

Jovem substitui conversas por bate-papo virtual

PESQUISA

Metade dos entrevistados usa o computador e a TV ao mesmo tempo

Quase um terço (29%) dos jovens com idade entre 10 e 17 anos prefere conversar com seus amigos e familiares pelo computador do que pessoalmente. Isso é o que aponta um estudo do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), divulgado ontem, segundo o qual essa porcentagem cai para 16% quando se considera todo o universo de entrevistados - 800 pessoas com mais de dez anos na região metropolitana de São Paulo.

“Ainda não entendemos o impacto dessa mudança de comportamento, mas já sabemos que as formas de comunicação estão sendo alteradas. A conversa via internet já faz parte da rotina dos jovens e não há como voltar atrás”, disse Juliana Sawaia, gerente de marketing do Ibope Mídia. Segundo ela, ainda é difícil medir os impactos dessas mudanças porque o momento atual representa o “olho do furacão”. Em alguns anos, no entanto, será possível compreender essas transformações.

Segundo Juliana, a tendência é que os jovens passem a usar cada vez mais a web como ferramenta de comunicação. “Quanto mais jovem, maior a preferência pelos re-

lacionamentos virtuais em relação aos interpessoais”, diz o estudo. No total, 45% dos entrevistados acreditam que as redes sociais já fazem parte de sua rotina: o índice sobe para 72% quando considera somente aqueles entre 18 e 24 anos e chega a 49% entre o público masculino. No ambiente virtual, as categorias mais comentadas pelos jovens são celular, eletrônicos, roupas, automóvel, vida saudável e alimentos.

O estudo intitulado “Conectimídia: hábitos de consumo de mídia na era da convergência” também indica que 82% da população paulistana se dedica a um único meio de cada vez (internet, TV ou rádio, por exemplo). Se considerados so-

mente os jovens, no entanto, a convergência da internet com outros meios é grande: metade deles acessa a web enquanto assiste à TV ou ouve rádio. Na faixa dos entrevistados com idade entre 18 e 24 anos, 45% dizem fazer o download de filmes, contra 22% da média geral. Já o público de 25 a 34 anos ganha destaque no consumo simultâneo de mídia impressa e TV, além de mídia impressa e rádio.

A televisão aparece como o item mais importante no dia-a-dia dos entrevistados (77%), seguida pelo telefone celular (70%), computador com acesso à internet (58%), rádio (46%), TV por assinatura (12%), toca-MP3 (8%), automóvel (5%), câmera digital (4%) e videogame (3%).