

## **Web busca R\$ 1 bi de faturamento em 2009**

*Clayton Melo*

O mês de Guilherme Ribenboim, presidente do Interactive Advertising Bureau (IAB), é dividido entre o Brasil e viagens por demais América Latina e Miami, nos EUA. Como também é presidente do Yahoo para o mercado latino-americano, mensalmente ele passa cerca de uma semana fora do País. Essa rotina facilita a ele conhecer de perto as diferenças entre o internauta brasileiro e os demais. "Diferentemente do restante da América Latina, o usuário daqui acessa a web para tudo. Pagar conta, se divertir, fazer compras. E navegar pelas redes sociais. É a prova de que a internet aqui está em um estágio bem mais evoluído e inserida no contexto cultural das pessoas", diz.

Essa observação é o ponto de partida de Ribenboim para analisar os dados e a projeção para o mercado em 2009, informações apresentadas ontem pelo IAB em São Paulo. Isso porque, diz Ribenboim, as estratégias de negócios na rede não podem desconsiderar a velocidade com que a web se integra ao cotidiano das diversas camadas sociais, especialmente as populares.

A estimativa da entidade é que a internet se aproxime do faturamento publicitário de um R\$ 1 bilhão em 2009 (R\$ 987 milhões), expansão de 30% sobre o ano passado. Entre 2007 e 2008, o crescimento foi de 44% o índice menor se deve basicamente ao impacto da crise, que não é vista como um bicho papão por conta do rápido aumento da base de usuários e a possibilidade de mensuração de resultados das ações de marketing.

Embora alcance quase um terço da população nacional, a web detém apenas 3,5% do bolo publicitário. "Há uma discrepância entre a abrangência da internet e o faturamento publicitário do meio, que deveria ser maior", reclama Paulo Castro, presidente do conselho do IAB. E por que ainda não é maior? "Por causa do modelo de negócio de comunicação, que confere maior remuneração às agências nas mídias tradicionais, como a TV, e por ser um instrumento novo, com muitas especificidades", diz.

Segundo os dados mais recentes do Ibope Nielsen Online, o País tem 62,3 milhões de usuários. O número é superior aos 43 milhões de outras medições do instituto. A diferença se explica pelo novo método de aferição do instituto, agora feita também por meio de entrevistas por celular, o que amplia a base pesquisada. "Dessa maneira, podemos ter a real dimensão do alcance da internet no Brasil", afirma Fábria Juliasz, diretora-executiva do Ibope Media. A projeção é que o País tenha 68,5 milhões de internautas ao final de 2009.

Deve-se destacar o crescimento nas faixas populares, das quais a classe C é a queridinha: é nela que a adesão mais cresce. No ano passado, 39% das pessoas dessa camada social acessaram a rede. O IAB estima que, ao final de 2009, a cada duas pessoas da classe C, uma será internauta. Dos membros da DE, 21% estão na web, superior aos 15% de 2007 e menor que os 25% projetados para este ano. Os brasileiros são os campeões em tempo de navegação, com 24h48min na rede por mês, seguidos de perto pelos ingleses (24h37 min), franceses (24h35) e espanhóis (24h06).

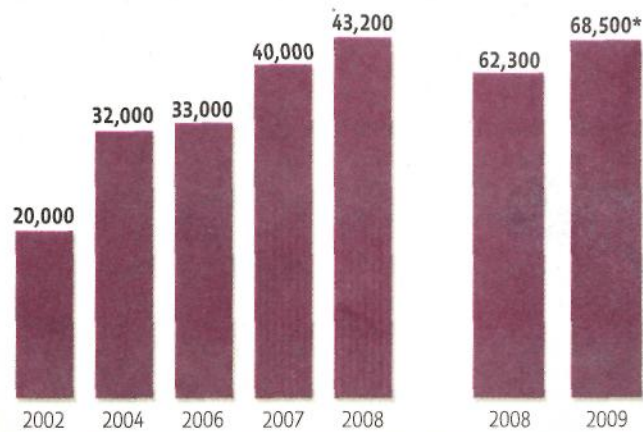
Algumas razões explicam a rápida disseminação da internet. A ampliação da banda larga, presente em 87% das residências com acesso à web, é um deles. Outro são vendas de computadores, que superaram em 48% a de TVs em 2008 foram 12 milhões de PCs ante 8,1 milhões de televisores. "O processo de digitalização avança velozmente na sociedade", afirma Paulo Castro.

## NÚMERO DE INTERNAUTAS NO BRASIL

(em mil)

Evolução anual na quantidade de usuários

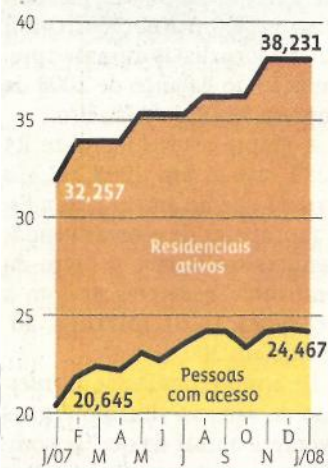
Projeção anual da base



Fonte: Ibope/GNett - Base Q4 \*Estimativa

## USUÁRIOS RESIDENCIAIS ATIVOS

(em milhões)



Fonte: Ibope/NetRatings Obs: os dados acima só incluem acesso residencial

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 17 mar. 2009, Empresas & Negócios, p. C8.