



DIÁRIO DE ADOLESCENTE

Jovens são público fiel e crescente da internet e da TV aberta, mas seu alto nível de consumo ocorre principalmente por influência do boca-a-boca

LAURA CANTAL, DA EQUIPE DE ESTAGIÁRIOS

Nestes tempos digitais, o adolescente está participando mais cedo de atividades antes vistas como "de adulto". Uma delas é consumir produtos e informação de maneira significativa, principalmente por meio da internet. Para identificar como é esse perfil de consumidor, o Ibope Mídia divulgou o estudo Target Group Index, realizado com jovens entre 12 e 17 anos (29% de classes AB, 46% de C e 25% de DE), esmiuçando hábitos relativos ao uso da internet, compras e aos veículos de comunicação.

Ainda que 51% dos jovens tenham feito algum tipo de compra nos últimos 30 dias, 89% deles não trabalham. Os lugares preferidos dos adolescentes são lojas nas ruas, seguidas por shoppings, lojas de departamento, hipermercados e ambulantes.

A TV aberta, o rádio **AM**/FM e a mídia extensiva (como publicidade em vias públicas, dentro de estabelecimentos, cartões postais etc.) também têm penetração significativa entre esse público, de 98%, 82% e 90%, respectivamente. Os meios com menor penetração são o jornal, com 23%, a TV paga, com 22%, e o cinema, com 16%.

A publicidade no ponto de venda interfere no comportamento também na hora da compra de produtos: 37,7% dos adolescentes são influenciados no consumo de roupas, e 34,6% no consumo de telefones celulares. Do universo de jovens, 63% possui celulares e 51% recebe mensagens de marketing por eles. Assim, fica claro como a publicidade altera o comportamento de consumo e atinge fortemente seu público-alvo.

UNIVERSO	POPULAÇÃO	JOVENS 12-17 ANOS
	63.773.000	8.697.170
		14%
CLASSE SOCIAL VERT%		
BRASIL - AB		29%
BRASIL - C		46%
BRASIL - DE		25%
OCUPAÇÃO VERT%		
TRABALHA	59%	11%
NÃO TRABALHA	41%	89%
ESTUDANTE	18%	85%
EMPREGO: REALIZOU TRABALHO VOLUNTÁRIO NOS ÚLT. 3 MESES: RESPONDENTE	14%	13%
PENETRAÇÃO DOS MEIOS VERT%		
JORNAL - RECENTE	36%	23%
TV ABERTA - 7 DIAS	97%	98%
TV PAGA - 7 DIAS	24%	22%
REVISTA - RECENTE	38%	39%
CINEMA - 30 DIAS	12%	16%
INTERNET - 7 DIAS	47%	68%
RÁDIO AM/FM - 7 DIAS	79%	82%
MÍDIA EXTENSIVA - 7 DIAS	88%	90%
OUTDOOR - 7 DIAS	36%	38%
POPULAÇÃO JOVENS 12-17 ANOS		
TELEFONES CELULARES: POSSUI	74%	63%
MOBILE MARKETING: RECEBE MENSAGENS DE PROPAGANDA NO CELULAR: SIM	56%	51%
POPULAÇÃO JOVENS 12-17 ANOS		
PUBLICIDADE EM PONTO DE VENDA: INFLUÊNCIA POR CATEGORIAS DE PRODUTOS		
ROUPAS	33,1%	37,7%
TELEFONES CELULARES	29,1%	34,6%
ALIMENTOS	33,8%	27,1%
PROD. DE HIGIENE PESSOAL	29%	25,5%
EQUIPAMENTOS DE TV, VÍDEO, SOM	27,9%	24,8%
VIDA SAUDÁVEL (EXERC., ALIMENTOS, ETC.)	27,8%	23,6%
POPULAÇÃO JOVENS 12-17 ANOS		
MARKETING BOCA-A-BOCA: FALOU SOBRE PRODUTOS/ ÚLT. 12 MESES: SIM	93%	94%
COMENTÁRIOS SOBRE OS PRODUTOS NA INTERNET. FEZ COMENTÁRIOS/ AVALIAÇÕES	25%	21%

A PESQUISA FEITA PELA TARGET GROUP INDEX ANALISOU COMO A PUBLICIDADE INTERFERE NOS HÁBITOS DOS ADOLESCENTES DE 12 A 17 ANOS E A RELAÇÃO COM OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO.

*TARGET GROUP INDEX É UM MAPA DE PESQUISA DE SOURCE REALIZADA PELO IBOPE MÍDIA, ATUALIZADA SEMESTRALMENTE, SOBRE O CONSUMO DE PRODUTOS, SERVIÇOS E MÍDIA, ESTILO DE VIDA E CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS, COM O OBJETIVO BÁSICO DE IDENTIFICAR E ENTENDER O PÚBLICO-ALVO. O ESTUDO ENFOCA PESSOAS ENTRE 12 E 64 ANOS NAS REGIÕES METROPOLITANAS DE SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO, PORTO ALEGRE, CURITIBA, BELO HORIZONTE, SALVADOR, RECIFE, FORTALEZA, BRASÍLIA E NO INTERIOR DE SÃO PAULO E DAS REGIÕES SULESULDESTE. A ÚLTIMA MEDIÇÃO ENTREVISTOU 19.456 PESSOAS ENTRE AGOSTO DE 2008 E AGOSTO DE 2009 (ANO 10 - ONDA 1 + ONDA 2)



PRINCIPAIS ATIVIDADES NA INTERNET VERT% - TOP 10	POPULAÇÃO	JOVENS 12-17 ANOS
NOS ÚLTIMOS 30 DIAS (NET)		
ACESSAR A SITES DE COMUNIDADE VIRTUAL (EX. ORKUT, GAZZAG, ETC.)	29%	60%
ENVIAR/ RECEBER MENSAGENS INSTANTÂNEAS (EX. MSN, ETC.)	31%	54%
CRIAR/ MANTER SITES DE COMUNIDADE VIRTUAL (EX. ORKUT, GAZZAG, ETC.)	23%	49%
ENVIAR/ RECEBER E-MAILS (CORREIOS ELETRÔNICOS)	39%	49%
FAZER PESQUISAS PESSOAIS	36%	49%
JOGAR 'ON-LINE' (JOGOS)	17%	47%
OUVIR MÚSICA	23%	45%
BAIXAR MÚSICAS (EX. MP3)	20%	38%
ASSISTIR/ BAIXAR FOTOS OU VÍDEOS	21%	36%
COLOCAR (UPLOAD) FOTOS OU VÍDEOS EM SITES DE COMPARTILHAMENTO	16%	31%
COMPRAS VERT%		
NOS ÚLTIMOS 30 DIAS TOP 5		
COMPRADORES - ÚLT. 30 DIAS	61,21%	50,98%
EM LOJAS (NA RUA)	27,40%	23,07%
EM SHOPPINGS	19,79%	15,24%
EM LOJAS DE DEPARTAMENTOS	13,61%	9,51%
HIPERMERCADOS	12,92%	7,41%
DE AMBULANTES	6,63%	6,15%

Outro meio estudado pela pesquisa é a internet e como os jovens interagem com ela. Cerca de 68% acessou a web na semana anterior ao encerramento da pesquisa. Sites de redes sociais (como Orkut e Gazzag) são acessados por 60% dos adolescentes, 54% trocam mensagens instantâneas e 49% mantêm sites de relacionamento, trocam e-mails e fazem pesquisas. Apesar de todo esse uso, apenas 21% dos jovens e 25% do restante da população fazem comentários sobre produtos na internet. Quando se analisa o marketingboca-a-boca, esses números sobem para 94% e 93%, respectivamente.

Em relação à tecnologia, 50% deles dizem que gostam de se manter em dia com os avanços tecnológicos e 49% gostam de comprar novos aparelhos e eletrodomésticos. Em relação à vida pessoal, entre as pessoas que esperam começar o primeiro trabalho nos próximos 12 meses, 55% deles são jovens entre 12 e 17 anos. Entre os que pretendem terminar o ensino médio, 38% são jovens dessa faixa etária. Do total da população que espera viajar pela primeira vez para o exterior, os jovens representam 15%.

OPINIÕES E ATITUDES VERT%	POPULAÇÃO	JOVENS 12-17 ANOS
TECNOLOGIA		
TRATO DE ME MANTER EM DIA COM OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS	49%	50%
EU GOSTO DE COMPRAR NOVOS APARELHOS E ELETRODOMÉSTICOS	49%	49%
EU PAGARIA QUALQUER PREÇO POR UM EQUIP. ELETRÔN. QUE REALMENTE QUISESSE	22%	33%
MEUS AMIGOS FREQUENT. PEDEM MINHA OPINIÃO QDO. VÃO COMPRAR EQUIP. ELETRÔN.	27%	31%
ENTRE OS MEUS AMIGOS, EU SOU SEMPRE O(A) PRIMEIRO(A) A TER AS ÚLTIMAS NOVIDADES EM EQUIP. ELETRÔNICOS	21%	25%
EVENTOS NA VIDA HORZ%		
ESPERA VIVER NOS PRÓXIMOS 12 MESES TOP 3		
COMEÇAR O 1º TRABALHO		55%
TERMINAR O ENSINO MÉDIO/ COLÉGIO		38%
VIAJAR AO EXTERIOR PELA 1ª VEZ		15%

UM DIA NA VIDA DOS JOVENS

Em alguns momentos do dia os adolescentes entre 12 e 17 anos praticam mais de uma atividade ao mesmo tempo, como assistir TV, acessar a internet e ouvir música. Esse comportamento é cada vez mais dominante para esse público. Grande parte deles estuda no período da manhã. Por isso, no período da tarde aumenta o consumo de TV. À noite, porém, é quando mais assistem ao meio. À tarde também cresce o número de jovens que acessam a internet, permeada com outras atividades ao longo do dia.

UM DIA NA VIDA DE JOVENS 12 A 17 ANOS DIÁRIO DE ATIVIDADES

