



Digital

## Como o brasileiro usa o celular?

### Nielsen faz estudo com cinco mil usuários em dez mercados e mede uso da internet móvel

Felipe Turlão

18/08/2008 - 12:45

A Nielsen divulgou recentemente alguns dados de sua primeira pesquisa sobre os hábitos de utilização dos telefones celulares pelos brasileiros. **Meio & Mensagem** teve acesso exclusivo a todos os detalhes desse estudo, que foi feito com mais de 5 mil pessoas em dez capitais brasileiras e traz o perfil mais atual e completo do consumo dentro do mercado de telefonia móvel. As informações consideram os serviços utilizados nos 30 dias anteriores à entrevista e serão a base de comparação para uma segunda pesquisa - que irá a campo a partir de novembro e, segundo uma fonte da Nielsen, estará no mercado em janeiro de 2009. A idéia da companhia é futuramente torná-la trimestral.

Nesta primeira edição, a empresa dividiu os estudos em três partes, discriminando o comportamento das pessoas por demografia (sexo e idade), operadora e categorias de sites. A grande novidade é a divulgação dos dados por companhia telefônica, que mostra as pequenas sutilezas no comportamento dos usuários de acordo com a prestadora de serviço escolhida.

Dentre os pesquisados, a operadora que teve a maior faixa de pessoas que acessam a internet por celular nos 30 dias anteriores foi a Claro, com 8,9% do total. Logo atrás vem a Vivo, com 8,3%, a TIM, com 6,8% e a Oi, com 5,3%. Para Mário Lynch, diretor de Mobile/Telecom da Nielsen no Brasil, a Oi, que teve resultado inferior às três concorrentes, atingirá um patamar superior quando entrar no mercado de São Paulo.

O serviço de celular mais utilizado no Brasil, como já havia sido divulgado anteriormente, é o SMS (mensagem de texto), com 60,1% de penetração entre os usuários da tecnologia mobile. A Oi está um pouco acima do mercado, com 63,4%, seguida por Vivo (61%), Claro (58,6%) e TIM (58,0%).

Já a quantidade de pessoas que baixam músicas é praticamente a mesma em todas as operadoras, com 5,3% para TIM, 4,9% para Claro, 4,4% para Oi e 3,9% para Vivo. O download de ringtones mantém uma faixa parecida, com destaque para Oi, com 6,8% de

usuários, seguida pelos 5,9% da Vivo, 5,3% da Claro e 4,8% da TIM.

O rádio do celular foi utilizado por 6,6% das pessoas nos 30 dias anteriores ao estudo, sendo 8,9% de assinantes Claro, 6,5% da TIM, 5,8% da Oi e 4,7% da Vivo. Quando a análise considera a idade, descobre-se que, dentre os jovens entre 15 e 24 anos, quase 80% enviaram SMS.

Essa faixa é também a que tem maior índice de utilização de todos os outros serviços de celular. Já entre 25 e 34 anos, uma geração que vivenciou a chegada do celular, mas que também se lembra claramente do período pré-entrada da tecnologia no Brasil, os resultados também apontam para uma intensa utilização dos serviços, embora num patamar um pouco abaixo dos mais novos. Um exemplo: o SMS foi utilizado por 74% das pessoas. Nas faixas seguintes, a porcentagem vai descendo gradativamente, com 62% na faixa 35 a 44 anos, 53% na linha de 45 a 54 anos e apenas 37% dentre os maiores de 55.

Entre homens e mulheres, poucas diferenças nos hábitos. As mulheres se destacam um pouco mais no download de ringtones, com 6%, mas os homens não ficam muito atrás, com 5% de acessos dentre o total pesquisado. Elas também mandam um pouco mais de mensagens SMS, com 62%, contra 58% dos homens. "Quando falamos de gênero, o que percebemos são diferenças nos tipos de páginas acessadas. As mulheres preferem sites sobre educação, saúde e viagens, enquanto os homens gostam mais de carros, esportes e sites de apostas", afirma Lynch.

Dentre as categorias de sites, os mais acessados em nosso país são os que fornecem serviço de e-mails, com 57% dentre os usuários de internet por celular. Outros sites bastante acessados são os de música (27%), entretenimento (25%), jogos (18%), filmes (12%) e notícias e política (12%).

### **Outros países**

Quando a questão tange ao conteúdo, saltam aos olhos algumas diferenças essenciais entre os hábitos dos brasileiros em relação aos países desenvolvidos. Numa comparação com estudos com a mesma metodologia feitos nos Estados Unidos e na Europa, além dos emergentes China, Índia e Rússia, há uma clara divisão de preferências entre os países desenvolvidos, que utilizam a internet no celular para acessar sites de notícias, previsão do tempo e buscas, e os países do chamado Bric, que entre as cinco primeiras categorias mais acessadas têm em comum páginas de entretenimento, jogos e música. Uma diferença marcante está nos sites de notícias, que são os terceiros mais acessados na Europa, com 24% do total, e têm apenas 12% de utilização no Brasil.

No entanto, em nosso país apenas 2,6% dos usuários de celular acessam internet, sem considerar e-mails. "Os números do Brasil são ainda pouco relevantes, mas com o desenvolvimento da rede 3G a participação de celulares com acesso à internet vai aumentar. Além disso, creio que haverá mudança no cenário de categorias de páginas acessadas, com participação cada vez maior de sites de música, entretenimento e jogos, que demandam maior banda para acesso", analisa Lynch.