

15
ANOS

...
PESQUISAS
TIC

—
15 Years
ICT Surveys

PAINEL TIC COVID-19

Edição 1

Atividades na Internet, cultura e comércio eletrônico

13 de agosto de 2020



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura

cetic.br nic.br cgi.br

Centro Regional de Estudos
para o Desenvolvimento da
Sociedade da Informação
sob os auspícios da UNESCO

Núcleo de Informação
e Coordenação do
Ponto BR

Comitê Gestor da
Internet no Brasil

Painel TIC COVID-19

Visão geral da pesquisa

População-alvo

- Indivíduos **usuários de Internet** com 16 anos ou mais no Brasil

Abrangência

Nacional

Amostra

- **2.627** respondentes

Coleta

Entre 23 de junho e 8 de julho de 2020
Entrevistas pela *web* e por telefone



Temas



Atividades na Internet



Cultura



Comércio eletrônico

ATIVIDADES NA INTERNET

PRINCIPAIS RESULTADOS



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura

cetic.br

Centro Regional de Estudos
para o Desenvolvimento da
Sociedade da Informação
sob os auspícios da UNESCO

nic.br

Núcleo de Informação
e Coordenação do
Ponto BR

cgi.br

Comitê Gestor da
Internet no Brasil

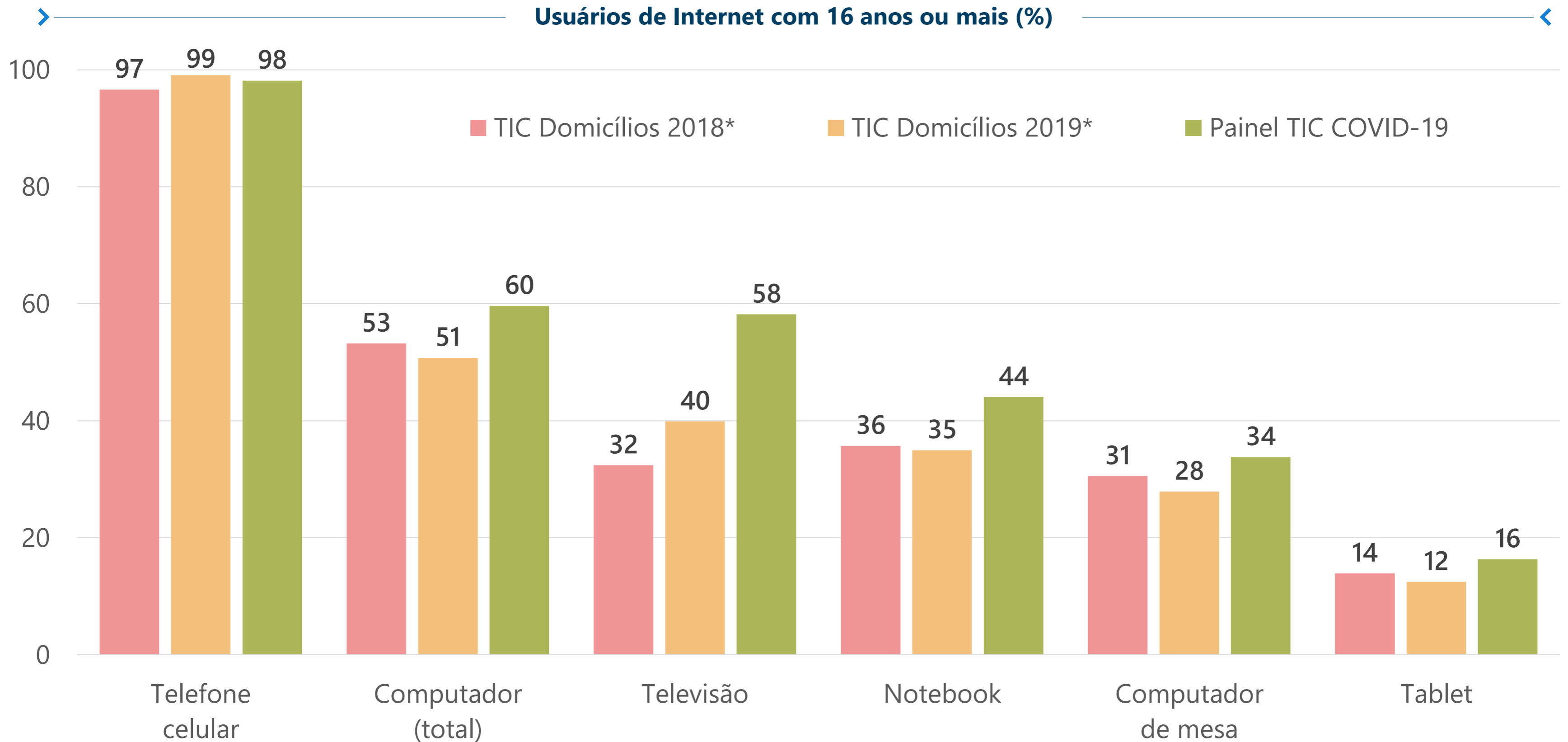


Atividades na Internet

>> DESTAQUES

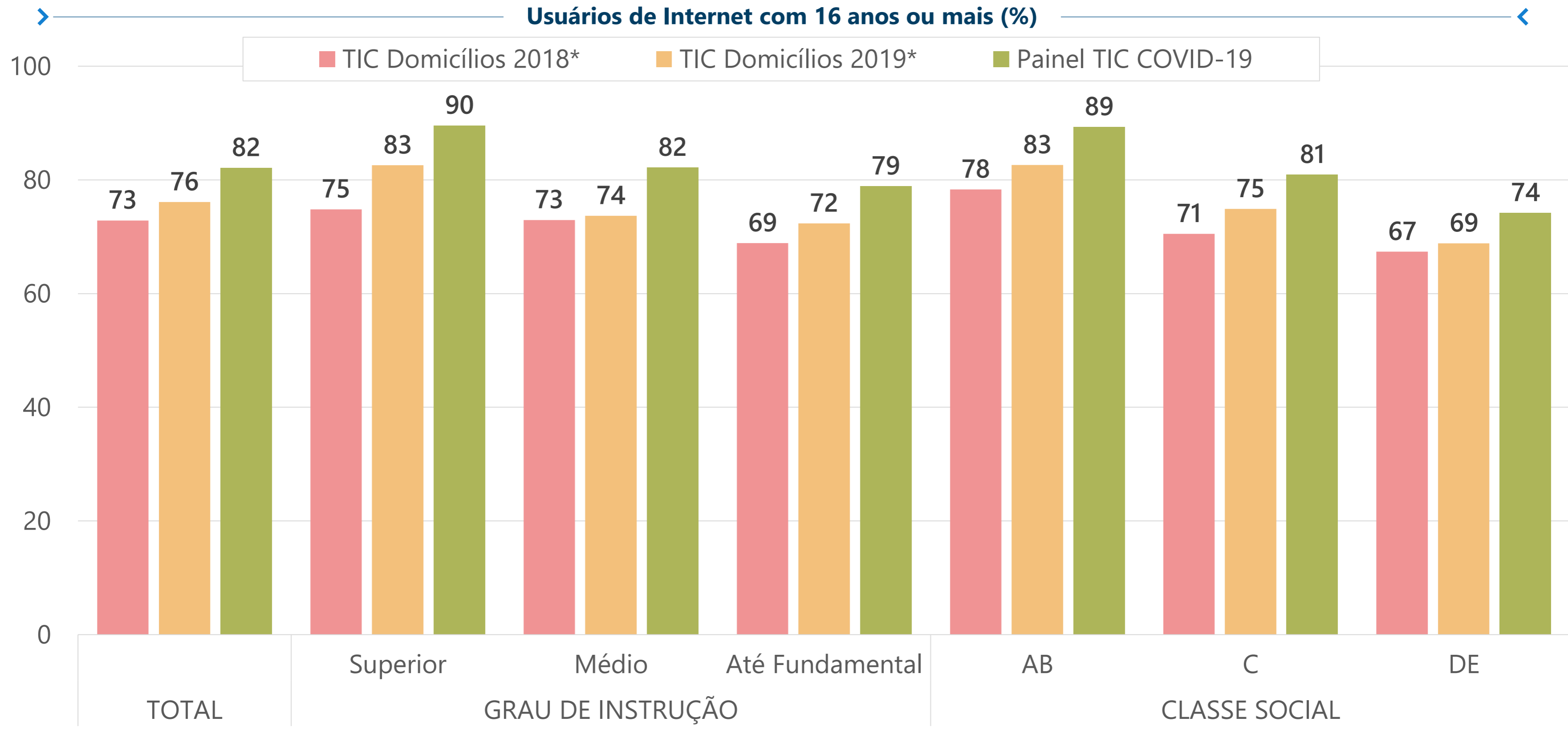
- Cresceram o **uso combinado** de dispositivos (celular + computador) e o acesso à Internet **pela televisão**.
- Aumentou a realização de **serviços públicos** e **transações financeiras** (especialmente nas **classes C e DE**).
- Mais usuários realizaram atividades de **trabalho** pela Internet, sobretudo nas **classes AB**.
- **Classes DE** realizaram mais **atividades ou pesquisas escolares** pela Internet durante a pandemia.

DISPOSITIVO UTILIZADO PARA ACESSO À INTERNET



* Base reprocessada com recorte populacional. Ver relatório metodológico.

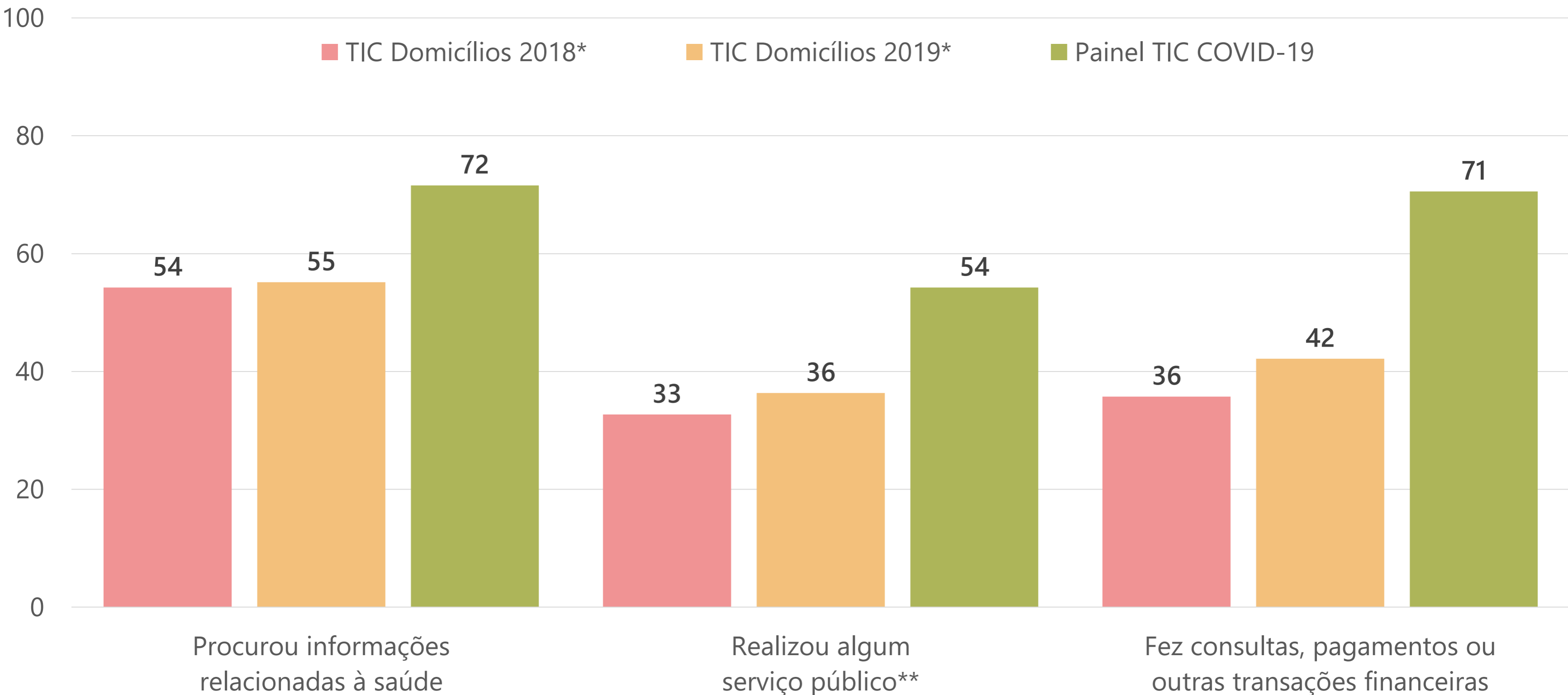
ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET - CONVERSA POR CHAMADA DE VOZ OU VÍDEO



* Base reprocessada com recorte populacional. Ver relatório metodológico.

ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET - BUSCA DE INFORMAÇÕES E SERVIÇOS

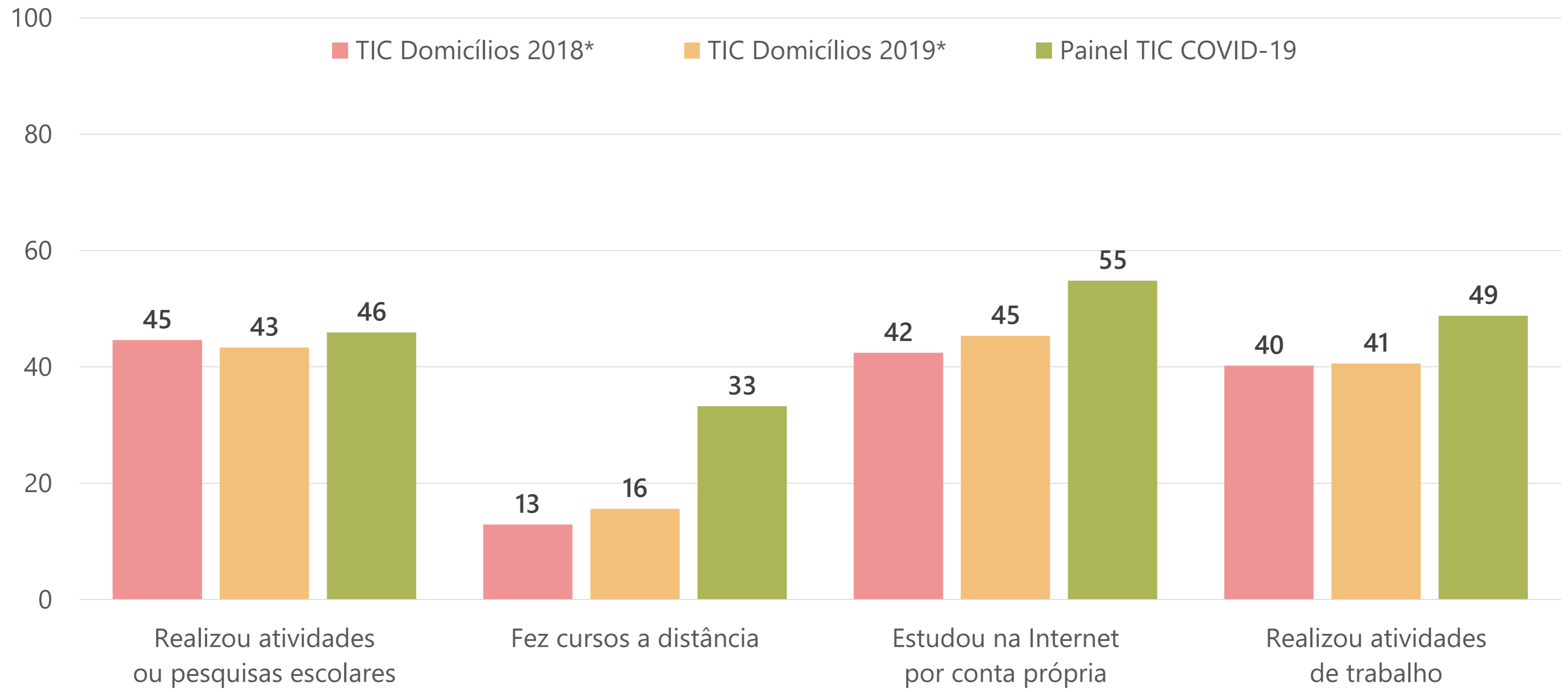
Usuários de Internet com 16 anos ou mais (%)



* Base reprocessada com recorte populacional. Ver relatório metodológico.
** Períodos de referência diferentes (Painel TIC COVID-19: últimos três meses; TIC Domicílios: últimos doze meses).

ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – EDUCAÇÃO E TRABALHO

Usuários de Internet com 16 anos ou mais (%)



* Base reprocessada com recorte populacional. Ver relatório metodológico.

CULTURA

PRINCIPAIS RESULTADOS



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura

cetic.br

Centro Regional de Estudos
para o Desenvolvimento da
Sociedade da Informação
sob os auspícios da UNESCO

nic.br

Núcleo de Informação
e Coordenação do
Ponto BR

egi.br

Comitê Gestor da
Internet no Brasil

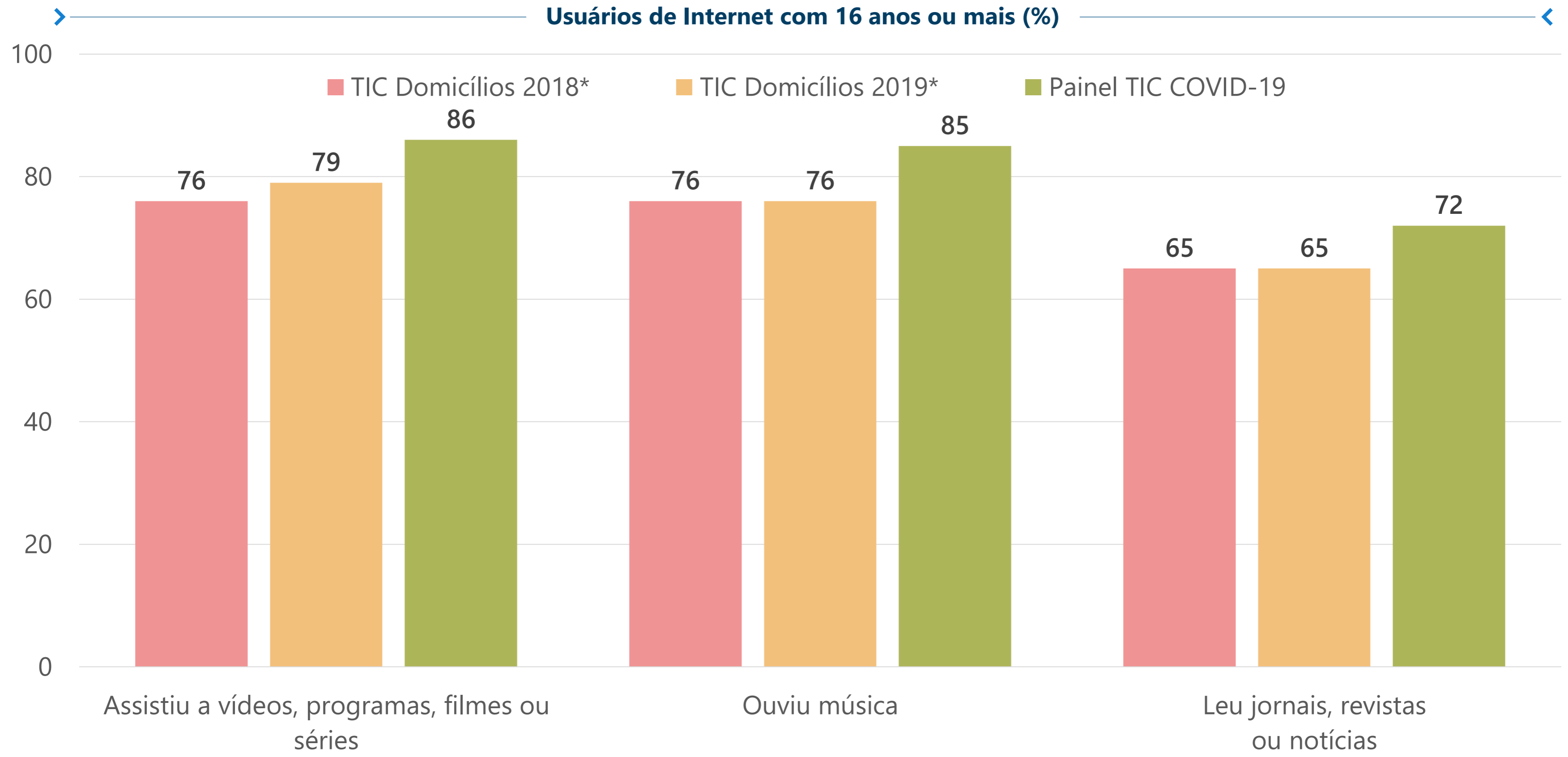
»» DESTAQUES

- Mais usuários de Internet passaram a **assistir a vídeos, ouvir música e ler notícias on-line**.
- O pagamento por **serviços de streaming** de filmes e séries aumentou mais nas classes mais baixas e por serviços de música nas classes mais altas.
- As **transmissões on-line de áudio e vídeo em tempo real** ganharam projeção, mas seguem predominantes entre usuários de classes mais altas e com maior grau de instrução.
- A **compra de ingressos para eventos** pela Internet diminuiu drasticamente.

Cultura

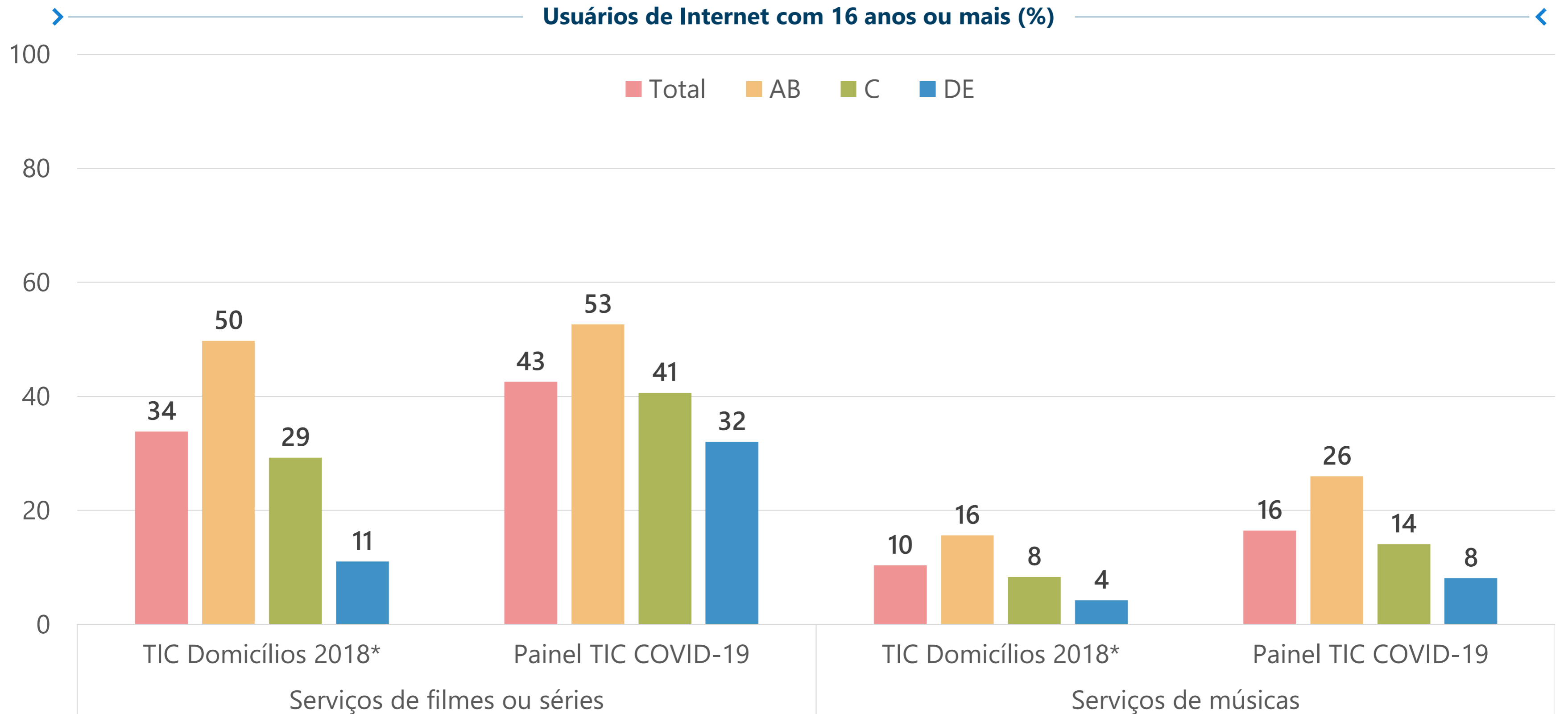
ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – MULTIMÍDIA

Usuários de Internet com 16 anos ou mais (%)



* Base reprocessada com recorte populacional. Ver relatório metodológico.

SERVIÇOS PAGOS PELA INTERNET, POR CLASSE

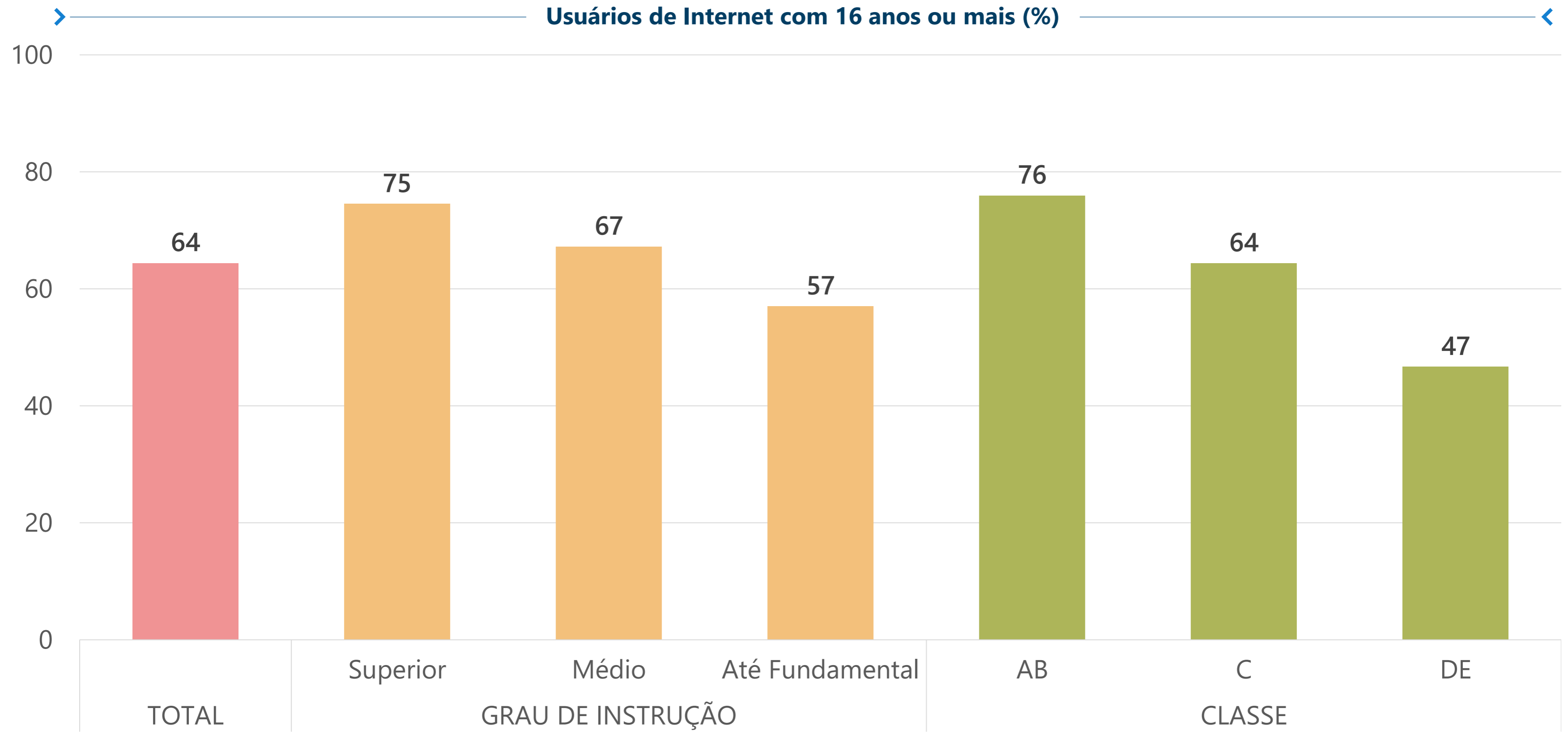


* Base reprocessada com recorte populacional. Ver relatório metodológico.

** Neste indicador, o período de referência adotado pela TIC Domicílios é de doze meses. Já no Painel TIC COVID-19, o período de referência adotado foi de três meses.

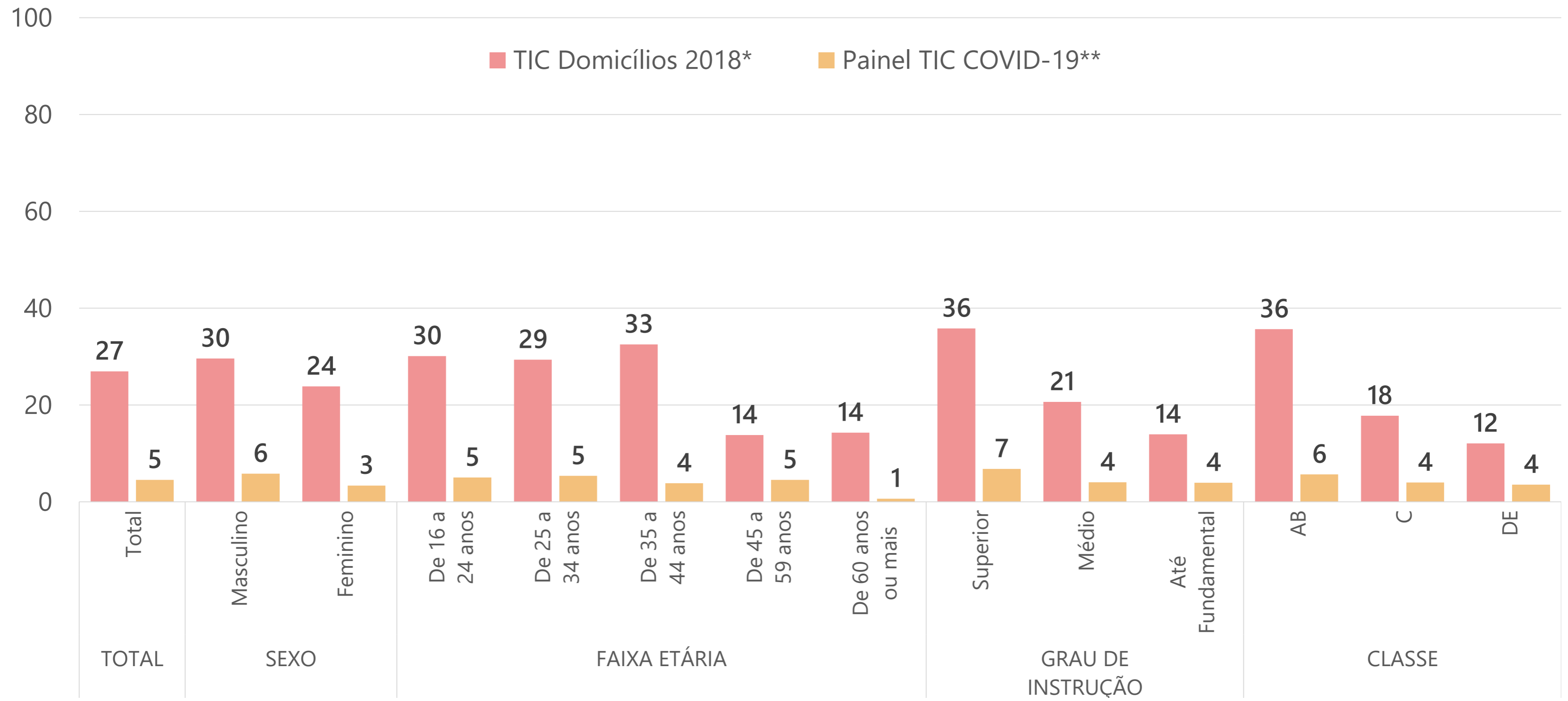
ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – TRANSMISSÕES DE ÁUDIO OU VÍDEO EM TEMPO REAL

Usuários de Internet com 16 anos ou mais (%)



COMPRA DE INGRESSOS PELA INTERNET PARA EVENTOS COMO SHOWS, CINEMA, PEÇAS DE TEATRO OU EXPOSIÇÕES

Usuários de Internet com 16 anos ou mais (%)



* Base reprocessada com recorte populacional. Ver relatório metodológico.

** Neste indicador, o período de referência adotado pela TIC Domicílios é de doze meses. Já no Painel TIC COVID-19, o período de referência adotado foi de três meses.

COMÉRCIO ELETRÔNICO

PRINCIPAIS RESULTADOS



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura

cetic.br

Centro Regional de Estudos
para o Desenvolvimento da
Sociedade da Informação
sob os auspícios da UNESCO

nic.br

Núcleo de Informação
e Coordenação do
Ponto BR

cgi.br

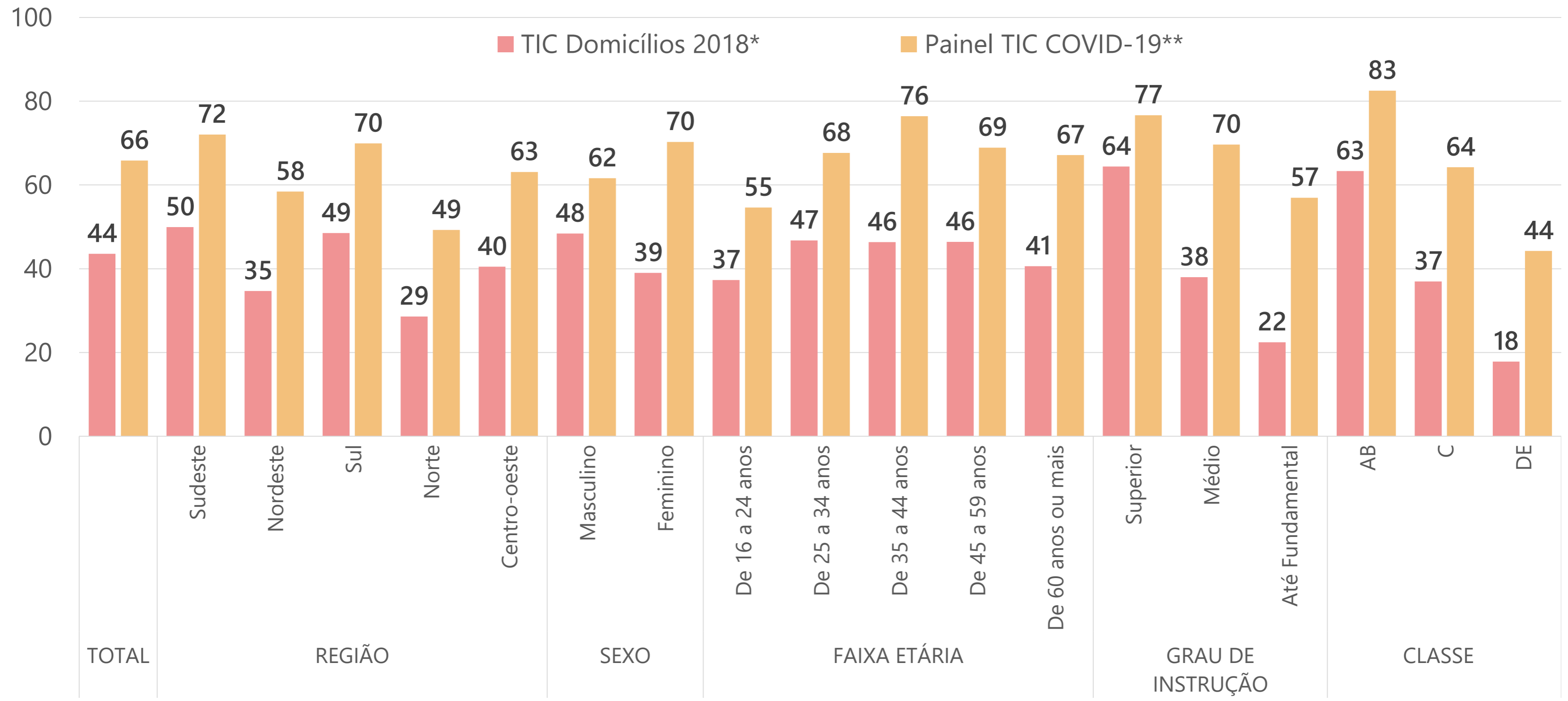
Comitê Gestor da
Internet no Brasil

>> DESTAQUES

- O **comércio eletrônico cresceu** em todas as regiões e classes, sobretudo entre as mulheres.
- A **compra de comida ou produtos alimentícios** foi a atividade de comércio eletrônico que mais se ampliou durante a pandemia.
- O uso de **aplicativos de mensagens instantâneas** foi o canal de compra mais usado durante a pandemia.
- A maioria dos usuários de Internet afirma que está **comprando mais** pela Internet e **consumindo mais** de produtores locais e pequenos comerciantes.

COMPRA DE PRODUTOS OU SERVIÇOS PELA INTERNET

Usuários de Internet com 16 anos ou mais (%)

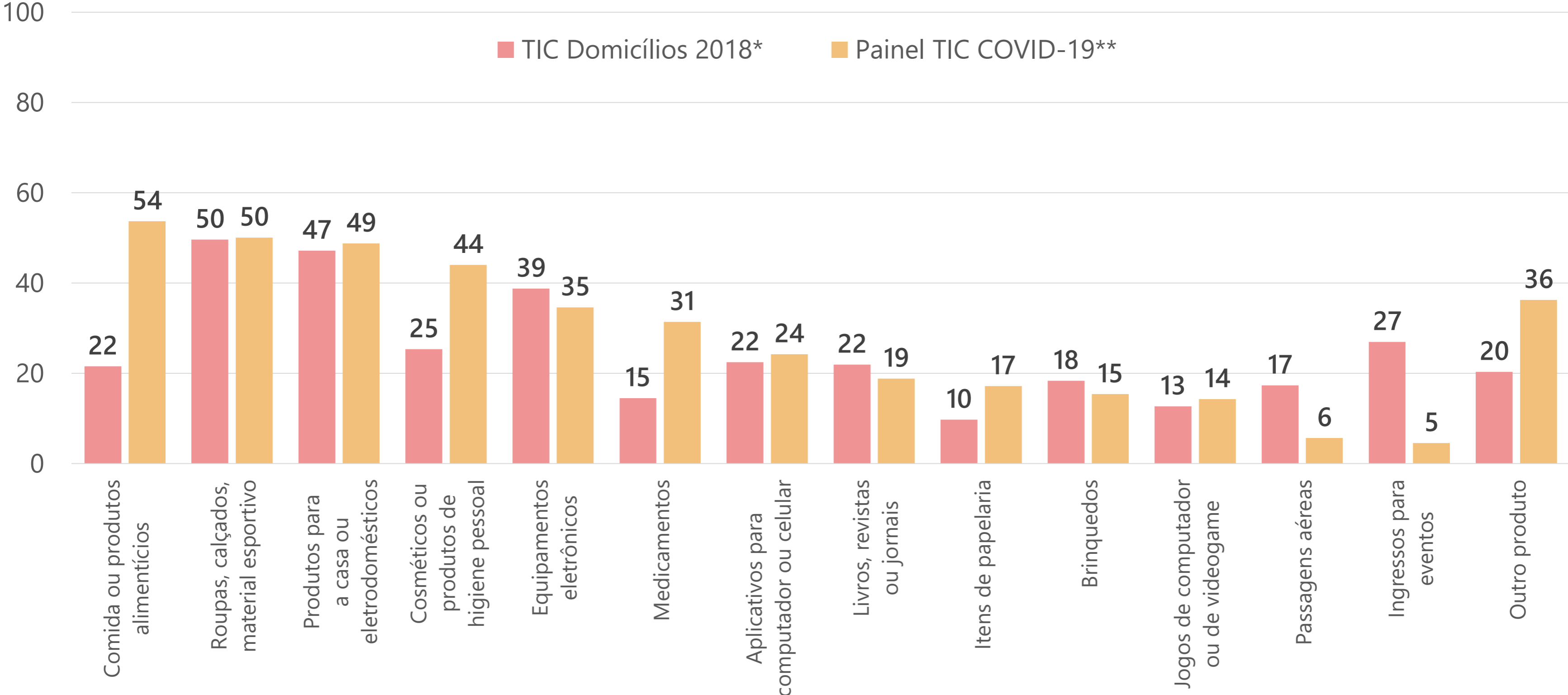


* Base reprocessada com recorte populacional. Ver relatório metodológico.

** Neste indicador, o período de referência adotado pela TIC Domicílios é de doze meses. Já no Painel TIC COVID-19, o período de referência adotado foi de três meses.

COMPRA PELA INTERNET - PRODUTOS

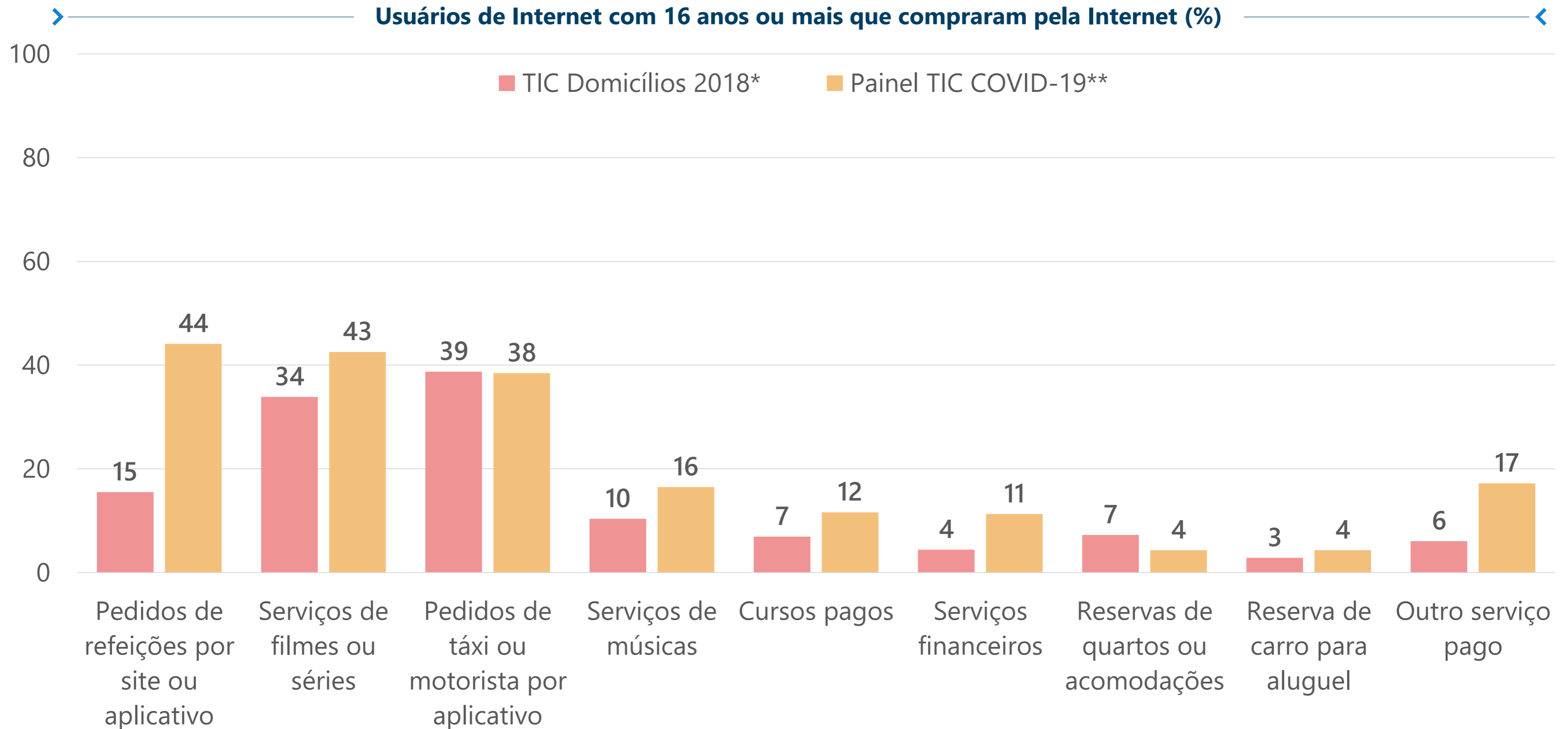
Usuários de Internet com 16 anos ou mais que compraram pela Internet (%)



* Base reprocessada com recorte populacional. Ver relatório metodológico.

** Neste indicador, o período de referência adotado pela TIC Domicílios é de doze meses. Já no Painel TIC COVID-19, o período de referência adotado foi de três meses.

COMPRA PELA INTERNET - SERVIÇOS

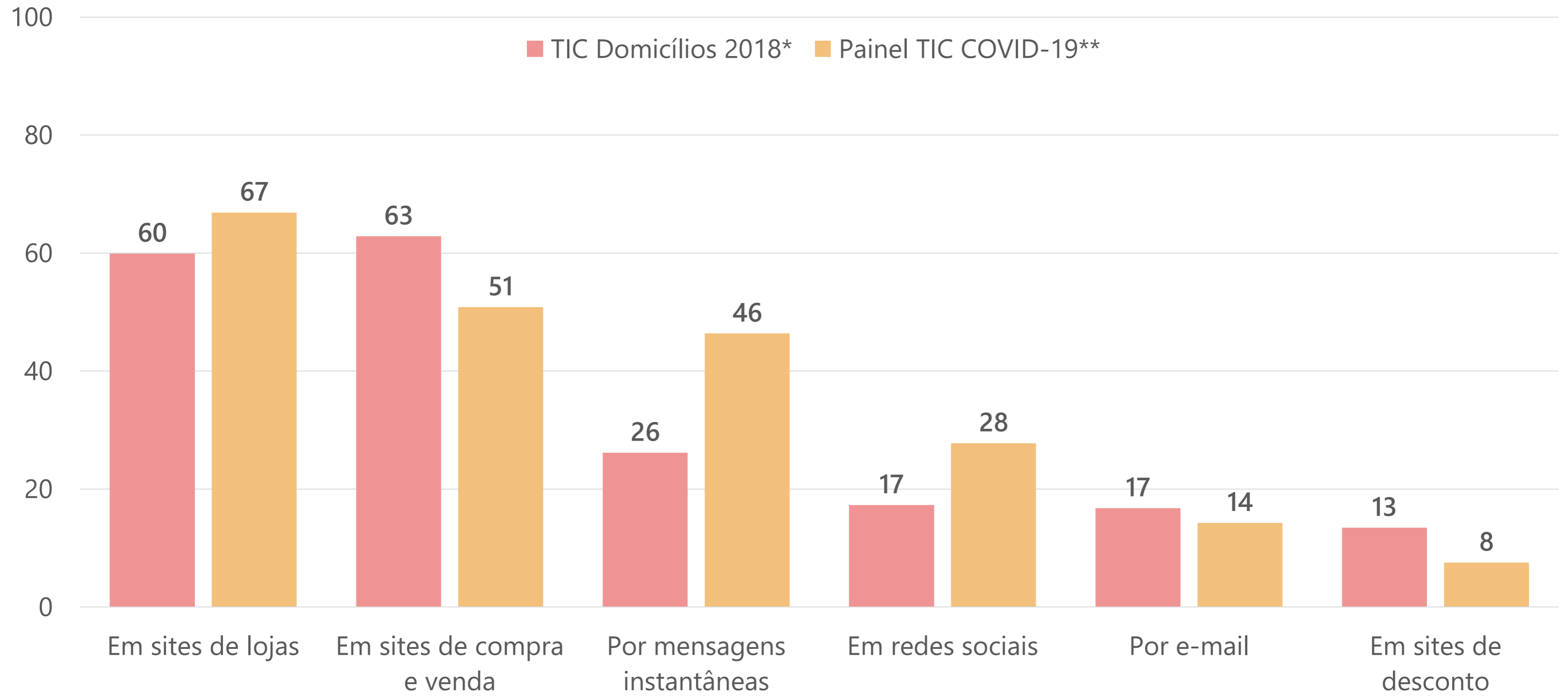


* Base reprocessada com recorte populacional. Ver relatório metodológico.

** Neste indicador, o período de referência adotado pela TIC Domicílios é de doze meses. Já no Painel TIC COVID-19, o período de referência adotado foi de três meses.

COMPRA PELA INTERNET – CANAL DE COMPRA

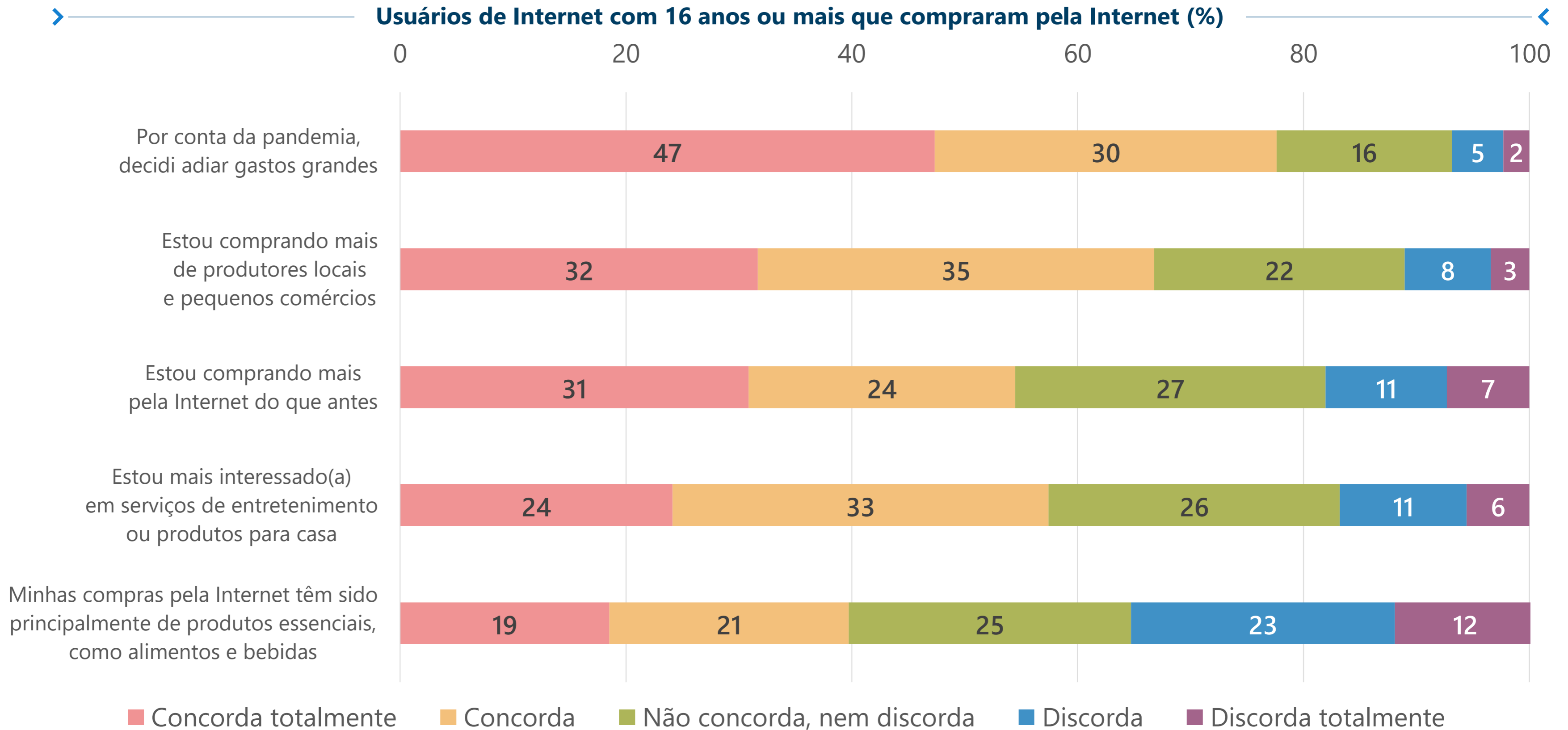
Usuários de Internet com 16 anos ou mais que compraram pela Internet (%)



* Base reprocessada com recorte populacional. Ver relatório metodológico.

** Neste indicador, o período de referência adotado pela TIC Domicílios é de doze meses. Já no Painel TIC COVID-19, o período de referência adotado foi de três meses.

COMPRA PELA INTERNET – HÁBITOS DE CONSUMO DURANTE A PANDEMIA



Próximas edições

Temas abordados

Edição 2



Atividades na Internet



Serviços públicos *on-line*



Privacidade



Telessaúde

Edição 3



Atividades na Internet



Ensino remoto



Trabalho remoto

Acesse o relatório
e os resultados
da pesquisa em:

www.cetic.br

OBRI GAD@!



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura

cetic.br

Centro Regional de Estudos
para o Desenvolvimento da
Sociedade da Informação
sob os auspícios da UNESCO

nic.br

Núcleo de Informação
e Coordenação do
Ponto BR

cgi.br

Comitê Gestor da
Internet no Brasil