



PANORAMA DA INTERNET NO BRASIL

INTRODUÇÃO

Neste E-Book, serão apresentados os principais resultados relativos à internet no Brasil. A importância crescente e a penetração das chamadas novas mídias na sociedade ficam claras quando se analisam os dados da pergunta sobre qual meio de comunicação o se utiliza mais. A internet foi apontada por 42% dos brasileiros (em 1º + 2º + 3º lugares). Por esses critérios, ela ficaria atrás da televisão (93%) e, por uma pequena diferença, do rádio (46%).

Estão disponibilizadas informações sobre os motivos, a frequência, os ciclos horários, a intensidade, as plataformas, as formas de uso concomitantes, redes sociais e programas de trocas de mensagens instantâneas, além do uso da internet para realizar serviços públicos e se comunicar com os governos. Também são apresentadas as razões pelas quais as pessoas não utilizam a internet.

Apesar da sua crescente importância, é alto o percentual da população que ainda não utiliza a internet (51%). Contudo, entre os usuários, a exposição é intensa e com um padrão semelhante: 76% das pessoas acessam a internet todos os dias, com uma exposição média diária de 4h59 de 2ª a 6ª-feira e de 4h24 nos finais de semana. Eles estão em busca, principalmente, de informações (67%) – sejam elas notícias sobre temas diversos ou informações de um modo geral –, de diversão e entretenimento (67%), de uma forma de passar o tempo livre (38%) e de estudo e aprendizagem (24%).

Assim como a televisão e o rádio, os ciclos horários de uso da internet de 2ª a 6ª-feira e nos finais de semana são semelhantes e possuem uma alta correlação. Isso significa que as pessoas tendem a estar conectadas mais ou menos nos mesmos horários, independentemente do dia. Seja de 2ª a 6ª-feira, seja aos sábados e domingos, o pico de uso da internet ocorre à noite, por volta das 20 horas.

No Brasil, as características sociodemográficas da população têm um grande impacto no uso da internet, principalmente se comparada aos outros meios de comunicação. Renda e escolaridade criam um hiato digital entre quem é um cidadão conectado e quem não é. Já os elementos geracionais ou etários mostram que os jovens são usuários mais intensos das novas mídias.

Os dados mostram que 65% dos jovens com até 25 anos acessam internet todos os dias. Entre os que têm acima de 65 anos, esse percentual cai para 4%. Entre pessoas com renda familiar mensal de até um salário mínimo (R\$ 724), a proporção dos que acessam a internet pelo menos uma vez por semana é de 20%. Quando a renda familiar é superior a cinco salários mínimos (R\$ 3.620 ou mais), a proporção sobe para 76%. Por sua vez, o recorte por escolaridade mostra que 87% dos respondentes com ensino superior acessam a internet pelo

menos uma vez por semana, enquanto apenas 8% dos entrevistados que estudaram até 4ª série o fazem com a mesma frequência.

Tais informações ajudam a explicar os principais gargalos para o uso da internet: além da falta de interesse (43%), a falta de habilidade com o computador (41%) – que afeta as pessoas mais velhas e menos escolarizadas –, a falta de necessidade (24%) e os custos que envolvem o uso das novas mídias (14%) – que impacta os mais pobres – estão entre as principais razões pelas quais os brasileiros não utilizam as novas mídias.

Entre as redes sociais e os programas de trocas de mensagens instantâneas mais usadas (em 1º + 2º + 3º lugares), estão o Facebook (83%), o Whatsapp (58%), o Youtube (17%), o Instagram (12%) e o Google+ (8%). O Twitter, popular entre as elites políticas e formadores de opinião, foi mencionado apenas por 5% dos entrevistados.

Em relação aos principais suportes de acesso à internet (em 1º + 2º

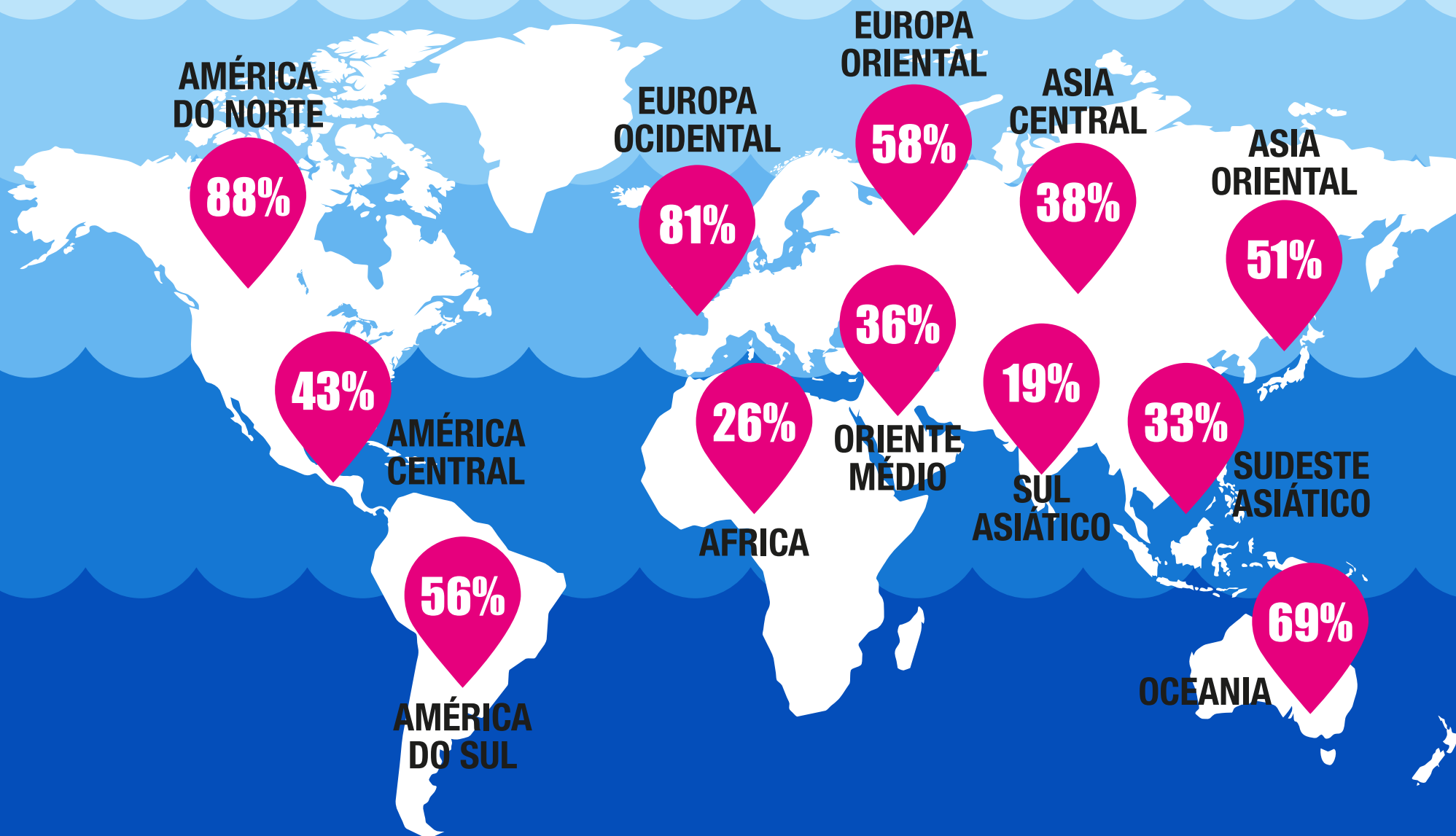
lugares), os resultados mostram que a maioria dos entrevistados (71%) o fazem via computador, seguido pelo celular (66%). Há ainda uma pequena parcela (7%) dos pesquisados que utiliza tablets para navegar pelo mundo digital.

É baixo o contato direto entre o cidadão e governos ou instituições públicas. Apenas 25% dos usuários entraram em contato por e-mail, formulários eletrônicos, chats, redes sociais, fóruns de discussão ou de consultas públicas nos últimos 12 meses.

A última seção deste E-Book apresenta as formas de uso concomitante da internet com outras atividades. Entre os usuários, as principais respostas foram: comer alguma coisa (31%), conversar com outras pessoas (23%), usar o celular (20%), assistir à televisão (18%) e trocar mensagens instantâneas (16%). Mas os dados mostraram que a internet também possui um bom índice de atenção exclusiva: 32% relataram não realizar nenhuma outra atividade enquanto a utilizam.



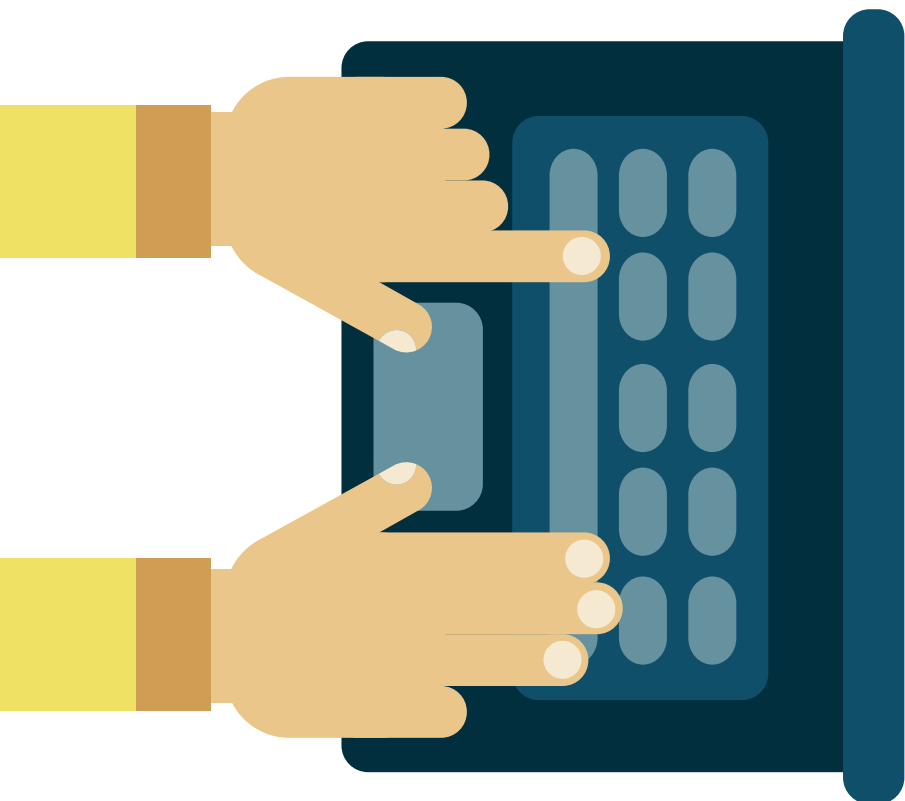
COMPARATIVO DO USO DA INTERNET NO MUNDO



USO DA INTERNET NO BRASIL



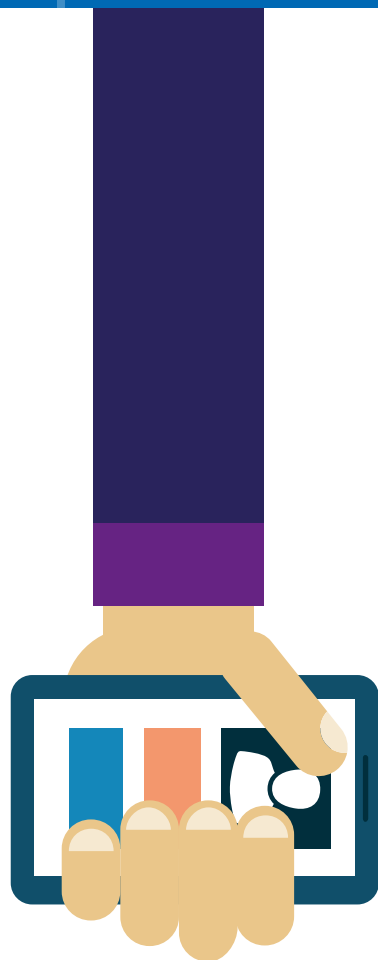
Dados baseados nas atividades de usuários de internet fixa e móvel.



CRESCIMENTO ANUAL DA INTERNET NO BRASIL



Análise da tendência de crescimento dos indicadores de estatística digital, desde janeiro de 2014.



+10%

Número de usuários ativos



+12%

Contas de mídias sociais ativas



+3%

Inscrições via conexão móvel



+15%

Contas de mídias sociais móveis ativas

TEMPO GASTO COM MÍDIAS



A pesquisa tem como base o uso médio diário das atividades realizadas nas mídias analisadas.



5h 26m

PC ou Tablet
(usuários
de internet)



3h 47m

Smartphones
(usuários
de internet)



3h 47m

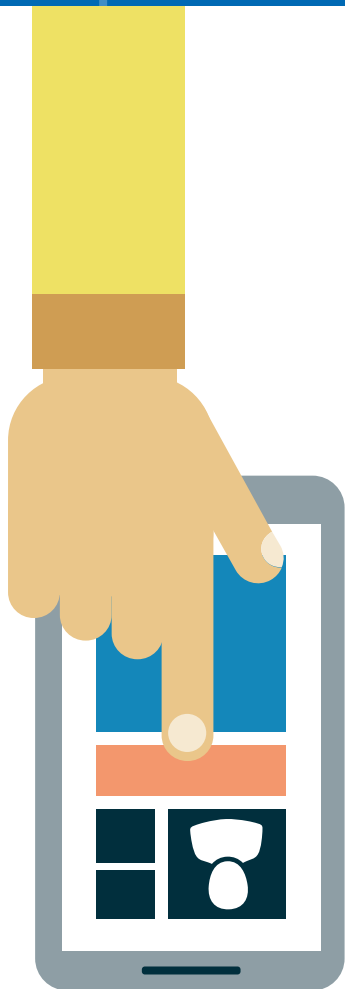
Dispositivos
em geral
(usuários
de mídias
sociais)



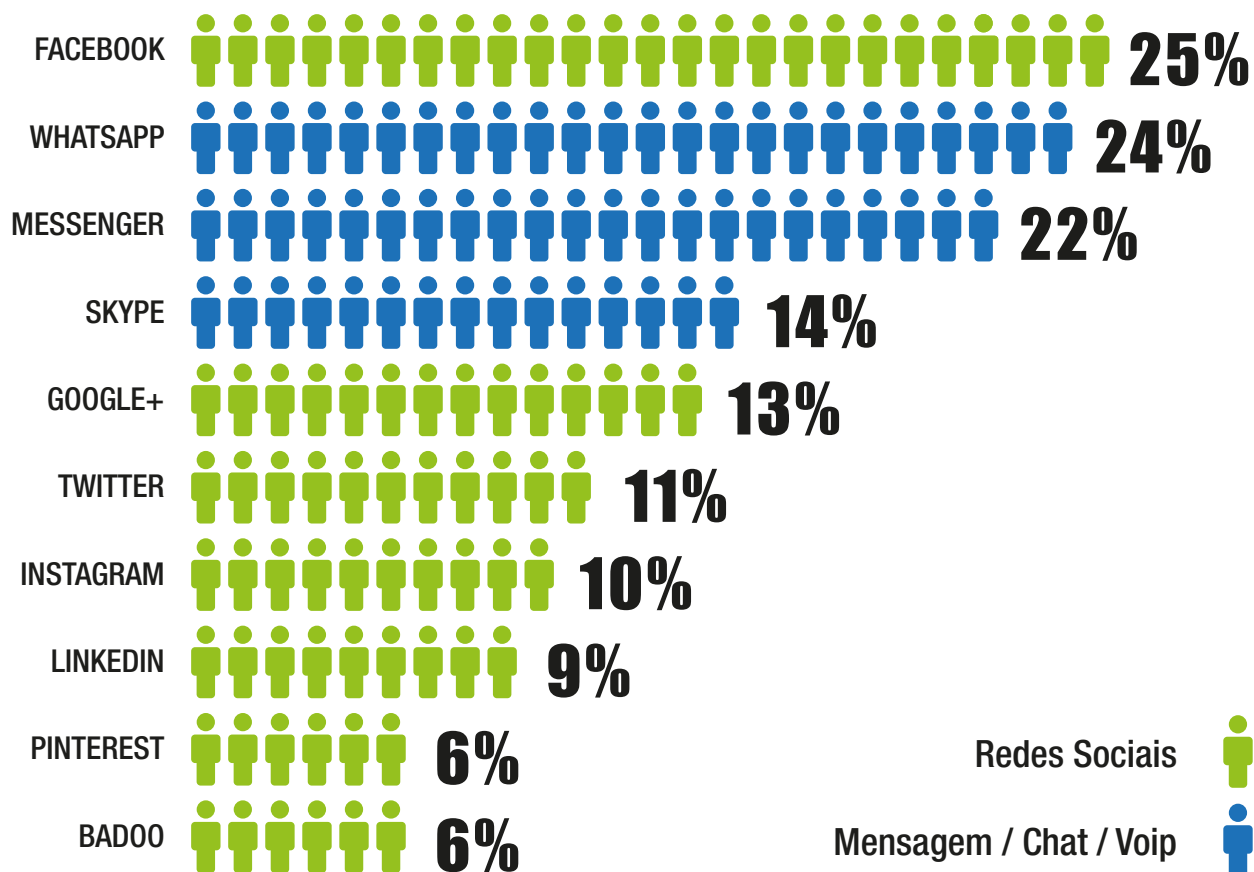
2h 49m

Televisão
(usuários
de internet
que assistem
televisão)

MÍDIAS SOCIAIS MAIS ATIVAS



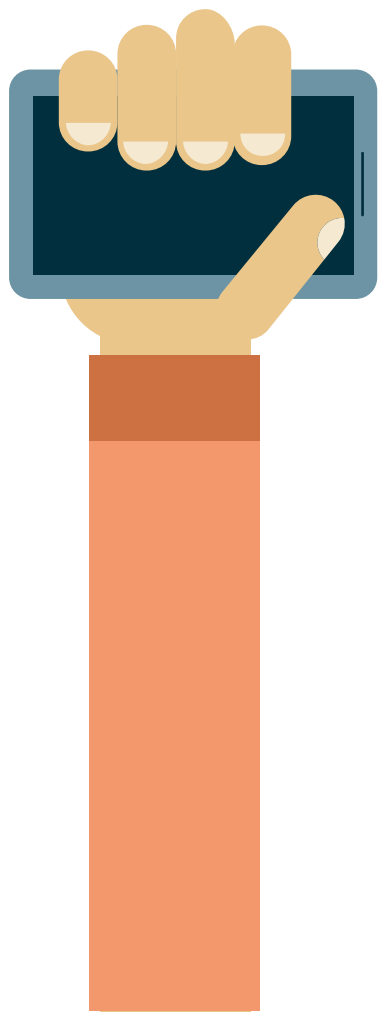
Análise das plataformas mais ativas entre usuários de mídias sociais.



MOBILE NO BRASIL

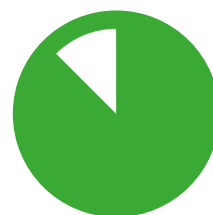


A busca de informações ainda é a principal atividade dos usuários de internet via mobile.

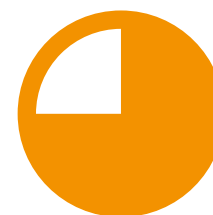


39%

DA POPULAÇÃO
POSSUI UM
SMARTPHONE



89%
BUSCAM
INFORMAÇÕES
LOCAIS



82%
PESQUISAM
INFORMAÇÕES
DE PRODUTOS



30%
COMPRAM
PRODUTOS
PELO MOBILE

FONTES

- WE ARE SOCIAL
- PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIAS

(11) 4221-5352
ola@mofodesign.com.br
www.mofodesign.com.br

