

Foto de Corinne Ricardo



Os Portugueses e as Redes Sociais 2026

As redes sociais

As redes sociais são hoje um “ponto de encontro” importante não apenas para os indivíduos como para as marcas, que, de forma rápida, envolvente e dinâmica, podem interagir com os seus consumidores.

A rapidez de contacto permite detectar quase instantaneamente movimentos de insatisfação ou de entusiasmo pela marca, pelo que uma atenção especial a estas plataformas permite ajustar estratégias de comunicação e divulgação capazes de minimizar eventuais falhas, bem como tirar partido das oportunidades aqui reveladas.

As redes sociais são, por isso, um instrumento imprescindível de marketing e comunicação das marcas.

E foi para conhecer melhor a relação que os portugueses têm com as redes e com as marcas aí presentes que o Grupo Marktest lançou em 2011 o estudo **Os Portugueses e as Redes Sociais**.

A **edição de 2026** inclui, pela primeira vez, uma área de informação dedicada ao uso de **Inteligência Artificial (IA)** e ao seu impacto nas redes sociais, onde se analisa a relação dos utilizadores das redes sociais com os conteúdos gerados por IA, explorando a sua experiência e utilização de ferramentas de IA, a perceção sobre a frequência com que estes conteúdos são encontrados nas redes sociais e a capacidade de os identificar.

Aborda ainda a importância atribuída à identificação de conteúdos gerados por IA, a perceção sobre o seu impacto, os tipos de conteúdos em que a sua utilização é mais aceite e, em particular, a receptividade a conteúdos de marcas que recorrem a IA na sua comunicação nas redes sociais.

O estudo procura conhecer os hábitos dos utilizadores de redes sociais, as redes que conhecem e mais utilizam, as funcionalidades que mais valorizam, as personalidades e marcas que seguem, a frequência com que acedem e com que publicam informação, assim como o tempo que lhes dedicam ou os equipamentos que utilizam para lhes aceder.

O estudo aprofunda também a relação que os portugueses estabelecem com as marcas, empresas e figuras públicas presentes nestas plataformas (que motivações têm, interações que mantêm, opinião sobre a presença nas redes sociais, conteúdos mais apreciados ...).

O hábito de ver vídeos nas redes sociais, fazer compras ou recordação de publicidade nas redes sociais são outras áreas sobre as quais o estudo permite obter respostas, assim como a preferência por conteúdos publicados em stories ou no feed.

Redes sociais onde tem perfil criado ou possui conta:



Base: Totalidade do universo

Dashboard 2026 e Tendências 2016-2026 na YumiAnalytics web

Os principais resultados deste estudo estão também disponíveis na plataforma **YumiAnalytics web** desenvolvida pelo Grupo Marktest, em dois formatos:

1. **Dashboard 2026**, com os principais resultados segmentados pelas variáveis sociodemográficas e a opção adicional (como builder user) de exploração integral de todos os dados disponíveis (criação de novos widgets, filtros, targets, etc).

2 **Análise Redes Sociais - Tendências 2016-2026**, para acompanhar a evolução do uso e opiniões dos portugueses face às redes sociais na última década, com as funcionalidades de análise dinâmica da informação que a plataforma permite.

Sabia Que entre os utilizadores de redes sociais...

- ✓ Analisado pela primeira vez em 2026, o Spotify está entre as 8 redes com maior notoriedade total;
- ✓ O WhatsApp é a rede com maior penetração em Portugal;
- ✓ Um terço dos utilizadores de redes sociais que deixaram de usar alguma rede social nos últimos 12 meses abandonaram o X;
- ✓ 51% dos utilizadores indica que publicam no WhatsApp pelo menos uma vez por dia;
- ✓ 8.4 (numa escala de 1 a 10) é a importância que os inquiridos atribuem à presença das empresas e marcas nas redes sociais.
- ✓ 77% diz já ter usado ferramentas de IA generativa

Metodologia

Universo

Indivíduos com idade compreendida entre os 15 e os 64 anos, residentes em Portugal Continental e utilizadores de redes sociais.

Amostra

802 entrevistas. Amostra estratificada por região Marktest, sendo proporcional à população que constitui o universo, de acordo com as variáveis género e idade.

Recolha da informação

Entrevista online (Cawi System), com um questionário estruturado de auto-preenchimento, constituído por perguntas fechadas e abertas, tendo decorrido de 6 a 21 de julho de 2026.

Disponibilização da informação

A informação é disponibilizada através de vários formatos:

- **Relatório PDF**, com análise descritiva e gráfica dos principais resultados, e ficheiro Excel, com quadros de tabulação e gráficos com os resultados do questionário.
- **Dashboard YumiAnalytics web 2026** com principais resultados do ano, segmentação sociodemográfica e opção adicional de exploração total dos dados (novos quadros e gráficos, filtros, targets, etc)
- **Tendências 2016-2026**, disponibilizada também na plataforma **YumiAnalytics web**, que permite uma análise dinâmica da informação e exportação de dados para Excel para os último 10 anos.

Informação disponível

▪ Notoriedade de redes sociais

- ✓ Espontânea; Sugerida; Total

▪ Penetração e uso de redes sociais

- ✓ Redes sociais onde tem perfil
- ✓ Abandono de redes sociais
- ✓ Funcionalidades de redes sociais utilizadas
- ✓ Acesso a redes sociais por horas e equipamentos
- ✓ Dia da semana em que dedica mais tempo
- ✓ Tempo de consulta
- ✓ Avaliação do tempo dedicado às redes sociais
- ✓ Equipamentos utilizados para aceder a redes sociais
- ✓ Atividades realizadas em simultâneo
- ✓ Frequência de visita por rede
- ✓ Frequência de publicação por rede
- ✓ Média de posts diários e semanais publicados
- ✓ Opinião sobre redes sociais

▪ Rede social mais utilizada

- ✓ Razões de adesão à rede
- ✓ Classificação da experiência de utilização dessa rede social

▪ Vídeos nas Redes Sociais:

- ✓ Costuma ver vídeos nas redes sociais
- ✓ Em que redes sociais costuma ver vídeos
- ✓ Que tipos de vídeos mais gosta de ver nas redes sociais
- ✓ Costuma partilhar links de vídeos nas redes sociais que utiliza

▪ Figuras Públicas nas Redes Sociais

- ✓ É fã ou segue figuras públicas nas redes sociais
- ✓ Nome das figuras públicas de que é hoje em dia fã ou que segue nas redes sociais
- ✓ Através de que redes sociais segue essas figuras públicas
- ✓ Que tipos de conteúdos gosta mais de ver nas páginas das figuras públicas
- ✓ Tipo interações costuma ter nas páginas das figuras públicas

▪ Fãs e seguidores de marcas nas redes sociais:

- ✓ Marcas de que é fã
- ✓ Número de marcas de que é fã
- ✓ Frequência de consulta de informação nessas páginas
- ✓ Motivos pelos quais é fã da empresa/marca
- ✓ Benefícios que obtém ou poderá obter por ser fã
- ✓ Através de que redes sociais segue a empresa/marca
- ✓ Tipo de conteúdos que mais gosta
- ✓ Conteúdos mais interessantes
- ✓ Nº adequado de publicações pelas empresas/marcas
- ✓ Tom de tratamento preferido
- ✓ Grau de importância dada à presença das marcas nas redes sociais
- ✓ Influência nas opções de compra
- ✓ Opinião sobre presença de marcas nas redes sociais
- ✓ Opinião sobre influência nas opções de compra

▪ Compras nas redes sociais

- ✓ Já fez compras nas redes sociais
- ✓ Em que rede fez a última compra
- ✓ Satisfação com experiência de compra
- ✓ Produtos adquiridos
- ✓ Razões para não fazer compras nas redes sociais

▪ Publicidade nas redes sociais

- ✓ Em que rede recorda ver publicidade
- ✓ Agrado com publicidade nas redes sociais
- ✓ Opinião sobre publicidade nas redes sociais

▪ Inteligência Artificial nas redes sociais

NOVO

- ✓ Uso de IA Generativa
- ✓ Uso de IA para criar conteúdos para as redes sociais
- ✓ Frequência com que acredita que vê conteúdos gerados por IA nas redes sociais
- ✓ Consegue identificar quando um conteúdo foi criado com IA
- ✓ Importância de conteúdos IA estarem identificados
- ✓ Credibilidade, aceitação e agrado face a conteúdos IA

Condições Comerciais:

- ☐ Os Portugueses e as Redes Sociais 2026 (ficheiro PDF e Excel) 2 404,00 € *
- ☐ Os Portugueses e as Redes Sociais 2026 (ficheiro PDF e Excel) + Dashboard 2026 YumiAnalytics web
 - ☐ Viewer user 2 880,00 € *
 - ☐ Builder user 3 039,00 € *
- ☐ Os Portugueses e as Redes Sociais 2026 (ficheiro PDF e Excel) + Tendências 2016-2026 na YumiAnalytics web
 - ☐ Viewer user 3 300,00 € *
 - ☐ Builder user 3 930,00 € *

(*) Ao valor apresentado acresce o IVA à taxa legal em vigor.