

O que pesquisam os portugueses nos motores de busca?

17 de Setembro de 2010 às 19:08:08 por [Pedro Fonseca](#)

Palavras relacionadas com sexo e os tópicos de comércio, viagens, emprego e economia foram os mais pesquisados no Tumba.pt em 2003 e 2004.



As buscas mais efectuadas pelos portugueses em 2003 e 2004 no motor de busca nacional [Tumba.pt](#) foram termos relacionados com sexo e, em termos de categorias, foram preferidos o comércio, viagens, emprego e economia.

Os resultados constam do estudo “[A Search Log Analysis of a Portuguese Web Search Engine](#)“, uma investigação que “apresenta uma caracterização do comportamento dos utilizadores ao pesquisarem num motor de busca português, baseado na análise do registo das pesquisas efectuadas”. O trabalho foi realizado por Miguel Costa e Mário Silva (respectivamente da Fundação para a Computação científica Nacional e da Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa) e [apresentado](#) este mês no [INForum 2010 – Simpósio de Informática](#), em Braga.

rank	query	year 2003			year 2004			
		queries	term	terms	queries	term	terms	
1	sexo	1.20%	sexo	1.03%	sexo	2.04%	sexo	1.39%
2	emprego	0.29%	portugal	0.40%	emprego	0.24%	portugal	0.42%
3	isep	0.14%	fotos	0.35%	estado	0.27%	fotos	0.35%
4	jogos	0.12%	libros	0.32%	jogos	0.15%	libros	0.28%
5	totaloto	0.10%	emprego	0.28%	chat	0.13%	jogos	0.24%
6	escola	0.10%	escola	0.23%	pornografia	0.13%	imagens	0.22%
7	mestrados	0.10%	porno	0.22%	totaloto	0.13%	2004	0.21%
8	pornografia	0.09%	jogos	0.21%	f*****	0.12%	emprego	0.20%
9	porno	0.09%	imagens	0.17%	porno	0.10%	smile	0.20%
10	mapas	0.08%	mapa	0.17%	cadastro comercial	0.10%	download	0.19%
11	codi	0.08%	trabalho	0.17%	anuncios	0.10%	porno	0.18%
12	chat	0.08%	gratis	0.16%	is	0.09%	escola	0.18%
13	postais	0.07%	download	0.16%	transito	0.08%	mapa	0.17%
14	mp3	0.07%	curios	0.15%	mestrados	0.08%	lei	0.17%
15	banca	0.07%	portuguesa	0.15%	suru 2004	0.09%	escolas	0.16%
16	banco	0.07%	universidade	0.15%	tumba	0.07%	gratis	0.16%
17	condos eroticos	0.07%	formação	0.14%	google	0.07%	totaloto	0.14%
18	acompanhantes	0.07%	2003	0.14%	notas eroticas	0.07%	comercial	0.14%
19	anuncios	0.07%	musica	0.14%	leituras	0.07%	portuguesa	0.14%
20	sexo gratis	0.07%	musica	0.14%	sexo gratis	0.07%	curios	0.14%

Table 8: The 20 most frequent searched queries and terms. Characters **** hide expletives.

Em 2003, a primeira dezena de pesquisas foram sobre sexo, emprego, isep, jogos, totaloto, escola, mestrados, pornografia, porno e mapas.

No ano seguinte, sexo e emprego voltam a liderar, seguindo-se emule, jogos, chat, pornografia, totaloto, f*****, porno e cadastro comercial.

	Categories	year 2003		year 2004		Δ
		% queries	% queries	% queries	% queries	
1	Commerce, Travel, Employment or Economy	22.40%	20.30%	-2.10%		
2	People, Places or Things	14.80%	17.70%	2.90%		
3	Health or Sciences	10.50%	11.80%	1.30%		
4	Education or Humanities	7.20%	10.50%	3.30%		
5	Society, Culture, Ethnicity or Religion	5.60%	6.10%	0.50%		
6	Computers or Internet	6.40%	5.90%	-0.50%		
7	Sex or Pornography	4.90%	5.80%	0.90%		
8	Entertainment or Recreation	8.70%	5.10%	-3.60%		
9	Government	7.00%	4.20%	-2.80%		
10	Performing or Fine arts	1.60%	1.60%	0.00%		
11	Unknown or Other	11.20%	11.30%	0.10%		

Table 9: Topic categories of the queries.

Nas categorias, que agregam diferentes termos pesquisados, as três principais mantiveram-se sem alteração em ambos os anos: comércio, viagens, emprego e economia liderou, seguida de pessoas, locais ou coisas, e saúde ou ciências. Sexo ou pornografia apenas surgem na sétima posição nos dois anos.

“Sexo foi a pesquisa mais frequente, como tende a ser em muitos motores de busca mundiais”, explicou

Miguel Costa ao Computerworld. “Contudo, esta pesquisa representa menos de 2% do total de pesquisas. O tópico ‘Sexo e Pornografia’ representa apenas cerca de 5% do total das pesquisas”.

Pesquisas pequenas e poucos cliques

No total, foram analisados mais de 254 mil sessões de buscas em 2003 e mais de 133 mil no ano seguinte. Da análise dos registos e estatísticas das sessões dos utilizadores no Tumba.pt, um motor de pesquisa que funcionou entre 2002 e 2006, os investigadores detectaram que os utilizadores “preferem sessões rápidas e curtas, compostas de pesquisas pequenas e poucos cliques”. A tendência, dizem, é para “uma redução do número de interações com o motor de pesquisa”.

O primeiro estudo sobre o perfil dos utilizadores portugueses no uso de um motor de busca pode considerar-se datado por ter seis anos, como reconhecem os autores.

Miguel Costa, agora a trabalhar no [Arquivo da Web Portuguesa](#), lembra que “cerca de 80% das páginas Web desaparecem todos os anos, das quais muitas contém informação única e importante sobre a nossa sociedade. [Este projecto](#) tem como objectivo arquivar a Web portuguesa para que no futuro possa ser pesquisada e acedida, tal como é hoje. Temos arquivado mais de 700 milhões de páginas desde 1996 até 2009” e “reliquias como as primeiras páginas publicadas em Portugal”.

O Arquivo “usa muita tecnologia dos motores de busca”, tecnologia que “necessita de ser optimizada para o comportamento dos utilizadores portugueses. Como não havia nenhuma informação indicando qual o comportamento e os padrões de uso destes, eu e o professor Mário Silva decidimos fazer o estudo. Este estudo necessitava de dados representativos dos utilizadores portugueses, daí termos escolhido os dados do Tumba! de 2003 e 2004 por várias razões:

- este período foi rico em estudos sobre utilizadores de outros países, o que nos permite comparar resultados e tendências.
- este período serve de base de comparação com futuros estudos, para analisarmos a evolução do comportamento dos utilizadores.
- temos acesso a estes dados por termos feito parte da equipa que desenvolveu o Tumba!. As companhias de motores de busca têm relutância em disponibilizar estes dados devido a estes poderem conter informação privada dos utilizadores. Mesmo tendo o cuidado de eliminar informação privada, há possibilidade de pessoas pouco escrupulosas associarem pessoas às pesquisas. O [caso do AOL](#) é um bom exemplo deste problema”. Questionado se o perfil de buscas dos portugueses se alterou desde há seis anos, o investigador reconhece a necessidade de se fazerem mais “estudos com dados mais recentes. Contudo, os poucos dados que possuo indicam que variaram pouco”, diz.

Diferenças são pequenas mas existem

Os investigadores referem que os utilizadores nacionais são diferentes dos estrangeiros embora, diz Miguel Costa, “as diferenças são pequenas, o que é bom, porque faz com que as adaptações à tecnologia sejam também pequenas. Contudo, a linguagem e a cultura são factores essenciais para essa diferença. Por exemplo, o número de termos da pesquisa que usamos para transmitir o que queremos encontrar, depende da linguagem. Os coreanos tendem a introduzir em média menos um termo porque muitos dos seus termos são substantivos compostos, ou seja, são mais descritivos. A nossa cultura inevitavelmente guia os nossos interesses que se repercutem nas pesquisas. Não é por acaso que ‘Euro 2004’ foi das pesquisas mais frequentes em 2004”.

Estas diferenças notam-se também ao nível etário. Um estudo revelado esta semana mostra como os adultos dominam bem a tecnologia de pesquisa, enquanto os mais novos “[navegam pela Web usando marcadores \['bookmarks'\], lembrando-se dos seus sítios Web favoritos e acedendo a conteúdos pagos e a jogos](#)”.