

# RESUMO EXECUTIVO

---

## PESQUISA TIC DOMICÍLIOS 2022

## **Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br**

Diretor Presidente : Demi Getschko

Diretor Administrativo : Ricardo Narchi

Diretor de Serviços e Tecnologia : Frederico Neves

Diretor de Projetos Especiais e de Desenvolvimento : Milton Kaoru Kashiwakura

Diretor de Assessoria às Atividades do CGI.br : Hartmut Richard Glaser

## **Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação – Cetic.br**

Coordenação Executiva e Editorial : Alexandre F. Barbosa

Coordenação de Projetos de Pesquisa : Fabio Senne (Coordenador), Ana Laura Martínez, Catarina Ianni Segatto, Daniela Costa, Leonardo Melo Lins, Luciana Portilho, Luísa Adib Dino, Luiza Carvalho e Manuella Maia Ribeiro

Coordenação de Métodos Quantitativos e Estatística : Marcelo Pitta (Coordenador), Camila dos Reis Lima, João Claudio Miranda, Mayra Pizzott Rodrigues dos Santos, Thiago de Oliveira Meireles e Winston Oyadomari

Coordenação de Métodos Qualitativos e Estudos Setoriais : Graziela Castello (Coordenadora), Javiera F. Medina Macaya, Mariana Galhardo Oliveira e Rodrigo Brandão de Andrade e Silva

Coordenação de Gestão de Processos e Qualidade : Nádilla Tsuruda (Coordenadora), Karen Genovesi Ueda, Maisa Marques Cunha e Rodrigo Gabriades Sukarie

Coordenação da pesquisa TIC Domicílios : Fabio Storino

Gestão da pesquisa em campo : Ipec – Inteligência em Pesquisa e Consultoria : Guilherme Militão, Letícia Passos, Moroni Alves e Rosi Rosendo

Apoio à edição : Comunicação NIC.br : Carolina Carvalho e Leandro Espindola

Preparação de texto e revisão em português : Tecendo Textos

Tradução para o inglês : Prioridade Consultoria Ltda. : Isabela Ayub, Lorna Simons, Luana Guedes, Luísa Caliri e Maya Bellomo Johnson

Projeto gráfico : Pilar Velloso

Editoração : Grappa Marketing Editorial ([www.grappa.com.br](http://www.grappa.com.br))

## **Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br**

(em julho de 2023)

### **Coordenadora**

Renata Vicentini Mielli

### **Conselheiros**

Beatriz Costa Barbosa

Carlos Manuel Baigorri

Cláudio Furtado

Débora Peres Menezes

Demi Getschko

Domingos Sávio Mota

Henrique Faulhaber Barbosa

José Alexandre Novaes Bicalho

José Roberto de Moraes Rêgo Paiva Fernandes Júnior

Laura Conde Tresca

Luiz Felipe Gondin Ramos

Marcos Dantas Loureiro

Maximiliano Salvadori Martinhão

Nivaldo Cleto

Pedro Helena Pontual Machado

Percival Henriques de Souza Neto

Rafael de Almeida Evangelista

Rogério Souza Mascarenhas

Rosauro Leandro Baretta

Tanara Lauschner

### **Secretário executivo**

Hartmut Richard Glaser

# Resumo Executivo

## TIC Domicílios 2022

**E**m 2022, a pesquisa TIC Domicílios completou 18 anos. Ao longo desses anos, vem produzindo estatísticas sobre a presença de tecnologias de informação e comunicação (TIC) nos domicílios brasileiros e sobre o acesso e uso das TIC por indivíduos de 10 anos ou mais. Nesta edição, a pesquisa traçou um retrato das habilidades digitais dos usuários de Internet no Brasil, com destaque à verificação de informações encontradas na Internet e à adoção de medidas de segurança para proteger dispositivos ou contas *online*.

Não houve variação significativa na proporção de domicílios com acesso à Internet e de usuários da rede no Brasil em relação a 2021, atenuando a tendência de aumento desses indicadores verificada desde o início da série histórica da pesquisa. O módulo de comércio eletrônico mostrou a ampliação da prática de compra *online* para um contingente maior de usuários e a diversificação dos tipos de produtos comprados e serviços contratados ou realizados pela Internet.

### Acesso à Internet nos domicílios

Em 2022, cerca de 60 milhões de domicílios (80%) possuíam acesso à Internet. O percentual manteve-se estável em relação a 2021. Além disso, 71% dos domicílios possuíam banda larga fixa como principal tipo de conexão, e as conexões por cabo ou fibra ótica (62%) foram o tipo mais citado. Entre as regiões do país (Figura 1), a região Sul foi a que mais reportou conexões via cabo ou fibra ótica (72%), ao passo que a conexão via rede móvel estava presente em mais de um quarto dos

domicílios conectados na região Norte (27%).

Entre os cerca de 15 milhões de domicílios sem acesso à Internet no Brasil, o custo da conexão foi o motivo citado com mais frequência para a falta de acesso à rede (59%), e foi o mencionado em maior proporção como o motivo principal (28%). No que tange à velocidade da conexão, em 2022, 28% domicílios com acesso à Internet tinham conexões contratadas com velocidades superiores a 50 Mbps, proporção maior do que a observada em 2021 (23%).

O computador estava presente em 39% dos domicílios, enquanto 42% possuíam Internet, mas não computador. A presença tanto de Internet quanto de computador foi observada em 96% dos domicílios da classe A e em 10% dos das classes DE.

### Uso da Internet

Cerca de 149 milhões de indivíduos com 10 anos ou mais (81%) eram usuários de Internet. Os dados da pesquisa também indicaram que 14% da população com 10 anos ou mais nunca usou a Internet (aproximadamente 27 milhões de brasileiros). Entre essa população, os motivos mais mencionados para nunca ter acessado a rede foram a falta de

habilidade com o computador (69%) e a falta de interesse (63%).

O telefone celular seguiu sendo o dispositivo mais utilizado pelos usuários de Internet brasileiros para acessar a rede (99%), seguido pela televisão (55%).

Seis a cada dez usuários de Internet no Brasil acessaram a rede exclusivamente pelo telefone celular (62%) (Gráfico 1). Já para quatro em cada dez usuários, o acesso à Internet foi

51% DOS ENTREVISTADOS VERIFICARAM SE ALGUMA INFORMAÇÃO QUE ENCONTRARAM NA INTERNET ERA VERDADEIRA

feito tanto pelo telefone celular quanto pelo computador (38%).

## Uso do computador

De acordo com a TIC Domicílios 2022, 38% da população brasileira era usuária de computador, ou seja, utilizou o dispositivo pelo menos uma vez nos três meses anteriores à pesquisa. Indivíduos das classes A (91%) e B (68%) ou com Ensino Superior (80%) utilizaram o computador em maiores proporções, sendo que 59% da população já usou alguma vez um computador (de mesa, *notebook* ou *tablet*).

## Uso do telefone celular

De acordo com a pesquisa, 92% da população brasileira com 10 anos ou mais era usuária de telefone celular (cerca de 170 milhões de brasileiros), percentual que permaneceu estável em relação a 2021. O percentual de pessoas que possuem um telefone celular (88%) também permaneceu estável.

Dos indivíduos com telefone celular, 64% haviam contratado um plano pré-pago e 34%, um plano pós-pago, percentuais que também seguem estáveis.

A rede móvel foi usada por 79% dos usuários de Internet pelo telefone celular (em 2021, eram 76%). Enquanto 93% dos usuários da classe A se conectavam tanto por Wi-Fi quanto por rede móvel, 34% dos usuários das classes DE acessaram a Internet pelo celular apenas por Wi-Fi.

## Habilidades digitais

Em 2022, 51% dos entrevistados verificaram se alguma informação que encontraram na Internet era verdadeira (Gráfico 2), tendo sido a habilidade mais citada. A verificação de informações encontradas na Internet foi

reportada por 74% dos usuários de Internet tanto pelo computador quanto pelo telefone celular e por 37% daqueles que acessaram exclusivamente

pelo celular. Já a adoção de medidas de segurança para proteger dispositivos ou contas *online* foi reportada por 33% dos usuários exclusivos de celular e por 69% daqueles que acessam por ambos os dispositivos.

DOIS TERÇOS  
DOS USUÁRIOS  
QUE COMPRARAM  
ONLINE (66%)  
UTILIZARAM O PIX  
COMO FORMA DE  
PAGAMENTO

## Atividades na Internet

### COMUNICAÇÃO

O uso de mensagens instantâneas foi a atividade mais realizada pelos brasileiros na Internet (93%). Permaneceram em patamares elevados o uso das redes sociais, como Facebook, Instagram ou TikTok (80%), e as chamadas de voz ou vídeo (77%), bem como o envio e recebimento de *e-mails* (62%).

### MULTIMÍDIA

Quatro a cada cinco usuários de Internet no Brasil assistiram a vídeos, programas, filmes ou séries *online* (80%), e aproximadamente três quartos ouviram música *online* (74%). Já a leitura de jornais, revistas ou notícias *online* foi mencionada por 56% dos usuários, resultado que apresenta estabilidade desde 2017. Em vários desses indicadores, além de diferenças entre segmentos socioeconômicos, há importantes diferenças por sexo (68% das usuárias mulheres assistiram a vídeos, programas, filmes ou séries *online*, ante 78% dos homens, por exemplo).

### CRIAÇÃO E COMPARTILHAMENTO DE CONTEÚDO

Cerca de sete a cada dez usuários compartilharam algum conteúdo na Internet, como texto, imagem ou vídeo, nos três meses anteriores à pesquisa (69%), proporção estável em relação a 2021 (68%). Já a postagem de textos, imagens ou vídeos de autoria própria

FIGURA 1

### DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET, POR TIPO DA CONEXÃO PRINCIPAL (2022)

Total de domicílios com acesso à Internet (%)

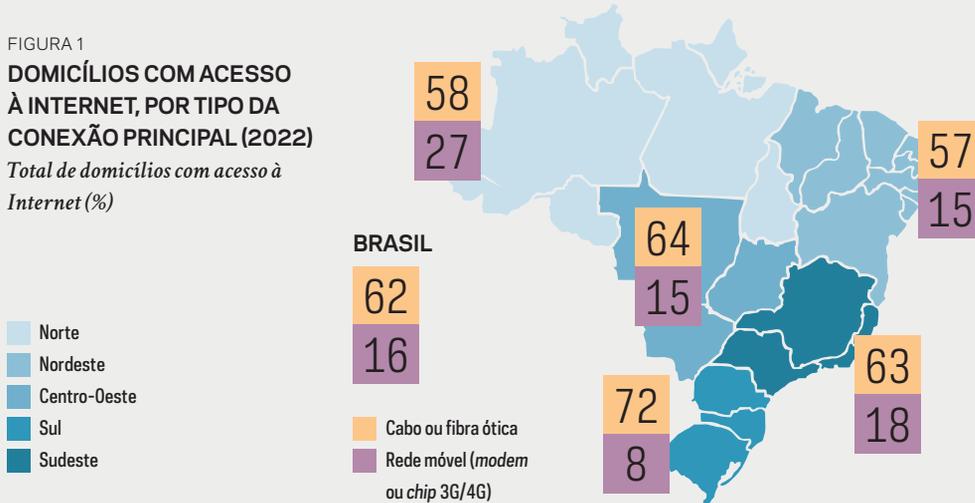
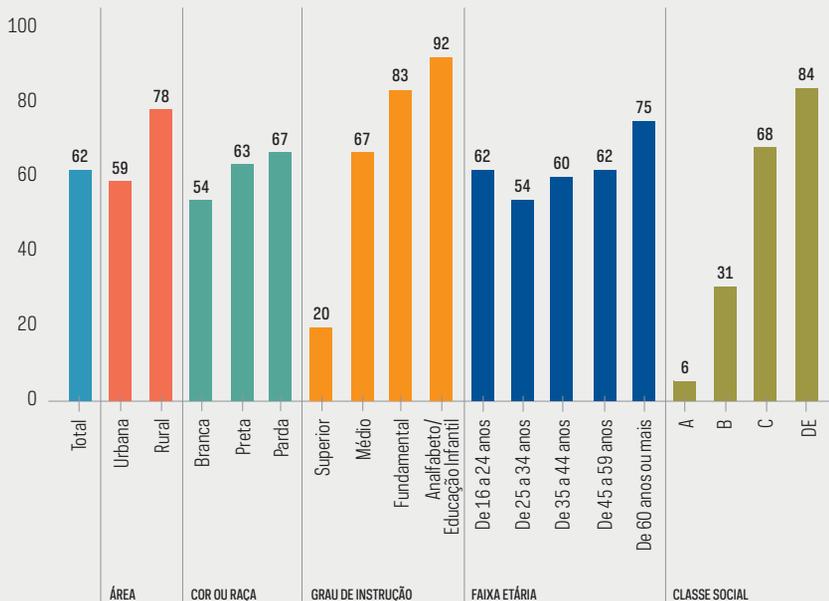


GRÁFICO 1

### USUÁRIOS DE INTERNET, POR DISPOSITIVO UTILIZADO DE FORMA EXCLUSIVA OU SIMULTÂNEA - APENAS TELEFONE CELULAR (2022)

Total de usuários de Internet (%)



NOTA: DEMAIS CATEGORIAS DE RESPOSTA DO INDICADOR: "APENAS COMPUTADOR", "AMBOS" E "NENHUM DESSES DISPOSITIVOS".

(43%) aumentou 12 pontos percentuais em relação a 2021 (31%).

## Comércio eletrônico

Em 2022, 67 milhões (45%) de usuários de Internet compraram produtos ou serviços *online* no período de 12 meses anteriores à pesquisa.

As categorias de produtos comprados *online* mais citadas foram roupas, calçados e material esportivo (64%). Houve aumento de 23 pontos percentuais em relação a 2018 na compra de comida ou produtos alimentícios (de 21% para 44%). Quanto à frequência, 38% dos indivíduos que compraram *online* declararam ter realizado essa atividade ao menos uma vez por mês, um aumento significativo em relação a 2018 (28%).

### CANAL DE COMPRA

*Websites* de compra e venda foram o canal de compra mais citado pelos usuários que adquiriram produtos *online* (72%), seguidos dos *websites* de lojas (59%). Ainda, 30% compraram por meio de aplicativos de mensagem.

### FORMA DE PAGAMENTO E DE ENTREGA

Dois terços dos usuários que compraram *online* (66%) utilizaram o Pix como forma de pagamento (Gráfico 3), mas a forma mais

usada continuou sendo o cartão de crédito (73%, mesmo patamar observado em 2018). O pagamento por débito *online* ou transferência também cresceu no período (de 23% para 36%). A maioria dos usuários de Internet que comprou *online* optou pela entrega em domicílio (95%), apresentando um aumento em relação a 2018 (90%). Essa foi a forma de entrega mais mencionada por usuários de todas as classes socioeconômicas.

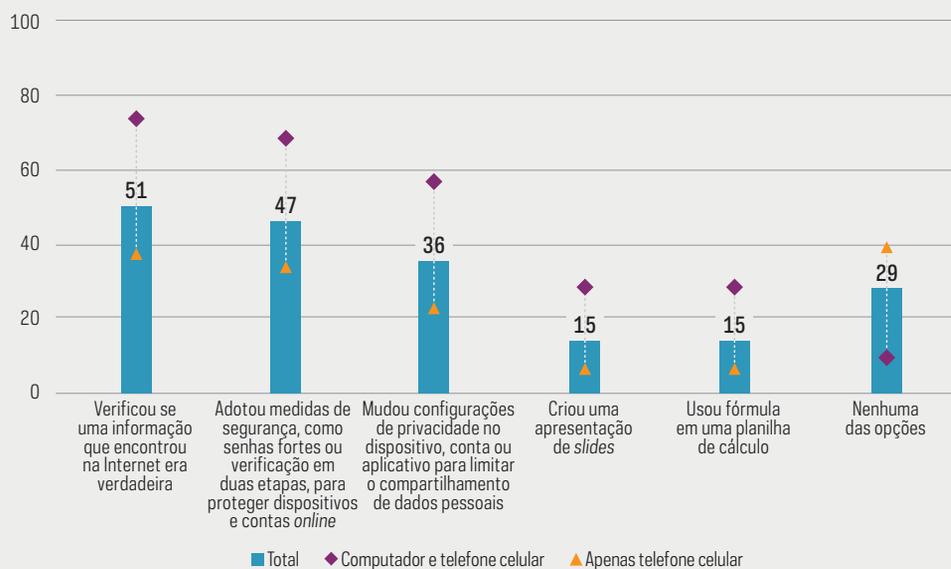
## Metodologia da pesquisa e acesso aos dados

A pesquisa TIC Domicílios é realizada desde 2005 e investiga o acesso às TIC nos domicílios brasileiros e seus usos por indivíduos com 10 anos ou mais. Nesta edição, foram realizadas entrevistas em 23.292 domicílios e com 20.688 indivíduos em todo o território nacional. A coleta dos dados foi realizada por entrevistas presenciais entre junho e outubro de 2022. Os resultados da pesquisa, incluindo as tabelas de proporções, totais e margens de erro, estão disponíveis em <https://cetic.br>. O “Relatório Metodológico” e o “Relatório de Coleta de Dados” podem ser consultados tanto na publicação como no *website*.

## Habilidades digitais e conectividade significativa

A capacidade dos indivíduos de utilizar as TIC de forma efetiva potencializa o acesso a oportunidades, a direitos e a serviços cada vez mais presentes no ambiente *online*. Os resultados da pesquisa TIC Domicílios 2022 sugerem a necessidade de promover o desenvolvimento de habilidades digitais para a população, reduzindo as desigualdades entre os distintos perfis sociodemográficos. As diferenças observadas por sexo indicam oportunidades desiguais entre homens e mulheres em relação à inserção na força de trabalho e à manutenção de salários e condições trabalhistas. Além disso, os dados mostram uma associação entre o uso de múltiplos dispositivos (computador e telefone celular) e a presença de um conjunto maior de habilidades digitais em comparação com o uso exclusivo de telefone celular, evidenciando a interrelação entre as dimensões da conectividade significativa.

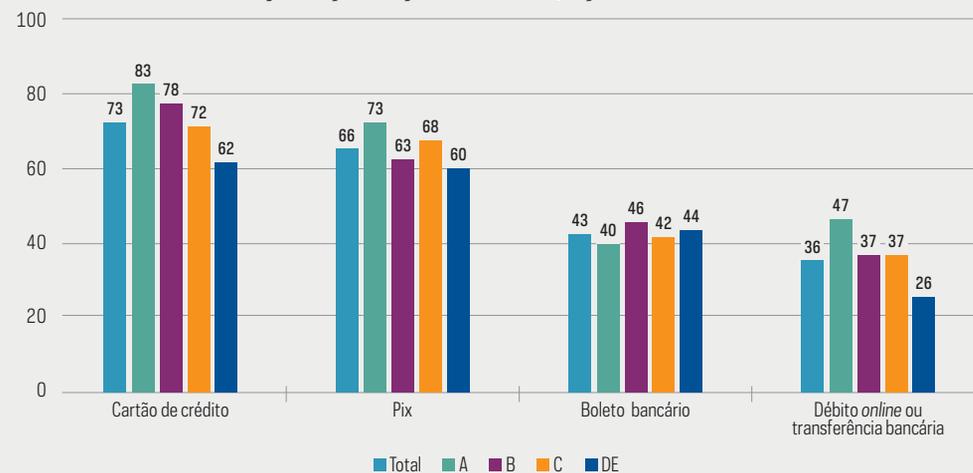
GRÁFICO 2

**USUÁRIOS DE INTERNET, POR HABILIDADES DIGITAIS SELECIONADAS E DISPOSITIVO DE ACESSO (2022)***Total de usuários de Internet (%)*

Dos usuários de Internet, ...



GRÁFICO 3

**USUÁRIOS DE INTERNET QUE COMPRARAM PRODUTOS E SERVIÇOS PELA INTERNET, POR FORMA DE PAGAMENTO E CLASSE SOCIAL (2022)***Total de usuários de Internet que compraram produtos ou serviços pela Internet nos últimos 12 meses (%)*

## SOBRE O CETIC.br

cetic.br

O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, do NIC.br, é responsável pela produção de indicadores e estatísticas sobre o acesso e o uso da Internet no Brasil, divulgando análises e informações periódicas sobre o desenvolvimento da rede no país. O Cetic.br é um Centro Regional de Estudos, sob os auspícios da UNESCO. Mais informações em <https://www.cetic.br/>.

## SOBRE O NIC.br

nic.br

O Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br (<https://www.nic.br/>) é uma entidade civil, de direito privado e sem fins de lucro, que além de implementar as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil, tem entre suas atribuições: coordenar o registro de nomes de domínio – Registro.br (<https://www.registro.br/>), estudar, responder e tratar incidentes de segurança no Brasil – CERT.br (<https://www.cert.br/>), estudar e pesquisar tecnologias de redes e operações – CEPTRO.br (<https://www.ceptro.br/>), produzir indicadores sobre as tecnologias da informação e da comunicação – Cetic.br (<https://www.cetic.br/>), implementar e operar os Pontos de Troca de Tráfego – IX.br (<https://ix.br/>), viabilizar a participação da comunidade brasileira no desenvolvimento global da Web e subsidiar a formulação de políticas públicas – Ceweb.br (<https://www.ceweb.br/>), e abrigar o escritório do W3C no Brasil (<https://www.w3c.br/>).

## SOBRE O CGI.br

cgi.br

O Comitê Gestor da Internet no Brasil, responsável por estabelecer diretrizes estratégicas relacionadas ao uso e desenvolvimento da Internet no Brasil, coordena e integra todas as iniciativas de serviços de Internet no país, promovendo a qualidade técnica, a inovação e a disseminação dos serviços ofertados. Com base nos princípios do multissetorialismo e transparência, o CGI.br representa um modelo de governança da Internet democrático, elogiado internacionalmente, em que todos os setores da sociedade são partícipes de forma equânime de suas decisões. Uma de suas formulações são os 10 Princípios para a Governança e o Uso da Internet (<https://www.cgi.br/principios>). Mais informações em <https://www.cgi.br/>.



### Acesse os dados completos da pesquisa

A publicação completa e os resultados da pesquisa estão disponíveis no *website* do **Cetic.br**, incluindo as tabelas de proporções, totais e margens de erro.

