTO DE UM IRMÃO/IRMÃ	3	1,3	4	2,1	4	2,2
NA SALA	120	52,6	89	47,3	84	45,9
NO QUARTO DOS MEUS PAIS	6	2,6	1	,5	2	1,1
NA COZINHA	11	4,8	11	5,9	8	4,4
NOUTROS LOCAIS	2	,9	0	,0	0	,0
NS/NR	1	,4	1	,5	0	,0

P.61 Quando vês televisão, costumam estar...

	Count	Column N %
SOZINHO	362	60,0
COM O MEU PAI	203	33,7
COM A MINHA MÃE	240	39,8
COM UM IRMÃO OU IRMÃ	209	34,7
COM OUTRO FAMILIAR	25	4,1
COM UM AMIGO/A	12	2,0
NAMORADO/A	8	1,3
COM OUTRAS PESSOAS	2	,3
NS/NR	1	,2

P.62 Realizas alguma destas actividades enquanto vês televisão?

	Count	%
ESTUDAR OU FAZER OS TRABALHOS DE CASA	126	20,9
COMER	380	63,0
OUVIR MÚSICA OU RÁDIO	90	14,9
NAVEGAR NA INTERNET	65	10,8
LER	30	5,0
FALAR AO TELEFONE/ TELEMÓVEL OU ENVIAR SMS	161	26,7
NÃO FAÇO NADA AO MESMO TEMPO	96	15,9

P.63 Quem vê mais televisão em tua casa?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid EU PRÓPRIO	277	45,9	46,2	46,2
OS MEUS IRMÃOS	86	14,3	14,4	60,6
O MEU PAI	72	11,9	12,0	72,6
A MINHA MÃE	80	13,3	13,4	86,0
O MEU AVÔ/AVÓ	21	3,5	3,5	89,5
OUTRAS PESSOAS	6	1,0	1,0	90,5
NS/NR	57	9,5	9,5	100,0
Total	599	99,3	100,0	
Missing System	4,7			
Total	603	100,0		

P.63 Quem vê mais televisão em tua casa?

	P.2 GÉNERO			
	RAPAZ		RAPARIGA	
	Count	Column N %	Count	Column N %
EU PRÓPRIO	141	46,2	136	46,3
OS MEUS IRMÃOS	34	11,1	52	17,7
O MEU PAI	41	13,4	31	10,5
A MINHA MÃE	48	15,7	32	10,9
O MEU AVÔ/AVÓ	13	4,3	8	2,7
OUTRAS PESSOAS	2	,7	4	1,4
NS/NR	26	8,5	31	10,5

P.63 Quem vê mais televisão em tua casa?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
EU PRÓPRIO	109	47,8	92	48,9	76	41,5
OS MEUS IRMÃOS	36	15,8	25	13,3	25	13,7
O MEU PAI	28	12,3	25	13,3	19	10,4
A MINHA MÃE	27	11,8	18	9,6	35	19,1
O MEU AVÔ/AVÓ	8	3,5	5	2,7	8	4,4
OUTRAS PESSOAS	1	,4	1	,5	4	2,2
NS/NR	19	8,3	22	11,7	16	8,7

P.64 Quando vês televisão em família, quem decide que programa ver?

	Count	Column N %
EU PRÓPRIO	136	22,6
OS MEUS IRMÃOS	40	6,6
O MEU PAI	211	35,0
A MINHA MÃE	120	19,9
O MEU AVÔ/AVÓ	9	1,5
O MEU NAMORADO/A	0	,0
DEPENDE	112	18,6
QUASE NUNCA VEMOS JUNTOS TELEVISÃO	23	3,8
OUTRAS PESSOAS	8	1,3
NS/NR	15	2,5

Capítulo 5: Filmes

P.65 Costumas ver filmes?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SIM, PRINCIPALMENTE FILMES DE ANIMAÇÃO/DESENHOS ANIMADOS	143	23,7	23,7	23,7
	SIM, PRINCIPALMENTE FILMES QUE NÃO SÃO DE DESENHOS ANIMADOS	237	39,3	39,3	63,0
	SIM, FILMES DE DESENHOS ANIMADOS E SEM SER DE DESENHOS ANIMADOS	184	30,5	30,5	93,5
	NÃO	39	6,5	6,5	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.65 Costumas ver filmes?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM, PRINCIPALMENTE FILMES DE ANIMAÇÃO/DESENHOS ANIMADOS	69	22,6	74	24,8
	SIM, PRINCIPALMENTE FILMES QUE NÃO SÃO DE DESENHOS ANIMADOS	123	40,3	114	38,3
	SIM, FILMES DE DESENHOS ANIMADOS E SEM SER DE DESENHOS ANIMADOS	94	30,8	90	30,2
	NÃO	19	6,2	20	6,7

P.65 Costumas ver filmes?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
SIM, PRINCIPALMENTE FILMES DE ANIMAÇÃO/DESENHOS ANIMADOS	95	41,5	29	15,2	19	10,4
SIM, PRINCIPALMENTE FILMES QUE NÃO SÃO DE DESENHOS ANIMADOS	41	17,9	96	50,3	100	54,6
SIM, FILMES DE DESENHOS ANIMADOS E SEM SER DE DESENHOS ANIMADOS	74	32,3	58	30,4	52	28,4
NÃO	19	8,3	8	4,2	12	6,6

P.66 Onde costumas assistir aos filmes?

	Count	%
NAS SALAS DE CINEMA	161	26,7
COMPRO/ALUGO DVDS	114	18,9
NA TV	500	82,9
FAÇO DOWNLOAD DA INTERNET DE FILMES	18	3,0
SÃO FILMES ORIGINAIS EMPRESTADOS POR AMIGOS/FAMILIARES/COLEGAS	24	4,0
FAÇO CÓPIAS A PARTIR DE DVDS ORIGINAIS	6	1,0
OUTRO MEIO	1	,2
NS/NR	2	,3

P.67 Habitualmente fazes pesquisas na Internet sobre filmes?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SIM, MUITO FREQUENTEMENTE	23	3,8	4,1	4,1
	SIM, FREQUENTEMENTE	29	4,8	5,1	9,2
	SIM, ÀS VEZES	78	12,9	13,8	23,0
	SIM, RARAMENTE	79	13,1	14,0	37,1
	NÃO, NUNCA	251	41,6	44,5	81,6
	NÃO SE APLICA	99	16,4	17,6	99,1
	NS/NR	5	,8	,9	100,0
	Total	564	93,5	100,0	
Missing	System	39	6,5		
Total		603	100,0		

P.67 Habitualmente fazes pesquisas na Internet sobre filmes?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM, MUITO FREQUENTEMENTE	17	5,9	6	2,2
	SIM, FREQUENTEMENTE	14	4,9	15	5,4
	SIM, ÀS VEZES	42	14,7	36	12,9
	SIM, RARAMENTE	38	13,3	41	14,7
	NÃO, NUNCA	128	44,8	123	44,2
	NÃO SE APLICA	43	15,0	56	20,1
	NS/NR	4	1,4	1	,4

P.67 Habitualmente fazes pesquisas na Internet sobre filmes?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
SIM, MUITO FREQUENTEMENTE	2	1,0	8	4,4	13	7,6
SIM, FREQUENTEMENTE	3	1,4	13	7,1	13	7,6
SIM, ÀS VEZES	15	7,1	32	17,5	31	18,1
SIM, RARAMENTE	15	7,1	33	18,0	31	18,1
NÃO, NUNCA	103	49,0	79	43,2	69	40,4
NÃO SE APLICA	70	33,3	16	8,7	13	7,6
NS/NR	2	1,0	2	1,1	1	,6

P.68 Costumas assistir a filmes no ecrã do computador?

	Count	%
SIM, DVDS	193	32,0
SIM, FILMES DESCARREGADOS DA INTERNET	55	9,1
NÃO	333	55,2
NS/NR	4	,7

P.69 Quando há um filme novo que te interessa ver, o que fazes normalmente?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VOU VER O FILME AO CINEMA	196	32,5	34,8	34,8
	ESPERO ATÉ QUE SAIA O DVD PARA ALUGÁ-LO	57	9,5	10,1	44,9
	ESPERO ATÉ QUE SAIA O DVD PARA COMPRAR UMA CÓPIA OFICIAL	28	4,6	5,0	49,8
	ESPERO ATÉ QUE SAIA O DVD PARA COMPRAR UMA CÓPIA PIRATA NA RUA	10	1,7	1,8	51,6
	PROCURO NA INTERNET PARA FAZER DOWNLOAD	18	3,0	3,2	54,8
	ESPERO ATÉ QUE PASSE NA TELEVISÃO	216	35,8	38,3	93,1
	OUTRA RESPOSTA	5	,8	,9	94,0
	NS/NR	34	5,6	6,0	100,0
	Total	564	93,5	100,0	
Missing	System	39	6,5		
Total		603	100,0		

P.69 Quando há um filme novo que te interessa ver, o que fazes normalmente?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VOU VER O FILME AO CINEMA	94	32,9	102	36,7
	ESPERO ATÉ QUE SAIA O DVD PARA ALUGÁ-LO	32	11,2	25	9,0
	ESPERO ATÉ QUE SAIA O DVD PARA COMPRAR UMA CÓPIA OFICIAL	8	2,8	20	7,2
	ESPERO ATÉ QUE SAIA O DVD PARA COMPRAR UMA CÓPIA PIRATA NA RUA	6	2,1	4	1,4
	PROCURO NA INTERNET PARA FAZER DOWNLOAD	14	4,9	4	1,4
	ESPERO ATÉ QUE PASSE NA TELEVISÃO	112	39,2	104	37,4
	OUTRA RESPOSTA	2	,7	3	1,1
	NS/NR	18	6,3	16	5,8

P.69 Quando há um filme novo que te interessa ver, o que fazes normalmente?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VOU VER O FILME AO CINEMA	43	20,5	61	33,3	92	53,8
ESPERO ATÉ QUE SAIA O DVD PARA ALUGÁ-LO	24	11,4	18	9,8	15	8,8
ESPERO ATÉ QUE SAIA O DVD PARA COMPRAR UMA CÓPIA OFICIAL	11	5,2	9	4,9	8	4,7
ESPERO ATÉ QUE SAIA O DVD PARA COMPRAR UMA CÓPIA PIRATA NA RUA	3	1,4	4	2,2	3	1,8
PROCURO NA INTERNET PARA FAZER DOWNLOAD	2	1,0	7	3,8	9	5,3
ESPERO ATÉ QUE PASSE NA TELEVISÃO	108	51,4	74	40,4	34	19,9
OUTRA RESPOSTA	2	1,0	3	1,6	0	,0
NS/NR	17	8,1	7	3,8	10	5,8

Capítulo 6: Música

P.70 Tens algum leitor de música portátil em que possas utilizar ficheiros MP3?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SIM	300	49,8	49,8	49,8
	NÃO	303	50,2	50,2	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.70 Tens algum leitor de música portátil em que possas utilizar ficheiros MP3?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM	162	53,1	138	46,3
	NÃO	143	46,9	160	53,7
	Ns/Nr	0	,0	0	,0

P.70 Tens algum leitor de música portátil em que possas utilizar ficheiros MP3?

		Escalões etários					
		8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
		Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM	77	33,6	114	59,7	109	59,6
	NÃO	152	66,4	77	40,3	74	40,4
	Ns/Nr	0	,0	0	,0	0	,0

P.71.A. És capaz de: DESCARREGAR/ FAZER DOWNLOAD DE MÚSICAS DA INTERNET

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SIM	219	36,3	36,3	36,3
	NÃO	376	62,4	62,4	98,7
	Ns/Nr	8	1,3	1,3	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.71.A. És capaz de: DESCARREGAR/ FAZER DOWNLOAD DE MÚSICAS DA INTERNET

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM	130	42,6	89	29,9
	NÃO	170	55,7	206	69,1
	Ns/Nr	5	1,6	3	1,0

P.71.A. És capaz de: DESCARREGAR/ FAZER DOWNLOAD DE MÚSICAS DA INTERNET

		Escalões etários					
		8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
		Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM	32	14,0	86	45,0	101	55,2
	NÃO	194	84,7	101	52,9	81	44,3
	Ns/Nr	3	1,3	4	2,1	1	,5

P.71.B. És capaz de: UTILIZAR SISTEMAS DE PARTILHA DE FICHEIROS(EX: EMULE, SOULSEEK, ETC)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SIM	164	27,2	27,2	27,2
	NÃO	423	70,1	70,1	97,3
	Ns/Nr	16	2,7	2,7	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.71.B. És capaz de: UTILIZAR SISTEMAS DE PARTILHA DE FICHEIROS(EX: EMULE, SOULSEEK, ETC)

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM	95	31,1	69	23,2
	NÃO	201	65,9	222	74,5
	Ns/Nr	9	3,0	7	2,3

P.71.B. És capaz de: UTILIZAR SISTEMAS DE PARTILHA DE FICHEIROS(EX: EMULE, SOULSEEK, ETC)

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
SIM	17	7,4	57	29,8	90	49,2
NÃO	208	90,8	129	67,5	86	47,0
Ns/Nr	4	1,7	5	2,6	7	3,8

P.72 Habitualmente, trocas músicas com os teus amigos(as)?

	Count	Column N %
SIM, CDS	206	34,2
SIM, FICHEIROS MP3	207	34,3
SIM, UTILIZANDO A INTERNET	70	11,6
NÃO	264	43,8
NS/NR	1	,2

P.73 Onde ou como costumavas trocar músicas através da Internet?

	Count	Column N %
ATRAVÉS DE REDES PEER-TO-PEER (COMO O EMULE, SOULSEEK ETC.)	10	1,7
EM BLOGS/FÓRUNS DE MÚSICA	11	1,8
ATRAVÉS DE REDES SOCIAIS MUSICAIS, TAIS COMO O MYSPACE MUSIC	9	1,5
ATRAVÉS DE OUTRAS REDES SOCIAIS, TAIS COMO O HI5 OU O FACEBOOK	16	2,7
ATRAVÉS DE PROGRAMAS DE MENSAGENS INSTANTANEAS TAIS COMO O MESSENGER	36	6,0
UTILIZO O EMAIL	19	3,2
OUTROS	2	,3
NS/NR	2	,3

P.74 Já compraste música através de sítios de venda na Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SIM, COMPRO HABITUALMENTE	9	1,5	1,5	1,5
	SIM, COMPRO ÀS VEZES	16	2,7	2,7	4,1
	SIM, MAS FOI APENAS UMA VEZ PARA EXPERIMENTAR	6	1,0	1,0	5,1
	NÃO, NUNCA COMPRI	551	91,4	91,4	96,5
	NS/NR	21	3,5	3,5	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.74 Já compraste música através de sítios de venda na Internet?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	SIM, COMPRO HABITUALMENTE	6	2,0	3	1,0
	SIM, COMPRO ÀS VEZES	12	3,9	4	1,3
	SIM, MAS FOI APENAS UMA VEZ PARA EXPERIMENTAR	3	1,0	3	1,0
	NÃO, NUNCA COMPRI	275	90,2	276	92,6
	OUTRAS RESPOSTA	0	,0	0	,0
	NS/NR	9	3,0	12	4,0

P.74 Já compraste música através de sítios de venda na Internet?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
SIM, COMPRO HABITUALMENTE	2	,9	5	2,6	2	1,1
SIM, COMPRO ÀS VEZES	4	1,7	6	3,1	6	3,3
SIM, MAS FOI APENAS UMA VEZ PARA EXPERIMENTAR	2	,9	1	,5	3	1,6
NÃO, NUNCA COMPREI	207	90,4	176	92,1	168	91,8
OUTRAS RESPOSTA	0	,0	0	,0	0	,0
NS/NR	14	6,1	3	1,6	4	2,2

P.75 Em que sites compras habitualmente música através da Internet?

	Count	Column N %
ITUNES	6	1,0
YAHOO MUSIC	12	2,0
NAPSTER	2	,3
SAPO MÚSICA	8	1,3
OUTRO	2	,3
NS/NR	7	1,2

P.76 E ainda em relação a música, achas que é mais errado...?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VENDER MÚSICAS/CDS PIRATEADOS	15	2,5	48,4	48,4
	COMPRAR MÚSICAS/CDS PIRATEADOS	5,8		16,1	64,5
	FAZER CÓPIAS DE CDS	4,7		12,9	77,4
	TROCAR MÚSICAS ATRAVÉS DA INTERNET	5,8		16,1	93,5
	NS/NR	2,3		6,5	100,0
	Total	31	5,1	100,0	
Missing	System	572	94,9		

P.76 E ainda em relação a música, achas que é mais errado...?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VENDER MÚSICAS/CDS PIRATEADOS	15	2,5	48,4	48,4
	COMPRAR MÚSICAS/CDS PIRATEADOS	5	,8	16,1	64,5
	FAZER CÓPIAS DE CDS	4	,7	12,9	77,4
	TROCAR MÚSICAS ATRAVÉS DA INTERNET	5	,8	16,1	93,5
	NS/NR	2	,3	6,5	100,0
	Total	31	5,1	100,0	
Missing	System	572	94,9		
Total		603	100,0		

P.76 E ainda em relação a música, achas que é mais errado...?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VENDER MÚSICAS/CDS PIRATEADOS	9	42,9	6	60,0
	COMPRAR MÚSICAS/CDS PIRATEADOS	4	19,0	1	10,0
	FAZER CÓPIAS DE CDS	2	9,5	2	20,0
	TROCAR MÚSICAS ATRAVÉS DA INTERNET	4	19,0	1	10,0
	NS/NR	2	9,5	0	,0

P.76 E ainda em relação a música, achas que é mais errado...?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VENDER MÚSICAS/CDS PIRATEADOS	3	37,5	6	50,0	6	54,5
COMPRAR MÚSICAS/CDS PIRATEADOS	1	12,5	1	8,3	3	27,3
FAZER CÓPIAS DE CDS	1	12,5	2	16,7	1	9,1
TROCAR MÚSICAS ATRAVÉS DA INTERNET	3	37,5	2	16,7	0	,0
NS/NR	0	,0	1	8,3	1	9,1

P.77 Que montante estarias disposto a gastar num mês para adquirir músicas em sítios na Internet que disponham desse serviço?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ATÉ 5	14	2,3	45,2	45,2
	DE 6 A 10	6	1,0	19,4	64,5
	DE 11 A 15	3	,5	9,7	74,2
	NADA (NÃO ACHO QUE SE DEVA PAGAR POR DESCARREGAR MÚSICA DA INTERNET)	7	1,2	22,6	96,8
	NS/NR	1	,2	3,2	100,0
	Total	31	5,1	100,0	
Missing	System	572	94,9		
Total		603	100,0		

P.77 Que montante estarias disposto a gastar num mês para adquirir músicas em sítios na Internet que disponham desse serviço?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	ATÉ 5 €	7	33,3	7	70,0
	DE 6 A 10 €	5	23,8	1	10,0
	DE 11 A 15 €	2	9,5	1	10,0
	DE 16 A 20 €	0	,0	0	,0
	21 € OU MAIS	0	,0	0	,0
	NADA (NÃO ACHO QUE SE DEVA PAGAR POR DESCARREGAR MÚSICA DA INTERNET)	6	28,6	1	10,0
	NS/NR	1	4,8	0	,0

P.77 Que montante estarias disposto a gastar num mês para adquirir músicas em sítios na Internet que disponham desse serviço?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
ATÉ 5 €	3	37,5	5	41,7	6	54,5
DE 6 A 10 €	3	37,5	1	8,3	2	18,2
DE 11 A 15 €	0	,0	2	16,7	1	9,1
DE 16 A 20 €	0	,0	0	,0	0	,0
21 € OU MAIS	0	,0	0	,0	0	,0
NADA (NÃO ACHO QUE SE DEVA PAGAR POR DESCARREGAR MÚSICA DA INTERNET)	2	25,0	3	25,0	2	18,2
NS/NR	0	,0	1	8,3	0	,0

Capítulo 7: Os Media no Quotidiano

P.78.A. Por dia, quanto tempo passas NA INTERNET

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NÃO UTILIZO	114	18,9	18,9	18,9
	15 MIN OU MENOS	59	9,8	9,8	28,7
	ENTRE 15 E 30 MIN	86	14,3	14,3	43,0
	ENTRE 30 MIN E 1H	96	15,9	15,9	58,9
	ENTRE 1 E 2H	108	17,9	17,9	76,8
	ENTRE 2 E 3H	46	7,6	7,6	84,4
	ENTRE 3 E 4H	23	3,8	3,8	88,2
	4H OU MAIS	31	5,1	5,1	93,4
	NS/NR	40	6,6	6,6	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.78.A. Por dia, quanto tempo passas NA INTERNET

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NÃO UTILIZO	49	16,1	65	21,8
	15 MIN OU MENOS	36	11,8	23	7,7
	ENTRE 15 E 30 MIN	40	13,1	46	15,4
	ENTRE 30 MIN E 1H	45	14,8	51	17,1
	ENTRE 1 E 2H	57	18,7	51	17,1
	ENTRE 2 E 3H	26	8,5	20	6,7
	ENTRE 3 E 4H	12	3,9	11	3,7
	4H OU MAIS	19	6,2	12	4,0
	NS/NR	21	6,9	19	6,4

P.78.A. Por dia, quanto tempo passas NA INTERNET

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NÃO UTILIZO	81	35,4	17	8,9	16	8,7
15 MIN OU MENOS	16	7,0	30	15,7	13	7,1
ENTRE 15 E 30 MIN	33	14,4	33	17,3	20	10,9
ENTRE 30 MIN E 1H	40	17,5	30	15,7	26	14,2
ENTRE 1 E 2H	25	10,9	35	18,3	48	26,2
ENTRE 2 E 3H	8	3,5	13	6,8	25	13,7
ENTRE 3 E 4H	5	2,2	11	5,8	7	3,8
4H OU MAIS	2	,9	10	5,2	19	10,4
NS/NR	19	8,3	12	6,3	9	4,9

P.78.B. Por dia, quanto tempo passas A VER TELEVISÃO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NÃO UTILIZO	22	3,6	3,6	3,6
15 MIN OU MENOS	25	4,1	4,1	7,8
ENTRE 15 E 30 MIN	52	8,6	8,6	16,4
ENTRE 30 MIN E 1H	86	14,3	14,3	30,7
ENTRE 1 E 2H	202	33,5	33,5	64,2
ENTRE 2 E 3H	114	18,9	18,9	83,1
ENTRE 3 E 4H	43	7,1	7,1	90,2
4H OU MAIS	43	7,1	7,1	97,3
NS/NR	16	2,7	2,7	100,0
Total	603	100,0	100,0	

P.78.B. Por dia, quanto tempo passas A VER TELEVISÃO

	P.2 GÉNERO			
	RAPAZ		RAPARIGA	
	Count	Column N %	Count	Column N %
NÃO UTILIZO	9	3,0	13	4,4
15 MIN OU MENOS	13	4,3	12	4,0
ENTRE 15 E 30 MIN	28	9,2	24	8,1
ENTRE 30 MIN E 1H	45	14,8	41	13,8
ENTRE 1 E 2H	106	34,8	96	32,2
ENTRE 2 E 3H	52	17,0	62	20,8
ENTRE 3 E 4H	18	5,9	25	8,4
4H OU MAIS	22	7,2	21	7,0
NS/NR	12	3,9	4	1,3

P.78.B. Por dia, quanto tempo passas A VER TELEVISÃO

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NÃO UTILIZO	10	4,4	6	3,1	6	3,3
15 MIN OU MENOS	8	3,5	6	3,1	11	6,0
ENTRE 15 E 30 MIN	21	9,2	12	6,3	19	10,4
ENTRE 30 MIN E 1H	35	15,3	20	10,5	31	16,9
ENTRE 1 E 2H	77	33,6	73	38,2	52	28,4
ENTRE 2 E 3H	44	19,2	43	22,5	27	14,8
ENTRE 3 E 4H	14	6,1	13	6,8	16	8,7
4H OU MAIS	15	6,6	13	6,8	15	8,2
NS/NR	5	2,2	5	2,6	6	3,3

P.78.C. Por dia, quanto tempo passas A OUVIR RÁDIO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NÃO UTILIZO	210	34,8	34,8	34,8
	15 MIN OU MENOS	132	21,9	21,9	56,7
	ENTRE 15 E 30 MIN	80	13,3	13,3	70,0
	ENTRE 30 MIN E 1H	49	8,1	8,1	78,1
	ENTRE 1 E 2H	63	10,4	10,4	88,6
	ENTRE 2 E 3H	17	2,8	2,8	91,4
	ENTRE 3 E 4H	12	2,0	2,0	93,4
	4H OU MAIS	12	2,0	2,0	95,4
	NS/NR	28	4,6	4,6	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.78.C. Por dia, quanto tempo passas A OUVIR RÁDIO

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NÃO UTILIZO	115	37,7	95	31,9
	15 MIN OU MENOS	59	19,3	73	24,5
	ENTRE 15 E 30 MIN	45	14,8	35	11,7
	ENTRE 30 MIN E 1H	25	8,2	24	8,1
	ENTRE 1 E 2H	29	9,5	34	11,4
	ENTRE 2 E 3H	8	2,6	9	3,0
	ENTRE 3 E 4H	6	2,0	6	2,0
	4H OU MAIS	5	1,6	7	2,3
	NS/NR	13	4,3	15	5,0

P.78.C. Por dia, quanto tempo passas A OUVIR RÁDIO

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NÃO UTILIZO	119	52,0	51	26,7	40	21,9
15 MIN OU MENOS	44	19,2	47	24,6	41	22,4
ENTRE 15 E 30 MIN	29	12,7	26	13,6	25	13,7
ENTRE 30 MIN E 1H	10	4,4	18	9,4	21	11,5
ENTRE 1 E 2H	15	6,6	22	11,5	26	14,2
ENTRE 2 E 3H	4	1,7	7	3,7	6	3,3
ENTRE 3 E 4H	0	,0	4	2,1	8	4,4
4H OU MAIS	0	,0	3	1,6	9	4,9
NS/NR	8	3,5	13	6,8	7	3,8

P.78.D. Por dia, quanto tempo passas OUVIR MÚSICA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NÃO UTILIZO	50	8,3	8,3	8,3
	15 MIN OU MENOS	84	13,9	13,9	22,2
	ENTRE 15 E 30 MIN	112	18,6	18,6	40,8
	ENTRE 30 MIN E 1H	112	18,6	18,6	59,4
	ENTRE 1 E 2H	103	17,1	17,1	76,5
	ENTRE 2 E 3H	65	10,8	10,8	87,2
	ENTRE 3 E 4H	19	3,2	3,2	90,4
	4H OU MAIS	39	6,5	6,5	96,8
	NS/NR	19	3,2	3,2	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.78.D. Por dia, quanto tempo passas OUVIR MÚSICA

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NÃO UTILIZO	31	10,2	19	6,4
	15 MIN OU MENOS	43	14,1	41	13,8
	ENTRE 15 E 30 MIN	60	19,7	52	17,4
	ENTRE 30 MIN E 1H	54	17,7	58	19,5
	ENTRE 1 E 2H	46	15,1	57	19,1
	ENTRE 2 E 3H	36	11,8	29	9,7
	ENTRE 3 E 4H	11	3,6	8	2,7
	4H OU MAIS	18	5,9	21	7,0
	NS/NR	6	2,0	13	4,4

P.78.D. Por dia, quanto tempo passas OUVIR MÚSICA

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NÃO UTILIZO	38	16,6	8	4,2	4	2,2
15 MIN OU MENOS	44	19,2	24	12,6	16	8,7
ENTRE 15 E 30 MIN	57	24,9	28	14,7	27	14,8
ENTRE 30 MIN E 1H	38	16,6	41	21,5	33	18,0
ENTRE 1 E 2H	28	12,2	35	18,3	40	21,9
ENTRE 2 E 3H	11	4,8	31	16,2	23	12,6
ENTRE 3 E 4H	1	,4	5	2,6	13	7,1
4H OU MAIS	6	2,6	11	5,8	22	12,0
NS/NR	6	2,6	8	4,2	5	2,7

P.78.E. Por dia, quanto tempo passas USAR O TELEFONE FIXO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NÃO UTILIZO	461	76,5	76,5	76,5
	15 MIN OU MENOS	95	15,8	15,8	92,2
	ENTRE 15 E 30 MIN	20	3,3	3,3	95,5
	ENTRE 30 MIN E 1H	7	1,2	1,2	96,7
	ENTRE 1 E 2H	4,7	,7		97,3
	ENTRE 2 E 3H	1,2	,2		97,5
	NS/NR	15	2,5	2,5	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.78.E. Por dia, quanto tempo passas USAR O TELEFONE FIXO

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NÃO UTILIZO	245	80,3	216	72,5
	15 MIN OU MENOS	35	11,5	60	20,1
	ENTRE 15 E 30 MIN	10	3,3	10	3,4
	ENTRE 30 MIN E 1H	5	1,6	2	,7
	ENTRE 1 E 2H	1	,3	3	1,0
	ENTRE 2 E 3H	1	,3	0	,0
	ENTRE 3 E 4H	0	,0	0	,0
	4H OU MAIS	0	,0	0	,0
	NS/NR	8	2,6	7	2,3

P.78.E. Por dia, quanto tempo passas USAR O TELEFONE FIXO

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NÃO UTILIZO	182	79,5	137	71,7	142	77,6
15 MIN OU MENOS	35	15,3	38	19,9	22	12,0
ENTRE 15 E 30 MIN	5	2,2	7	3,7	8	4,4
ENTRE 30 MIN E 1H	2	,9	4	2,1	1	,5
ENTRE 1 E 2H	0	,0	2	1,0	2	1,1
ENTRE 2 E 3H	0	,0	0	,0	1	,5
ENTRE 3 E 4H	0	,0	0	,0	0	,0
4H OU MAIS	0	,0	0	,0	0	,0
NS/NR	5	2,2	3	1,6	7	3,8

P.78.F. Por dia, quanto tempo passas USAR O TELEMÓVEL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NÃO UTILIZO	95	15,8	15,8	15,8
	15 MIN OU MENOS	146	24,2	24,2	40,0
	ENTRE 15 E 30 MIN	85	14,1	14,1	54,1
	ENTRE 30 MIN E 1H	50	8,3	8,3	62,4
	ENTRE 1 E 2H	59	9,8	9,8	72,1
	ENTRE 2 E 3H	31	5,1	5,1	77,3
	ENTRE 3 E 4H	19	3,2	3,2	80,4
	4H OU MAIS	88	14,6	14,6	95,0
	NS/NR	30	5,0	5,0	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.78.F. Por dia, quanto tempo passas USAR O TELEMÓVEL

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	NÃO UTILIZO	48	15,7	47	15,8
	15 MIN OU MENOS	78	25,6	68	22,8
	ENTRE 15 E 30 MIN	41	13,4	44	14,8
	ENTRE 30 MIN E 1H	29	9,5	21	7,0
	ENTRE 1 E 2H	30	9,8	29	9,7
	ENTRE 2 E 3H	17	5,6	14	4,7
	ENTRE 3 E 4H	8	2,6	11	3,7
	4H OU MAIS	43	14,1	45	15,1
	NS/NR	11	3,6	19	6,4

P.78.F. Por dia, quanto tempo passas USAR O TELEMÓVEL

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NÃO UTILIZO	83	36,2	11	5,8	1	,5
15 MIN OU MENOS	69	30,1	48	25,1	29	15,8
ENTRE 15 E 30 MIN	27	11,8	34	17,8	24	13,1
ENTRE 30 MIN E 1H	13	5,7	13	6,8	24	13,1
ENTRE 1 E 2H	14	6,1	26	13,6	19	10,4
ENTRE 2 E 3H	1	,4	17	8,9	13	7,1
ENTRE 3 E 4H	3	1,3	7	3,7	9	4,9
4H OU MAIS	8	3,5	27	14,1	53	29,0
NS/NR	11	4,8	8	4,2	11	6,0

P.78.G. Por dia, quanto tempo passas JOGAR VIDEOJOGOS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NÃO UTILIZO	258	42,8	42,8	42,8
15 MIN OU MENOS	43	7,1	7,1	49,9
ENTRE 15 E 30 MIN	10	1,7	1,7	51,6
ENTRE 30 MIN E 1H	1,2	,2		51,7
ENTRE 1 E 2H	1,2	,2		51,9
ENTRE 2 E 3H	1,2	,2		52,1
NS/NR	289	47,9	47,9	100,0
Total	603	100,0	100,0	

P.78.G. Por dia, quanto tempo passas JOGAR VIDEOJOGOS

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
NÃO UTILIZO		84	27,5	174	58,4
15 MIN OU MENOS		21	6,9	22	7,4
ENTRE 15 E 30 MIN		9	3,0	1	,3
ENTRE 30 MIN E 1H		1	,3	0	,0
ENTRE 1 E 2H		1	,3	0	,0
ENTRE 2 E 3H		1	,3	0	,0
ENTRE 3 E 4H		0	,0	0	,0
4H OU MAIS		0	,0	0	,0
NS/NR		188	61,6	101	33,9

P.78.G. Por dia, quanto tempo passas JOGAR VIDEOJOGOS

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
NÃO UTILIZO	94	41,0	82	42,9	82	44,8
15 MIN OU MENOS	20	8,7	15	7,9	8	4,4
ENTRE 15 E 30 MIN	3	1,3	1	,5	6	3,3
ENTRE 30 MIN E 1H	1	,4	0	,0	0	,0
ENTRE 1 E 2H	0	,0	1	,5	0	,0
ENTRE 2 E 3H	0	,0	0	,0	1	,5
ENTRE 3 E 4H	0	,0	0	,0	0	,0
4H OU MAIS	0	,0	0	,0	0	,0
NS/NR	111	48,5	92	48,2	86	47,0

P.79.1 Destas actividades, qual seria, para ti a mais difícil de deixar de fazer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VER TELEVISÃO	160	26,5	26,5	26,5
	OUVIR RÁDIO	13	2,2	2,2	28,7
	USAR O TELEMÓVEL	188	31,2	31,2	59,9
	USAR A INTERNET	90	14,9	14,9	74,8
	LER	12	2,0	2,0	76,8
	JOGAR VIDEOJOGOS	60	10,0	10,0	86,7
	OUVIR MÚSICA	29	4,8	4,8	91,5
	NENHUMA/ MAIS NENHUMA	48	8,0	8,0	99,5
	NS/NR	3	,5	,5	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.79.1 Destas actividades, qual seria, para ti a mais difícil de deixar de fazer?

	P.2 GÉNERO			
	RAPAZ		RAPARIGA	
	Count	Column N %	Count	Column N %
VER TELEVISÃO	65	21,3	95	31,9
OUVIR RÁDIO	9	3,0	4	1,3
USAR O TELEMÓVEL	75	24,6	113	37,9
USAR A INTERNET	60	19,7	30	10,1
LER	7	2,3	5	1,7
JOGAR VIDEOJOGOS	49	16,1	11	3,7
OUVIR MÚSICA	10	3,3	19	6,4
NENHUMA/ MAIS NENHUMA	29	9,5	19	6,4
NS/NR	1	,3	2	,7

P.79.1 Destas actividades, qual seria, para ti a mais difícil de deixar de fazer?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VER TELEVISÃO	94	41,0	44	23,0	22	12,0
OUVIR RÁDIO	6	2,6	3	1,6	4	2,2
USAR O TELEMÓVEL	35	15,3	68	35,6	85	46,4
USAR A INTERNET	26	11,4	29	15,2	35	19,1
LER	6	2,6	3	1,6	3	1,6
JOGAR VIDEOJOGOS	35	15,3	16	8,4	9	4,9
OUVIR MÚSICA	6	2,6	11	5,8	12	6,6
NENHUMA/ MAIS NENHUMA	19	8,3	17	8,9	12	6,6
NS/NR	2	,9	0	,0	1	,5

P.79.2 Destas actividades, qual seria, para ti a 2ª mais difícil de deixar de fazer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VER TELEVISÃO	143	23,7	25,9	25,9
	OUVIR RÁDIO	24	4,0	4,3	30,3
	USAR O TELEMÓVEL	121	20,1	21,9	52,2
	USAR A INTERNET	122	20,2	22,1	74,3
	LER	19	3,2	3,4	77,7
	JOGAR VIDEOJOGOS	55	9,1	10,0	87,7
	OUVIR MÚSICA	51	8,5	9,2	96,9
	NENHUMA/ MAIS NENHUMA	14	2,3	2,5	99,5
	NS/NR	3,5	,5		100,0
	Total	552	91,5	100,0	
Missing	System	51	8,5		
Total		603	100,0		

P.79.2 Destas actividades, qual seria, para ti a 2ª mais difícil de deixar de fazer?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VER TELEVISÃO	74	26,9	69	24,9
	OUVIR RÁDIO	13	4,7	11	4,0
	USAR O TELEMÓVEL	57	20,7	64	23,1
	USAR A INTERNET	60	21,8	62	22,4
	LER	8	2,9	11	4,0
	JOGAR VIDEOJOGOS	37	13,5	18	6,5
	OUVIR MÚSICA	19	6,9	32	11,6
	NENHUMA/ MAIS NENHUMA	6	2,2	8	2,9
	NS/NR	1	,4	2	,7

P.79.2 Destas actividades, qual seria, para ti a 2ª mais difícil de deixar de fazer?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VER TELEVISÃO	55	26,4	49	28,2	39	22,9
OUVIR RÁDIO	7	3,4	10	5,7	7	4,1
USAR O TELEMÓVEL	37	17,8	39	22,4	45	26,5
USAR A INTERNET	37	17,8	43	24,7	42	24,7
LER	12	5,8	2	1,1	5	2,9
JOGAR VIDEOJOGOS	30	14,4	18	10,3	7	4,1
OUVIR MÚSICA	19	9,1	13	7,5	19	11,2
NENHUMA/ MAIS NENHUMA	10	4,8	0	,0	4	2,4
NS/NR	1	,5	0	,0	2	1,2

P.79.3 Destas actividades, qual seria, para ti a 3ª mais difícil de deixar de fazer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VER TELEVISÃO	121	20,1	22,6	22,6
	OUVIR RÁDIO	15	2,5	2,8	25,4
	USAR O TELEMÓVEL	52	8,6	9,7	35,1
	USAR A INTERNET	89	14,8	16,6	51,8
	LER	29	4,8	5,4	57,2
	JOGAR VIDEOJOGOS	55	9,1	10,3	67,5
	OUVIR MÚSICA	103	17,1	19,3	86,7
	NENHUMA/ MAIS NENHUMA	69	11,4	12,9	99,6
	NS/NR	2,3	,4		100,0
	Total	535	88,7	100,0	
Missing	System	68	11,3		
Total		603	100,0		

P.79.3 Destas actividades, qual seria, para ti a 3ª mais difícil de deixar de fazer?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VER TELEVISÃO	69	25,7	52	19,5
	OUVIR RÁDIO	5	1,9	10	3,7
	USAR O TELEMÓVEL	34	12,7	18	6,7
	USAR A INTERNET	41	15,3	48	18,0
	LER	8	3,0	21	7,9
	JOGAR VIDEOJOGOS	38	14,2	17	6,4
	OUVIR MÚSICA	37	13,8	66	24,7
	NENHUMA/ MAIS NENHUMA	35	13,1	34	12,7
	NS/NR	1	,4	1	,4

P.79.3 Destas actividades, qual seria, para ti a 3ª mais difícil de deixar de fazer?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VER TELEVISÃO	31	15,7	41	23,6	49	29,9
OUVIR RÁDIO	3	1,5	3	1,7	9	5,5
USAR O TELEMÓVEL	17	8,6	20	11,5	15	9,1
USAR A INTERNET	24	12,2	33	19,0	32	19,5
LER	14	7,1	9	5,2	6	3,7
JOGAR VIDEOJOGOS	26	13,2	18	10,3	11	6,7
OUVIR MÚSICA	34	17,3	38	21,8	31	18,9
NENHUMA/ MAIS NENHUMA	46	23,4	12	6,9	11	6,7
NS/NR	2	1,0	0	,0	0	,0

P.80.1 E qual seria, a actividade mais fácil de deixar de fazer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VER TELEVISÃO	34	5,6	5,6	5,6
	OUVIR RÁDIO	115	19,1	19,1	24,7
	USAR O TELEMÓVEL	26	4,3	4,3	29,0
	USAR A INTERNET	41	6,8	6,8	35,8
	LER	233	38,6	38,6	74,5
	JOGAR VIDEOJOGOS	73	12,1	12,1	86,6
	OUVIR MÚSICA	22	3,6	3,6	90,2
	NENHUMA/ MAIS NENHUMA	43	7,1	7,1	97,3
	NS/NR	16	2,7	2,7	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.80.1 E qual seria, a actividade mais fácil de deixar de fazer?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VER TELEVISÃO	14	4,6	20	6,7
	OUVIR RÁDIO	67	22,0	48	16,1
	USAR O TELEMÓVEL	15	4,9	11	3,7
	USAR A INTERNET	20	6,6	21	7,0
	LER	131	43,0	102	34,2
	JOGAR VIDEOJOGOS	16	5,2	57	19,1
	OUVIR MÚSICA	16	5,2	6	2,0
	NENHUMA/ MAIS NENHUMA	19	6,2	24	8,1
	NS/NR	7	2,3	9	3,0

P.80.1 E qual seria, a actividade mais fácil de deixar de fazer?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VER TELEVISÃO	8	3,5	13	6,8	13	7,1
OUVIR RÁDIO	50	21,8	45	23,6	20	10,9
USAR O TELEMÓVEL	13	5,7	6	3,1	7	3,8
USAR A INTERNET	20	8,7	14	7,3	7	3,8
LER	85	37,1	78	40,8	70	38,3
JOGAR VIDEOJOGOS	14	6,1	18	9,4	41	22,4
OUVIR MÚSICA	10	4,4	4	2,1	8	4,4
NENHUMA/ MAIS NENHUMA	19	8,3	10	5,2	14	7,7
NS/NR	10	4,4	3	1,6	3	1,6

P.80.2 E qual seria, a 2ª actividade mais fácil de deixar de fazer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VER TELEVISÃO	28	4,6	5,1	5,1
	OUVIR RÁDIO	155	25,7	28,5	33,6
	USAR O TELEMÓVEL	36	6,0	6,6	40,3
	USAR A INTERNET	39	6,5	7,2	47,4
	LER	104	17,2	19,1	66,5
	JOGAR VIDEOJOGOS	71	11,8	13,1	79,6
	OUVIR MÚSICA	45	7,5	8,3	87,9
	NENHUMA/ MAIS NENHUMA	62	10,3	11,4	99,3
	NS/NR	4,7	,7		100,0
	Total	544	90,2	100,0	
Missing	System	59	9,8		
Total		603	100,0		

P.80.2 E qual seria, a 2ª actividade mais fácil de deixar de fazer?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VER TELEVISÃO	18	6,5	10	3,8
	OUVIR RÁDIO	81	29,0	74	27,9
	USAR O TELEMÓVEL	22	7,9	14	5,3
	USAR A INTERNET	20	7,2	19	7,2
	LER	54	19,4	50	18,9
	JOGAR VIDEOJOGOS	19	6,8	52	19,6
	OUVIR MÚSICA	27	9,7	18	6,8
	NENHUMA/ MAIS NENHUMA	35	12,5	27	10,2
	NS/NR	3	1,1	1	,4

P.80.2 E qual seria, a 2ª actividade mais fácil de deixar de fazer?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VER TELEVISÃO	7	3,5	7	3,9	14	8,4
OUVIR RÁDIO	51	25,5	54	30,3	50	30,1
USAR O TELEMÓVEL	17	8,5	15	8,4	4	2,4
USAR A INTERNET	17	8,5	13	7,3	9	5,4
LER	36	18,0	34	19,1	34	20,5
JOGAR VIDEOJOGOS	19	9,5	26	14,6	26	15,7
OUVIR MÚSICA	25	12,5	12	6,7	8	4,8
NENHUMA/ MAIS NENHUMA	27	13,5	17	9,6	18	10,8
NS/NR	1	,5	0	,0	3	1,8

P.80.3 E qual seria, a 3ª actividade mais fácil de deixar de fazer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	VER TELEVISÃO	37	6,1	7,7	7,7
	OUVIR RÁDIO	77	12,8	16,1	23,8
	USAR O TELEMÓVEL	26	4,3	5,4	29,3
	USAR A INTERNET	44	7,3	9,2	38,5
	LER	48	8,0	10,0	48,5
	JOGAR VIDEOJOGOS	65	10,8	13,6	62,1
	OUVIR MÚSICA	64	10,6	13,4	75,5
	NENHUMA/ MAIS NENHUMA	113	18,7	23,6	99,2
	NS/NR	4,7	,8		100,0
	Total	478	79,3	100,0	
Missing	System	125	20,7		
Total		603	100,0		

P.80.3 E qual seria, a 3ª actividade mais fácil de deixar de fazer?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	VER TELEVISÃO	21	8,7	16	6,8
	OUVIR RÁDIO	35	14,5	42	17,7
	USAR O TELEMÓVEL	20	8,3	6	2,5
	USAR A INTERNET	20	8,3	24	10,1
	LER	24	10,0	24	10,1
	JOGAR VIDEOJOGOS	29	12,0	36	15,2
	OUVIR MÚSICA	38	15,8	26	11,0
	NENHUMA/ MAIS NENHUMA	52	21,6	61	25,7
	NS/NR	2	,8	2	,8

P.80.3 E qual seria, a 3ª actividade mais fácil de deixar de fazer?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
VER TELEVISÃO	8	4,7	13	8,1	16	11,0
OUVIR RÁDIO	28	16,3	20	12,4	29	20,0
USAR O TELEMÓVEL	15	8,7	7	4,3	4	2,8
USAR A INTERNET	20	11,6	12	7,5	12	8,3
LER	15	8,7	16	9,9	17	11,7
JOGAR VIDEOJOGOS	15	8,7	26	16,1	24	16,6
OUVIR MÚSICA	25	14,5	27	16,8	12	8,3
NENHUMA/ MAIS NENHUMA	43	25,0	40	24,8	30	20,7
NS/NR	3	1,7	0	,0	1	,7

P.81A. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: OS VIDEOJOGOS TIRAM-ME TEMPO DE ESTUDO?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	63	10,4	10,4	10,4
	CONCORDO EM PARTE	109	18,1	18,1	28,5
	DISCORDO EM PARTE	64	10,6	10,6	39,1
	DISCORDO TOTALMENTE	104	17,2	17,2	56,4
	NS/NR	5,8	,8		57,2
	NÃO SE APLICA	258	42,8	42,8	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81A. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: OS VIDEOJOGOS TIRAM-ME TEMPO DE ESTUDO?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	46	15,1	17	5,7
	CONCORDO EM PARTE	76	24,9	33	11,1
	DISCORDO EM PARTE	42	13,8	22	7,4
	DISCORDO TOTALMENTE	54	17,7	50	16,8
	NS/NR	3	1,0	2	,7
	NÃO SE APLICA	84	27,5	174	58,4

P.81A. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: OS VIDEOJOGOS TIRAM-ME TEMPO DE ESTUDO?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	29	12,7	15	7,9	19	10,4
CONCORDO EM PARTE	42	18,3	40	20,9	27	14,8
DISCORDO EM PARTE	17	7,4	29	15,2	18	9,8
DISCORDO TOTALMENTE	45	19,7	24	12,6	35	19,1
NS/NR	2	,9	1	,5	2	1,1
NÃO SE APLICA	94	41,0	82	42,9	82	44,8

P.81B. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: OS VIDEOJOGOS TIRAM-ME TEMPO PARA ESTAR COM A FAMÍLIA E AMIGOS?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	56	9,3	9,3	9,3
	CONCORDO EM PARTE	108	17,9	17,9	27,2
	DISCORDO EM PARTE	67	11,1	11,1	38,3
	DISCORDO TOTALMENTE	111	18,4	18,4	56,7
	NS/NR	3,5	,5		57,2
	NÃO SE APLICA	258	42,8	42,8	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81B. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: OS VIDEOJOGOS TIRAM-ME TEMPO PARA ESTAR COM A FAMÍLIA E AMIGOS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	38	12,5	18	6,0
	CONCORDO EM PARTE	76	24,9	32	10,7
	DISCORDO EM PARTE	45	14,8	22	7,4
	DISCORDO TOTALMENTE	61	20,0	50	16,8
	NS/NR	1	,3	2	,7
	NÃO SE APLICA	84	27,5	174	58,4

P.81B. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: OS VIDEOJOGOS TIRAM-ME TEMPO PARA ESTAR COM A FAMÍLIA E AMIGOS?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	22	9,6	18	9,4	16	8,7
CONCORDO EM PARTE	44	19,2	36	18,8	28	15,3
DISCORDO EM PARTE	24	10,5	29	15,2	14	7,7
DISCORDO TOTALMENTE	43	18,8	25	13,1	43	23,5
NS/NR	2	,9	1	,5	0	,0
NÃO SE APLICA	94	41,0	82	42,9	82	44,8

P.81C. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: ESTOU VICIADO NUM VIDEOJOGO?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	34	5,6	5,6	5,6
	CONCORDO EM PARTE	58	9,6	9,6	15,3
	DISCORDO EM PARTE	60	10,0	10,0	25,2
	DISCORDO TOTALMENTE	188	31,2	31,2	56,4
	NS/NR	5,8	,8		57,2
	NÃO SE APLICA	258	42,8	42,8	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81C. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: ESTOU VICIADO NUM VIDEOJOGO?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	28	9,2	6	2,0
	CONCORDO EM PARTE	37	12,1	21	7,0
	DISCORDO EM PARTE	45	14,8	15	5,0
	DISCORDO TOTALMENTE	108	35,4	80	26,8
	NS/NR	3	1,0	2	,7
	NÃO SE APLICA	84	27,5	174	58,4

P.81C. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: ESTOU VICIADO NUM VIDEOJOGO?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	20	8,7	5	2,6	9	4,9
CONCORDO EM PARTE	23	10,0	25	13,1	10	5,5
DISCORDO EM PARTE	18	7,9	25	13,1	17	9,3
DISCORDO TOTALMENTE	72	31,4	54	28,3	62	33,9
NS/NR	2	,9	0	,0	3	1,6
NÃO SE APLICA	94	41,0	82	42,9	82	44,8

P.81D. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: CONHEÇO PESSOAS QUE, QUANDO ESTÃO EM CASA, NÃO PARAM DE JOGAR?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	157	26,0	26,0	26,0
	CONCORDO EM PARTE	90	14,9	14,9	41,0
	DISCORDO EM PARTE	37	6,1	6,1	47,1
	DISCORDO TOTALMENTE	46	7,6	7,6	54,7
	NS/NR	15	2,5	2,5	57,2
	NÃO SE APLICA	258	42,8	42,8	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81D. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: CONHEÇO PESSOAS QUE, QUANDO ESTÃO EM CASA, NÃO PARAM DE JOGAR?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	93	30,5	64	21,5
	CONCORDO EM PARTE	66	21,6	24	8,1
	DISCORDO EM PARTE	22	7,2	15	5,0
	DISCORDO TOTALMENTE	31	10,2	15	5,0
	NS/NR	9	3,0	6	2,0
	NÃO SE APLICA	84	27,5	174	58,4

P.81D. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: CONHEÇO PESSOAS QUE, QUANDO ESTÃO EM CASA, NÃO PARAM DE JOGAR?

		Escalaões etários					
		8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
		Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	55	24,0	54	28,3	48	26,2
	CONCORDO EM PARTE	36	15,7	29	15,2	25	13,7
	DISCORDO EM PARTE	14	6,1	13	6,8	10	5,5
	DISCORDO TOTALMENTE	22	9,6	9	4,7	15	8,2
	NS/NR	8	3,5	4	2,1	3	1,6
	NÃO SE APLICA	94	41,0	82	42,9	82	44,8

P.81E. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: OS VIDEOJOGOS PODEM TORNAR-ME VIOLENTO?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	28	4,6	4,6	4,6
	CONCORDO EM PARTE	85	14,1	14,1	18,7
	DISCORDO EM PARTE	57	9,5	9,5	28,2
	DISCORDO TOTALMENTE	158	26,2	26,2	54,4
	NS/NR	17	2,8	2,8	57,2
	NÃO SE APLICA	258	42,8	42,8	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81E. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: OS VIDEOJOGOS PODEM TORNAR-ME VIOLENTO?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	20	6,6	8	2,7
	CONCORDO EM PARTE	59	19,3	26	8,7
	DISCORDO EM PARTE	30	9,8	27	9,1
	DISCORDO TOTALMENTE	101	33,1	57	19,1
	NS/NR	11	3,6	6	2,0
	NÃO SE APLICA	84	27,5	174	58,4

P.81E. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: OS VIDEOJOGOS PODEM TORNAR-ME VIOLENTO?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	12	5,2	7	3,7	9	4,9
CONCORDO EM PARTE	37	16,2	32	16,8	16	8,7
DISCORDO EM PARTE	15	6,6	19	9,9	23	12,6
DISCORDO TOTALMENTE	60	26,2	46	24,1	52	28,4
NS/NR	11	4,8	5	2,6	1	,5
NÃO SE APLICA	94	41,0	82	42,9	82	44,8

P.81F. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: É MUITO MAIS DIVERTIDO JOGAR COM ALGUÉM DO QUE JOGAR SOZINHO?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	178	29,5	29,5	29,5
	CONCORDO EM PARTE	108	17,9	17,9	47,4
	DISCORDO EM PARTE	36	6,0	6,0	53,4
	DISCORDO TOTALMENTE	20	3,3	3,3	56,7
	NS/NR	3,5	,5		57,2
	NÃO SE APLICA	258	42,8	42,8	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81F. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: É MUITO MAIS DIVERTIDO JOGAR COM ALGUÉM DO QUE JOGAR SOZINHO?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	112	36,7	66	22,1
	CONCORDO EM PARTE	72	23,6	36	12,1
	DISCORDO EM PARTE	22	7,2	14	4,7
	DISCORDO TOTALMENTE	13	4,3	7	2,3
	NS/NR	2	,7	1	,3
	NÃO SE APLICA	84	27,5	174	58,4

P.81F. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: É MUITO MAIS DIVERTIDO JOGAR COM ALGUÉM DO QUE JOGAR SOZINHO?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	73	31,9	52	27,2	53	29,0
CONCORDO EM PARTE	41	17,9	34	17,8	33	18,0
DISCORDO EM PARTE	12	5,2	14	7,3	10	5,5
DISCORDO TOTALMENTE	7	3,1	8	4,2	5	2,7
NS/NR	2	,9	1	,5	0	,0
NÃO SE APLICA	94	41,0	82	42,9	82	44,8

P.81G. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: SINTO-ME MUITO ANSIOSO(A) QUANDO ME ESQUEÇO DO TELEMÓVEL OU QUANDO ESTE FICA SEM BATERIA?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CONCORDO TOTALMENTE	173	28,7	28,7	28,7
CONCORDO EM PARTE	167	27,7	27,7	56,4
DISCORDO EM PARTE	98	16,3	16,3	72,6
DISCORDO TOTALMENTE	66	10,9	10,9	83,6
NS/NR	4,7	,7		84,2
NÃO SE APLICA	95	15,8	15,8	100,0
Total	603	100,0	100,0	

P.81G. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: SINTO-ME MUITO ANSIOSO(A)
QUANDO ME ESQUEÇO DO TELEMÓVEL OU QUANDO ESTE FICA SEM BATERIA?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE		77	25,2	96	32,2
CONCORDO EM PARTE		81	26,6	86	28,9
DISCORDO EM PARTE		54	17,7	44	14,8
DISCORDO TOTALMENTE		42	13,8	24	8,1
NS/NR		3	1,0	1	,3
NÃO SE APLICA		48	15,7	47	15,8

P.81G. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: SINTO-ME MUITO ANSIOSO(A)
QUANDO ME ESQUEÇO DO TELEMÓVEL OU QUANDO ESTE FICA SEM BATERIA?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	29	12,7	65	34,0	79	43,2
CONCORDO EM PARTE	43	18,8	64	33,5	60	32,8
DISCORDO EM PARTE	39	17,0	33	17,3	26	14,2
DISCORDO TOTALMENTE	34	14,8	17	8,9	15	8,2
NS/NR	1	,4	1	,5	2	1,1
NÃO SE APLICA	83	36,2	11	5,8	1	,5

P.81H. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: MANTENHO O MEU TELEMÓVEL PERMANENTEMENTE LIGADO?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CONCORDO TOTALMENTE	272	45,1	45,1	45,1
CONCORDO EM PARTE	148	24,5	24,5	69,7
DISCORDO EM PARTE	56	9,3	9,3	78,9
DISCORDO TOTALMENTE	31	5,1	5,1	84,1
NS/NR	1	,2	,2	84,2
NÃO SE APLICA	95	15,8	15,8	100,0
Total	603	100,0	100,0	

P.81H. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: MANTENHO O MEU TELEMÓVEL PERMANENTEMENTE LIGADO?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE		129	42,3	143	48,0
CONCORDO EM PARTE		77	25,2	71	23,8
DISCORDO EM PARTE		35	11,5	21	7,0
DISCORDO TOTALMENTE		15	4,9	16	5,4
NS/NR		1	,3	0	,0
NÃO SE APLICA		48	15,7	47	15,8

P.81H. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: MANTENHO O MEU TELEMÓVEL PERMANENTEMENTE LIGADO?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	58	25,3	92	48,2	122	66,7
CONCORDO EM PARTE	42	18,3	62	32,5	44	24,0
DISCORDO EM PARTE	29	12,7	18	9,4	9	4,9
DISCORDO TOTALMENTE	17	7,4	7	3,7	7	3,8
NS/NR	0	,0	1	,5	0	,0
NÃO SE APLICA	83	36,2	11	5,8	1	,5

P.81I. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: TENHO O MEU TELEMÓVEL PERSONALIZADO COM UMA FOTOGRAFIA, UM PROTECTOR DE ECRÃ OU UM TOQUE FAVORITO?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CONCORDO TOTALMENTE	257	42,6	42,6	42,6
CONCORDO EM PARTE	127	21,1	21,1	63,7
DISCORDO EM PARTE	69	11,4	11,4	75,1
DISCORDO TOTALMENTE	53	8,8	8,8	83,9
NS/NR	2,3	,3		84,2
NÃO SE APLICA	95	15,8	15,8	100,0
Total	603	100,0	100,0	

P.81I. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: TENHO O MEU TELEMÓVEL PERSONALIZADO COM UMA FOTOGRAFIA, UM PROTECTOR DE ECRÃ OU UM TOQUE FAVORITO?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	127	41,6	130	43,6
	CONCORDO EM PARTE	69	22,6	58	19,5
	DISCORDO EM PARTE	33	10,8	36	12,1
	DISCORDO TOTALMENTE	27	8,9	26	8,7
	NS/NR	1	,3	1	,3
	NÃO SE APLICA	48	15,7	47	15,8

P.81I. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: TENHO O MEU TELEMÓVEL PERSONALIZADO COM UMA FOTOGRAFIA, UM PROTECTOR DE ECRÃ OU UM TOQUE FAVORITO?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	62	27,1	89	46,6	106	57,9
CONCORDO EM PARTE	28	12,2	58	30,4	41	22,4
DISCORDO EM PARTE	28	12,2	21	11,0	20	10,9
DISCORDO TOTALMENTE	27	11,8	11	5,8	15	8,2
NS/NR	1	,4	1	,5	0	,0
NÃO SE APLICA	83	36,2	11	5,8	1	,5

P.81J. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: COSTUMO ENVIAR MENSAGENS DE PARABÉNS E BOAS FESTAS ATRAVÉS DE SMS?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	265	43,9	43,9	43,9
	CONCORDO EM PARTE	151	25,0	25,0	69,0
	DISCORDO EM PARTE	48	8,0	8,0	76,9
	DISCORDO TOTALMENTE	41	6,8	6,8	83,7
	NS/NR	3,5	,5		84,2
	NÃO SE APLICA	95	15,8	15,8	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81J. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: COSTUMO ENVIAR MENSAGENS DE PARABÉNS E BOAS FESTAS ATRAVÉS DE SMS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	114	37,4	151	50,7
	CONCORDO EM PARTE	83	27,2	68	22,8
	DISCORDO EM PARTE	33	10,8	15	5,0
	DISCORDO TOTALMENTE	26	8,5	15	5,0
	NS/NR	1	,3	2	,7
	NÃO SE APLICA	48	15,7	47	15,8

P.81J. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: **COSTUMO ENVIAR MENSAGENS DE PARABÉNS E BOAS FESTAS ATRAVÉS DE SMS?**

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	57	24,9	91	47,6	117	63,9
CONCORDO EM PARTE	48	21,0	57	29,8	46	25,1
DISCORDO EM PARTE	19	8,3	19	9,9	10	5,5
DISCORDO TOTALMENTE	20	8,7	12	6,3	9	4,9
NS/NR	2	,9	1	,5	0	,0
NÃO SE APLICA	83	36,2	11	5,8	1	,5

P.81K. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET É-ME MUITO ÚTIL?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	278	46,1	46,1	46,1
	CONCORDO EM PARTE	168	27,9	27,9	74,0
	DISCORDO EM PARTE	34	5,6	5,6	79,6
	DISCORDO TOTALMENTE	5	,8	,8	80,4
	NS/NR	4	,7	,7	81,1
	NÃO SE APLICA	114	18,9	18,9	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81K. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET É-ME MUITO ÚTIL?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	145	47,5	133	44,6
	CONCORDO EM PARTE	92	30,2	76	25,5
	DISCORDO EM PARTE	15	4,9	19	6,4
	DISCORDO TOTALMENTE	3	1,0	2	,7
	NS/NR	1	,3	3	1,0
	NÃO SE APLICA	49	16,1	65	21,8

P.81K. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET É-ME MUITO ÚTIL?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	69	30,1	94	49,2	115	62,8
CONCORDO EM PARTE	57	24,9	67	35,1	44	24,0
DISCORDO EM PARTE	17	7,4	11	5,8	6	3,3
DISCORDO TOTALMENTE	1	,4	2	1,0	2	1,1
NS/NR	4	1,7	0	,0	0	,0
NÃO SE APLICA	81	35,4	17	8,9	16	8,7

**P.81L. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET PODE PROVOCAR
HABITUAÇÃO, TORNANDO-ME VICIADO?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	147	24,4	24,4	24,4
	CONCORDO EM PARTE	175	29,0	29,0	53,4
	DISCORDO EM PARTE	87	14,4	14,4	67,8
	DISCORDO TOTALMENTE	65	10,8	10,8	78,6
	NS/NR	15	2,5	2,5	81,1
	NÃO SE APLICA	114	18,9	18,9	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

**P.81L. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET PODE PROVOCAR
HABITUAÇÃO, TORNANDO-ME VICIADO?**

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	68	22,3	79	26,5
	CONCORDO EM PARTE	100	32,8	75	25,2
	DISCORDO EM PARTE	41	13,4	46	15,4
	DISCORDO TOTALMENTE	37	12,1	28	9,4
	NS/NR	10	3,3	5	1,7
	NÃO SE APLICA	49	16,1	65	21,8

P.81L. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET PODE PROVOCAR HABITUAÇÃO, TORNANDO-ME VICIADO?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	46	20,1	52	27,2	49	26,8
CONCORDO EM PARTE	41	17,9	70	36,6	64	35,0
DISCORDO EM PARTE	27	11,8	30	15,7	30	16,4
DISCORDO TOTALMENTE	26	11,4	17	8,9	22	12,0
NS/NR	8	3,5	5	2,6	2	1,1
NÃO SE APLICA	81	35,4	17	8,9	16	8,7

P.81M. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET PODE PROVOCAR ISOLAMENTO, E FAZER COM QUE ESTEJA MENOS COM OS MEUS AMIGOS E FAMILIARES?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	137	22,7	22,7	22,7
	CONCORDO EM PARTE	188	31,2	31,2	53,9
	DISCORDO EM PARTE	91	15,1	15,1	69,0
	DISCORDO TOTALMENTE	61	10,1	10,1	79,1
	NS/NR	12	2,0	2,0	81,1
	NÃO SE APLICA	114	18,9	18,9	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81M. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET PODE PROVOCAR ISOLAMENTO, E FAZER COM QUE ESTEJA MENOS COM OS MEUS AMIGOS E FAMILIARES?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	67	22,0	70	23,5
	CONCORDO EM PARTE	101	33,1	87	29,2
	DISCORDO EM PARTE	43	14,1	48	16,1
	DISCORDO TOTALMENTE	37	12,1	24	8,1
	NS/NR	8	2,6	4	1,3
	NÃO SE APLICA	49	16,1	65	21,8

P.81M. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET PODE PROVOCAR ISOLAMENTO, E FAZER COM QUE ESTEJA MENOS COM OS MEUS AMIGOS E FAMILIARES?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	41	17,9	49	25,7	47	25,7
CONCORDO EM PARTE	57	24,9	69	36,1	62	33,9
DISCORDO EM PARTE	25	10,9	35	18,3	31	16,9
DISCORDO TOTALMENTE	18	7,9	16	8,4	27	14,8
NS/NR	7	3,1	5	2,6	0	,0
NÃO SE APLICA	81	35,4	17	8,9	16	8,7

P.81N. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: GOSTO DA INTERNET, POIS ESTA É UM MEIO DE ME ENTRETER?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	234	38,8	38,8	38,8
	CONCORDO EM PARTE	216	35,8	35,8	74,6
	DISCORDO EM PARTE	28	4,6	4,6	79,3
	DISCORDO TOTALMENTE	8	1,3	1,3	80,6
	NS/NR	3,5	,5		81,1
	NÃO SE APLICA	114	18,9	18,9	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81N. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: GOSTO DA INTERNET, POIS ESTA É UM MEIO DE ME ENTRETER?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	126	41,3	108	36,2
	CONCORDO EM PARTE	113	37,0	103	34,6
	DISCORDO EM PARTE	12	3,9	16	5,4
	DISCORDO TOTALMENTE	4	1,3	4	1,3
	NS/NR	1	,3	2	,7
	NÃO SE APLICA	49	16,1	65	21,8

P.81N. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: GOSTO DA INTERNET, POIS ESTA É UM MEIO DE ME ENTRETER?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	68	29,7	74	38,7	92	50,3
CONCORDO EM PARTE	69	30,1	81	42,4	66	36,1
DISCORDO EM PARTE	8	3,5	14	7,3	6	3,3
DISCORDO TOTALMENTE	2	,9	4	2,1	2	1,1
NS/NR	1	,4	1	,5	1	,5
NÃO SE APLICA	81	35,4	17	8,9	16	8,7

P.81O. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET É ANTES DE MAIS UMA FORMA DE COMUNICAR COM OS MEUS AMIGOS?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	198	32,8	32,8	32,8
	CONCORDO EM PARTE	216	35,8	35,8	68,7
	DISCORDO EM PARTE	50	8,3	8,3	76,9
	DISCORDO TOTALMENTE	17	2,8	2,8	79,8
	NS/NR	8	1,3	1,3	81,1
	NÃO SE APLICA	114	18,9	18,9	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81O. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET É ANTES DE MAIS UMA FORMA DE COMUNICAR COM OS MEUS AMIGOS?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	101	33,1	97	32,6
	CONCORDO EM PARTE	121	39,7	95	31,9
	DISCORDO EM PARTE	22	7,2	28	9,4
	DISCORDO TOTALMENTE	10	3,3	7	2,3
	NS/NR	2	,7	6	2,0
	NÃO SE APLICA	49	16,1	65	21,8

P.81O. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: A INTERNET É ANTES DE MAIS UMA FORMA DE COMUNICAR COM OS MEUS AMIGOS?

	Escalaões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	49	21,4	64	33,5	85	46,4
CONCORDO EM PARTE	62	27,1	86	45,0	68	37,2
DISCORDO EM PARTE	23	10,0	17	8,9	10	5,5
DISCORDO TOTALMENTE	10	4,4	5	2,6	2	1,1
NS/NR	4	1,7	2	1,0	2	1,1
NÃO SE APLICA	81	35,4	17	8,9	16	8,7

P.81P. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: QUANDO ESTOU ONLINE, MANTENHO O MEU MESSENGER PERMANENTEMENTE LIGADO?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CONCORDO TOTALMENTE	189	31,3	31,3	31,3
	CONCORDO EM PARTE	139	23,1	23,1	54,4
	DISCORDO EM PARTE	63	10,4	10,4	64,8
	DISCORDO TOTALMENTE	73	12,1	12,1	76,9
	NS/NR	25	4,1	4,1	81,1
	NÃO SE APLICA	114	18,9	18,9	100,0
	Total	603	100,0	100,0	

P.81P. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: QUANDO ESTOU ONLINE, MANTENHO O MEU MESSENGER PERMANENTEMENTE LIGADO?

		P.2 GÉNERO			
		RAPAZ		RAPARIGA	
		Count	Column N %	Count	Column N %
	CONCORDO TOTALMENTE	89	29,2	100	33,6
	CONCORDO EM PARTE	83	27,2	56	18,8
	DISCORDO EM PARTE	31	10,2	32	10,7
	DISCORDO TOTALMENTE	37	12,1	36	12,1
	NS/NR	16	5,2	9	3,0
	NÃO SE APLICA	49	16,1	65	21,8

P.81P. Até que ponto estás de acordo com a seguinte frase: QUANDO ESTOU ONLINE, MANTENHO O MEU MESSENGER PERMANENTEMENTE LIGADO?

	Escalões etários					
	8 aos 12 anos		13 aos 15 anos		16 aos 18 anos	
	Count	Column N %	Count	Column N %	Count	Column N %
CONCORDO TOTALMENTE	35	15,3	70	36,6	84	45,9
CONCORDO EM PARTE	31	13,5	59	30,9	49	26,8
DISCORDO EM PARTE	23	10,0	18	9,4	22	12,0
DISCORDO TOTALMENTE	42	18,3	20	10,5	11	6,0
NS/NR	17	7,4	7	3,7	1	,5
NÃO SE APLICA	81	35,4	17	8,9	16	8,7

Análise dos Resultados

Os resultados obtidos em 2008 vêm corroborar e cimentar muitas das conclusões já apuradas no inquérito presencial de 2006. A aplicação e comparação dos dois inquéritos vêm legitimar a identificação de tendências no que respeita a relação das crianças e dos adolescentes portugueses com os media. Na análise dos inquéritos presencial e online aplicados em 2006 verificaram-se dois tipos de perfis quanto às práticas mediáticas, em particular, no que respeita à internet. Os adolescentes inquiridos online mostraram, sem dúvida, maior arcaboço no que respeita à familiarização e utilização de computadores e da internet. Um segmento significativo de jovens respondentes a nível nacional evidenciava muito menos competências e conhecimentos no que respeita à utilização da internet.

Um quarto dos inquiridos do inquérito de 2008 não tem computador em casa e perto de metade (46,9%) tem um computador. Ainda assim, uma fracção apreciável de inquiridos, que corresponde a 28,1%, declara ter dois ou mais computadores em casa. Pode-se presumir que em parte destes jovens o computador já permeia o seu ambiente mediático da mesma forma como acontece com outros media, nomeadamente, a televisão e o telemóvel, que são reclamados pelos vários membros do agregado familiar. Em alguns sectores profissionais, em que o computador é uma ferramenta de trabalho, os pais utilizam os seus próprios aparelhos, enquanto que os filhos reclamam para si o seu próprio computador. Todavia, ainda não estamos num cenário em que cada membro do agregado familiar tem o seu próprio computador, ao contrário do que já acontece com o telemóvel, contudo, no médio-prazo isso poderá acontecer. Além disso, é nos mais novos que há uma percentagem maior de crianças sem computador em casa (34,9%), em comparação com 18% dos inquiridos dos 16 aos 18 anos. No entanto, com as iniciativas no âmbito do plano tecnológico, nomeadamente do programa governamental e-escolinhas essa realidade pode mudar nos próximos anos. É também entre os adolescentes com idades compreendidas entre os 16 e os 18 anos que há uma maior percentagem de inquiridos com dois ou mais computadores em casa (37,7%), em comparação com 22,3% entre os mais novos.

Quanto ao tipo de computadores que os inquiridos têm em casa, 38,5% afirma que têm, pelo menos, um computador portátil e 59,4% declara ter, pelo menos, um computador fixo. Contudo, entre os adolescentes dos 16 aos 18 anos a percentagem de inquiridos com pelo

menos um portátil em casa (51,9%), aproxima-se daqueles que têm pelo menos um computador fixo. Entre os inquiridos que têm pelo menos um computador em casa, perto de metade dos jovens (48,2%) afirma que têm computador no seu quarto, o que reflecte uma realidade em que cada vez mais jovens têm vários dispositivos mediáticos no seu reduto pessoal. Há medida que os inquiridos se vão tornando mais velhos maior a tendência para terem um computador no quarto.

Para aqueles que têm internet em casa as principais formas de ligação são por cabo (24,3%) ou por ligação ADSL (19,2%), contudo, é já muito próxima a percentagem de inquiridos com uma ligação via placa 3g/usb de operadores móveis (18,4%). Apenas uma minoria de 8,6% afirma utilizar uma ligação antiga via modem (linha telefónica). É de notar que 25,4% dos inquiridos com computador afirmam não ter qualquer ligação à internet em casa. Considerando o total dos inquiridos, 18,9% diz não utilizar a internet. No inquérito presencial aplicado em 2008, apura-se que cerca de 54,9% dos jovens têm acesso à internet em casa, o que demonstra que não grandes evoluções desde 2006 neste aspecto. É claro o contraste com os dados apurados no inquérito online aplicado em 2006, onde perto de 90% dos respondentes possuem ligação à internet em casa, que é o local privilegiado de utilização da rede. No inquérito presencial de 2008, perto de metade dos inquiridos (49,3%) afirmam que costumam aceder à internet na escola. A nível nacional, os dados demonstram que a escola é um local com uma importância estratégica quanto ao desenvolvimento e promoção da info-literacia de sectores da população juvenil que não têm acesso à internet em casa, nem têm hipótese de o obter. Outra forma relevante de utilização da internet é ir a casa de um amigo (em 12,4%) e apenas 4,6% afirmam que costumam utilizar a internet em cybercafés. Somente pequenas minorias de jovens acedem habitualmente à internet em deslocações através do acesso móvel (1,3%), na junta de freguesia ou na câmara municipal (2,7%) ou na biblioteca (1,8%). Verifica-se ainda que há uma maior percentagem de raparigas que não utiliza de todo a internet. A principal razão adiantada para a não utilização da internet é a falta de acesso a uma ligação à internet (12,8%). Apenas uma pequena minoria jovens que não usam a internet declaram que os motivos se prendem com a falta interesse na sua utilização ou porque não lhe reconhecem utilidade ou porque não têm computador. No total dos inquiridos, 3,8% afirma ainda que não utiliza a internet porque não a sabe usar. A percentagem de crianças ou adolescentes que admitem não saber utilizar a internet é superior entre as raparigas.

Tal como já tinha sido apurado no inquérito presencial de 2006, a grande maioria destes jovens começaram a utilizar cedo a internet: em 2008 a média da idade que os inquiridos

recordam quando utilizaram a Internet pela primeira vez é de cerca de 10 anos de idade. Será de prever que a idade média em que os internautas começaram a utilizar a internet tenderá a diminuir. Quanto aos períodos do dia passados na rede durante a semana, o período em que mais jovens passam a navegar na internet é à tarde até às 20 horas (em 47,6% dos casos). Outro período frequente de navegação é à noite das 20 às 22 horas (em 30,5%). Somente 10,3% navega mais habitualmente de manhã e 12,4% afirma que utiliza habitualmente a internet das 22 horas até à meia-noite. Apenas uma pequeníssima de 1,8% dos jovens afirma que navega habitualmente depois da meia-noite e só 1,3% admitem navegar na rede o dia todo. No fim-de-semana os dados mudam um pouco de figura pois a percentagem de jovens que admite navegar o dia inteiro passa a 10,1%, sendo esta a principal diferença a relatar.

Quanto aos conteúdos que as crianças e os adolescentes procuram na rede, os jogos (57,9%) e a música (56,4%) surgem à cabeça, seguidos dos vídeos (41%), das informações desportivas (27,2%), dos conteúdos educativos (26%). Os conteúdos culturais, os blogues, as notícias e os conteúdos relacionados com software e informática são menos populares, recolhendo as preferências de menos de 20% mas de mais de 10% dos inquiridos. Os rapazes são os que mais procuram informação na rede sobre desporto, jogos, vídeos e software e informática, enquanto que as raparigas tendem a procurar mais conteúdos culturais, educativos e relacionados com música, embora tenham um interesse elevado nos conteúdos sobre jogos e vídeos mas menor do que o dos rapazes em termos relativos.

Quase um quarto dos jovens (24,3%) afirma que costuma enviar e receber emails várias vezes ao dia e 17% afirmam que recebem ou enviam cerca de um email por dia. Além disso, 19,2% afirmam que o fazem 2 ou 3 vezes por semana e 8,2% cerca de uma vez por semana. Porém, cerca de 21,1% afirmam que nunca recebem ou enviam emails. Curiosamente, uma maior percentagem de rapazes em comparação com as raparigas afirma que nunca recebe ou envia emails. À medida que os inquiridos são mais velhos maior a tendência para o envio e recebimento de emails ser mais frequente.

Cerca de 10% dos jovens afirma que costuma enviar mensagens SMS através da internet várias vezes ao dia e 5,3% afirmam que enviam cerca de uma mensagem SMS por dia. Acrescente-se que 7,8% afirmam que o faz 2 ou 3 vezes por semana, 6,7 o faz cerca de uma vez por semana e 4,7% de 15 em 15 dias. Uma percentagem de 8,2 envia mensagens SMS pela internet menos frequentemente ainda. Porém, mais de metade (56,6%) afirma que nunca envia mensagens SMS pela internet. Também aqui há uma maior percentagem de rapazes em comparação com as raparigas que afirma que nunca envia mensagens pela internet. Igualmente, há mais

inquiridos dos 16 aos 18 anos que enviam mensagens SMS pela internet e à medida que os inquiridos são mais velhos maior a tendência para o envio de mensagens pela rede.

Uma grande maioria dos inquiridos (87,7%) não telefona através da internet. Isto é, não utiliza serviços de Voice over IP (VoIP), que poderão constituir uma alternativa ao telefone. No entanto, a utilização de serviços de VoIP tende a aumentar com a idade. As chamadas de vídeo pela internet são igualmente pouco usuais entre os jovens inquiridos visto que 77,1% dos inquiridos declaram que nunca utilizam esse serviço. Contudo, mais uma vez a utilização de chamadas de vídeo aumenta na adolescência em comparação com os inquiridos mais novos, pré-adolescentes. Já a utilização de serviços de mensagens instantâneas como o Messenger constitui uma forma bastante importante de comunicar com os pares através da rede. Normalmente, os seus usuários recorrem a esses serviços diariamente, várias vezes ao dia (em 25,2% dos casos) ou cerca de uma vez por dia (em 17,6% dos casos) ou com bastante regularidade e comunicam essencialmente com os seus amigos ou pares que conheceram em contextos fora da rede. A comunicação com familiares também é relevante, embora, muito menos do que a com os amigos. São utilizados por uma fracção relevante de inquiridos para combinar encontros, o que revela formas de interacção entre o que se passa online e o que se passa offline. A comunicação pelo Messenger constitui também uma forma de apresentação da identidade juvenil, que é feita através de personalizações. Essas personalizações servem na maior parte dos casos para demonstrar o estado de alma ou uma causa ou ideia, para os jovens se exprimirem através de fotos ou imagens, de mensagens com citações favoritas, frases pessoais ou pensamentos ou pela partilha das músicas que estão a ouvir. Nos escalões etários mais velhos a comunicação através de serviços de mensagens instantâneas torna-se mais frequente, enquanto que nos inquiridos dos 8 aos 12 anos, metade não utiliza esses serviços.

A participação em chats ou fóruns online já é bem menos frequente que a utilização de serviços tipo messenger. Mais de 70% dos inquiridos que utilizam a internet não participam em chats ou em fóruns. Curiosamente, verifica-se uma ligeira tendência para haver uma participação mais masculina nos chats e nos fóruns online. Além disso, a participação aumenta com o aumento da idade e torna-se mais frequente nos inquiridos mais velhos.

Perto de um quinto dos jovens (19,2%) afirma que costuma aceder a sites de redes sociais como o *hi5* ou o *MySpace* várias vezes ao dia e 14,3% afirmam que o fazem cerca de uma vez por dia. Além disso, 12,5% afirmam que acedem a esse tipo de sites 2 ou 3 vezes por semana e 6,5% cerca de uma vez por semana. As percentagens de jovens inquiridos que o fazem menos

frequentemente oscilam entre os 5%. No entanto, cerca de 36,6% afirmam que nunca acedem a sites de redes sociais. Há uma maior percentagem de raparigas que acede a esses sites e que o faz mais frequentemente. O acesso a sites de redes sociais é uma prática bem mais comum entre os jovens internautas dos 16 aos 18 anos (81,4%) e entre os adolescentes dos 13 aos 15 anos (65,4%) do que entre as crianças dos 8 aos 12 anos (39,3%). É na adolescência que se aposta mais no alargamento e aprofundamento das relações sociais e que, concomitantemente, a frequência do acesso a sites de redes sociais aumenta e se torna mais frequente, sendo uma prática várias vezes repetida durante um dia ou durante a semana.

A maior das crianças e dos jovens inquiridos não vêem programas de televisão online (76,7%) enquanto que ouvir rádio online já é uma prática um pouco mais frequente entre os internautas (a percentagem de inquiridos que não ouve rádio online é de 61,1%). Tanto o visionamento de programas de televisão online como a audição de rádio online tende a aumentar e a ser mais frequente nos escalões etários mais velhos. A mesma tendência se verifica quanto à descarga de jogos online, embora a maioria o afirme que nunca o faz (65,8%). São também os mais velhos que jogam online e com mais frequência. Mas entre os internautas, cerca de metade diz que nunca joga online.

Construir ou manter um blogue é uma tarefa ainda menos realizada visto que 76,5% dos internautas inquiridos afirmam que nunca o fazem. Entre os inquiridos dos 8 aos 12 anos essa percentagem ascende aos 87,2%. Também são bastante minoritários os jovens que navegam na blogosfera, comentam blogues ou mantêm e constroem sites frequentemente. Igualmente, são práticas mais comuns e frequentes entre os inquiridos mais velhos. Já fazer upload de fotos e de músicas é mais comum para 42,2% e 39,4% dos inquiridos, respectivamente. Já fazer uploads de vídeos é menos comum visto que apenas 27,8% o fazem mais ou menos frequentemente. Tal como no upload de músicas, há aqui uma maior tendência para serem as raparigas a fazerem mais uploads. Mais uma vez os inquiridos dos 16 aos 18 anos são os que mais fazem upload de fotos, de músicas, e de vídeos seguidos mais ou menos de perto pelos adolescentes dos 13 aos 15 anos.

Fazer descargas de músicas é uma prática mais ou menos frequente para 46% dos inquiridos e 53,6% afirma que nunca o faz. Quanto a fazer descargas de séries e descargas de vídeos ou filmes, 79,6% e 73% afirmam que nunca fazem esses tipos de descargas, respectivamente. Verifica-se ainda que ver vídeos online em sites como o *youtube* é uma prática presente na maior dos internautas inquiridos, nomeadamente, em 68,4% dos casos. Quase um quarto dos

inquiridos vê vídeos online pelo menos uma vez por dia e 25,6% vê vídeos online pelo menos uma vez por semana.

A procura de informação através de um motor de busca é também uma prática enraizada para 76% dos jovens internautas portugueses. Cerca de um terço (33,9%) afirma que o faz pelo menos uma vez por dia e 28,4% afirma que o faz pelo menos uma vez por semana. Fazer descargas ou procurar informação em motores de busca são outras práticas online que têm mais aderência entre os jovens dos escalões etários mais velhos.

Quanto ao estudo, 18,4% das crianças e dos adolescentes afirmam que nunca estudam, mas por outro lado há 28,2% que afirma que o faz pelo menos uma vez por dia. Além disso, há 34% dos jovens que declaram que estudam pelo menos uma vez por semana. Neste âmbito, as raparigas são tendencialmente mais zelosas que os rapazes visto que há uma menor percentagem de raparigas que diz que nunca estuda (13,7%), em comparação com 22,7% dos rapazes. Ao contrário das outras actividades, o estudo não é mais comum ou frequente entre os inquiridos mais velhos dos 16 aos 18 anos. Na verdade verifica-se uma ligeira tendência para ser mais comum e frequente entre os adolescentes dos 13 aos 15 anos e entre as crianças dos 8 aos 12 anos.

A utilização de novas ferramentas pedagógicas, como enciclopédias multimédia, é uma realidade presente para 61,7% dos respondentes, e em particular para as raparigas (65,3%) e para os inquiridos mais velhos (70,8%). No que respeita o uso das novas tecnologias no estudo, no inquérito online realizado em 2006 foi apurado que a quase totalidade dos inquiridos usam um processador de texto para fazerem os seus trabalhos da escola e quase três quartos apresentam trabalhos através do PowerPoint ou de páginas Web, uma realidade que é diferente comparada com outros segmentos juvenis e com aquilo que acontecia há mais de 10 anos atrás. São um tipo de utilizadores que tiram mais partido de novos expedientes de aprendizagem como a resolução de problemas, questionários ou teste presentes online, que tendem a usar mais o computador para fazer exercícios com um CD- ou DVD-ROM ou para praticar e aprender uma língua estrangeira. Esses inquiridos usavam também o computador como uma forma de comunicação para falar sobre os estudos: cerca de 80% dos jovens internautas comunicavam e pediam ajuda aos colegas em chats ou noutras formas de comunicação online e perto de um quarto contactam os professores.

A utilização de outros serviços como a compra online de produtos ou serviços ainda é muito rara entre os jovens portugueses e é alvo de vigilância e controlo dos pais. A grande maioria

dos jovens inquiridos (80%) afirma que nunca visita páginas na internet com conteúdos para adultos, sendo uma prática mais comum entre os rapazes e os inquiridos mais velhos. Os ambientes virtuais como o *Second Life* são ainda pouco utilizados pela generalidade dos jovens respondentes portugueses assim como a participação em votações online. Ademais, 36,2% dos jovens inquiridos escrevem comentários em sites diversos com maior ou menor frequência. E mais uma vez é entre os adolescentes dos 16 aos 18 anos onde se verifica as maiores percentagens de respondentes que utilizam ambientes virtuais, que participam em votações online e que escrevem comentários em sites diversos.

O domínio e o manejo das novas tecnologias e dos novos media, a escolha entre múltiplas ofertas é algo com que os jovens têm crescido, faz parte das suas práticas diárias e está a introduzir-se na racionalidade prática dos jovens. Por outras palavras, esta socialização no sistema mediático contemporâneo tem permitido a aquisição intuitiva por parte dos jovens de novas competências como se pode demonstrar pela maior facilidade de explorar a interligação entre várias realidades mediáticas e métodos de operar vários expedientes mediáticos simultaneamente. Assim sendo, comer, ouvir música, ver televisão ou navegar internet não são práticas que se impõem entre si ou em relação a outras actividades. São antes práticas que se justapõem em regime de multi-tarefa com outras actividades quotidianas ou mais estritamente mediáticas. De facto, 33,8% dos jovens respondentes afirma que ouvem música ou rádio enquanto utiliza a internet e uma fracção de 30,7% admite que come enquanto navega na rede. Além disso, 28,5% estuda ou faz os trabalhos de casa enquanto usa a internet, 17,7% vê televisão e a mesma percentagem fala ao telefone/telemóvel ou envia mensagens SMS ao mesmo tempo que navega na rede. Apenas 12,3% afirmam que não fazem nada ao mesmo tempo que utilizam a internet. Curiosamente verificam-se maiores fracções de raparigas que ouvem música ou rádio, que vêem televisão e que falam ao telefone/telemóvel ou enviam mensagens SMS (37,2%, 19,1% e 26,2%, respectivamente em comparação com 30,5%, 16,4% e 21% entre os rapazes, respectivamente).

Entre os jovens utilizadores da internet, os programas de mensagens instantâneas como o Messenger são, em larga medida, espaços de sociabilidade com pessoas que se conhecem em espaços físicos com a escola, a rua, pessoas que já fazem parte da rede de sociabilidades dos jovens como amigos ou colegas da escola, familiares ou vizinhos. Os programas de mensagens instantâneas tornam-se assim um meio de reforço dessas sociabilidades. De facto, a esmagadora maioria dos jovens (80,2%) utiliza mais esses programas para comunicar com pessoas que conheceram em locais offline, dentro dos seus círculos de socialização. Apenas

uma diminuta minoria de 4,1% utiliza os programas de mensagens instantâneas para comunicar mais com pessoas que conheceram nos “chats”. Entre os jovens utilizadores da internet, 15,7% afirmam ainda que não utilizam esse tipo de programas. Acrescente-se ainda que os utilizadores dos 16 aos 18 anos são os que mais utilizam esse tipo de programas visto que apenas 4,8% dizem não o fazer em comparação com 33,8% dos inquiridos dos 8 aos 12 anos. Uma esmagadora maioria dos inquiridos (86,7%) afirma ainda que mostra-se sempre como é quando utiliza os programas de mensagens instantâneas, 8,5% dizem que finge ser outra pessoa às vezes e 1% admite que finge sempre. Verifica-se maiores percentagens de rapazes e de inquiridos mais velhos que dizem fingir ser outra pessoa às vezes ou sempre (13,1% e 11,4%, respectivamente), em comparação com 5,6% das raparigas e 7,1% dos inquiridos mais novos.

Tal como os programas de mensagens instantâneas, os chats constituem igualmente espaços de sociabilidade com pessoas que já fazem parte da rede de sociabilidades dos jovens. No entanto, os chats são, hoje em dia, menos populares que os programas de mensagens instantâneas visto que 44,4% dos jovens afirmam que não utilizam chats. Dentro dos utilizadores da internet, perto de metade (48,9%) utiliza mais esses programas para comunicar com pessoas que conheceram dentro dos seus círculos de socialização. Somente uma minoria de 6,7% utiliza os chats para comunicar preferencialmente com pessoas que conheceram nos próprios “chats”. Acrescente-se ainda que as raparigas, os adolescentes dos 13 aos 15 anos e os utilizadores dos 16 aos 18 anos são os que mais utilizam esse tipo de programas. Entre os utilizadores mais velhos observa-se ainda uma maior fracção daqueles que falam preferencialmente com “desconhecidos” que conheceram nos próprios chats (11,4% em comparação com 6,4% de inquiridos dos 13 aos 15 anos e 1,4% de crianças dos 8 aos 12 anos). Uma larga maioria dos inquiridos (80,5%) afirma ainda que mostra-se sempre como é quando utiliza os chats, 13,2% dizem que finge ser outra pessoa às vezes e 1,8% admite que finge sempre. Verifica-se maiores percentagens de rapazes e de inquiridos dos 13 aos 15 anos que dizem fingir ser outra pessoa às vezes ou sempre (18,3% e 17%, respectivamente), em comparação com 10,9% das raparigas e 11,3% dos inquiridos dos 8 aos 12 anos.

Quanto à informação disponibilizada em sites de redes sociais como o hi5, facebook, entre outros, 50,9% disponibilizam o nome, 41,8% a data de nascimento e 41,6% a fotografia pessoal. Este tipo de informações constitui o principal tipo de informação pessoal disponibilizada nesse tipo de sites. Além disso, 31,9% preenchem informação relativa à localidade onde vivem e 33,2% disponibilizam informação sobre os seus interesses pessoais. Já

é menos comum os jovens colocarem nos seus perfis dos sites de redes sociais música (em 24,2% dos casos) e vídeos (15,1%). O número de amigos afectos ao perfil dos jovens em sites de redes sociais poderá constituir um símbolo do seu estatuto social e da sua popularidade perante os pares. De facto, verifica-se que a maioria dos jovens inquiridos (60,9%) tem mais de 100 amigos associados ao seu perfil. Entre os jovens com uma conta aberta nesse tipo de sites, 22,4% tem entre 20 e 99 amigos e apenas 15% tem menos de 20 amigos associados ao perfil. Como a adolescência é um período de expansão das sociabilidades não é de estranhar que seja nesse período que se invista mais nos sites de redes sociais, que servem como estratégia dessa mesma expansão dos círculos sociais. Deste modo, os inquiridos dos 16 aos 18 anos são os que têm mais amigos associados aos seus perfis (em 73,8%), nos inquiridos dos 13 aos 15 anos essa percentagem decresce para 63,1% e entre as crianças dos 8 aos 12 anos verifica-se uma quebra acentuada da percentagem de inquiridos que tem mais de 100 amigos (27,4%). A mesma lógica de privilegiar os círculos sociais mais próximos, os amigos e familiares, entre outros, verificada nos programas de mensagens instantâneas e nos chats também é observável nos sites de redes sociais. Entre as crianças e adolescentes que usam este tipo de sites, 86,5% diz que os amigos associados ao seu perfil são maioritariamente pessoas que conhecem dos seus círculos de socialização “offline”, enquanto que somente 13,5% afirma que os amigos adicionados são maioritariamente pessoas que não conhece pessoalmente. O peso dos amigos adicionados que não se conhecem pessoalmente tende a aumentar nos escalões etários mais velhos, em particular, entre os inquiridos dos 16 aos 18 anos.

Quanto a combinar encontros com alguém que se conheceu na internet, uma maioria significativa dos jovens (71%) diz que nunca fez amigos através da internet, 19% assinala que já fez amigos pela internet mas que nunca os conheceu pessoal, 9,4% admite que já conheceu pessoalmente alguns dos amigos que fez na internet e apenas uma diminuta minoria de 0,6% diz que já conheceu pessoalmente todos os amigos que fez na internet. Neste aspecto, os rapazes são mais destemidos visto que 13,7% declara que já conheceu, pelo menos, alguns dos amigos que fez na internet, em comparação com 6% das raparigas. O contacto pessoal com amigos da internet tende também a aumentar com a idade.

Normalmente, a utilização da internet não é uma experiência partilhada visto que mais de metade dos jovens (55,9%) assinalam que costumam estar sozinhos quando estão a navegar na rede. A companhia mais frequente é constituída por amigos ou amigas (em 19,6% dos casos) ou com vários amigos ou amigas (em 11,9% dos casos). Além disso, os irmãos ou irmãs constituem uma companhia habitualmente igualmente em 11,9% dos casos. Já a presença do

pai ou da mãe é apenas habitual em 5,1% e 5,9% dos casos, respectivamente. Curiosamente, a presença habitual do namorado ou da namorada é bastante diminuta (em 0,7% dos casos) e 4,8% dos jovens afirmam ainda ter como companhia habitual outras pessoas, quando estão a navegar na internet. Ademais, a auto-aprendizagem da utilização da internet, sem ajuda de ninguém, foi uma realidade para 43,6% das crianças e dos adolescentes inquiridos. Os principais agentes dessa aprendizagem para além dos próprios inquiridos foram os irmãos ou as irmãs, em 11,8% dos casos, e um professor ou professora da escola, em 11,4% dos casos. Em 5,5% dos casos foi o pai que ensinou a utilizar a internet e em 4,8% dos casos foi a mãe. Além disso, 5,3% dos inquiridos aponta que aprenderam a usar a internet através dos ensinamentos de um amigo ou amiga e 3% assinala que obtiveram instruções de outras pessoas. Observa-se uma maior percentagem de inquiridos do sexo masculino (47,9%) que dizem ter aprendido a usar a internet sozinhos do que de raparigas (39,3%).

A maior parte dos jovens com computador (68,9%) dizem ter instalado um sistema de protecção quando navegam na internet (anti-vírus, filtro de conteúdos, etc.). Quanto à auto-avaliação sobre o nível de conhecimentos na utilização da internet, a maior parte acha que tem um nível médio de conhecimentos (54,8%), enquanto que 29,7% é da opinião que não passam de principiantes, 13,3% acha que tem um nível avançado de conhecimentos e somente 1,3% se considera um especialista. Verificam-se maiores percentagens de inquiridos mais velhos com a noção de que têm conhecimentos médios, avançados ou de especialista.

Dos jovens internautas, 32,8% são da opinião de que não retiraram tempo a nada para usar a internet. No entanto, 18,2% admite que retirou tempo à família, 17,7% que retirou tempo para estar com os amigos ou amigas, 15,3% que retirou tempo à televisão e 10,1% ao estudo. Entre os internautas, 7,8% assinala que retirou tempo à leitura, 5,1% afirma que retirou tempo à consola de jogos, 3,3% aos tempos livres e de lazer e outros tantos afirmam que retiraram tempo ao sono. Ainda menos inquiridos retiraram tempo ao desporto (2,8%) ou ao namoro (2,2%).

Entre as crianças e os adolescentes internautas, 39,1% afirma que só os próprios utilizam a internet em casa, enquanto que 37,9% afirma que os irmãos ou irmãs também utilizam a internet. Ademais, 25% assinalam que o pai também utiliza a internet e 24,4% que também a mãe navega na internet. Acrescente-se ainda que 35% dos inquiridos apontam que são os próprios os utilizadores mais habituais da internet em casa e 17,4% apontam os irmãos ou irmãs como os maiores utilizadores da internet. Apenas 6,8% assinalam que o pai é o maior utilizar e somente 3,6% apontam o dedo à mãe. Quanto à avaliação dos conhecimentos sobre

internet entre os membros do agregado familiar, 44,1% dos jovens respondentes assinala que os próprios são os que mais sabem sobre internet e 28,3% apontam o dedo aos irmãos ou irmãs. Entre os respondentes, 13,1% considera que é o pai que mais sabe sobre internet e somente 6,5% assinala a mãe. Há uma maior fracção entre os inquiridos mais velhos daqueles que se consideram a si próprios como os mais conhecedores (71,4%) em comparação com apenas 16,2% dos mais novos. Um dos riscos bastante debatido sobre a relação das crianças e dos adolescentes com a internet é a possibilidade de viciação. Neste âmbito, 45,3% dos respondentes afirmam que conhecem alguém “agarrado(a)” ou viciado(a) à internet. Esta percentagem é maior entre os inquiridos mais velhos.

Tal como observado nos inquéritos aplicados em 2006, a utilização da internet é uma prática, normalmente individualizada entre os jovens. Mas quando os jovens utilizam a internet acompanhados é mais provável que estejam com amigos ou amigas, em particular entre os mais velhos. A presença da família, em termos gerais, não se faz sentir tanto. Porém, fracções bastante apreciáveis de jovens declararam que partilham a ligação da internet com os irmãos e com os pais. Ou seja, pertencem a lares onde a utilização da internet é comum entre vários membros do agregado familiar. Assim sendo, nesses lares podemos falar de um elevado capital cultural no que respeita à utilização das novas tecnologias. Nalguns lares também poderemos suspeitar que a iniciativa da instalação da internet poderá ter partido dos pais, em especial, nos lares dos inquiridos mais novos. Todavia, em termos gerais, a aprendizagem da utilização da internet efectuou-se em regime auto-didacta para a maioria dos jovens. Por outras palavras, a presente geração de adolescentes teve de explorar por sua iniciativa própria como utilizar as novas tecnologias. Em 2006 já se tinha verificado que os adolescentes tendem a considerar-se os peritos da internet em casa.

No que respeita à relação dos jovens com o telemóvel, a esmagadora maioria dos jovens tem telemóvel com carregamentos (83,6%), 0,7% tem telemóvel com assinatura e apenas 15,8% dos jovens respondentes afirma não ter nenhum telemóvel. Mesmo entre as crianças dos 8 aos 12 anos, uma maioria de 63,8% já tem telemóvel, entre os adolescentes dos 13 aos 15 anos e entre os jovens dos 16 aos 18 anos a posse de, pelo menos, um telemóvel é praticamente universal visto que é verificada em 94,2% e 99,5% dos casos, respectivamente. Entre os utilizadores do telemóvel, somente 7,3% declara que tem vários cartões de diferentes redes que utiliza no mesmo aparelho. A percentagem de respondentes com vários cartões de diferentes redes tende a aumentar entre os inquiridos mais velhos.

A utilização do telemóvel é o espelho de uma condição paradoxal da adolescência. Enquanto os jovens reclamam maior autonomia existencial, não deixam de ser economicamente dependentes dos pais. De facto, apenas 15,6% dos respondentes tem a seu encargo as despesas do telemóvel. Por outro lado, a grande maioria (81,9%) afirma que são os pais quem pagam as despesas com o telemóvel. Curiosamente, é entre os rapazes que se verifica uma maior percentagem de respondentes que afirma serem os próprios a suportar as despesas com o telemóvel (20,2% dos rapazes em comparação com 10,8% das raparigas). É de crer que esta é uma diferença que transmite formas subjectivas de interpretação sobre quem suporta as despesas com o telemóvel. Certamente muitos respondentes retirarão da mesada dada pelos pais o dinheiro para pagar as despesas com o telemóvel, e esta situação pode gerar diferentes interpretações. É igualmente entre respondentes dos 16 aos 18 anos que se verifica uma maior percentagem de respondentes que afirma serem os próprios a suportar as despesas com o telemóvel (29,7% em comparação com apenas 1,4% dos inquiridos dos 8 aos 12 anos). Pouco mais de metade dos respondentes (55,5%) contem-se nos gastos e declara que gasta menos de 3 euros em telemóvel por semana, em comparação com 27% que afirma gastar entre 3 e 6 euros por semana. Ademais, 8,5 gasta entre 7 e 12 euros por semana e somente 2,4% diz gastar mais de 13 euros por semana. Como seria de esperar, a percentagem de respondentes que gasta menos de 3 euros por semana decresce entre os inquiridos mais velhos (40,7% em comparação com 73,3% dos inquiridos dos 8 aos 12 anos), ou seja, as despesas com o telemóvel aumentam à medida que os respondentes se vão tornando mais velhos.

Entre os inquiridos, 45,1% declara que recebe chamadas várias vezes ao dia, 26% cerca de uma vez por dia e 16,5% cerca de duas a três vezes por semana. Somente 8,5% dos jovens respondentes afirma receber chamadas uma vez por semana ou menos frequentemente ainda e uma minoria de 3,7 afirma que nunca recebe chamadas. A frequência com que os jovens fazem chamadas é, em geral, menor visto que 36,8% afirma que faz chamadas várias vezes ao dia. 26% dos respondentes faz chamadas cerca de uma vez por dia, 16,9% cerca de duas a três vezes por semana e 14,2% afirma fazer chamadas uma vez por semana ou menos frequentemente ainda. Além disso, 5,1% dos respondentes afirma que nunca faz chamadas. A frequência com que os jovens recebem ou fazem chamadas aumenta nos escalões etários mais velhos. Mas, de facto, enviar e receber mensagens SMS são actividades mais frequentes do que fazer ou receber chamadas visto que 67,9% dos respondentes afirma que envia ou recebe mensagens SMS várias vezes ao dia. Apenas 12% o faz cerca de uma vez por dia, 8,7% o faz cerca de duas ou três vezes por semana e somente 7,4% declara enviar ou receber mensagens

SMS uma vez por semana ou menos frequentemente ainda. Verifica-se que há uma maior percentagem de raparigas que envia mensagens vários vezes ao dia (72,5%), em comparação com 63,4% dos rapazes. São também os inquiridos dos 16 aos 18 anos os que mais enviam mensagens SMS várias vezes ao dia (em 82,4% dos casos), comparando com uma fracção de 41,1% dos respondentes dos 8 aos 12 anos. Uma actividade menos popular mas mais dispendiosa é enviar e receber MMS. De facto, 30,9% declaram que o fazem várias vezes ao dia, contudo 31,5% dos jovens afirmam que nunca o fazem. A frequência com que se envia MMS aumenta, mais uma vez, com a idade.

Uma percentagem de 37,4% dos jovens respondentes utiliza a função de despertador do telemóvel uma vez por dia e 8,3% utilizam essa funcionalidade várias vezes ao dia. 8,7% utiliza essa função duas a três vezes por semana e 4,3% cerca de uma vez por semana. Somente 1,8% usa essa funcionalidade de 15 em 15 dias e 10,2% utiliza o despertador menos frequentemente ainda. São as raparigas e os inquiridos mais velhos, os que mais tendem a utilizar o despertador, pelo menos, uma vez por dia. Outra das utilizações do telemóvel é o uso da máquina de calcular: 14% dos respondentes usam a máquina de calcular pelo menos uma vez por dia, contudo o seu uso é habitualmente mais esporádico e cerca de um terço dos jovens inquiridos (33,9%) afirma mesmo que não usa essa funcionalidade. Verifica-se uma maior percentagem de rapazes que afirma nunca usar essa função (43,6%) do que de raparigas (23,9%). A utilização desse aplicativo é também maior entre os adolescentes dos 13 aos 15 anos e entre os jovens dos 16 aos 18 anos do que entre os inquiridos mais novos. Pouco menos de 20% dos respondentes declara ainda que ouve rádio pelo telemóvel pelo menos uma vez por dia, 8,1% diz que o faz cerca de duas a três vezes por semana, 4,9% cerca de uma vez por semana e 10% ainda com menos frequência. Todavia, 56,9% dos respondentes assinala que nunca ouve rádio pelo telemóvel. No entanto, já se verifica uma percentagem maior de inquiridos que ouve música pelo telemóvel e 26,8% dos respondentes afirma mesmo que o faz várias vezes ao dia, enquanto que 13,2% declara que o faz pelo menos uma vez por dia. 11,4% dos jovens inquiridos ouvem música pelo telemóvel duas a três vezes por semana, 4,5% cerca de uma vez por semana e 8,9% com menos frequência ainda. A percentagem de jovens que nunca ouvem música pelo telemóvel é de 33,9%, minoritária portanto. Mais uma vez, a fracção de inquiridos que ouve rádio ou música pelo telemóvel tende a aumentar com a idade.

A função de agenda do telemóvel é utilizada várias vezes ao dia por 10,2% dos jovens respondentes e 7,5% usa essa funcionalidade uma vez por dia. Essa função é ainda utilizada duas a três vezes por semana por 8,3% dos inquiridos e 5,3% usa-a cerca de uma vez por

semana. A percentagem de jovens que usa essa função ainda com menos frequência é de 21,7% e 45,3% nunca utilizam a agenda do telemóvel. Curiosamente é uma função mais utilizada pelas raparigas (58,2%) do que pelos rapazes (47,9%) assim como é mais utilizada pelos respondentes mais velhos do que pelos mais novos.

Quanto a tirar fotografias pelo telemóvel, 16,9% o faz várias vezes ao dia e 7,3% uma vez por dia. Entre os inquiridos, 15,6% afirma que tira fotografias pelo telemóvel duas a três vezes por semana, 11,2% diz que o faz cerca de uma vez por semana, 7,2% de quinze em quinze dias e 14% menos frequentemente do que isso. A fracção de jovens que nunca tira fotografias pelo telemóvel é minoritária (27,2%). Tirar fotografias pelo telemóvel é mais frequente e popular entre os inquiridos dos 16 aos 18 anos e entre os adolescentes dos 13 aos 15 anos. Quanto a ver programas de TV ou pequenos vídeos pelo telemóvel, a larga maioria não o faz (78,5%), no entanto, é uma função que apela a mais raparigas (83,3%) do que a rapazes (73,9%). Quanto à utilização do messenger através do telemóvel, mais uma vez a larga maioria não o faz (78,3%) e percentagem de inquiridos que o faz tende a aumentar nos escalões etários mais velhos. Igualmente se verifica uma larga maioria de respondentes (73,2%) que afirma nunca fazer pequenos filmes através do telemóvel, sendo uma actividade que apela a uma maior fracção de inquiridos dos 13 aos 15 anos (entre estes, ainda assim, 65,6% afirma que nunca usou o telemóvel para fazer pequenos filmes).

Entre os utilizadores do telemóvel, jogar é uma prática que muitos crianças e adolescentes têm, mesmo que esporadicamente, visto que uma minoria de 27,8% diz que nunca joga. No entanto, não é uma prática que maioria esteja a fazer constantemente visto que 15,2% diz jogar no telemóvel várias vezes por semana e 9,1% declara que joga cerca de uma vez por dia no telemóvel. Para uma percentagem significativa (46,3%), jogar através do telemóvel é uma prática essencialmente mais esporádica: 13,4% adiantam que jogam cerca de duas a três vezes por semana, 8,9% jogam uma vez por semana, 9,8% jogam de 15 em 15 dias e 14,2% jogam no telemóvel com menos frequência ainda. Não se verificam grandes diferenças entre géneros quanto à percentagem de jogadores no telemóvel, contudo os rapazes tendem a ser jogadores mais frequentes. Por outro lado, verificam-se percentagens maiores de jogadores entre os inquiridos mais novos dos 8 aos 12 anos, e são também eles os jogadores mais frequentes. Ou seja, os inquiridos mais novos podem não utilizar tanto o telemóvel para alargar e manter a sua rede de contactos íntima, mas utilizam mais frequentemente o telemóvel para uma actividade menos social como jogar.

Navegar na internet através do telemóvel é uma actividade pouco usual e, normalmente, pouco frequente entre os jovens utilizadores visto que 79,3% nunca navegaram na internet através do seu aparelho. Entre os inquiridos mais velhos, verifica-se que há uma percentagem um pouco menor de inquiridos que nunca utiliza a internet através do telemóvel (72,5%) em comparação com 90,4% dos inquiridos mais novos. É também entre o escalão etário mais velho que a prática de navegar na internet através do telemóvel se torna mais frequente. Ainda menos usual é a utilização do email através do telemóvel uma vez que 84,8% nunca utilizaram essa funcionalidade, embora a utilização dessa função se torne um pouco mais comum entre os inquiridos mais velhos. São igualmente muitos poucos os que compram ou fazem download de logos através do seu dispositivo móvel. De facto, 87% nunca o fez.

Já 30,9% dos jovens utilizadores recebe alertas por SMS várias vezes ao dia, 5,7% cerca de uma vez por dia e 8,7% duas a três vezes por semana. Ademais, 4,3% recebe alertas cerca de uma vez por semana, 2,8% de quinze em quinze dias e 15,7% mais esporadicamente. Há ainda 31,5% de jovens que declaram nunca receber alertas por SMS. São os inquiridos dos 13 aos 15 anos e dos 16 aos 18 anos os que mais recebem alertas por SMS e com maior frequência em comparação com os mais novos. Uma maioria bastante significativa de jovens utilizadores (83,9%) declara ainda que nunca compra ou faz download de toques através do telemóvel e quando o fazem a tendência é que seja esporadicamente. Seja como for, a compra e o download de toques, que serve como forma de personalização do telemóvel, é mais frequente entres os inquiridos dos 13 aos 15 anos mas também entre os inquiridos dos 16 aos 18 anos.

A média de chamadas diárias feitas pelos jovens utilizadores é de 3,95, isto é, praticamente 4. O número de chamadas efectuadas diariamente aumenta com a idade. Há uma ligeira tendência para serem os rapazes a fazerem mais chamadas diárias. De um modo geral, os jovens recebem mais chamadas do que fazem visto, receberem uma média de 5,3 chamadas por dia. As raparigas tendem a receber mais chamadas que os rapazes e o número de chamadas recebidas aumenta visivelmente com a idade: entre os inquiridos dos 16 aos 18 anos a média de chamadas recebidas diariamente é de 8,41 enquanto que entre os adolescentes dos 13 aos 15 anos é de 3,87 e entre as crianças dos 8 aos 12 anos é de 2,64. Somente uma minoria de 8,3% afirma que não faz chamadas habitualmente e apenas 3,9% declara que não recebe chamadas habitualmente.

O número de mensagens enviadas diariamente pelos jovens aumenta exponencialmente. O número médio de mensagens SMS enviadas diariamente é de 62,34. Curiosamente, são os rapazes quem enviam mais mensagens diárias (média de 65,15) em comparação com as

raparigas (em média, 59,58). O número de mensagens enviadas aumenta bastante com a idade, entre os inquiridos dos 16 aos 18 anos a média de mensagens enviadas é de 76,69, entre os adolescentes dos 13 aos 15 anos é de 73,67 e entre as crianças dos 8 aos 12 anos a média decresce para 20,28. Já o número de mensagens recebidas diariamente é de 64,97. Mais uma vez são os rapazes quem mais enviam mensagens (média de 68,44) em comparação com as raparigas (61,33). Novamente, são claramente os inquiridos dos 16 aos 18 anos e os adolescentes dos 13 aos 15 anos quem mais enviam mensagens SMS por dia (médias de 79,45 e 77,2, respectivamente), em comparação com os mais novos (média de 23,47).

Quando se trata de falar ao telemóvel os pais são o alvo principal das chamadas (em 53% dos casos), seguidos dos amigos (em 33,9% dos casos). Contudo, os amigos ganham maior proeminência entre os jovens dos 16 aos 18 anos passando a ser os principais interlocutores nas chamadas (em 46,7% dos casos). sendo que os pais aparecem, neste grupo, como os principais interlocutores em 38,5% dos casos. No que respeita às mensagens SMS, a centralidade dos amigos torna-se bastante clara: 67,7% dos jovens respondentes comunica mais com os amigos através de SMS e somente 14,2% comunica mais com os pais. Além disso, 8,5% diz comunicar mais com outros familiares e 7,5% declara comunicar mais com o namorado ou a namorada. A centralidade dos amigos torna-se ainda mais evidente entre os adolescentes dos 13 aos 15 anos e dos 16 aos 18 anos, enquanto que, entre as crianças dos 8 aos 12 anos, 25,3% comunicam mais com os pais através de mensagens. Além disso, há um maior número de inquiridos dos 16 aos 18 anos que comunicam mais com namorada ou o namorado (totalizando 14,3%) do que inquiridos da mesma idade que comunicam mais com os pais (7,1%).

A idade média em que os jovens inquiridos obtiveram o seu primeiro telemóvel é de 10,27 anos. Somente uma pequena minoria de 3,7% afirma que foi o próprio a comprar o seu primeiro telemóvel. Os pais foram os principais fornecedores do primeiro telemóvel: 47,8% diz que foi o pai quem comprou o seu primeiro telemóvel, 29,1% a mãe, 13,6% adianta que foi outro familiar e 3,7% que foi um irmão ou irmã.

Quanto à necessidade das mensagens, 63,4% dos respondentes admite que apenas algumas mensagens são necessárias, somente 15,9% acha que muitas são necessárias e apenas 14% acha que são todas necessárias. No que respeita ao número de telemóveis presentes no agregado familiar, somente 2% diz que não há nenhum telemóvel em casa e 8% afirma que há apenas um telemóvel na sua casa. Entre os jovens, 29% afirma que há dois telemóveis em casa e 60% afirma que existem três ou mais telemóveis em casa. Portanto podemos assumir que

para os lares de muitos dos jovens inquiridos, seja normal haver um telemóvel por cada membro da família ou que quase todos os membros do agregado familiar tenham ou reclamem para si o seu próprio aparelho.

Em 2006 tinha-se averiguado que entre os jovens inquiridos, quem comporta os gastos com os telemóveis são os pais, colocando os jovens numa posição de dependência económica, o que implica que os jovens terão de, muitas vezes, justificar os seus gastos e terão as suas despesas controladas. No inquérito a nível nacional de 2006, mais de metade dos inquiridos gastam menos de 3 euros em telemóvel por semana e mais de um quarto gastam entre 3 e 6 euros no mesmo período. Comparando os dados de 2008 com os de 2006, verifica-se um aumento das mensagens SMS enviadas e recebidas diariamente. Tanto nos inquéritos de 2006 como no de 2008, apura-se, sem margem para dúvidas, que são os inquiridos mais velhos, dos 16 aos 18 anos, que registam a maior média de mensagens enviadas num dia. Tanto os dados do inquérito nacional de 2008 como dos inquéritos de 2006 confirmam a grande importância dos amigos na comunicação por telemóvel visto que os amigos ultrapassam os familiares no que respeita aos principais destinatários das mensagens SMS ou das chamadas efectuadas pelos jovens. Além disso, confirma-se que é mais provável encontrar um jovem a receber ou a mandar mensagens do que a fazer ou receber chamadas. O envio de mensagens tornou-se de facto numa prática mediática de grande relevância, não só na troca de mensagens corriqueiras ao longo do dia. Tornou-se um importante meio de os jovens felicitarem os seus amigos e familiares pelo seu aniversário, enviarem mensagens de boas festas ou simples mensagens pessoais. Também é relevante a utilização das mensagens por parte dos jovens para fins afectivos.

Tal como verificado em 2006, entre os jovens, verifica-se ainda uma emergente cultura multimédia da qual os jogos interactivos e de computador fazem parte. Comparando o inquérito nacional de 2006 com o de 2008, observa-se um crescimento na percentagem de jogadores, seja entre rapazes ou raparigas. Em 2006, apuraram-se 57,1% de jogadores do sexo masculino e 33,1% de jogadoras. Em 2008, 57,2% dos respondentes costuma jogar em consolas ou em computadores. A percentagem de jogadores é substancialmente maior entre os rapazes (72,5%) do que entre as raparigas (41,6%). As diferenças entre escalões etários são pouco acentuadas. A consola é a plataforma mais utilizada para 38,6% e a segunda mais utilizada para 13,9% dos respondentes. É entre os inquiridos dos 8 aos 12 anos que a consola assume maior relevância visto ser a plataforma mais utilizada em 45,9% dos casos em comparação com 29,7% dos casos entre os inquiridos dos 16 aos 18 anos. A consola portátil é a

plataforma mais utilizada somente para 13% dos casos e a segunda mais utilizada em 9% dos casos. Quanto ao PC, é a plataforma de jogos (em CD ou DVD) mais utilizada para 32,5% dos jovens inquiridos e a segunda mais utilizada para 22% dos respondentes. A relevância do PC enquanto plataforma de jogos aumenta com a idade, sendo a mais utilizada para 44,6% dos jovens dos 16 aos 18 anos, para 36,7% dos adolescentes dos 13 aos 15 anos e para somente 20% das crianças dos 8 aos 12 anos. Os jogos disponíveis directamente na internet ou *webgames*, jogados através do PC, são a plataforma mais utilizada para 12,8% dos jovens jogadores e a segunda mais utilizada para 8,7% dos jogadores. O telemóvel com jogos é sem dúvida a plataforma de jogos menos comumente utilizada visto que apenas 2,6% afirma que é a sua plataforma mais utilizada, embora 18% afirme que é a segunda plataforma mais utilizada.

O tipo de jogos que atrai uma maior fracção de respondentes é os jogos de acção que recolhe as preferências de 32,3% de respondentes, em seguida os jogos de futebol são os preferidos de 29,9% dos jovens, os jogos de aventuras recolhem 27,5% das preferências e os jogos de corridas a preferência de 25,2% dos inquiridos. Os jogos de estratégia são populares para 19,9% dos jovens, os jogos de puzzles/tabuleiro/cartas são habitualmente jogados por 12,1% e jogos relativos a outros desportos recolhem 10,3% das preferências. Tal como verificado no inquérito aplicado online em 2006, é curioso verificar a aparente fraca popularidade de *first person shooters* (recolhe 3% das preferências) e em especial de *role playing games* (igualmente 3%), que constituem jogos complexos não só em termos cognitivos como em termos tecnológicos requerendo muitas vezes computadores e placas gráficas com um grande poder de processamento. Este tipo de jogos destina-se geralmente a um tipo específico de jogadores que como podemos verificar é predominantemente masculino e um pouco mais popular nos jogadores mais velhos. Os jogos infantis ou familiares, de simulação e de arcade recolhem menos de 10% das preferências. Os jogos mais “masculinos” são os jogos de acção, de aventura, os jogos de corridas, os de futebol e de outros desportos e os de simulação. Por outro lado é possível identificar jogos mais “femininos” como os jogos infantis ou familiares, em especial, os jogos de puzzles/tabuleiro/cartas.

Uma maioria significativa de jovens respondentes (72,2%) declara que não tem jogos pirateados, 19,4% afirma que tem alguns e apenas 2,9% diz que quase todos os seus jogos são pirateados. A percentagem de respondentes com jogos pirateados aumenta entre os rapazes e entre os inquiridos mais velhos. O principal motivo adiantado para ter jogos pirateados é o motivo económico.

Uma parte significativa dos jovens mas não maioritária (38,1%) costuma jogar sem companhia. A companhia mais comum são os amigos ou amigas (em 19,1% dos casos), seguida da companhia de pelo menos um dos irmãos ou irmãs (em 12,8% dos casos). São bem mais raros os casos em que os inquiridos costumam jogar com o pai (3,3%) ou com a mãe (1,3%). Os jogos jogados online com outras pessoas são mais comuns no PC, seja em jogos com suporte em CD ou DVD (7,6%), seja em *webgames* (7,3%), aparecendo a consola em terceiro lugar (4,1%). No entanto, 39,3% dos inquiridos afirmam que nunca jogam online. Além do próprio, a outra pessoa que utiliza habitualmente jogos em casa é um irmão ou uma irmã (em 32,5%), seguido do pai (em 8,5% dos casos), e só depois da mãe (em 5,1% dos casos). Porém, 56,4% dos jovens respondentes afirma que mais ninguém utiliza jogos para além do próprio.

Como verificado nos inquéritos aplicados em 2006, a relação que os jovens de hoje em dia têm com a televisão parece ser diferente com aquela que existia nas gerações anteriores, em especial, no que respeita à importância subjectiva que os adolescentes lhe atribuem face a outros media como a internet ou o telemóvel. A sua importância como lareira electrónica que reúne toda a família também declinou. Nos dias que correm tem uma menor capacidade de reunir a família em torno de um só programa familiar e a sua oferta diversificou-se, acompanhando a fragmentação de interesses e a individualização na relação com os media. Todavia, a televisão não deixa de ser vista pela larga maioria da televisão, muitos jovens ainda passam muitas horas em frente ao ecrã da TV e parte dos jovens têm a percepção que são eles quem mais vêem televisão em casa, em especial, as respondentes e os inquiridos mais novos. Além disso, para a maioria os programas de televisão constituem assunto de conversas entre os pares.

No que respeita aos dados apurados em 2008, a posse de televisão é virtualmente universal e só 9% dos respondentes tem apenas uma televisão em casa, que seja utilizada. A percentagem de inquiridos com duas televisões em casa sobe para 27,5% e 62,2% dos jovens inquiridos tem três ou mais televisões em casa. Além disso, 53,1% tem em sua casa televisão paga (TV cabo, Satélite, etc.). É também de notar que 42,1% diz ter um aparelho de TV no quarto. A percentagem de inquiridos com televisão no quarto tende a aumentar com a idade.

Entre os respondentes, 60% declara que vê televisão sem companhia mas, ainda assim, uma percentagem apreciável de jovens diz ver habitualmente televisão com a mãe (39,8%), com o pai (33,7%) ou com um irmão ou irmã (34,7%). Vislumbra-se portanto a tendência para haver uma maior percentagem de inquiridos que vêem televisão com a mãe do que de inquiridos que vêem televisão acompanhados pelo pai. Menos frequente é ver televisão com um amigo ou

amiga (em 2% dos casos) ou com outro familiar (4,1% dos casos). Uma maioria significativa de jovens (63%) come enquanto olha para o ecrã da TV, 26,7% fala ao telefone/telemóvel ou envia SMS e 20,9% admite ainda que estuda ou faz os trabalhos de casa enquanto vê televisão. Ouvir música ou rádio enquanto se vê televisão é uma prática comum para 14,9% dos respondentes, navegar na internet ao mesmo tempo que se vê TV é comum para 10,8% dos jovens e 5% refere ainda que lê ao mesmo tempo que vê televisão. Somente 15,9% refere que não faz nada ao mesmo tempo que vê TV.

Uma parte substancial dos inquiridos (46,2%) tem a percepção que é o próprio quem mais vê televisão em casa. Para 14,4% os seus irmãos são os que mais olham para o ecrã da televisão, 13,3% aponta o dedo para a mãe, 11,9% nomeia o pai e apenas 3,5 refere o avô ou a avó. Pouco menos de um quarto dos jovens inquiridos (22,6%) declara assumir o controlo sobre o que vê na televisão. Ao controlo do próprio só se sobrepõe o paternal (em 35% dos casos) que é maior do que o poder de decisão maternal (19,9%) sobre que programa ver na televisão. Estes dados constituem, provavelmente, um espelho das relações de poder entre a família, ou da forma como são, elas próprias, percepcionadas pelos jovens. Apenas 6,6% dos inquiridos declara que os irmãos também participam na decisão de que programa ver, contudo, é de notar que nem todos os inquiridos têm irmãos pelo que o peso dos irmãos na decisão sobre que programas ver pode estar subestimado. O que isto parece querer dizer é que a decisão sobre o que ver na televisão é um processo negociado entre pais e filhos, provavelmente de um modo mais democrático e aberto que antigamente, que poderá deixar antever mudanças no seio familiar e no modo como as decisões são tomadas em família, pelo menos no que respeita à utilização dos media. É de notar ainda o pouco peso dos avós neste contexto (é apenas declarado em 1,5% dos casos), contudo, hoje em dia, são cada vez menos as famílias onde vivem três gerações.

Na era da digitalização dos conteúdos e mesmo com a maior disseminação dos conteúdos cinematográficos por vários meios, desde a internet aos DVD's e agora os Blu-ray's com qualidade de alta definição, a ida ao cinema poderá ser uma prática em perigo, embora seja ainda comum entre os jovens, principalmente entre os inquiridos mais velhos. No que respeita à relação dos jovens com conteúdos cinematográficos, 39,3% declara que costuma ver filmes, principalmente filmes que não são desenhos animados, 30,5% tanto vê desenhos animados

como sem ser de desenhos animados e 23,7% afirma que habitualmente vê filmes de animação ou de desenhos animados. Apenas 6,5% diz não ver filmes habitualmente. Como seria de esperar, a percentagem de respondentes que vê principalmente filmes de animação é bem maior entre os 8 e os 12 anos (41,5%), do que entre os 13 e os 15 anos (15,2%) e entre os 16 e os 18 anos (10,4%). Tal como verificado nos inquéritos de 2006, os dados do inquérito de 2008 demonstram que a televisão é o principal meio de difusão utilizado pelos jovens. Entre os inquiridos, a grande maioria costuma assistir a filmes na televisão (82,9%) e 26,7% assiste habitualmente aos filmes nas salas de cinema. Além disso, 18,9% declara que tem por hábito comprar ou alugar DVDs. Apenas pequenas minorias de respondentes, recorre habitualmente a filmes originais emprestados por amigos, familiares ou colegas (4%), faz descargas da internet de filmes (3%) ou costuma fazer cópias a partir de DVDs originais. Quanto a fazer pesquisas na internet sobre filmes, 44,5% afirma que nunca o faz, 14% aponta que o faz raramente, 13,8 faz pesquisas às vezes e somente 5,1 o faz frequentemente e 4,1% muito frequentemente. Os inquiridos tendem a ser os mais fazem pesquisas na internet sobre filmes e com maior frequência. Ademais 32% dos respondentes vê filmes em DVD no ecrã do computador e 9,1% admitem que costumam assistir a filmes descarregados da internet no computador. Porém. 55,2% dos jovens assinala que não costuma assistir a filmes no computador.

Sempre que um novo filme é estreado 34,8% dos jovens prefere ir vê-lo ao cinema, todavia, 38,3% assinala que prefere esperar até que passe na televisão e 10,1% espera até que saia em DVD para alugá-lo. Somente 5% espera até que o filme saia em DVD para comprar uma cópia oficial, apenas 3,2% procura normalmente descarregá-lo na internet e só 1,8% diz que procura comprar uma cópia pirata na rua. Verifica-se um menor percentagem de respondentes mais novos que normalmente vão ver um filme ao cinema (20,5%), enquanto que a percentagem de inquiridos mais velhos que normalmente vão ver novos filmes ao cinema ascende aos 53,8%. Estes números poderão reflectir uma maior liberdade de movimentos e capacidade financeira por parte dos inquiridos mais velhos.

No que respeita à sua relação com conteúdos cinematográficos, os inquéritos de 2006 mostravam que os inquiridos mais velhos e os utilizadores mais regulares da internet tendem a apresentar traços próprios: fazem pesquisas sobre filmes na internet com maior frequência, colocando assim o cinema e a internet numa relação de complementaridade, e tendem a assistir mais a filmes no computador, embora este não seja o principal meio de difusão. Poderá estar aqui patente uma tendência emergente de utilização integrada de diferentes media no

computador, em especial, numa altura onde se torna possível descarregar da internet conteúdos cinematográficos ou televisivos a pedido do usuário.

No âmbito da relação dos jovens com a música gravada, 49,8% dos jovens afirma ter um leitor de música portátil em que possa utilizar ficheiros mp3. Há uma pequena tendência para haver mais rapazes com leitores mp3 (53,1%) do que raparigas (46,3%). Mas é mais clara a clivagem entre escalões etários: verificam-se maiores fracções de respondentes com leitores mp3 entre os 13 e os 15 anos (59,7%) e entre os 16 e os 18 anos (59,6%) do que entre as crianças dos 8 aos 12 anos (33,6%).

Entre os jovens respondentes, 36,3% afirma ser capaz de descarregar músicas da internet. Há uma maior percentagem de rapazes (42,6%) do que de raparigas (29,9%) a declararem que têm esta competência. Também existe uma menor percentagem de inquiridos mais novos a afirmarem que são capazes de descarregar músicas da internet: 14%, o que está claramente abaixo da percentagem de inquiridos dos 16 aos 18 anos que declararam conseguir fazê-lo (55,2%).

Pouco mais de um quarto dos inquiridos (27,2%) tem a capacidade de utilizar sistemas de troca de ficheiros (ex: emule, soulseek, etc.), sendo esta uma competência declarada, mais uma vez, por uma percentagem maior de rapazes (31,1%) e de internautas entre os 16 e os 18 anos (49,2%), em contraste com as raparigas (23,2%) e os inquiridos mais novos (7,4%). Já é muito mais habitual a troca de música com os amigos, seja a troca de CDs (34,2%), a troca de ficheiros mp3 (34,3%) ou a menos habitual troca utilizando a internet (11,6%). No entanto, 43,8% dos inquiridos afirmam que não tem por hábito trocar músicas com os pares. No que concerne a troca de música através da internet, 6% utiliza programas de mensagens instantâneas como o messenger, 2,7% disponibiliza músicas em sites de redes sociais tais como o hi5 ou o facebook, e menos de 2%, utiliza blogs ou forúns de música, sites de redes musicais com o MySpace e redes peer-to-peer (emule, soulseek, etc.). A compra de música através da internet é ainda bastante rara entre os jovens portugueses visto que 91,4% dos respondentes declara que nunca o fez.

Tal como verificado no inquérito online realizado em 2006, também se observa aqui que há uma clara tendência (em 48,4% dos casos) para achar que é mais errado vender músicas ou CD's pirateados, enquanto que 16,1% acha que é mais errado comprar música gravada pirateada. Entre os jovens, 16,1% é da opinião que é mais errado trocar músicas e/ou CD's com desconhecidos através da internet e 12,9% acha que é mais errado fazer cópias de CDs.

Curiosamente há um maior reconhecimento feminino (em 60% dos casos) de que é mais errado vender músicas ou CD's pirateados, em comparação com 42,9% dos rapazes. Há uma menor percentagem de inquiridos mais novos (37,5%) com a opinião de que é mais errado comprar músicas ou CD's pirateados mas entre os mais novos há uma maior percentagem de inquiridos da opinião de que é errado trocar música na internet com desconhecidos (igualmente 35,7%), enquanto que entre os inquiridos dos 16 aos 18 anos ninguém acha que é mais errado trocar músicas pela internet mas 54,5% é da opinião que é mais errado vender músicas ou CD's pirateados. Dos respondentes, 45,2% estaria disposto a pagar até 5 euros por mês para adquirir músicas em sítios na internet, 19,4% estaria disposto a pagar entre 6 a 10 euros e 9,7% de 11 a 15 euros. No entanto, 22,6% não está disposto a pagar nada. Verifica-se uma maior predisposição entre os inquiridos mais velhos para dar largas à bolsa.

É no consumo de produtos culturais que muitas vezes os jovens sentem as contradições da sua condição de dependentes económicos mas de pessoas independentes no que respeita a gostos e preferências. Ademais, essa contradição poderá ser agravada pelo facto de os jovens serem considerados um importantíssimo nicho de mercado para a indústria fonográfica, doravante a sua pouca autonomia financeira. Neste contexto, muitas vezes os jovens tentam o acesso a determinados produtos musicais através da troca de música, da cópia e mais raramente através da obtenção de cópias piratas. A par do que foi apurado em 2006, uma parte substancial dos jovens pensa que não é muito errado trocar CD's originais com aqueles que lhes estão próximos mas já estão em minoria aqueles que pensam que é correcto trocar músicas noutras condições, utilizando por exemplo a internet ou recorrendo a fontes piratas.

Importa perceber como é organizado o quotidiano dos jovens em termos do tempo que passam a utilizar determinados média. No que concerne a internet, perto de um quarto (24,1%) afirma que passa até 30 minutos a navegar, 15,9% entre 30 minutos e uma hora, 17,9% entre uma a duas horas e 16,5% passa duas horas ou mais a navegar. O tempo passado a utilizar na internet tende a aumentar com a idade: a percentagem de inquiridos dos 16 aos 18 anos que passa, diariamente, mais de uma hora a navegar na internet é de 54,1%, em comparação com 17,5% das crianças dos 8 aos 12 anos.

No que respeita ao tempo passado a ver televisão, os inquiridos que passam 30 minutos ou menos à frente do seu ecrã estão em minoria (12,7%), assim como os que vêm TV entre 30 minutos a uma hora (14,3%). Cerca de um terço dos jovens respondentes (33,5%) vê televisão entre uma a duas horas e uma percentagem similar de inquiridos (33,1%) assiste à televisão

pelo menos duas horas por dia. Os adolescentes dos 13 aos 15 anos são os que tendencialmente passam mais tempo a ver televisão.

Quanto à rádio, é de assinalar que pouco mais de um terço dos respondentes (34,8%) assinala que não costuma ouvir rádio. Mas entre as jovens ouvintes, o tempo passado a escutar rádio é, em termos médios, menor que o tempo que a generalidade dos jovens passa a navegar na internet ou a ver televisão. De facto, 35,2% não passa mais de 30 minutos por dia a ouvir rádio, 8,1% ouve rádio entre 30 minutos a uma hora, 10,4% entre uma a duas horas e apenas 6,8% passa duas horas ou mais a ouvir rádio. Os respondentes dos 8 aos 12 anos são os que menos ouvem rádio visto que, entre eles, 52% declara que não utiliza a rádio em comparação com 26,7% dos adolescentes dos 13 aos 15 anos e com 21,9% dos jovens dos 16 aos 18 anos. O tempo passado a escutar rádio tende a aumentar com a idade.

No entanto, a audição de música gravada tem maior presença do quotidiano dos jovens do que a rádio, não só porque há bem menos inquiridos que afirmam não ouvir habitualmente música (8,3%), mas principalmente porque os jovens passam, de modo geral, mais tempo a ouvir música gravada do que a receberem passivamente as emissões de rádio. Observa-se que 32,5% não passa mais de 30 minutos por dia a ouvir música, mas a percentagem daqueles que ouvem música duas horas ou mais é de 20,5%. Ademais 18,6% ouvem música entre 30 minutos a uma hora e 17,1% entre uma a duas horas. Mais uma vez são os adolescentes que, de um modo geral, têm uma relação mais próxima com a música do que os inquiridos dos 8 aos 12 anos: 53,6% dos inquiridos dos 16 aos 18 ouve música uma hora ou mais por dia, entre os respondentes dos 13 aos 15 anos essa percentagem decresce um pouco para 42,9% mas é entre as crianças dos 8 aos 12 anos que decresce acentuadamente para os 20%.

A grande maioria dos jovens (76,5%) não utiliza o telefone fixo e quando o faz é geralmente para chamadas mais curtas: 15,8% não utiliza o telefone fixo mais do que 15 minutos por dia e só 5,4% o utiliza por 15 minutos ou mais. Há uma ligeira tendência para serem as raparigas a utilizarem mais o telefone fixo do que os rapazes. Mas no geral as grandes tendências mantêm-se, mesmo na comparação entre escalões etários. Mas se os jovens relegam o telefone fixo para segundo plano, o mesmo não se passa com o telemóvel visto que apenas 15,8% afirma que não utiliza diariamente o telemóvel. Entre os jovens inquiridos, 38,3% diz que usa o telemóvel até 30 minutos, 8,3% entre 30 minutos e uma hora, 9,8% entre uma a duas horas e 22,9% passa pelo menos duas horas ao telemóvel. Claramente, o tempo que os inquiridos passam a usar o seu dispositivo móvel aumenta, de forma geral, na adolescência. Apenas 11,3% dos respondentes dos 8 aos 12 anos passa pelo menos uma hora a utilizar o

telemóvel mas entre os inquiridos dos 13 aos 15 anos a percentagem de jovens que usa o telemóvel uma hora ou mais é de 40,3% e entre os respondentes dos 16 aos 18 anos sobe para os 51,4%.

No que respeita ao tempo passar a jogar, 42% refere que não tem por hábito jogar videojogos ou pelo menos jogar diariamente ou de forma regular. Além disso, uma parte substancial dos jovens inquiridos não tem uma noção sobre o tempo que gasta a jogar visto que 47,9% dos respondentes não souberam ou não quiseram responder à pergunta. De aqui surge uma dificuldade séria para avaliar o tempo gasto diariamente a jogar pelos jovens portugueses.

Fazendo um apanho geral do tempo gasto diariamente no uso dos vários media podemos fazer uma hierarquia: os jovens passam mais tempo a ver televisão, a seguir na lista vem o tempo passado a utilizar o telemóvel. A audição de música surge em terceiro lugar, seguida da utilização da internet. Só depois surge a rádio e a utilização do telefone fixo aparece como o meio de comunicação de que os jovens se ocupam menos. A televisão, no que respeita ao tempo que ocupa aos jovens, ainda não perdeu a sua centralidade.

No seu dia-a-dia as crianças e os adolescentes hierarquizam os media consoante as suas preferências. Neste âmbito, usar o telemóvel é a actividade mais difícil de deixar de fazer para uma maior percentagem de respondentes (31,2%), o que é demonstrativo da centralidade que, hoje em dia, o telemóvel tem na vida quotidiana dos jovens, principalmente dos adolescentes. Deixar de ver televisão seria penoso para 26,5% dos inquiridos, o que ainda releva a importância que a televisão ainda detém hoje em dia, sobretudo para as crianças, de seguida está usar a internet, actividade que seria difícil de deixar de fazer para 14,9% dos respondentes e deixar de jogar videojogos seria o acontecimento mais penoso para 10% dos inquiridos. O telemóvel e televisão assumem maior significado subjectivo para as raparigas. De facto, verifica-se que 37,9% das raparigas acharia que seria mais difícil de deixar de usar o telemóvel e 31,9% assinala que seria mais difícil para si deixar de ver televisão, enquanto que entre os rapazes essas percentagens são de 24,6% e 21,3%, respectivamente. Por seu turno, a internet e os videojogos assumem maior significado subjectivo para os rapazes. Observa-se que 19,7% dos rapazes acharia que seria mais difícil de deixar de usar a internet e 16,1% aponta que seria mais difícil para si deixar de jogar videojogos, já entre as raparigas, as percentagens de inquiridas as com as mesmas opiniões, são de 10,1% e 3,7%, respectivamente. Ademais, a televisão tem muito maior importância para as crianças dos 8 aos 12 anos visto que entre elas, 41% acha que seria mais difícil deixar de ver televisão, mas entre os jovens dos 16 aos 18 anos a percentagem de respondentes, para quem seria mais difícil

deixar de ver televisão, é de apenas 12%. É entre os respondentes dos 13 aos 15 anos e ainda mais entre os jovens dos 16 aos 18 anos que o telemóvel assume uma importância central: 46,4% dos inquiridos dos 16 aos 18 anos afirma que seria mais difícil deixar de usar o telemóvel, 35,6% dos respondentes dos 13 aos 15 são da mesma opinião e somente 15,3% das crianças acha o mesmo. Além disso, enquanto que a internet aumenta de importância entre os mais velhos, a importância subjectiva atribuída aos videojogos tende a diminuir, mas não são tendências tão fortemente marcadas como no caso do telemóvel.

Inversamente, ler é a actividade mais fácil de deixar de fazer para uma maior percentagem de jovens (38,6%). Deixar de ouvir rádio seria fácil para 19,1% dos inquiridos e deixar de jogar videojogos seria algo mais fácil para 12,1% dos jovens. Fracções menores de 10% de inquiridos são da opinião que seria fácil deixar de ver televisão, deixar de usar o telemóvel, deixar de utilizar a internet ou deixar de ouvir música. Verifica-se uma maior percentagem de rapazes para quem seria mais fácil deixar de ler (43%) do que de raparigas (34,2%). Quanto às diferenças entre escalões etários, há menores percentagens de respondentes mais velhos para quem seria fácil deixar de ouvir rádio, mas entre esses inquiridos há uma percentagem maior daqueles que acham que seria mais fácil deixar de jogar videojogos.

Sobre as percepções dos jovens respondentes do impacto dos media no seu quotidiano, há praticamente tantos jovens que concordam totalmente ou em parte que os videojogos tiram-lhes tempo de estudo (28,5%) como jovens que discordam totalmente ou em parte com a noção de que os videojogos têm influência no seu tempo de estudo (27,8%). Entre os rapazes, a percentagem daqueles que concordam totalmente ou em parte que os videojogos tiram-lhes tempo de estudo (40%) é superior à percentagem daqueles que discordam totalmente ou em parte (31,5%), enquanto que entre as raparigas o peso daquelas que concordam totalmente ou em parte que os videojogos influenciam o seu tempo de estudo é de apenas 16,8%. As diferenças entre escalões etários são menos pronunciadas, contudo verifica-se uma ligeira tendência para haver mais inquiridos dos 8 aos 12 anos que concordam totalmente ou em parte que os videojogos retiram-lhes tempo de estudo (31%).

De um modo geral, os inquiridos que concordam totalmente ou em parte que os videojogos tiram-lhes tempo para estar com a família e amigos representam 27,2% enquanto que os que discordam totalmente ou em parte representam 29,5%. Entre os rapazes, a percentagem daqueles que concordam totalmente ou em parte que os videojogos tiram-lhes tempo para estar com a família e amigos (37,4%) está próxima da percentagem daqueles que discordam totalmente ou em parte (34,8%). Porém, entre as raparigas, a percentagem daquelas que

concordam totalmente ou em parte que os videojogos tiram-lhes tempo para estar com pessoas próximas (16,7%) é visivelmente inferior à verificada entre os rapazes e inferior à percentagem das respondentes que discordam totalmente ou em parte que os videojogos tiram-lhes tempo para estar com a família e os amigos (24,2%). As diferenças entre escalões etários são igualmente aqui pouco acentuadas.

Os que concordam totalmente ou em parte estar viciados num videojogo constituem uma minoria (15,2%) em comparação com 41,2% dos respondentes que discorda totalmente ou em parte. Verifica-se uma maior percentagem de rapazes que se considera (totalmente ou em parte) viciado num videojogo (21,3%) em comparação com 9% das raparigas. A percentagem de jovens inquiridos que concorda totalmente ou em parte estar viciado num videojogo decresce com a idade: essa percentagem é de 18,7% entre as crianças dos 8 aos 12 anos e de 10,4% entre os adolescentes dos 16 aos 18 anos.

No entanto uma percentagem bem mais significativa de jovens concorda totalmente ou em parte que conhece pessoas que, quando estão em casa, não param de jogar (40,9%), em comparação com 13,7% de inquiridos que discordam totalmente ou em parte. Neste âmbito, há claramente mais rapazes que concordam que conhecem pessoas que não param de jogar em casa (52,1%), sendo que, entre as raparigas, somente 29,6% concorda que conhece pessoas que não param de jogar. As diferenças são pouco ou menos acentuadas entre escalões etários.

Quanto à concordância (total ou em parte) dos inquiridos no que diz respeito à noção de que os jogos os podem tornar violentos, ela representa 18,7%, claramente inferior à percentagem de inquiridos que demonstram a sua discordância (total ou em parte) que é de 35,7%. Porém, verificam-se maiores percentagens de rapazes e de inquiridos dos 8 aos 12 anos que demonstram a sua concordância com essa noção (25,9% e 21,4%, respectivamente) do que de raparigas e de respondentes dos 16 aos 18 anos (11,4% e 13,6%, respectivamente).

Apesar de muitos jovens jogarem sozinhos uma parte substancial concorda (totalmente ou em parte) que é muito mais divertido jogar com alguém do que jogar sozinho (47,4%) em comparação com apenas 9,3% que discorda totalmente ou em parte. A mesma tendência verifica-se entre os sexos e entre os diferentes escalões etários.

No que concerne a relação dos jovens com o telemóvel, a forma como esse dispositivo se introduz na vida dos jovens é bem patente em situações em que se sentem desconfortáveis quando não têm consigo o seu telemóvel, ou quando estão impossibilitados de o usar (porque

não há rede ou porque não têm bateria, por exemplo). A sensação de estar contactável ou de poder contactar alguém em qualquer lugar é reconfortante e os nossos dados são indicadores dessa situação. Mais de metade dos jovens respondentes (56,4%) concorda (totalmente ou em parte) que se sente muito ansioso(a) quando se esquece do telemóvel ou quando este fica sem bateria, contra 27,2% que discordam totalmente ou em parte. Curiosamente, há mais raparigas (61,1%) que mostram a sua concordância total ou em parte com a noção de que se sentem ansiosas quando se esquecem do telemóvel em casa ou quando este fica sem bateria, sendo que, entre os rapazes, 51,8% demonstra a sua concordância com a mesma noção. Além disso, a ansiedade provocada pela impossibilidade de usar o telemóvel aumenta visivelmente na adolescência. Entre as crianças dos 8 aos 12 anos, 31,5% concorda totalmente ou em parte que se sente muito ansioso(a) quando se esquece do telemóvel ou quando este fica sem bateria, contudo essa percentagem sobe acentuadamente entre os adolescentes dos 13 aos 15 anos (67,5%) e entre os jovens dos 16 aos 18 anos (76%).

A maior parte dos inquiridos (69,6%) concorda totalmente ou em parte que deixa o seu telemóvel permanentemente ligado, em comparação com apenas 14,4% que discorda totalmente ou em parte. É entre os escalões etários que se verificam as maiores diferenças: Entre as crianças dos 8 aos 12 anos, 43,6% concorda totalmente ou em parte que mantém o seu telemóvel permanentemente ligado, todavia essa percentagem sobe marcadamente entre os adolescentes dos 13 aos 15 anos (80,7%) e entre os jovens dos 16 aos 18 anos (90,7%).

Personalizar o telemóvel com uma fotografia, um protector de ecrã ou um toque favorito é também uma prática bastante comum entre os jovens, visto que 63,3% concorda totalmente ou em parte que o fazem, enquanto que somente 20,2% discorda totalmente ou em parte. Mais uma vez, as diferenças mais significativas são observadas na comparação entre escalões etários: entre as crianças dos 8 aos 12 anos, 39,3% concorda totalmente ou em parte que personaliza o seu telemóvel, sendo que, entre os adolescentes dos 13 aos 15 anos, essa percentagem sobe de forma bastante acentuada para os 77% e, entre os jovens dos 16 aos 18 anos, atinge os 80,3%.

Outra prática comum é enviar mensagens de parabéns e boas festas através de mensagens SMS, uma vez que 68,9% concorda totalmente ou em parte que o faz, e apenas 14,8% discorda totalmente ou em parte. Há também uma tendência para haver mais raparigas que concordam totalmente ou em parte que o fazem (73,5%) do que de rapazes (73,5%). Mas a variável idade demonstra aqui, mais uma vez, a sua importância. Os inquiridos dos 16 aos 18 anos são os que mais concordam (totalmente ou em parte) que usam mensagens SMS para fazer felicitações

de parabéns e boas festas (89%), em comparação com 77,4% dos adolescentes dos 13 aos 15 anos e com 45,9% das crianças dos 8 aos 12 anos.

No que respeita às percepções dos jovens, a grande maioria (74%) concorda totalmente ou em parte que a internet é-lhe muito útil e somente 6,4 discorda totalmente ou em parte. Há, ligeiramente, uma maior percentagem de rapazes (77,7%) que mostram da sua concordância total ou em parte que a internet é-lhes muito útil, sendo que entre as raparigas é de 70,1%. A noção de que a internet é muito útil aumenta, igualmente, com a idade: entre os inquiridos dos 8 aos 12 anos, 55% concorda com a utilidade da internet, enquanto que entre os inquiridos dos 16 aos 18 anos, a concordância total ou em parte é demonstrada por 86,8% desses respondentes.

Além disso, 53,4% concorda totalmente ou em parte que a internet pode criar habituação, tornando-os viciados, enquanto que somente cerca de um quarto (25,2%) demonstra a sua discordância total ou em parte. A mesma tendência é verificada entre sexos e escalões etários: há mais inquiridos que concordam que a internet pode causar habituação do que aqueles que discordam com essa noção. Ademais, a maioria (53,9%) concorda totalmente ou em parte que a internet pode provocar isolamento, e fazer com esteja menos com os seus amigos e familiares.

Ainda quanto à internet, uma inequívoca maioria (74,6%) concorda totalmente ou em parte que gosta da internet, pois a internet é um meio de se entreter, e apenas 5,9% discorda totalmente ou em parte. Em ambos os sexos e em todos os escalões etários, há mais inquiridos que concordam que gostam da internet porque é um meio de entretenimento do que aqueles que discordam com essa noção. Também são maioritários (68,6%) os que concordam com a noção de que a internet é antes de mais uma forma de comunicar com os seus amigos, comparado com 11,1% de inquiridos que discorda totalmente ou em parte. Mais uma vez, a mesma tendência verifica-se na comparação entre sexos e entre escalões etários.

Pouco mais de metade dos jovens inquiridos (54,4%) está de acordo totalmente em parte com a noção de que quando estão online, mantêm o seu messenger permanentemente ligado, e os que não estão de acordo representam 22,5%. Entre os inquiridos mais velhos há claramente mais inquiridos que concordam totalmente em parte que mantêm o seu messenger permanentemente ligado do que inquiridos que discordam.

Apesar da emergência e da relevância crescente da internet, não podemos afirmar que esta veio substituir outras actividades, até porque a navegação é muitas vezes realizada em regime

de multi-tarefa. Para além disso, para os respondentes do inquérito face-a-face de a televisão ainda é o meio de comunicação com que os jovens, de um modo geral, se ocupam mais. Ver televisão para um jovem de hoje em dia pode não significar o mesmo para outras gerações. Isto é, o visionamento dos programas de televisão é muitas vezes repartido simultaneamente com outras actividades ou, em especial, com a utilização de outros media e pode não significar um visionamento atento ou exclusivo. Ademais, a televisão mesmo sendo o meio mais presente no quotidiano dos jovens poderá estar a perder a sua importância relativa, de um modo geral. Como verificado no inquérito online aplicado em 2006, para os jovens mais familiarizados com a utilização das TIC (tecnologias da informação e comunicação), a televisão perdeu para uma fracção significativa dos adolescentes inquiridos a sua importância subjectiva face a outros media e, em especial, face à internet.

A vida dos jovens está a deslocar-se do público para o privado, situação que está relacionada, por um lado, com o declínio da “cultura de rua” em segmentos da população juvenil, em especial, em contextos urbanos, e a consequente retirada para a casa ou o apartamento e, por outro lado, com o declínio do convívio familiar tradicional. Os nossos dados demonstram que a casa dos jovens inquiridos, nos vários quadrantes da sociedade portuguesa, é o local privilegiado das actividades relacionadas com os media. O quarto de dormir das crianças e dos adolescentes deixou de ser aquele espaço privado onde se dorme, se estuda ou confinado a práticas mais íntimas. É onde se realiza cada vez mais todo um conjunto de práticas ligadas aos media. Tudo isto acontece num contexto de autonomia existencial dos adolescentes mas de dependência económica face aos pais o que pode proporcionar tensões dentro do seio familiar. Com a individualização e privatização dos tempos livres, os jovens vão conquistando novos campos de liberdade, novas formas de expressão e consumo. Os media podem ser vistos como uma expressão da liberdade, da autonomia e das identidades juvenis.

Bibliografia

- BAUDRILLARD, Jean (1993) *The Transparency of Evil, Essays on Extreme Phenomena*, Londres: Verso
- BUCKINGHAM, D. (2000) *After the Death of Childhood: Growing Up in the Age of Electronic Media*, Cambridge: Polity Press
- CARDOSO, Gustavo e outros (2005) *A sociedade em rede em Portugal*, Porto: Campo das Letras
- CARDOSO, Gustavo (2006), *Os Media na Sociedade em Rede*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- CARDOSO, Gustavo, Espanha, Rita e Lapa, Tiago (2007), *E-Generation: os usos de media pelas crianças e jovens em Portugal*, Lisboa, CIES-ISCTE, relatório final. Disponível em <http://cies.iscte.pt/destaques/documents/E-Generation.pdf>
- CASTELLS, Manuel e Pekka Himanen (2003). *The Information Society and the Welfare State: The Finnish Model*. Oxford: Oxford University Press
- CRAWFORD, Garry (2006) *The cult of Champ Man: the culture and pleasures of Championship Manager/Football Manager gamers*, *Information, Communication & Society*, Vol. 9 (4): 496-514
- DUTTON, William e Adrian Shepherd (2006) *Trust in the internet as an experience technology*, *Information, Communication & Society*, Vol. 9 (4): 433-451
- ESPANHA, Rita, Luís Soares e Gustavo Cardoso (2006), “Do Multimedia ao Wireless: As Dietas Mediáticas dos Portugueses”, in *A Sociedade em Rede - Do Conhecimento à Acção Política*, Lisboa: Colecção Debates, Ed. Imprensa Nacional – Casa da Moeda
- FROMME, Johannes (2003), *Computer Games as a Part of Children's Culture*, *Game Studies*, Vol. 3 (1) em <http://www.gamestudies.org/0301/fromme/>
- GREENFIELD, Patricia (1984) *Mind and Media: The effects of television, video games and computers*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- HIMANEN, Pekka (2001) *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age*, Nova Iorque: Random House Inc.
- LEU, Hans Rudolf (1993) *How children use computers. Study to dewitch a new technology*, Munique: Deutsches Jugendinstitut
- LIVINGSTONE, Sonia, Leen d'Haenens & Uwe Hasebrink (2001) *Childhood in Europe: Contexts for Comparison*. In S. Livingstone & M. Bovill (Eds.), *Children and Their*

Changing Media Environment. A European Comparative Study. Mahwah, NJ & London: Lawrence Erlbaum Associates: 3-30

- LIVINGSTONE, Sonia (2002) Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment, Londres: Sage

Ficha Técnica

Título

E-Generation 2008: Os Usos de Media pelas Crianças e Jovens em Portugal

Coordenação Científica

Gustavo Cardoso, Rita Espanha

Investigadores

Tiago Lapa, Vera Araújo

Centro de Investigação

OberCom – Observatório da Comunicação

Apoio à Investigação

Portugal Telecom (PT)



OBERCOM - Observatório da Comunicação
Palácio Foz - Praça dos Restauradores
1250-187 LISBOA

e-mail: obercom@obercom.pt
tel.: 213221319
fax.: 213221320
<http://www.obercom.pt>