



Instituto Axxus

PESQUISA

**OS BRASILEIROS NAS MÍDIAS SOCIAIS
EM 2023**

MARÇO/2023



INTRODUÇÃO

Esta apresentação é um recorte da Pesquisa “Os Brasileiros nas Mídias Sociais em 2023”, que teve como objetivo conhecer o comportamento, as opiniões, preferências e objeções dos usuários de Aplicativos de Mensagens e de Mídias Sociais.

Como esta mesma pesquisa foi realizada em agosto de 2021, foi possível comparar os resultados e identificar as mudanças e a evolução no período.

Assim como em 2021, a amostra foi composta de 4.500 pessoas com acesso a aplicativos de mensagens e mídias sociais, distribuídas proporcionalmente por gênero, faixa etária, classe social, nível de instrução e região geográfica.

A pesquisa com Nível de Confiança de 99% e Margem de Erro de apenas 2%, teve o apoio da
FEBRAEC – FEDERAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE CONSULTORIA E TREINAMENTO

Prof. Rodnei Domingues
Pesquisador Responsável





Instituto Axxus



Estas informações podem
ser utilizadas ou
divulgadas sem o prévio
consentimento, desde que
mencionada a fonte.

ÁREA GEOGRÁFICA

Pesquisa realizada em 19 cidades das cinco macrorregiões brasileiras.



NORTE	NORDESTE	CENTRO-OESTE	SUDESTE	SUL
BELÉM MANAUS SÃO LUIZ MACAPÁ	SALVADOR MACEIÓ RECIFE FORTALEZA	CAMPO GRANDE CUIABÁ DISTRITO FEDERAL GOIÂNIA	SÃO PAULO RIO DE JANEIRO BELO HORIZONTE VITÓRIA	PORTO ALEGRE FLORIANÓPOLIS CURITIBA

EQUIPE TÉCNICA

Pesquisador e Responsável Técnico: Prof. Rodnei Domingues

20 supervisores regionais e 185 entrevistadores*

*Alunos de mestrado e doutorado, das Universidades abaixo mencionadas, com experiência em pesquisa investigativa.



AMOSTRA

4.500 entrevistados* = Margem de erro 2% e Nível de confiança 99%

Regiões	Amostra	%
Norte	360	8%
Nordeste	1.215	27%
C Oeste	315	7%
Sudeste	1.980	44%
Sul	630	14%
Brasil	4.500	100%



CLASSES SOCIAIS (IPEA)

2,8% = Classe A
46,5% = Classes B e C
50,7% = Classes D e E

NÍVEL DE INSTRUÇÃO

39% = Sem instrução ou ensino fundamental incompleto
44% = Fundamental completo até Superior incompleto
17% = Superior completo

FAIXA ETÁRIA

49%	Até 30 Anos
41%	Entre 31 a 60 anos
11%	Acima de 61 anos

*População : Pessoas com acesso a aplicativos de mensagens e/ou mídias sociais em 2023 = 165 milhões de pessoas.

METODOLOGIA



Pesquisa qualitativa, investigativa com interação direta, em tempo real, entre entrevistador e entrevistado: 75% presencial, 25% por telefone e/ou aplicativo de mensagem.

Preenchimento do questionário em APP integrado a Plataforma do INSTITUTO AXXUS.



RESUMO DOS RESULTADOS

MARÇO/2023

APLICATIVOS ACESSADOS PELOS ENTREVISTADOS PELO MENOS UMA VEZ A CADA 2 DIAS



2021		APLICATIVOS	2023	
ORD	%		%	ORD
1	97%	WhatsApp	99%	1
5	39%	YouTube	92%	2
3	68%	Instagram	72%	3
2	92%	Facebook	68%	4
8	17%	TikTok	57%	5
6	33%	Messenger	45%	6
7	22%	Linkedin	33%	7
-	0%	Pinterest	11%	8
9	7%	Twitter	6%	9
-	0%	Snapchat	5%	10
4	41%	Telegram	3%	11
10	3%	Outros	1%	12



Média de mais de 4 aplicativos por entrevistado.

APLICATIVOS MAIS ACESSADOS

PRINCIPAIS MOVIMENTOS – DE 2021 A 2023



WhatsApp manteve a liderança

YouTube avançou do 5º para o 2º Lugar.



Facebook caiu do 2º para o 4º lugar.

TikTok avançou do 8º para o 5º lugar.



Pinterest conquistou o 8º lugar. Em 2021 não foi citado.

Snapchat conquistou o 10º lugar. Em 2021 não foi citado.



REDES SOCIAIS E APLICATIVOS DE MENSAGENS

USO PESSOAL E PROFISSIONAL

O uso profissional cresceu significativamente em 2023 em relação a 2021. Os entrevistados declararam que além de se comunicar com superiores e colegas de trabalho, estão também divulgando, vendendo, solicitando informações, orçamentos e comprando pelas redes sociais e aplicativos de mensagens.

2021	USO	2023
73%	PESSOAL	49%
4%	PROFISSIONAL	3%
23%	AMBOS	48%



Amostra: 4.500 entrevistados.



PUBLICAÇÕES QUE MAIS GOSTAM DE VER NAS REDES SOCIAIS E NOS GRUPOS DE APLICATIVOS DE MENSAGEM

A vida alheia continua despertando interesse dos entrevistados. Os aplicativos de interação social substituem cada vez mais as janelas do passado.



2021	DESCRIÇÃO	2023	ORDEM
98%	Vida Pessoal e profissional dos amigos	96%	1
77%	Humor e piadas	73%	2
76%	Vida Pessoal e profissional de famosos	69%	3
54%	Curiosidades	62%	4
45%	Notícias de ultima hora	54%	5
43%	Informações de utilidade Pública	52%	6
33%	Propaganda e ofertas de produtos	41%	7
26%	Oportunidades profissionais ou de negócios	29%	8
16%	Músicas e videoclipes	22%	9
9%	Mensagens e conteúdos religiosos	11%	10
2%	Política - Opiniões e análises	3%	11

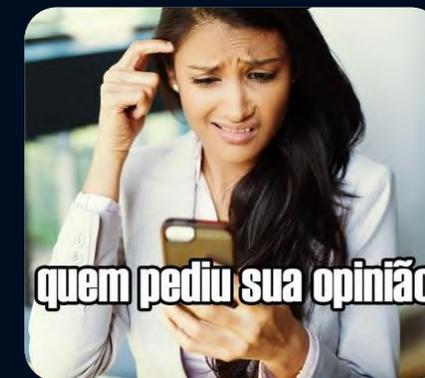


Amostra: 4.500 - Os entrevistados puderam dar mais de uma resposta.

PUBLICAÇÕES QUE NÃO GOSTAM DE VER NAS REDES SOCIAIS E NOS GRUPOS DE APLICATIVOS DE MENSAGEM



Discussões sobre política, agressões e ofensas pessoais, foi o que mais desagradou os entrevistados nos últimos meses.



2021		DESCRIÇÃO	2023	
ORDEM	2021		2023	ORDEM
3	72%	Discussões acaloradas sobre politica, ideologias ou esportes.	87%	1
2	75%	Agressões e ofensas pessoais	81%	2
1	82%	Ostentação e exibicionismo com fotos e/ou vídeos	77%	3
4	68%	Notícias e informações falsas ou distorcidas	74%	4

Amostra: 4.500 - Os entrevistados puderam dar mais de uma resposta.

O QUE POSTARAM, COMPARTILHARAM OU ENCAMINHARAM NAS REDES SOCIAIS OU NOS GRUPOS DE MENSAGENS NOS ULTIMOS DIAS

Em relação a 2021, em 2023 as mídias sociais e grupos de mensagem continuam sendo utilizados como instrumentos para autopromoção e marketing pessoal.



2021		DESCRIÇÃO	2023	
ORDEM	%		%	ORDEM
1	66%	Informações e/ou fotos de minha vida pessoal e profissional	59%	1
2	37%	Mensagens de auto ajuda	39%	2
6	17%	Curiosidades	31%	3
3	32%	Humor e piadas	27%	4
10	5%	Notícias: fatos e acontecimentos recentes	22%	5
7	11%	Informações de utilidade publica	19%	6
12	1%	Propagandas de produtos ou serviços	16%	7
5	26%	Opiniões sobre assuntos diversos	13%	8
8	8%	Mensagens reiiogiasas	10%	9
11	3%	Musicas e clips	7%	10
4	29%	Argumentos discordando sobre postagens	6%	11
9	6%	Politica: opiniões, propaganda, a favor ou contra.	4%	12
12	2%	Oportunidades profissionais ou de negócios	3%	13
13	1%	Outros	3%	14



Amostra: 4.500 - Os entrevistados puderam dar mais de uma resposta.

QUEM SEGUEM E ACOMPANHAM COM PELO MENOS UMA VISUALIZAÇÃO POR SEMANA

Não houve mudança significativa nos percentuais entre 2021 e 2023, cada entrevistado, na média, continua seguindo mais de 4 categorias. A constatação relevante em 2023 foi que 84% dos entrevistados declarados *seguidores**, seguem os seus *seguidos*** a menos de um ano. Isso significa que os *seguidores* não permanecem muito tempo com os mesmos *seguidos*.



2021	DESCRIÇÃO	2023	ORDEM
71%	Ninguém	68%	1
39%	Famosos, artistas, esportistas, empresários.	43%	2
26%	Escolas, instituições de ensino, professores e orientadores.	28%	3
18%	Influenciadores	22%	4
16%	Especialistas: Médicos, engenheiros, economistas, outros	21%	5
19%	Religiosos, esotéricos, místicos, igrejas, seitas.	17%	6
7%	Empresas, Marcas, Associações, Clubes.	8%	7
2%	Políticos, partidos e governantes.	3%	8

Amostra: 4.500 - Os entrevistados puderam dar mais de uma resposta.

* *Seguidores*: são os que seguem alguém, uma empresa, instituição, especialista, youtubers, etc.

** *Seguidos*: são influenciadores, especialistas, youtubers, empresas, instituições, etc.

NÍVEL DE CREDIBILIDADE DAS FONTES

**FATO ou
FAKE**

A credibilidade continua sendo apontada pelos entrevistados, como um fator determinante para aproximação ou afastamento das respectivas fontes. Especialistas e Imprensa Especializada continuam com o maior índice de credibilidade.

Fontes	Especialistas		Imprensa*		Amigos		Famosos		Empresas		Políticos	
	2021	2023	2021	2023	2021	2023	2021	2023	2021	2023	2021	2023
Muito elevada	65%	67%	37%	34%	21%	19%	11%	8%	2%	3%	1%	1%
Elevada	29%	31%	36%	27%	39%	33%	25%	19%	4%	7%	3%	2%
Média	5%	2%	21%	24%	27%	37%	28%	34%	8%	11%	6%	8%
Baixa	1%	0%	5%	11%	9%	8%	23%	24%	51%	55%	12%	13%
Muito baixa	0%	0%	1%	4%	4%	3%	13%	15%	35%	24%	78%	76%

Amostra: 4.500

* Grupos de veículos de imprensa considerados:
BAND, CNN, CULTURA, FOLHA, GLOBO, JOVEM PAN, OESP, RBS, RECORD, SBT.

NÍVEL DE SATISFAÇÃO

EM RELAÇÃO AS MÍDIAS SOCIAIS E AOS APLICATIVOS DE MENSAGENS

Os entrevistados continuam mais satisfeitos com os aplicativos de mensagem do que com as mídias sociais.



Nível de Satisfação	Aplicativos de Mensagens		Mídias Sociais	
	2021	2023	2021	2023
Muito satisfeito	61,8%	83,4%	6,2%	5,9%
Satisfeito	28,7%	13,8%	11,5%	9,8%
Indiferente	8,5%	2,1%	32,7%	26,5%
Insatisfeito	0,7%	0,7%	31,4%	38,3%
Muito insatisfeito	0,3%	0,0%	18,2%	19,5%

Amostra: 4.500 - Os entrevistados puderam dar apenas uma resposta.

PERFIS PREDOMINANTES DOS USUÁRIOS

9% EDITORES – Aqueles que criam (a partir ou não de outras fontes), constroem e divulgam a informação nas redes. Fazem parte deste grupo apenas 9% dos usuários, sendo que 1,8% são editores profissionais remunerados, muitas vezes anônimos. São responsáveis pela criação de 70% das postagens, com temas políticos, ideológicos ou com interesses comerciais, que circulam nas redes e aparentam ter como origem os usuários comuns.

21% PROPAGADORES – Aqueles que recebem, divulgam, encaminham, repassam as informações que consideram interessantes ou importantes e com as quais concordam e ratificam.

41% APRECIADORES – Aqueles que apreciam ou concordam com a informação e se limitam a “curtir”, sem compartilhar.

23% INDIFERENTES – Aqueles que consideram a informação desinteressante, irrelevante ou desprezível e não se manifestam a respeito dela.

6% CONTESTADORES – Aqueles que discordam, divergem, se sentem indignados com a informação recebida e reagem compartilhando comentários e argumentos contrários a informação original. Cerca de 2% deles, são contestadores profissionais anônimos, responsáveis por mais de 63% das contestações publicadas.

Não houve diferença significativa nesses percentuais entre 2021 e 2023.

INFORMAÇÕES E ANÁLISES COMPLEMENTARES

OSTENTAÇÃO E EXIBICIONISMO - 81% dos entrevistados declararam que não gostam de ver postagens com ostentação e exibicionismo, porém 59% reconheceram que postaram recentemente fotos e informações pessoais que podem ser consideradas ostentação e exibicionismo. A maioria que não gosta de ver ostentação e exibicionismo, não resiste e exibe os bons momentos de sua vida.

FAKE NEWS - 87% dos entrevistados declararam que é importante checar a veracidade das informações antes de compartilhar, mas 69% reconheceram que nem sempre fazem isso e 63% declararam que já compartilharam notícias falsas ou informações inverídicas.

POLÍTICA - Na opinião de 72% dos entrevistados, a POLÍTICA continua sendo muito propagada nas Mídias Sociais e nos Grupos de Mensagens, mas como apenas 4% declararam postar ou compartilhar esse tema, podemos concluir que não são esses usuários comuns que promovem esses posts, mas sim plataformas sofisticadas de IA, a serviço de grupos ideológicos e partidários, que disparam essas publicações.

INSTITUCIONAL

O INSTITUTO AXXUS é uma startup de pesquisa avançada com sede no Parque Científico e Tecnológico da UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas e filiais em Nova York (USA) e Estônia (UE).

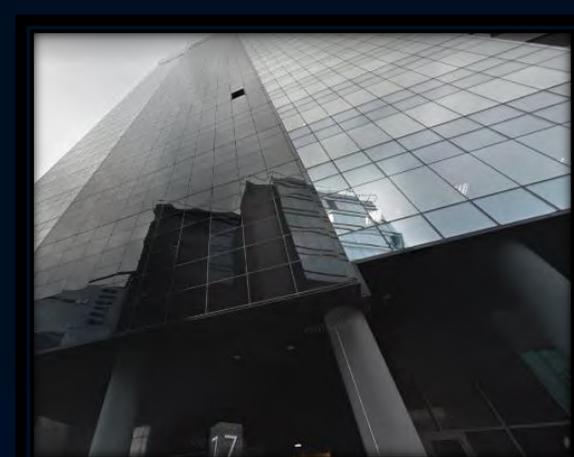
Unicamp – SP – BR



New York – USA



Estônia -UE



ATUAÇÃO GLOBAL

O INSTITUTO AXXUS realiza pesquisas e estudos avançados em todos os continentes.





Instituto Axxus

Prof. Rodnei Domingues
Pesquisador e Responsável Técnico

Valdomiro Rodrigues
Coordenador Geral

Informações adicionais:
rodnei.domingues@axxus.institute

MARÇO/2023

www.axxus.institute

Apoio



www.febraec.org.br