

# As diversas idades nas redes sociais

23/11/2011

Artigo publicado na revista Imprensa no mês de novembro de 2011

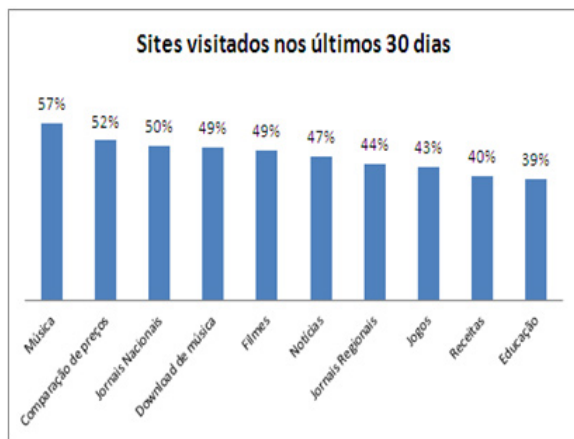
A última onda do estudo TG.net aponta que do universo de 35 milhões de internautas, 79% são ativos nas redes sociais.

Com idade média de 32 anos, o perfil dos usuários abrange praticamente todas as classes sociais e idades.

Sites de música são os mais visitados pelos usuários das redes sociais, porém as preferências se alteram conforme o segmento de idade:

| Perfil       | Internautas | Redes Sociais |
|--------------|-------------|---------------|
| AB           | 56%         | 57%           |
| C            | 40%         | 39%           |
| DE           | 4%          | 4%            |
| 15 a 24 anos | 34%         | 35%           |
| 25 a 34 anos | 27%         | 28%           |
| 35 a 44 anos | 18%         | 18%           |
| 45+          | 21%         | 20%           |

- Entre os jovens de 15 a 24 anos os três mais citados são - música, filmes e jogos.
- Entre 25 e 44 anos - sites de comparação de preço, música e jornais nacionais.
- Acima de 45 anos, sites de jornais nacionais/locais e comparação de preços.



Dentre as diversas plataformas de acesso à internet, a grande maioria ainda se conecta através de desktop/laptop (88%), porém enquanto para os jovens internautas (15 a 24 anos) que navegam nas redes sociais a maior afinidade está em console de games (140), e, para a faixa de 35 a 44 anos são os tablets (153).

Outra constatação é que o tempo médio por dia de navegação nas plataformas mais modernas é maior:

- Média total: 2h43 min
- Usuários frequentes de Smartphone: 3h28 min
- Usuários frequentes de Tablet: 3h18 min
- Usuários frequentes de console de games: 3h00 min

| Perfil       | Internautas | Redes Sociais |
|--------------|-------------|---------------|
| AB           | 56%         | 57%           |
| C            | 40%         | 39%           |
| DE           | 4%          | 4%            |
| 15 a 24 anos | 34%         | 35%           |

## COMPRA ONLINE

### Audiência de Internet

Tenha acesso a uma fonte rica de dados sobre os perfis dos internautas, obtidos por meio de painéis de medição de audiência na web.

### Cursos e treinamentos

Turmas abertas do IBOPE Educação para profissionais interessados em aprimorar suas competências em diversas áreas do conhecimento e atuar de forma mais objetiva frente aos desafios do dia-a-dia.

|                     |            |            |
|---------------------|------------|------------|
| <b>25 a 34 anos</b> | <b>27%</b> | <b>28%</b> |
| <b>35 a 44 anos</b> | <b>18%</b> | <b>18%</b> |
| <b>45+</b>          | <b>21%</b> | <b>20%</b> |

- Entre os jovens de 15 a 24 anos os três mais citados são - música, filmes e jogos.
- Entre 25 e 44 anos - sites de comparação de preço, música e jornais nacionais.
- Acima de 45 anos, sites de jornais nacionais/locais e comparação de preços.



Dentre as diversas plataformas de acesso à internet, a grande maioria ainda se conecta através de desktop/laptop (88%), porém enquanto para os jovens internautas (15 a 24 anos) que navegam nas redes sociais a maior afinidade está em console de games (140), e, para a faixa de 35 a 44 anos são os tablets (153).

Outra constatação é que o tempo médio por dia de navegação nas plataformas mais modernas é maior:

| <b>APARELHO DE ACESSO</b>           |            |
|-------------------------------------|------------|
| <b>Desktop/Laptop</b>               | <b>88%</b> |
| <b>Smartphone/BlackBerry/iPhone</b> | <b>10%</b> |
| <b>Celular</b>                      | <b>9%</b>  |
| <b>Console de videogames</b>        | <b>3%</b>  |
| <b>Tablet</b>                       | <b>2%</b>  |

Enquanto 54% do universo Target Group Index declara consumir simultaneamente dois ou mais meios, entre os que acessam redes sociais o percentual sobe para 64%.

Independente da faixa etária, TV e internet apresentam o maior percentual de sobreposição, porém a relação se altera quando analisados os índices de afinidade:

- 15 a 34 anos - Televisão + internet (164)
- 35 a 44 anos - Rádio + internet (132)
- 45 e mais - Televisão + jornal (140)

Quando a pergunta é sobre acesso a sites de mídias off-line, o percentual de declaração é bem superior ao consumo simultâneo dos meios. Entre os que navegam nas redes sociais, 78% acessou um ou mais sites de meios off-line.

Os números mostram que a preferência de navegação nesse tipo de site está entre pessoas acima de 25 anos, com uma declaração de 81% contra 72% de 15 a 24 anos e as maiores afinidades estão em:

- 25 a 34 anos - Mídia impressa (113)
- 35+ - TV paga (132)

|                      | Internautas Total | Internautas que acessam Redes Sociais |              |              |              |     |
|----------------------|-------------------|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|-----|
|                      |                   | Total                                 | 15 a 24 anos | 25 a 34 anos | 35 a 44 anos | 45+ |
| Sites mídia off-line | 75%               | 78%                                   | 72%          | 80%          | 83%          | 81% |
| Sites de TV Aberta   | 58%               | 61%                                   | 56%          | 63%          | 64%          | 64% |
| Sites de Jornais     | 46%               | 50%                                   | 41%          | 53%          | 57%          | 58% |
| Sites de Revistas    | 36%               | 39%                                   | 33%          | 40%          | 44%          | 45% |
| Sites Pay TV         | 34%               | 37%                                   | 28%          | 38%          | 43%          | 46% |

Clique aqui para ampliar

## Crianças

E qual é o comportamento das crianças que navegam na internet? Somente 11,5% das crianças nos domicílios do universo TG.net não são usuárias, sendo a grande maioria das classes CDE (54%).

Acompanhadas dos pais ou não, as quatro maiores atividades praticadas são jogar, fazer lição de casa, músicas e vídeos. O tempo médio de permanência delas na semana é de 10 horas.

O TG.net é uma pesquisa online, realizada com 2.900 internautas de 15 a 75 anos no Brasil. Fusionada com a base regular do Target Group Index, permite análises diferenciadas em um único banco.

O levantamento foi realizado entre maio e junho de 2011, nos mercados de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba e Distrito Federal, além de Goiânia, Nordeste, São Paulo interior e interior do Sul e Sudeste.

Banco utilizado: TG.net Ano 2 (mai/11-jun/11)/Target Group Index Y11 w2 + Y12 w1 (fev/10 - jan/11)

COMENTE

## COMENTÁRIOS

ATENÇÃO: Os comentários publicados nesta seção são de responsabilidade integral de seus autores e não representam a opinião do IBOPE. Lembramos que não são permitidas mensagens com propagandas ou conteúdos ofensivos e desrespeitosos.

Ainda não foram adicionados comentários para esta página. Seja o primeiro a comentar.

## TAGS

IBOPE Media; Internet; Consumo e comportamento

## NOTÍCIAS RELACIONADAS

### 47% dos internautas brasileiros são favoráveis à união civil entre gays

27/mar/2013

Entre os que se declaram homo ou bissexuais, 43% afirmam que certamente se casariam com a permissão da lei

### Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros

26/mar/2013

Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros

## SOLUÇÕES RELACIONADAS



### TagWave

Monitoramento de rádios online com transmissão em live streaming.



### BAM (Brand Association Map)

Mapeia as dimensões online de uma marca.



### TG.net

Combina informações do Target Group Index com uma pesquisa online exclusiva.



### Internet Design

Apresenta e aprofunda o conhecimento sobre a estrutura da internet.

## O IBOPE

Quem somos

Unidades de negócios

Investimento social

Executivos

O que fazemos

Como fazemos

## SOLUÇÕES

Ambiental

Análises

Consumo dos meios

Geonegócios

Mercado

Monitoramento dos

## CONHECIMENTO

Pesquisas de opinião e mercado

Pesquisas eleitorais

Pesquisas de mídia

Audiência de rádio

Audiência de TV RJ

## NEWSLETTER

E-Mail



## NOTÍCIAS

## RELACIONAMENTO

|                         |                            |                                 |                        |                          |
|-------------------------|----------------------------|---------------------------------|------------------------|--------------------------|
| Auditoria e qualidade   | meios                      | Audiência de TV SP              | Últimas Notícias       | Entrevistados            |
| Onde Estamos            | Opinião pública e política | Investimento publicitário       | COMPRA ONLINE          | Dúvidas frequentes       |
| Nossos Valores          | Educação                   | Leitura de jornal               | Cursos e Treinamentos  | Fale Conosco             |
| Integridade corporativa | Single source              | Ranking de agências             | Relatórios de internet | Relacionamento acadêmico |
| Canal aberto            |                            | Artigos e papers                | Orçamento de Pesquisa  | Imprensa                 |
| Sustentabilidade        |                            | Infográficos                    | Minhas Compras         | Releases                 |
| Parcerias e associações |                            | Leitura de pesquisas eleitorais |                        | Organograma              |
|                         |                            | Descubra com o IBOPE            |                        | Fact sheet               |
|                         |                            | Glossário                       |                        | Política de divulgação   |
|                         |                            | Hotsites                        |                        |                          |
|                         |                            | Vídeos                          |                        |                          |

