

Celular é segundo na prioridade de consumo

Estudo do Ibope Mídia revela que o celular é o segundo em prioridade de consumo na vida de pessoas com mais de dez anos na Região Metropolitana de São Paulo. Das 800 pessoas entrevistadas, 70% apontaram o celular como seu item mais importante do dia a dia. Ele só perde para a televisão, com 77%. De acordo com a diretora do Ibope Mídia, Dora Câmara, a pesquisa teve o objetivo de mostrar como as pessoas se relacionam com as diversas mídias.



Celular é segundo na prioridade de consumo

» Foram entrevistadas 800 pessoas

Mônica Kikuti

Intitulado "Conectmídia - Hábitos de Consumo de Mídia na Era da Convergência", o estudo desenvolvido pelo Ibope Mídia, divulgado durante a 19ª edição do MaxiMídia 2009 - maior evento da indústria da comunicação nacional do País - apontou que o celular é o segundo em prioridade de consumo na vida de pessoas com mais de dez anos na Região Metropolitana de São Paulo.

Das 800 pessoas entrevistadas, 70% apontaram o celular como seu item mais importante do dia a dia. O pequeno aparelho só perde para a televisão, com 77%. Em terceiro lugar vem o computador com Internet (com 58%), seguido pelo rádio (46%), TV por assinatura (12%), MP3 player (8%), automóvel (5%), câmera digital (4%) e na lanterna, o videogame (3%).

"O estudo, que é o retrato de um momento, teve o objetivo de ver como as pessoas se relacionam com essas diversas mídias.

E o objetivo foi justamente entender que as pessoas estão conseguindo absorver as novas mídias. Jornais, televisão, revistas, telefone, cinema e a Internet estão na vida das pessoas. E o mobile, ou seja, o celular, está presente na vida das pessoas e cumprindo um papel cada vez maior: você recebe torpedos, assiste à tevê, escuta músicas, vê notícias", explicou Dora Câmara, diretora comercial do Ibope Mídia.

O "Conectmídia" também apontou que 81% da população do País (foram entrevistadas, ainda, 19.445 pessoas espalhadas em mais de oi-

to regiões metropolitanas) se importa com a qualidade da informação do que com a mídia que lhe apresenta o conteúdo. "Detectamos em nosso estudo que as pessoas estão muito em busca de conteúdo independente da plataforma (de onde o conteúdo vem). Atualmente, a gente nem tem noção de onde viu uma notícia, se foi na Internet, no jornal ou mesmo no rádio, porque o que ficou foi o conteúdo", explicou Dora. "Porém, boa parte da população está super receptiva (30% da população brasileira) a receber publicidade pelo celular", finalizou.



Para Dora Câmara, celular está cada vez mais presente na vida das pessoas