

No Brasil, tela quente para ver filme é a do celular

Segundo pesquisa da Motorola Mobility, 34% dos entrevistados têm o hábito de assistir a conteúdos em vídeo por meio de smartphones, tablets ou laptops

Fabiana Monte

fmonte@brasileconomico.com.br

Os brasileiros são os latino-americanos que mais veem vídeos por meio de smartphones, tablets e laptops. Segundo pesquisa realizada pela Motorola Mobility, 34% dos entrevistados no país têm o hábito de assistir a esse tipo de conteúdo em dispositivos móveis. Na Argentina, o percentual é 25%, no México, 19% e a média global é 37%. “O que leva o índice a ser maior no Brasil é que há uma correlação grande com redes sociais. Muitas vezes, o consumo de vídeo no celular ou no laptop se dá por meio do clique em um vídeo que chegou em um comentário no Facebook”, diz Marcos Takanohashi, diretor de home da Motorola Mobility.

Os brasileiros gastam mais tempo navegando na web do que vendo TV. E a soma de horas dedicadas a redes sociais está próxima do total gasto com TV. Segundo a pesquisa, os brasileiros passam 13 horas semanais na internet, sete horas vendo TV; seis horas em redes sociais e três horas jogando videogame. Entre os que usam redes sociais, 43% dão dicas de programas de TV por meio delas.

NOVOS JEITOS DE VER VÍDEO

34% dos entrevistados no Brasil assistem a vídeos em celulares



6 horas

por dia é o tempo gasto por brasileiros em redes sociais



43%

dos brasileiros já usaram mídias sociais para recomendar um programa



75%

dos brasileiros têm interesse em contratar um serviço de computação na nuvem



78%

dos brasileiros têm interesse em automação residencial

Fonte: 3ª pesquisa barômetro de engajamento de mídia, da Motorola Mobility



Marcela Beltrão

Marcos Takanohashi: tempo gasto com TV tradicional surpreendeu

Apesar disso, Takanohashi diz que uma das surpresas do estudo, feito com 9 mil consumidores em 16 países, é o tempo dedicado à TV. “Há uma grande adoção a conteúdo sob demanda, gravado ou oferecido pela internet, mas a programação linear da TV ainda é muito forte”, diz. Por semana, as pessoas veem, em média, 15 horas de TV; navegam 12 horas na internet, gastam seis horas com redes sociais e cinco jogando.

do.

Como tendência, Takanohashi diz que o avanço em diferentes formas de consumir vídeo impulsionará o mercado de computação na nuvem, que deve faturar US\$ 6,5 bilhões até 2016. No Brasil, 75% dos consumidores têm interesse em contratar um serviço que permita acesso a fotos, vídeos e outros dados de qualquer lugar e por meio de qualquer dispositivo. ■