

### NOTÍCIAS ZECA DIRCEU

# Brasileiros têm segundo maior número de amigos em redes sociais

10/10/2010

Os brasileiros têm em média 231 amigos em suas redes sociais, atrás em número somente dos malaaios, que têm 233, segundo um estudo divulgado neste domingo pela empresa internacional de pesquisas TNS.

O levantamento, feito com 48,8 mil pessoas entre 16 e 60 anos em 46 países, mostra ainda que os japoneses são os que têm menos amigos virtuais (29), seguidos dos tanzanianos (38) e dos sul-coreanos (50).

A pesquisa, que abrange 90% da população mundial ligada à internet, indica ainda que os internautas já estão passando em média mais tempo em redes sociais na rede do que lendo e escrevendo e-mails. A tendência, segundo a empresa, é maior entre os usuários de internet pelo celular, que passam em média 3,1 horas por semana em redes sociais, contra 2,2 horas com e-mails.

Segundo a pesquisa, os usuários da América Latina, da China e do Oriente Médio passam em média 5,2 horas por semana em redes sociais, contra apenas 4 horas gastas com e-mails. Em países desenvolvidos, porém, os usuários ainda gastam mais tempo com e-mail (5,1 horas por semana) do que com redes sociais (3,8 horas).

A pesquisa mostra ainda que as fontes digitais estão tomando o lugar da TV, do rádio e dos jornais como principal fonte de informação para 61% da população online nos países pesquisados.

“A internet representa uma parte enorme da vida no século 21, mas a maneira como ela afeta as pessoas varia dependendo de onde elas morem”, comenta Matthew Froggatt, diretor de desenvolvimento da TNS.

“Vimos que em mercados desenvolvidos, onde as pessoas estão online há anos e onde o acesso é generalizado, a internet já se tornou algo que as pessoas tomam como fato. Porém nos mercados com rápido crescimento, que viram investimentos recentes e sustentados em

infraestrutura, os usuários estão abraçando os novos canais de uma maneira muito mais ativa”, afirma.

Para ele, “a internet está transformando como eles vivem, se desenvolvem e interagem”. “Os consumidores online nos mercados em desenvolvimento estão deixando para trás os dos mercados desenvolvidos em termos de atividade online e engajamento em novas formas de comunicação”, observa.