

# OBSERVATÓRIO GERAL

Impressões, curiosidades e anotações ...

CLÁUDIA PEREIRA

cpereira@brasiliaemdia.com.br

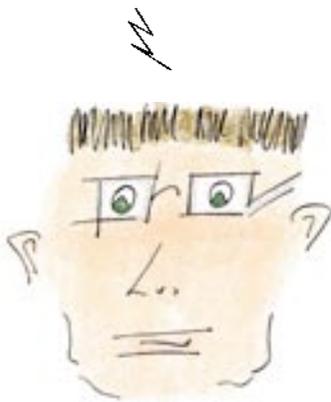


A INTERNET CHEGOU, FICOU E SE MULTIPLICOU EM DEZENAS DE FERRAMENTAS QUE DÃO VOZ E VEZ A MILHÕES DE PESSOAS MUNDO AFORA.

CANAL DE INFORMAÇÃO, SERVIÇOS E INTERAÇÃO, A INTERNET E SUAS FERRAMENTAS - MYSPACE, FACEBOOK, FLICKR, LINKEDIN, TWITTER, ORKUT E OS MILHÕES DE BLOGS - CONTAGIARAM MILHÕES DE PESSOAS.

ESTUDO DA IBM CALCULA QUE ATÉ 2012 O NÚMERO DE USUÁRIOS DESSAS FERRAMENTAS Atingirá 800 MILHÕES DE PESSOAS NO MUNDO.

OS NÚMEROS DA INTERNET GERAM INTERPRETAÇÕES APRESSADAS. NÃO É POR ACASO QUE A INTERNET OCUPA APENAS 4% DAS VERBAS DE MARKETING DAS EMPRESAS.



**SOCIALIZANDO EXPERIÊNCIAS** A internet chegou, ficou e se multiplicou em dezenas de ferramentas que dão voz e vez a milhões de pessoas mundo afora. São amigos que trocam mensagens, conhecidos que postam uma imagem, desconhecidos que entram para a turma por indicação de alguém. São pessoas ávidas por se conectar, se entrosar, se mostrar. Contam histórias de cachorros, filmes, livros, viagens, lugares. Expõem suas vidas, sonhos e desejos sem medo, sem vergonha. Criam redes. Socializam experiências.

**CONFISSÕES E PENSAMENTOS NA WEB** Canal de informação, serviços e interação, a internet e suas ferramentas – MySpace, Facebook, Flickr, LinkedIn, Twitter, Orkut e os milhões de blogs mundo afora – contagiaram milhões de pessoas. Estudo da IBM calcula que até 2012 o número de usuários dessas ferramentas atingirá 800 milhões de pessoas no mundo. Estima-se que quase 90% do tráfego de banda larga do planeta estará concentrado nesses endereços. Hoje, a audiência é estimada em 400 milhões de pessoas. Isso equivale a uma América do Sul inteira, compartilhando ideias, confissões e pensamentos, na web.

**INTERNAUTAS NACIONAIS** No Brasil, pesquisa do Ibope Nielsen Online estimou em 62,3 milhões o total de internautas no país, estejam eles em conexão residencial, corporativa ou em lan houses. Desse contingente, 80% participam ou visitam pelo menos uma rede social, e o Orkut é a preferida por aqui, com um tráfego de 70% das comunidades virtuais brasileiras.

**ALVOROÇO** Os números da internet provocam alvoroço e muita confusão. Geram interpretações apressadas e, na maioria das vezes, equivocadas quando o assunto é comunicação, mídia, relacionamento para marcas e mensagens publicitárias. Não é por acaso que a internet ocupa apenas 4% das verbas de marketing das empresas. Um percentual equivalente às verbas de rádio (4,3%) e TV por assinatura (4,1%), segundo pesquisa Inter-Meios (outubro de 2009).

**INVESTIMENTOS** A mesma pesquisa revela ainda que a televisão aberta continua líder de audiência e de faturamento. Detém o maior volume de investimentos (61,9%), seguida pelos jornais (12%) e revistas (8,3%). Apesar do crescimento das verbas de internet, que saltaram de 1,6%, em 2005, para 4%, em 2009, este é um canal para

quem tem dinheiro sobrando para experimentações. Afinal, nos R\$ 724, 6 milhões aplicados pelas empresas, na mídia internet, não estão incluídos os custos de produção de websites, campanhas, e-mail marketing, intranet etc.

**OS MAIORES** Computados os recursos aplicados em mídia e produção digital, é possível afirmar que os percentuais de investimentos das empresas na internet cheguem a 10% de toda a verba de comunicação do mercado brasileiro. Bancos como o Bradesco e o Itaú confirmam estes percentuais de investimento em mídias digitais assim como as montadoras Fiat e Ford. Aliás, diga-se de passagem, essas quatro empresas estão entre os maiores anunciantes da internet no Brasil e têm verbas a fundo perdido para novas experiências.

**MAIS ADMIRADOS** É interessante apontar, entre os meios de comunicação, aqueles que são mais admirados. Estudo da Consultoria Troiano, realizada com profissionais de propaganda e marketing, apontou que entre as televisões abertas, a Globo continua líder, com 67 pontos, 29 pontos acima da segunda colocada, que é a Record. Entre os jornais mais admirados, podemos dizer que existe um empate técnico entre Estadão (71 pontos) e Folha (69 pontos). No meio revista, a Veja ficou com 55 pontos. No circuito de TV por assinatura, a Globo News (44 pontos) e a GNT (44 pontos) estão praticamente empatadas com os canais Discovery (42 pontos) e Sport TV (40 pontos). Na internet, os líderes são Google (52 pontos), UOL (46 pontos), Terra (40 pontos) e Globo.com (39 pontos), todos portais de acesso à informação.

**MUITA ESPECULAÇÃO** Que a internet veio para ficar ninguém tem dúvida. Porém, a velha e conhecida mídia clássica continua atraindo não só a audiência, e talvez, por isso mesmo, o maior volume de verba das empresas, como mostrou a pesquisa Inter-Meios. Apesar dos números estratosféricos da World Wild Web, é preciso cautela e muita atenção na hora de investir em mídia digital. Afinal, esse é um terreno em formação, e sujeito a muita especulação. Afinal, a internet, muito mais que um meio de comunicação, é um canal de informação, serviços e troca experiências pessoais. O público que habita esse território não é muito acessível às mensagens publicitárias, é o que nos explica Daniel Chalfon, sócio e diretor de mídia da MPM.