

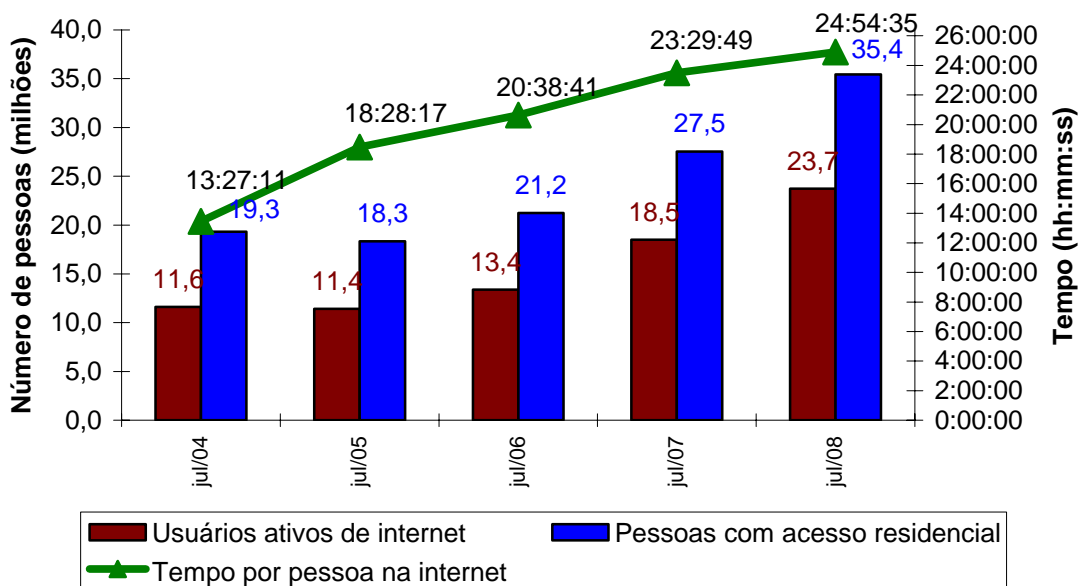
Férias escolares colaboram para novos recordes da internet brasileira

Em julho, foram 23,7 milhões de internautas residenciais ativos, com média de 24 horas e 54 minutos de navegação por pessoa.

Em julho de 2008, 23,7 milhões de pessoas usaram a internet residencial, segundo o IBOPE//NetRatings, número 3,5% superior ao apurado em junho de 2008 e 28% maior que os 18,5 milhões divulgados em julho de 2007. Este é o número mais representativo já observado desde o início da pesquisa, em setembro de 2000. A quantidade de pessoas com acesso residencial à internet, dado que é trimestral, continuou a indicar que 35,5 milhões de pessoas podem acessar a rede mundial de computadores a partir de seus lares.

Com 24 horas e 54 minutos por pessoa, 1 hora e 42 minutos mais do que o tempo de junho e maior patamar já alcançado no país desde o início da pesquisa, o brasileiro continuou a ser o internauta residencial que mais navegou, se comparado com os outros nove países medidos com a mesma metodologia: Além de nosso país, Estados Unidos, Austrália, Japão, França, Alemanha, Itália, Suíça, Espanha e Reino Unido. “Tradicionalmente, o mês de julho, por ser férias escolares e por ser a internet a principal atividade para parte dos jovens estudantes, mostra crescimento no tempo de consumo desta mídia”, comenta Alexandre Sanches Magalhães, gerente de análise do IBOPE//NetRatings. “A relação que o usuário mais jovem tem com a internet é de paixão extrema, ao contrário das gerações que nasceram sem a web”, complementa o executivo.

Evolução da internet residencial brasileira



Fonte: IBOPE//NetRatings - NetView

Os países que mais se aproximaram do tempo residencial médio do internauta brasileiro foram a Alemanha (21h06min), os Estados Unidos (20h50min), a França (20h17min) e o Japão (19h21min).

As categorias com melhor desempenho por número de usuários residenciais em julho, comparando com junho de 2008, foram: “Informações Corporativas”, com crescimento de 16,5%, atingindo 9,1 milhões de internautas, “Finanças, Seguros e Investimentos”, que cresceu 5,9% e recebeu 9,7 milhões de visitantes únicos, “Automotivo”, com 5,6% de aumento no número de usuários e com visitas de 3,8 milhões de pessoas, “Computadores e Eletrônicos”, que cresceu 5,4% em número de usuários, atingindo 18,8 milhões de brasileiros, além de “Entretenimento”, cujo crescimento no período atingiu 4,5%, recebendo a visita de 19,4 milhões de brasileiros.

Já no período de um ano, enquanto a internet residencial ativa cresceu 28% em número de usuários, algumas categorias demonstraram melhores resultados: “Viagens e Turismo” (56,4%), “Informações Corporativas” (42,2%), “Automotivo” (36%), “Notícias e Informações” (35,2%) e “Computadores e Eletrônicos” (34,2%).

“Dois setores chamam a atenção: “Informações Corporativas”, categoria que concentra sites que dão informação sobre a empresa e suas atividades, mas não focam em venda e “Finanças, Seguros e Investimentos”, com os sites dos bancos, cartões de crédito, on-line brokers, seguradoras e informações financeiras. A primeira categoria indica que as pessoas vão diretamente à internet quando querem saber o endereço de uma empresa, saber se ela está desenvolvendo alguma ação social, cadastrar seu currículo, entre outras atividades. A segunda categoria voltou a conquistar a confiança do internauta residencial, depois de ficar estagnada após várias campanhas alertando os usuários sobre falsos sites de bancos e fraudes”, analisa Magalhães.

Os dados relativos ao primeiro trimestre de 2008 do Global Internet Trends - GNetT continuam indicando que 41,565 milhões de pessoas com 16 anos ou mais declararam ter acesso à internet em qualquer ambiente (casa, trabalho, escola, cybercafés, bibliotecas e outros locais).

Sobre o IBOPE//NetRatings

O IBOPE//NetRatings é uma *joint-venture* entre o IBOPE e a Nielsen//NetRatings, líder mundial em mensuração do comportamento dos usuários da internet. A empresa está presente em 10 países, por meio do maior painel de internautas do mercado, com mais de 200 mil colaboradores (5.573 no Brasil). Através de uma tecnologia proprietária, é capaz de medir o comportamento dos usuários, bem como a atividade publicitária on-line, e fornecer dados sobre a Internet mundial. Mais informações em www.ibope.com.br