



A INTERNET NO BRASIL ESTÁ COMEMORANDO 15 ANOS.



SAÍMOS DE UM PAÍS QUE FAZIA SITES BÁSICOS E CRIATIVOS E BANNERS ORIGINAIS PARA UM MERCADO QUE HOJE LANÇA CAMPANHAS.



O INTERNAUTA BRASILEIRO É O QUE MAIS NAVEGA NO MUNDO. É O SEGUNDO EM VOLUME E ACESSO A BLOGS.



SOMOS O MAIOR MERCADO INTERNACIONAL DA REDE ORKUT E ESTAMOS ENTRE OS QUE MAIS CRESCEM NO ÂMBITO DO FACEBOOK E DO TWITTER.



15 ANOS DE INTERNET A internet no Brasil está comemorando 15 anos. Nasceu em 1995, quando a iniciativa privada teve acesso aos meios da rede que, até então, estavam sob o domínio exclusivo do Estado. Cinco anos depois, surgiram os grandes portais brasileiros. Em 2002, com a abertura do mercado de telecom, o acesso à internet cresceu e se sofisticou. O *e-commerce* ganhou a confiança do consumidor *on line* e, a partir de 2005, com a chegada dos serviços de banda larga, houve a expansão das redes sociais no país - *Orkut* em 2004, *Youtube* em 2006, *Facebook* em 2008 e *Twitter* em 2009. Quem nos conta tudo isso é Pyr Marcondes, editor da revista *Proxima*, que acaba de publicar uma edição especial dedicada ao meio digital.

LEMBRANÇAS Esta história tão breve quanto intensa me fez voltar no tempo e relembra a criação da GabineteC. Em 1991, ela nasceu totalmente informatizada. Tínhamos computadores e *softwares* para criar *layout*, mas ainda usávamos o sistema de cópia em disquete e fotolitos para levar os anúncios até os jornais e revistas. Não sei precisar ao certo quando o Correio Braziliense passou a receber os anúncios *on line*. Mas lembro com clareza das primeiras reuniões entre a agência e o jornal para ajustarmos os procedimentos. Lembro ainda que o primeiro *site* que produzi data de 1998. Era um portal das empresas PaulOctavio. Ele abria com uma panorâmica da cidade, vista da Torre de TV e mostrava Brasília em 150 graus. A foto tinha um efeito especial que permitia ao internauta vê-la, de dia ou de noite, conforme a hora em que ele acessasse o site. Um efeito considerado espetacular.

PRÁTICOS E FUNCIONAIS Hoje, os *sites* já não encantam tanto. Têm que ser práticos e funcionais. Servem como um portfólio das empresas e significam muito pouco diante de tudo o que a *web* pode oferecer ao mundo dos negócios. Sobre o assunto, a revista *Proxima* de novembro/dezembro trouxe um amplo retrato do universo *web* no Brasil. Em seu editorial, Pyr Marcondes nos informa: "(...) o internauta brasileiro é o que mais navega no mundo. É o segundo em volume e acesso a blogs. Somos o maior mercado internacional da rede Orkut e estamos entre os que mais crescem no âmbito do Facebook e do Twitter. Nosso parque instalado de celulares é um dos maiores do mundo também. Somos a nona maior população *web* do planeta, o maior da América Latina, comparativamente a países de economia mais avançada que a nossa".

MERCADO O editor da revista *Proxima* conta ainda que do ponto de vista das soluções de *marketing* e dos projetos de comunicação digital, estamos igualmente evoluindo. Ele diz que "(...) saímos de um país que fazia sites básicos e criativos e banners originais para um mercado que hoje lança campanhas com um conjunto cada vez mais variado de opções, plataformas e formatos diferenciados, tudo inte-

grado e funcionando de modo a otimizar resultados. Com a vantagem da mensuração igualmente cada vez mais sofisticada e precisa".

NÚMEROS Dados da *Mckinsey & Company* mostram que os brasileiros constituem um universo de 70 milhões de usuários da internet e o Brasil está no topo do *ranking* mundial de penetração de redes sociais (85%, contra 70% dos EUA) sendo o país mais relevante para o *Twitter*. Pesquisa do *Comscore* mostra que o Brasil visualiza mais páginas na internet do que a Itália e a Holanda juntas. Em casa ou no trabalho, foram visitadas 80 bilhões de páginas somente em julho desse ano. O *Comscore* informa ainda que, em todo o mundo, foram 2,8 trilhões de *page views*. No topo do *ranking* de visualização estão a China (408 bilhões) e os EUA (556 bilhões).

INTERNAUTAS Para o Ibope, o total de pessoas com acesso à rede em casa ou no trabalho chegou a 51,8 milhões, das quais 41,6 milhões são consideradas usuárias ativas. O instituto identificou também os demais locais de acesso à internet. São, aproximadamente, 19 milhões de pessoas que acessam à rede através das escolas, *lan houses*, bibliotecas e telecentros.

MENSAGENS Mas, afinal, que tipo de mensagem estas milhões de pessoas aceitam quando estão navegando na internet? Quem responde a esta pergunta é o instituto Ipsos, que testou internautas frequentadores de uma vasta rede de canais. O objetivo era demonstrar a eficácia de uma mensagem e identificar seus atributos no que diz respeito à interatividade, adequação, credibilidade e relevância para os diversos usos dos canais *on line*.

INTERESSES O resultado é um mapa dos interesses dos internautas e ficou assim classificado: em primeiro lugar, com 35% das respostas, está o envolvimento intenso com as redes sociais; o segundo lugar, com 33%, coube à orientação para compra (preço, modelo, informação técnica); o terceiro colocado, com 17%, foi a categoria relacionamento profissional (carreira, eventos do mercado); em seguida, com 8% de preferência, vieram as informações sobre eventos, entretenimento, notícias de celebridade e causas da comunidade; finalmente, com 7% de interesse, os internautas declaram aceitar recebimento de *newsletter*, promoção de marcas e produtos.

EVOLUÇÃO Como diz Pyr Marcondes: "(...) evoluímos de um mercado digital limitado, tímido e seguidor; sem infraestrutura e com carências básicas de tecnologia, serviços e conhecimento para um dos mercados digitais mais maduros do mundo, em qualquer um desses requisitos e indicadores". De fato, os 15 anos da internet no Brasil demonstram que já caminhamos muito, mas ainda temos uma vasta banda larga para ampliar e dois terços dos brasileiros para inserir no mundo digital.