

TIC DOMICÍLIOS 2021

REUNIÃO DO CGI.BR

São Paulo, 24 de junho de 2022

cetic.br nic.br egi.br



TIC DOMICÍLIOS 2021

METODOLOGIA









TIC DOMICÍLIOS

HISTÓRICO RECENTE DA PESQUISA (2019/2021)

Diferenças metodológicas

- Metodologia de coleta

- Tamanho das amostras

| | 2019 | 2020 | 2021 |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Entrevistas face-a-face (F2F) | Entrevistas telefônicas (CATI) com complemento F2F | Entrevistas F2F |
| | Questionário tradicional | Questionário adaptado | Questionário tradicional |
| |  23.490  20.536 |  5.590  4.129 |  23.950  21.011 |
| | Taxa de resposta: 71% | Taxa de resposta: 11% (CATI: 7%, F2F: 72%) | Taxa de resposta: 72% |

Considerações

- Comparabilidade
- Estimativas por UF
- Totais PNADc

TIC DOMICÍLIOS

METODOLOGIA DA PESQUISA

POPULAÇÃO-ALVO

Domicílios particulares permanentes
Indivíduos com 10 anos ou mais

ABRANGÊNCIA

Nacional

COLETA DE DADOS

Entrevistas face-a-face (F2F)

PERÍODO DE COLETA

outubro de 2021 a março de 2022

AMOSTRA

23.950 domicílios respondentes

21.011 indivíduos respondentes

OBJETIVO

Medir posse, uso, acesso e hábitos da população brasileira em relação às TIC

MÓDULOS



Acesso às TIC nos domicílios



Uso da Internet



Serviços públicos *online*



Habilidades com o computador



Uso de telefone celular



Atividades culturais

METODOLOGIA

RESULTADO DA COLETA

Amostra planejada de domicílios: **33.150**



Domicílios entrevistados: **23.950** (72%)



TIC Domicílios 2021:
21.011 indivíduos
de
10 anos ou mais



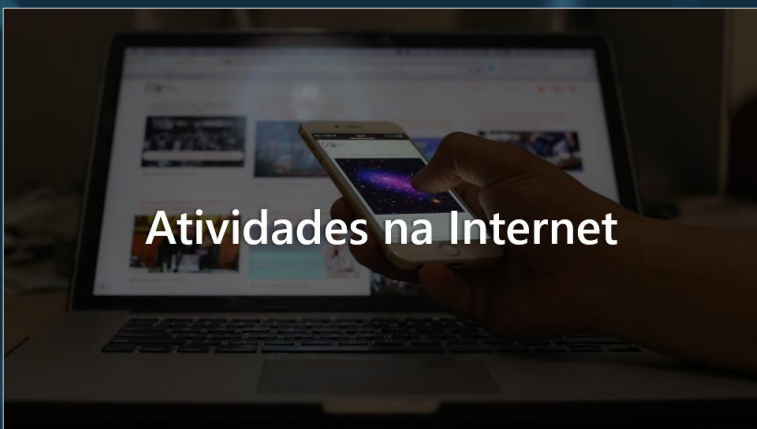
2.939 domicílios com moradores de 9 a 17 anos



TIC Kids Online Brasil 2021: **2.651** crianças e adolescentes
usuários de Internet e seus pais ou responsáveis (90%)

TIC DOMICÍLIOS 2021

RESULTADO DA PESQUISA



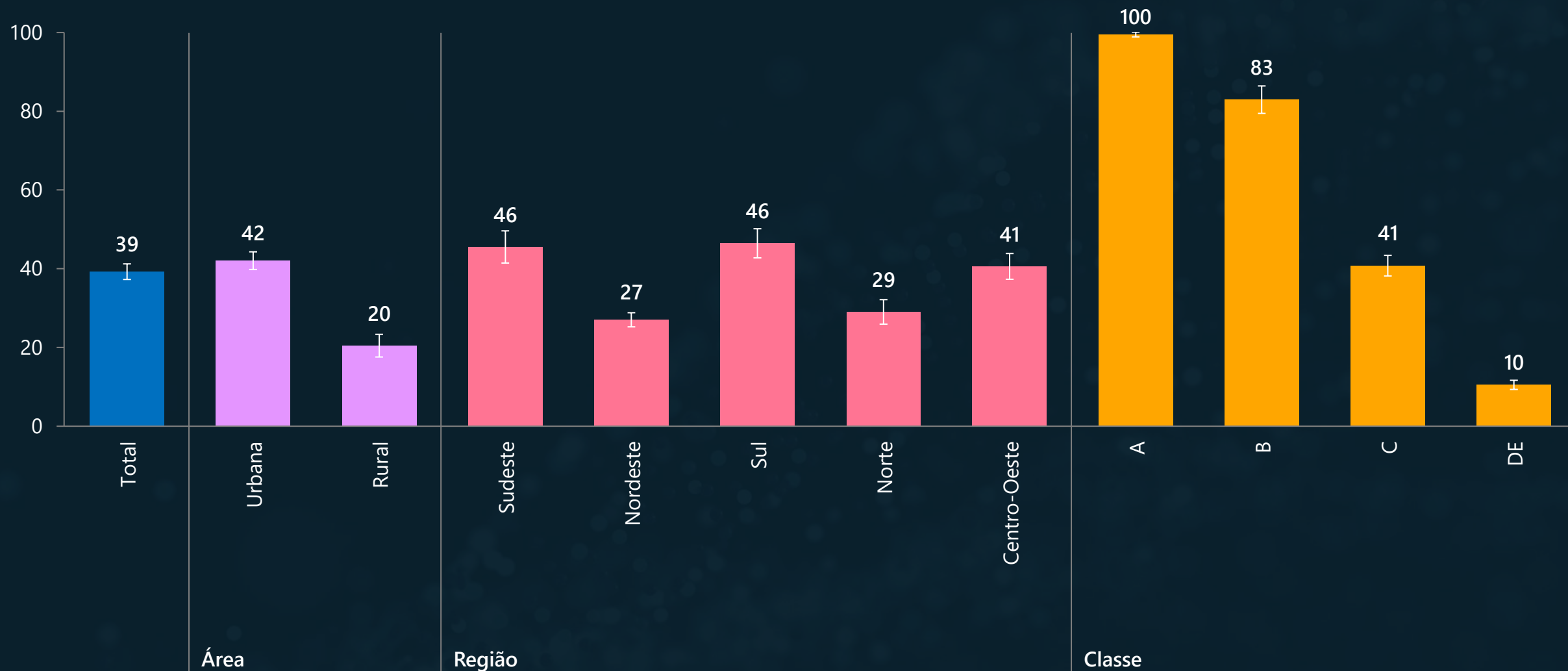


TIC nos domicílios

A1

DOMICÍLIOS COM COMPUTADOR

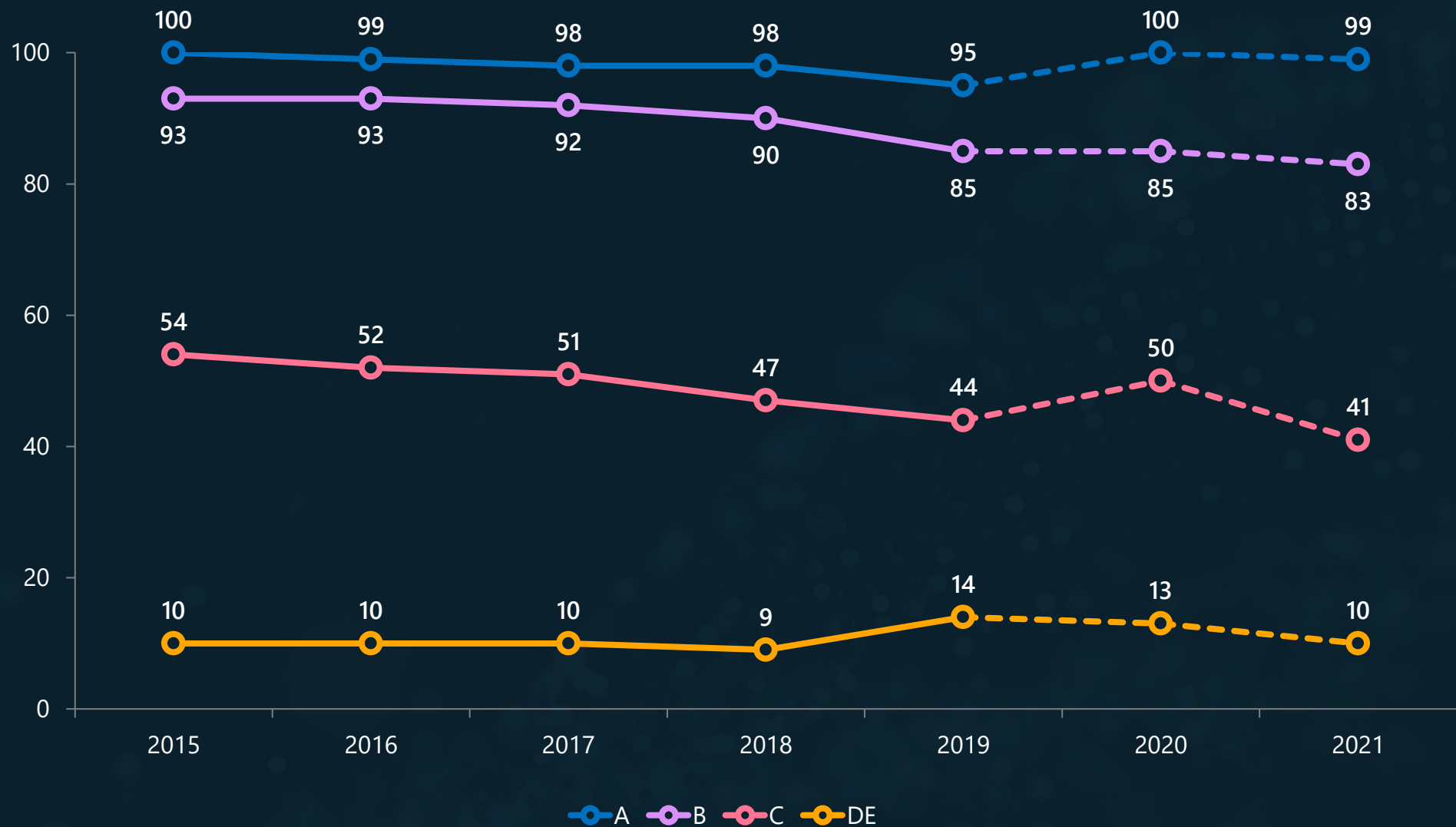
Total de domicílios (%)



A1

DOMICÍLIOS COM COMPUTADOR, POR CLASSE (2015-2021)

Total de domicílios (%)

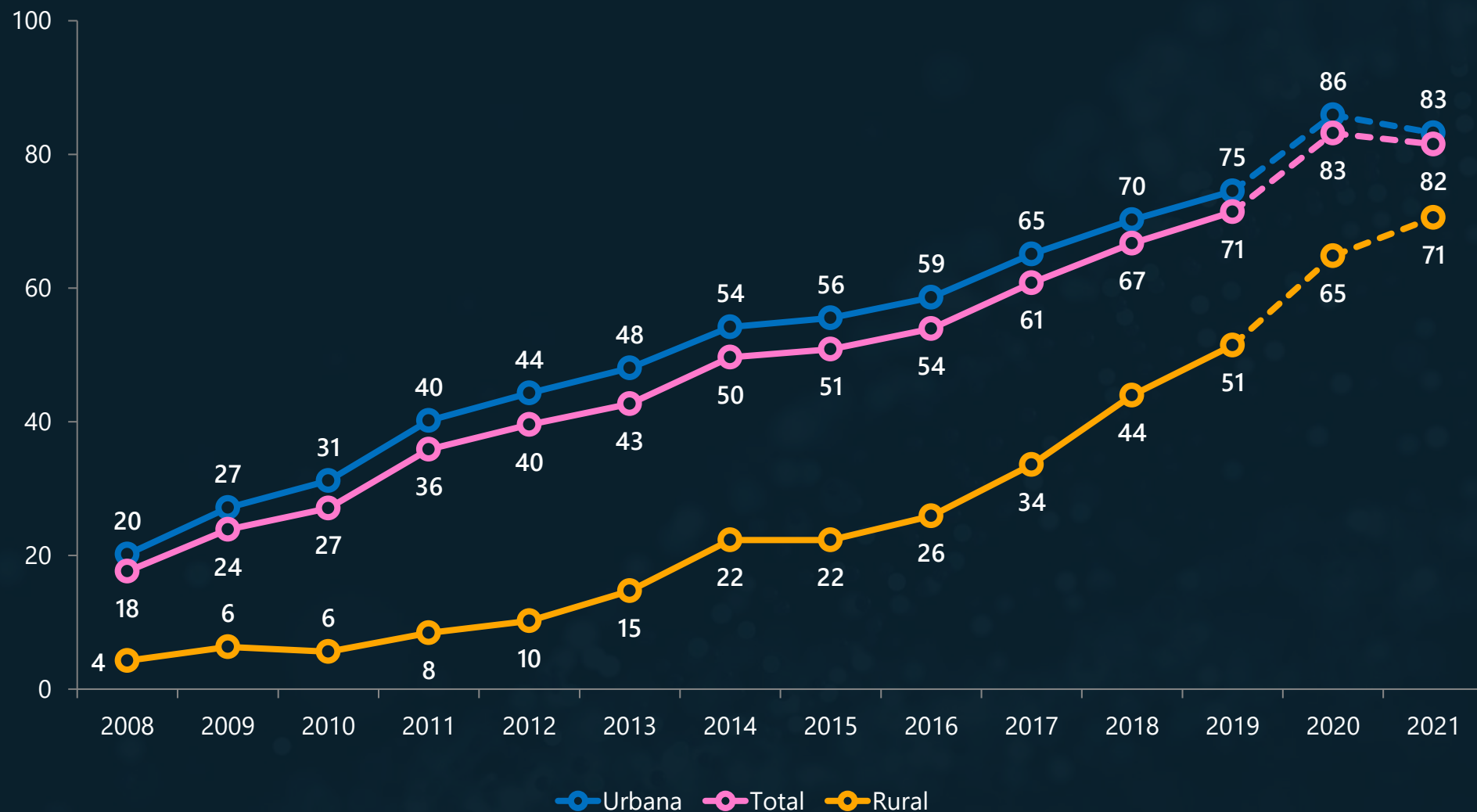


Diminuição
significativa
nas **classes DE**
(2019-2021)

A4

DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET, POR ÁREA (2008-2021)

Total de domicílios (%)



Aumento significativo entre domicílios de área **rural** (+20 pp) e **urbana** (+8 pp) (2019-2021)

Tipo de conexão

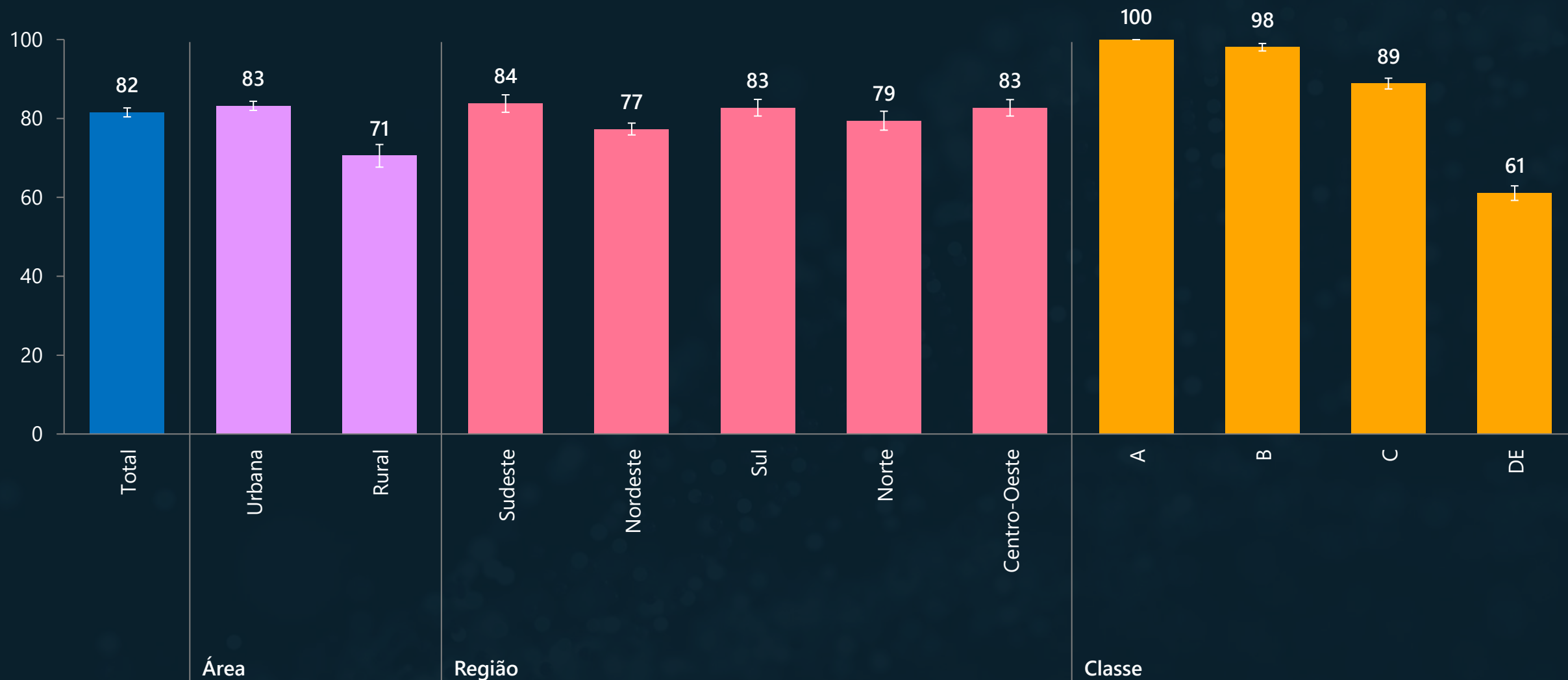
Domicílios com acesso à Internet (%)



A4

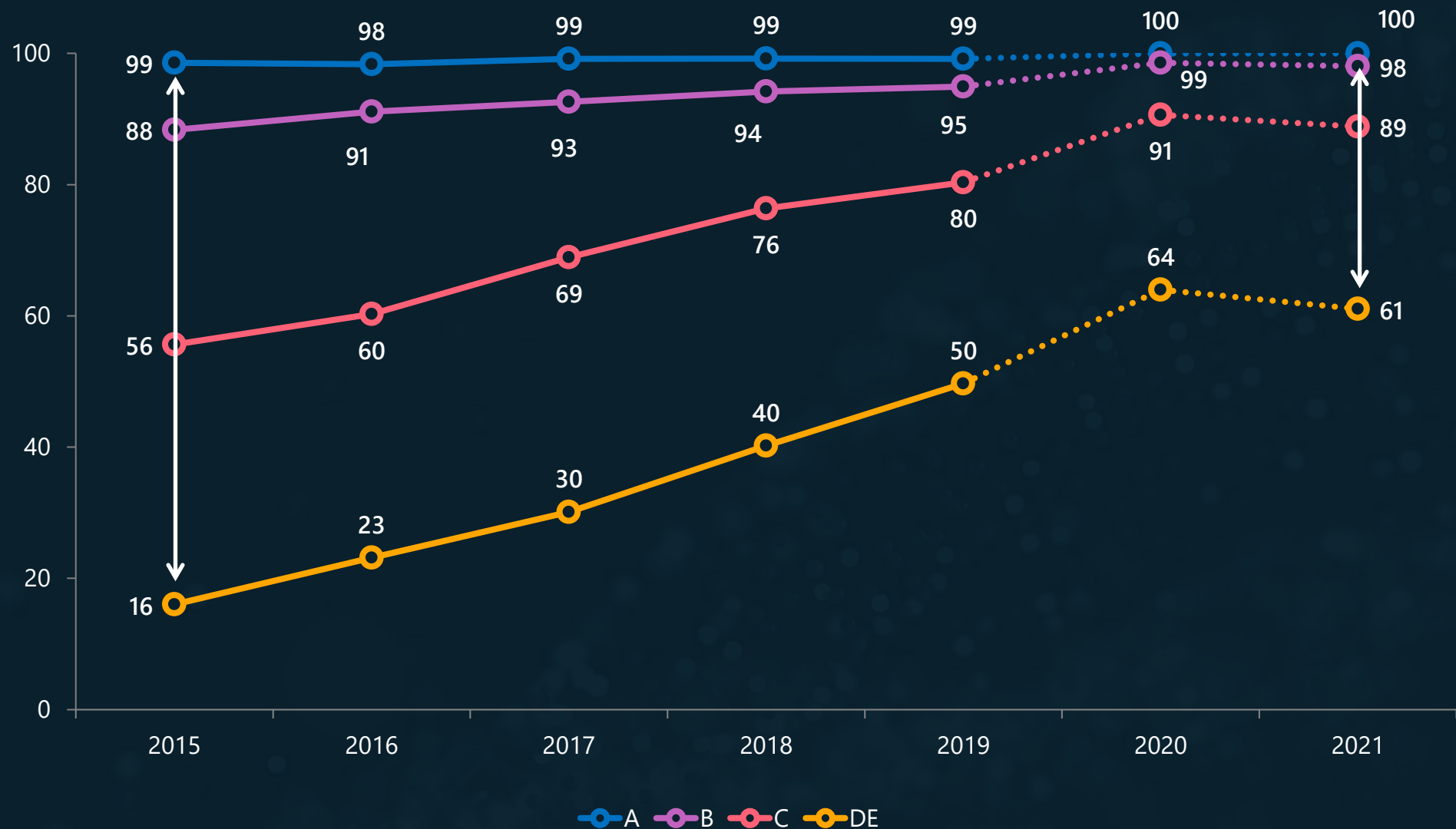
DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET

Total de domicílios (%)



DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET, POR CLASSE (2015-2021)

Total de domicílios (%)



Aumento
significativo
em todas
as classes

Diferença entre as
classes A e DE:

2015: **83** pp

2021: **39** pp

A4 DOMICÍLIOS COM ACESSO À INTERNET, POR REGIÃO

Total de domicílios (%)

| Região | 2019 | 2021 | Var. (pp) |
|--------------|-----------|-----------|-----------|
| Sudeste | 75 | 84 | +9 |
| Nordeste | 65 | 77 | +12 |
| Sul | 73 | 83 | +10 |
| Norte | 72 | 79 | +7 |
| Centro-Oeste | 70 | 83 | +13 |
| Total | 71 | 82 | +9 |

Tipo da conexão principal, por região

Domicílios com acesso à Internet (%)

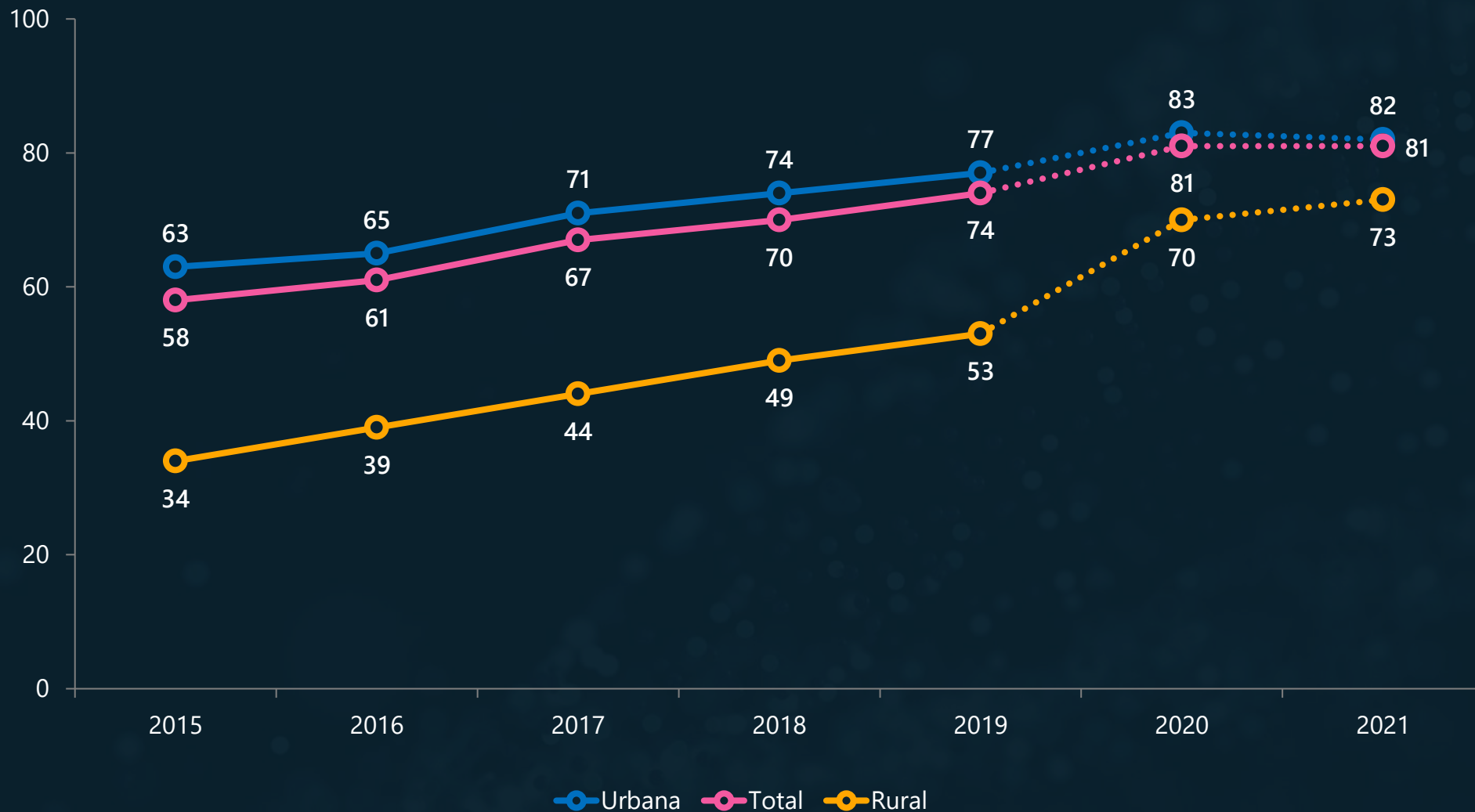


A close-up photograph of a person's hands holding a smartphone. The person is wearing a blue, textured button-down shirt. On their left wrist, there is a black watch with a metal link bracelet. On their right wrist, there is a gold-colored beaded bracelet. The background is a plain, light-colored wall. The text "Perfil do uso de Internet" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the image.

Perfil do uso de Internet

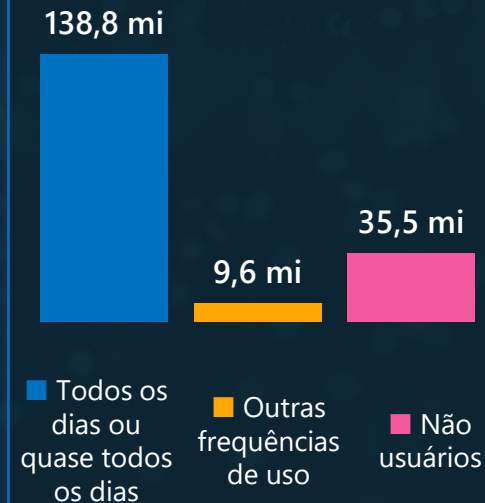
C2 USUÁRIOS DE INTERNET, POR ÁREA (2015-2021)

Total da população (%)

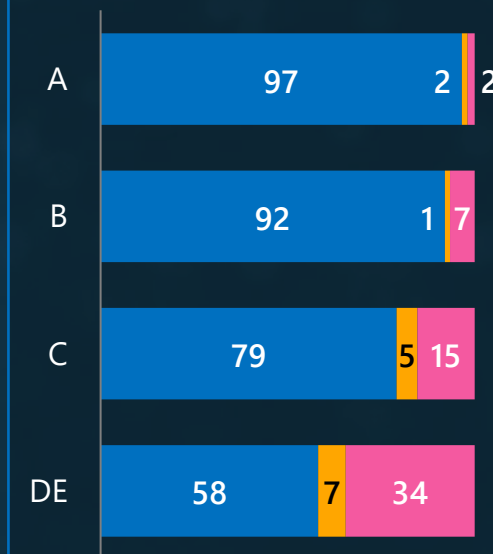


Frequência de uso

Total da população (milhões)

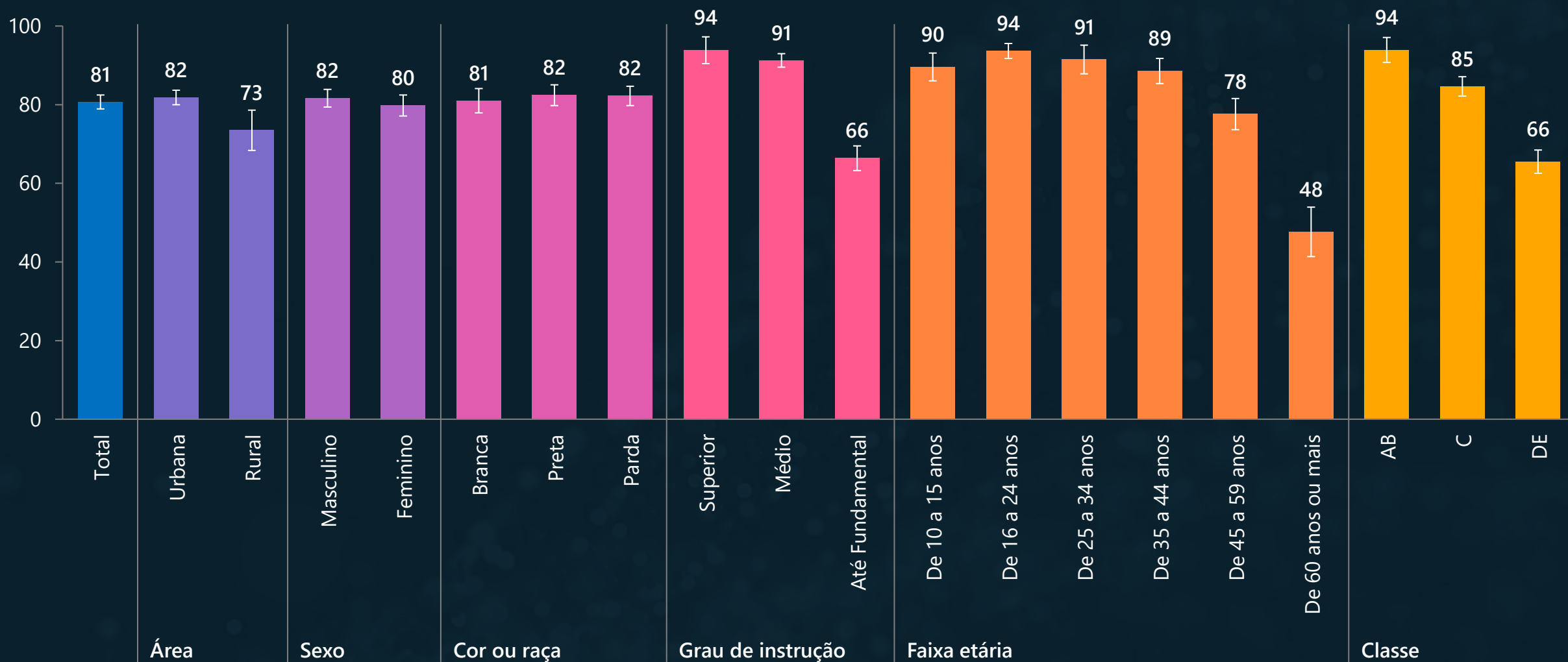


Total da população (%)



USUÁRIOS DE INTERNET

Total da população (%)



USUÁRIOS DE INTERNET, POR REGIÃO

Total da população (%)

| Região | 2019 | 2021 | Var. (pp) |
|--------------|-----------|-----------|--------------|
| Sudeste | 75 | 81 | +6* |
| Nordeste | 71 | 78 | +7 |
| Sul | 75 | 83 | +8 |
| Norte | 74 | 83 | +9 |
| Centro-Oeste | 76 | 83 | +7* |
| Total | 74 | 81 | +7 |

* Dentro da margem de erro.

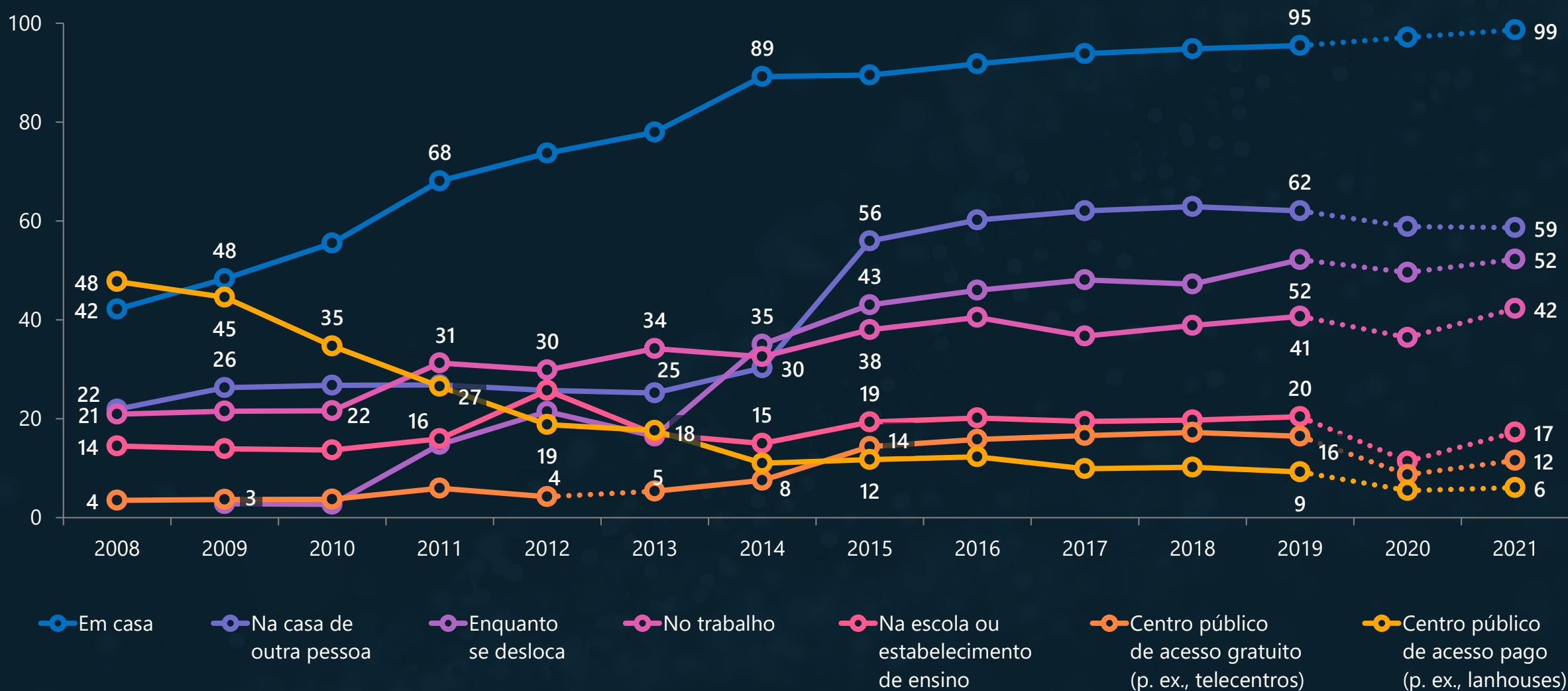
Tipo de conexão pelo celular

Usuários de Internet pelo celular (%)



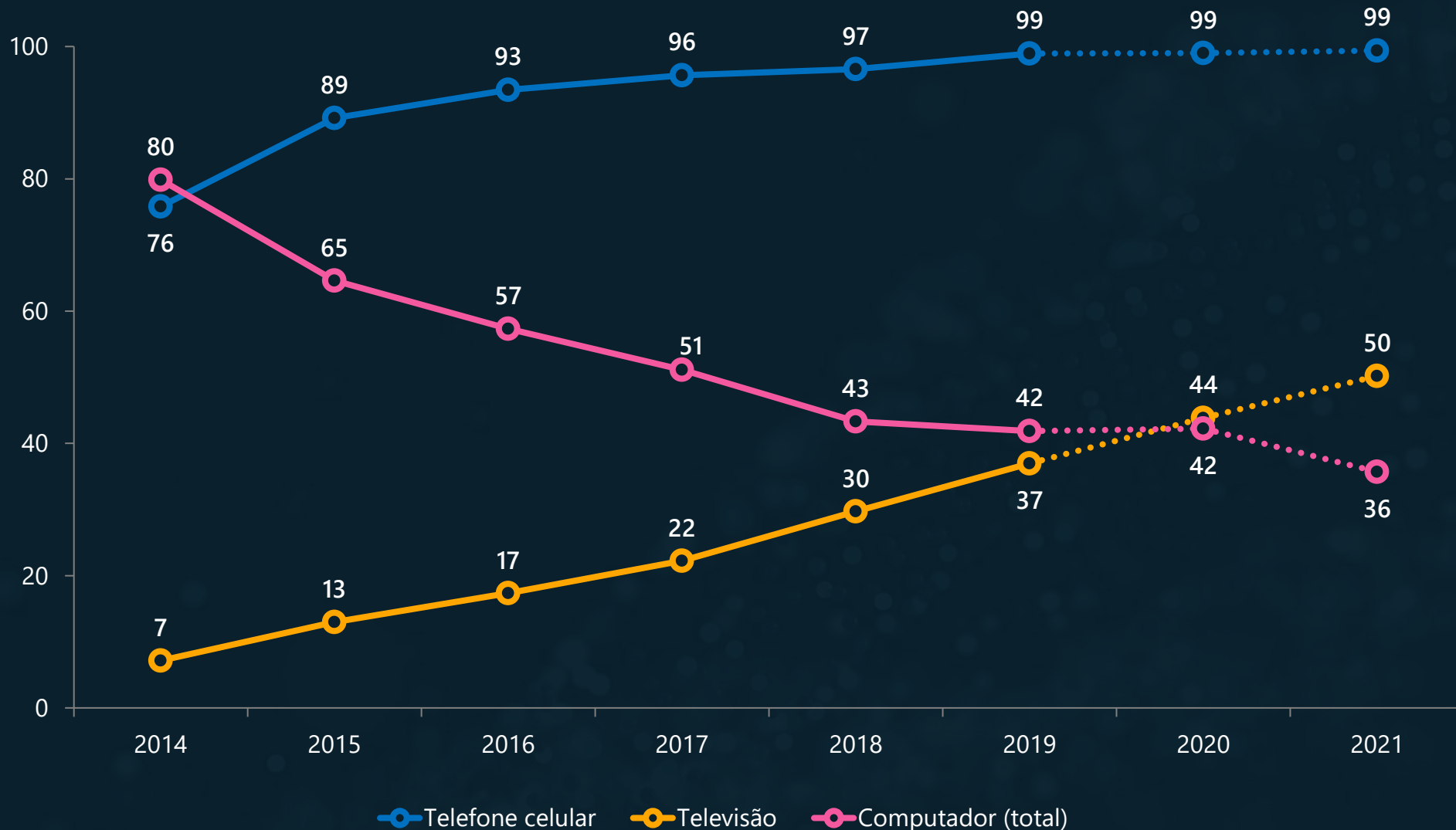
USUÁRIOS DE INTERNET, POR LOCAL DE ACESSO INDIVIDUAL (2008-2021)

Usuários de Internet (%)



USUÁRIOS DE INTERNET, POR DISPOSITIVO UTILIZADO

Usuários de Internet (%)



Uso de Internet pela TV

Total da população (milhões)

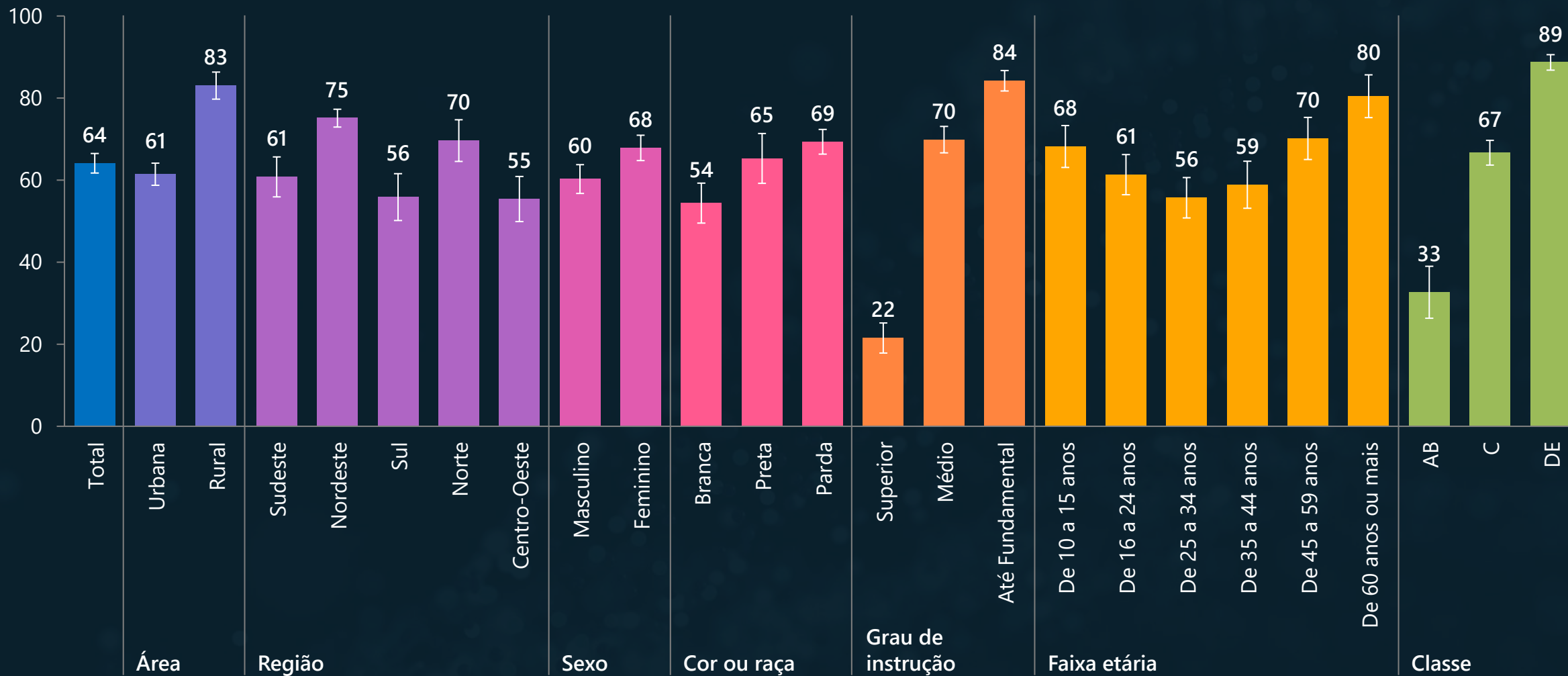


Maiores diferenças no uso pela **televisão** entre usuários **de 35 a 44 anos** (+22 pp), da região **Norte** (+21 pp) e entre **mulheres** (+18 pp)

C16A

USUÁRIOS DE INTERNET, POR ACESSO EXCLUSIVO PELO CELULAR

Usuários de Internet (%)



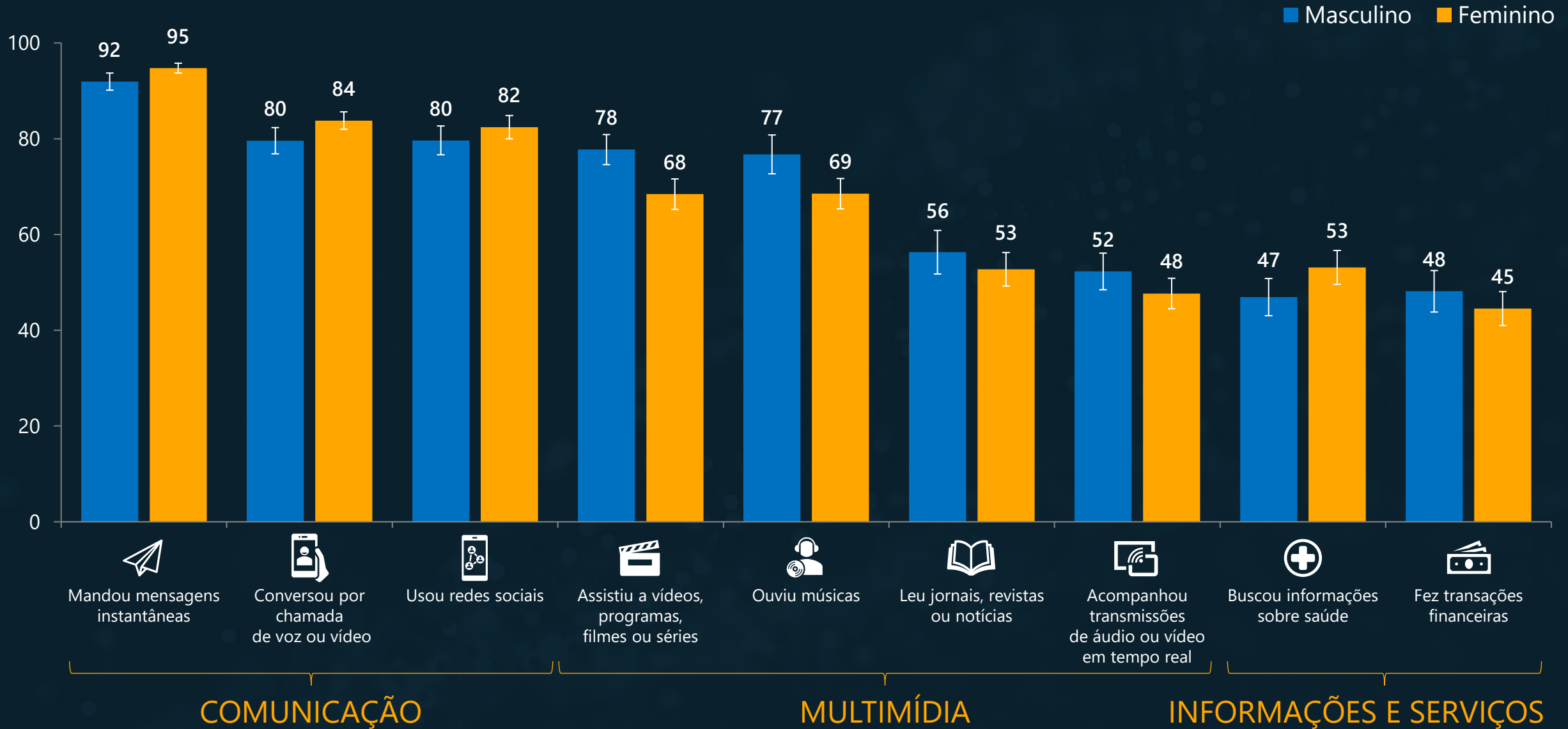
A hand holding a smartphone in front of a laptop screen displaying a website. The smartphone screen shows a vibrant image of a galaxy. The laptop screen in the background shows a website with several images and text. The text "Atividades na Internet" is overlaid in the center of the image.

Atividades na Internet

C5 C6
C7

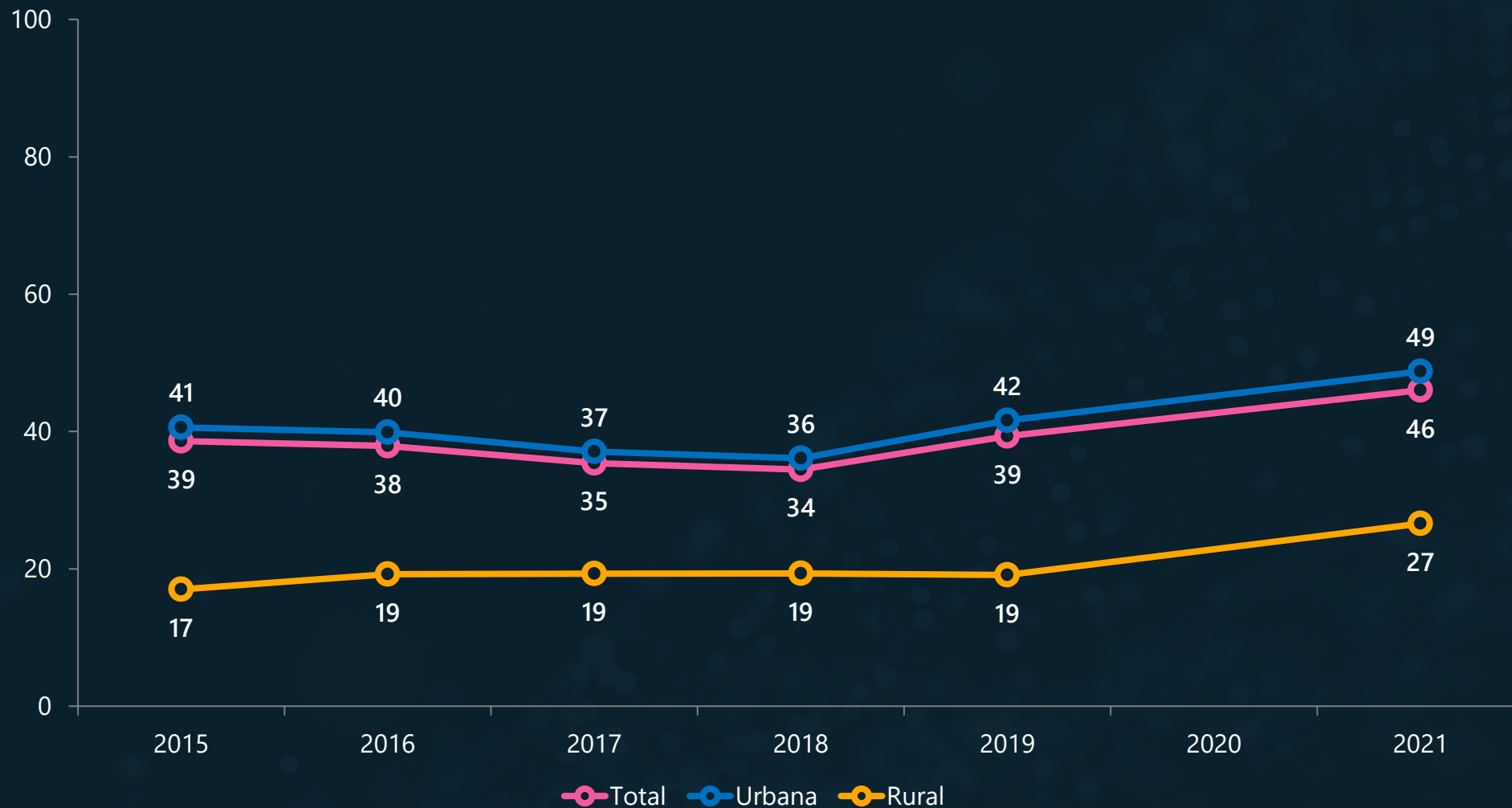
ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET, POR SEXO

Usuários de Internet (%)

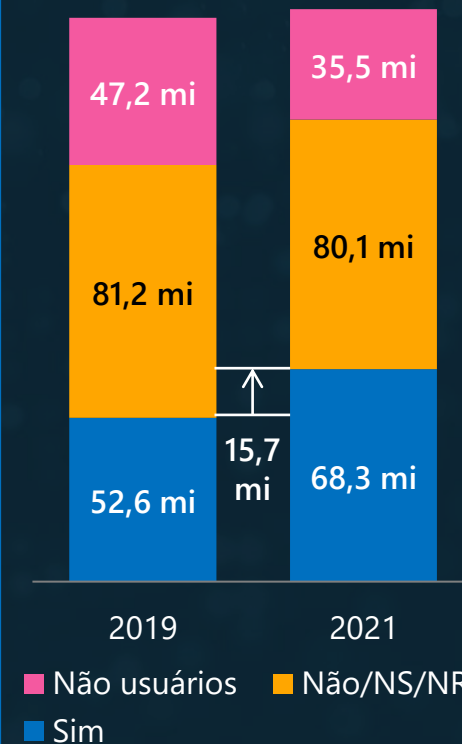


USUÁRIO DE INTERNET QUE COMPRARAM PRODUTOS E SERVIÇOS PELA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2015-2021)

Usuários de Internet (%)



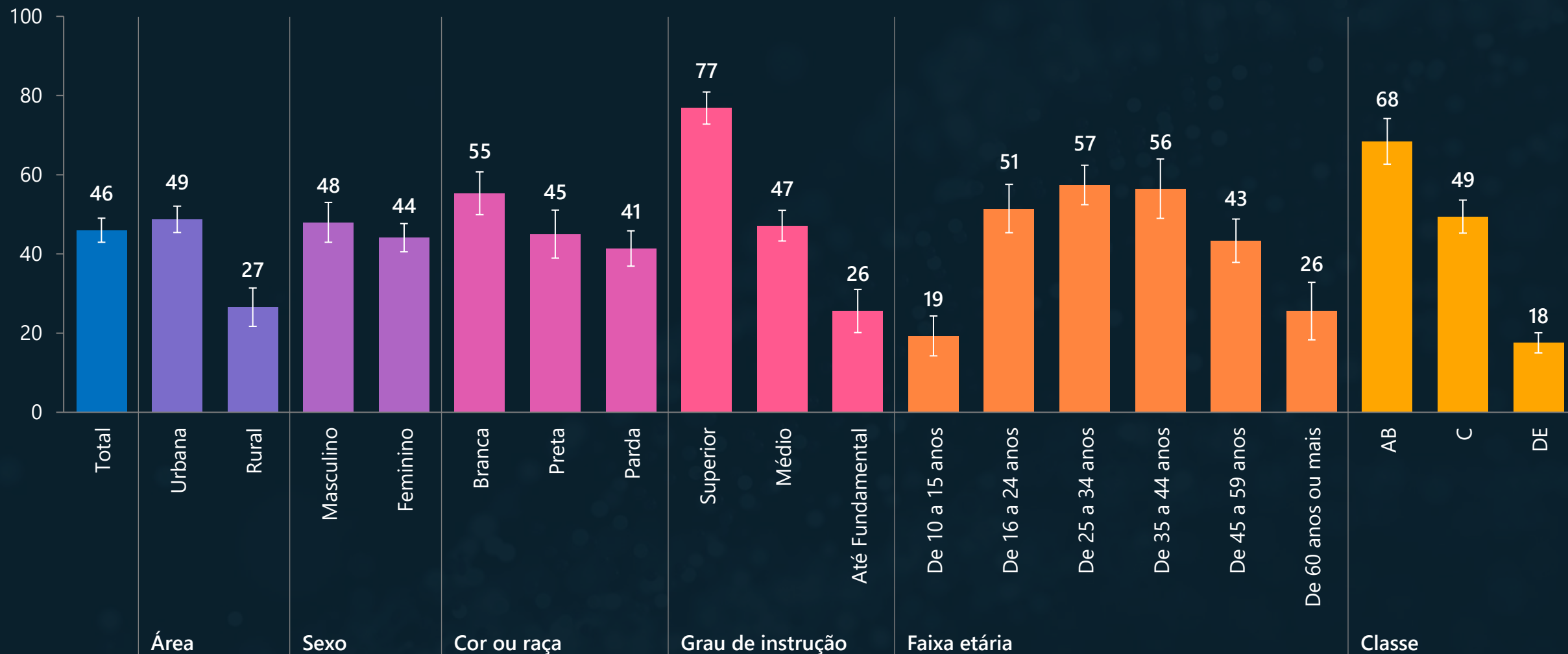
Compraram *online* Total da população (milhões)



Aumento significativo entre usuários da **classe C: 13,8 mi** de usuários a mais em 2021 do que em 2019

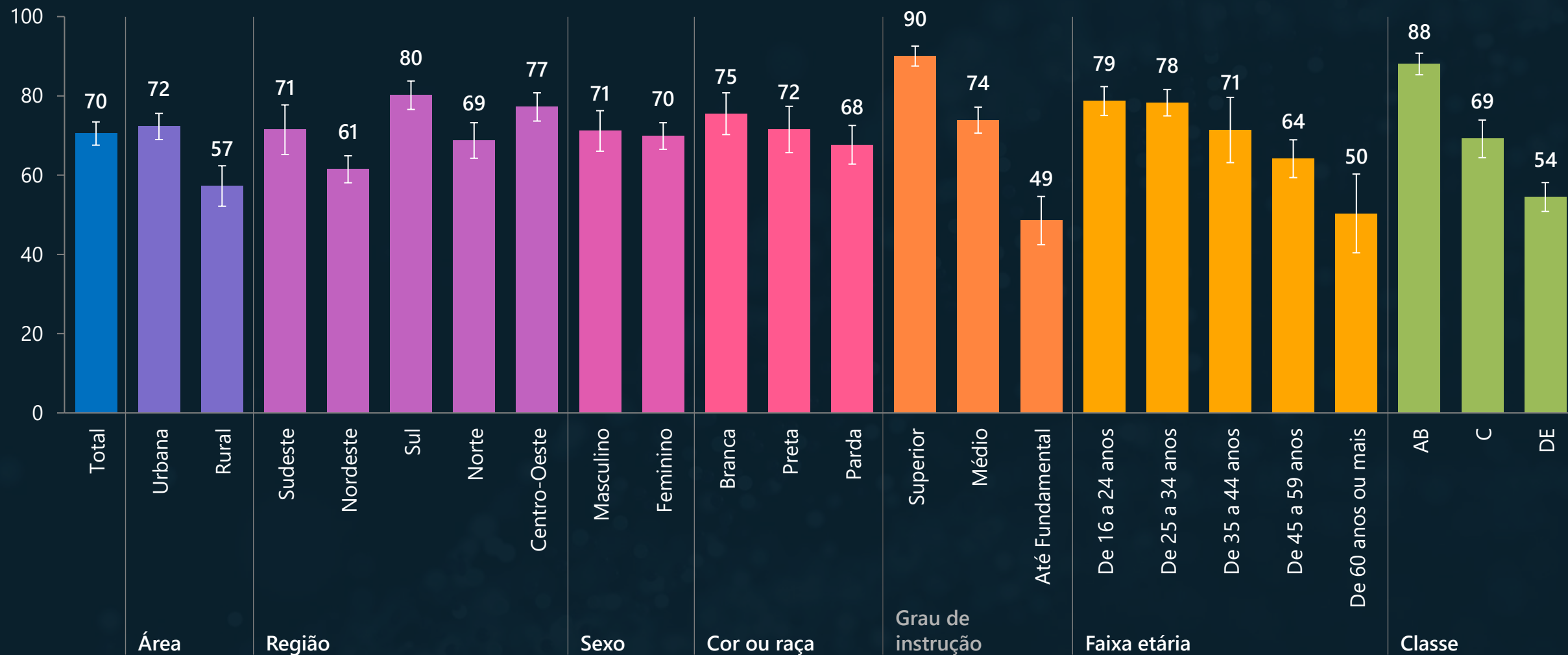
USUÁRIO DE INTERNET QUE COMPRARAM PRODUTOS E SERVIÇOS PELA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

Usuários de Internet (%)



USUÁRIOS DE INTERNET QUE USARAM GOVERNO ELETRÔNICO NOS ÚLTIMOS 12 MESES

Usuários de Internet com 16 anos ou mais (%)



G2

USUÁRIOS DE INTERNET, POR TIPO DE INFORMAÇÕES REFERENTES À SERVIÇOS PÚBLICOS PROCURADAS OU SERVIÇOS PÚBLICOS REALIZADOS NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2019-2021)

Usuários de Internet com 16 anos ou mais (%)



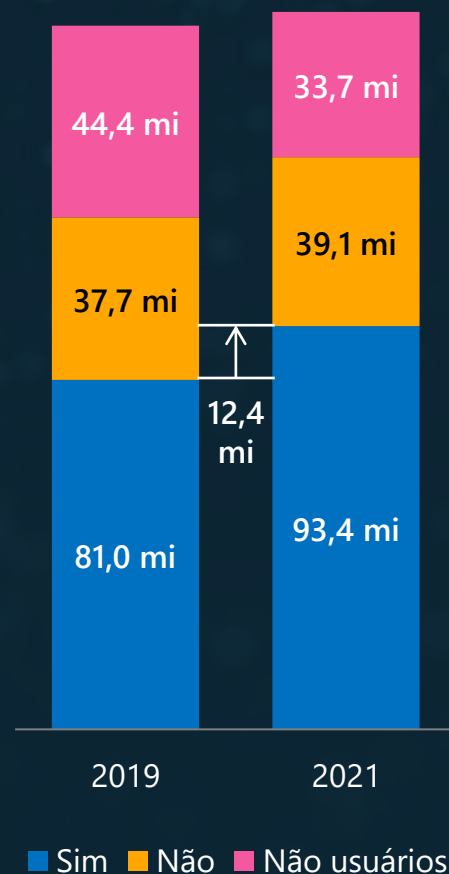
Tipo de serviço mais acessado, por faixa etária

| Faixa | Serviço (%) |
|-------|------------------------------|
| 16-24 | Educação pública (45%) |
| 25-34 | Direito do trabalhador (40%) |
| 35-44 | Impostos e taxas (36%) |
| 45-59 | Saúde pública (34%) |
| 60+ | Saúde pública (30%) |

G1

Usaram governo eletrônico

Total da população com 16 anos ou mais (milhões)

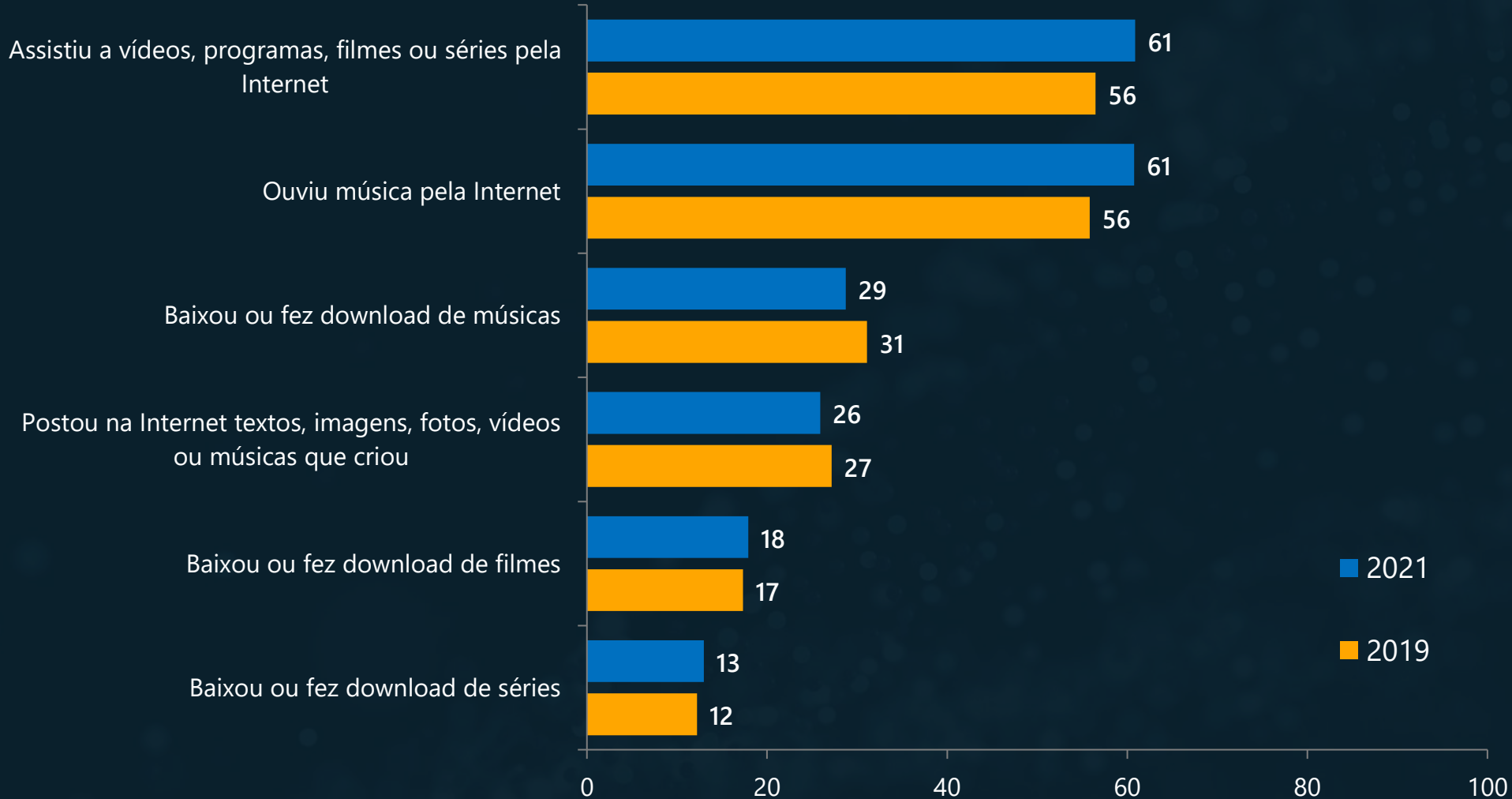


The background features a dark, almost black, field with a series of wavy, undulating lines that create a sense of depth and movement. The lines are colored in a gradient from teal on the left to purple on the right. Scattered throughout the scene are numerous small, glowing binary digits (0s and 1s) in the same teal and purple hues, giving the impression of digital data or a virtual landscape.

Atividades culturais

INDICADORES-FILTRO PARA MÓDULO DE ATIVIDADES CULTURAIS NA INTERNET

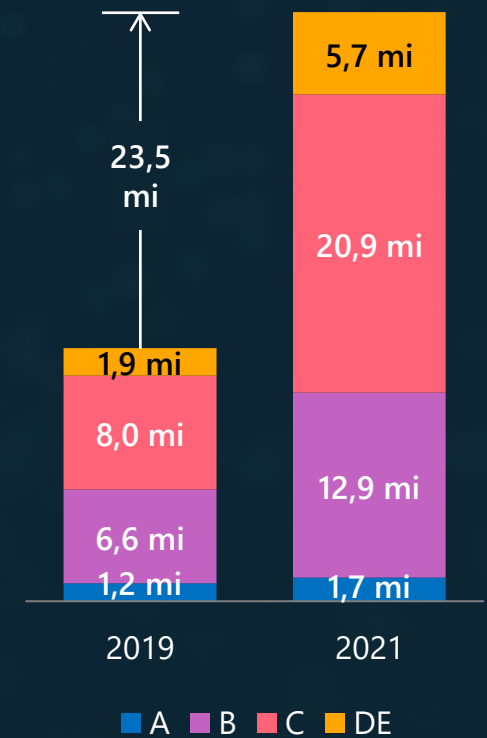
Total da população (%)



Aumento da fruição de **música e vídeo** nas áreas rurais (+12 pp em ambos)

Ouviram *podcasts*

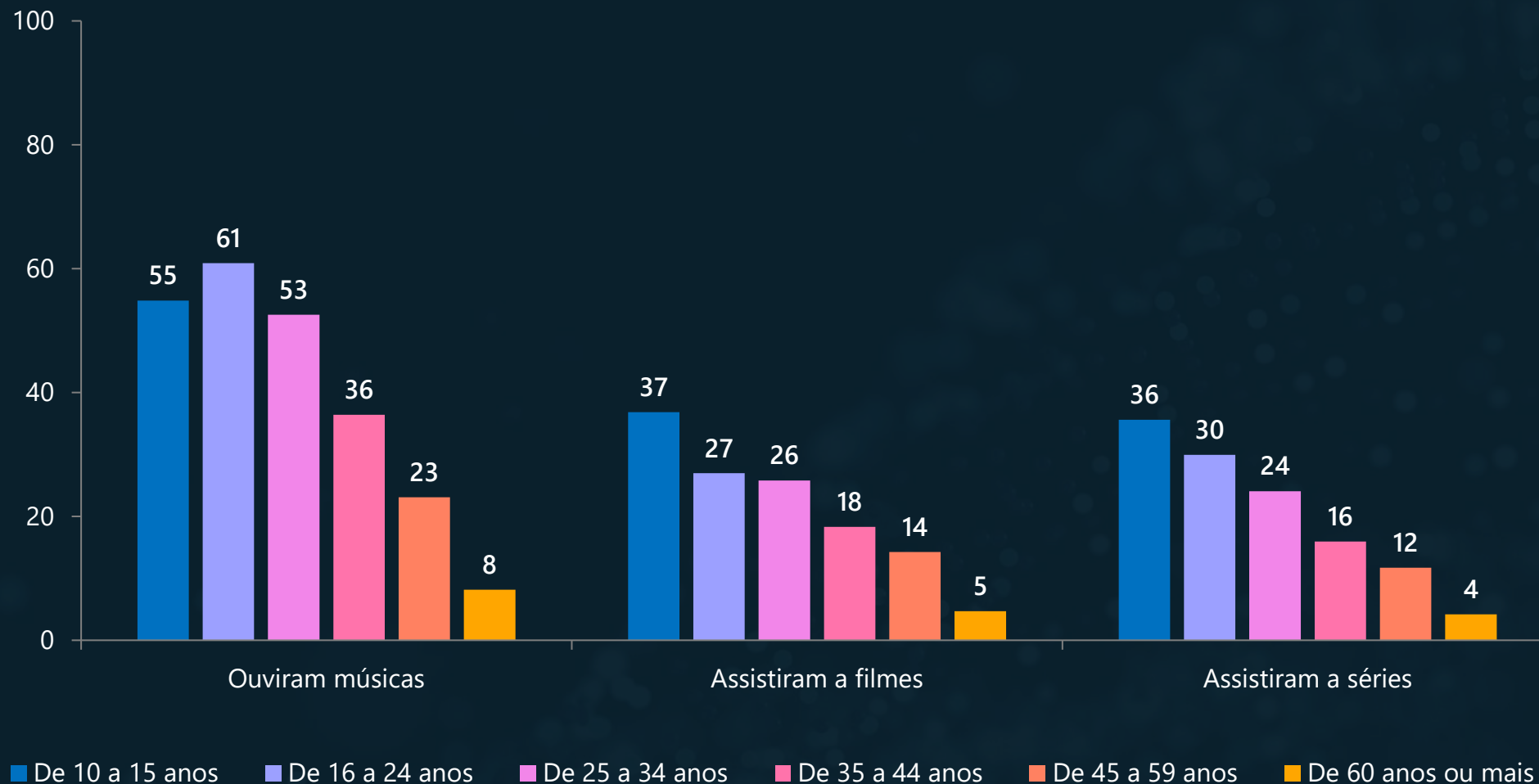
Usuários de Internet (milhões)



TC1
TC6
TC10

INDIVÍDUOS, POR ACESSO A MÚSICAS, FILMES E SÉRIES PELA INTERNET TODOS OS DIAS, POR FAIXA ETÁRIA

Total da população (%)

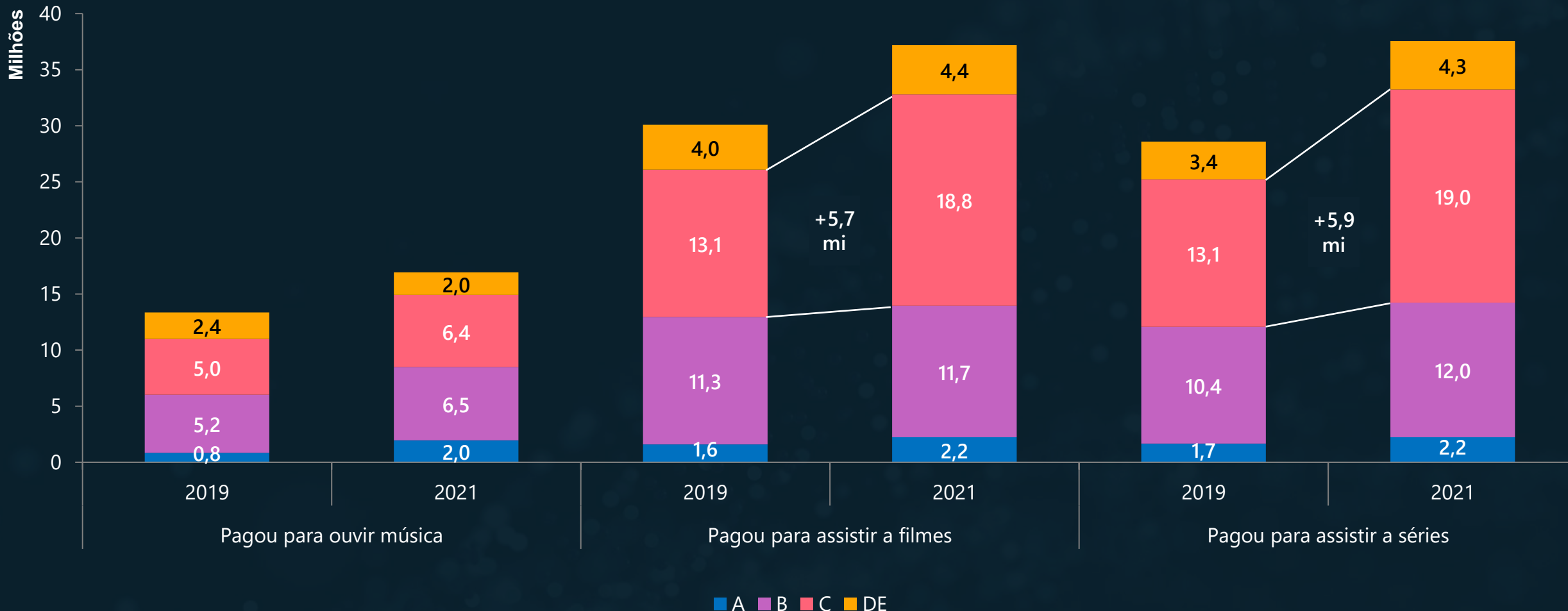


Aumento, na **área rural**, da frequência diária de acesso a **músicas** (+9 pp), **filmes** (+7 pp) e **séries** (+4 pp)

TC2 TC4
TC7 TC9
TC11 TC13

INDIVÍDUOS, POR PAGAMENTO PARA ACESSO A MÚSICAS, FILMES E SÉRIES PELA INTERNET, POR CLASSE

Total da população (milhões)



TC5B

INDIVÍDUOS, POR TIPO DE PLATAFORMA DE ACESSO AOS VÍDEOS ASSISTIDOS PELA INTERNET

Total da população (%)



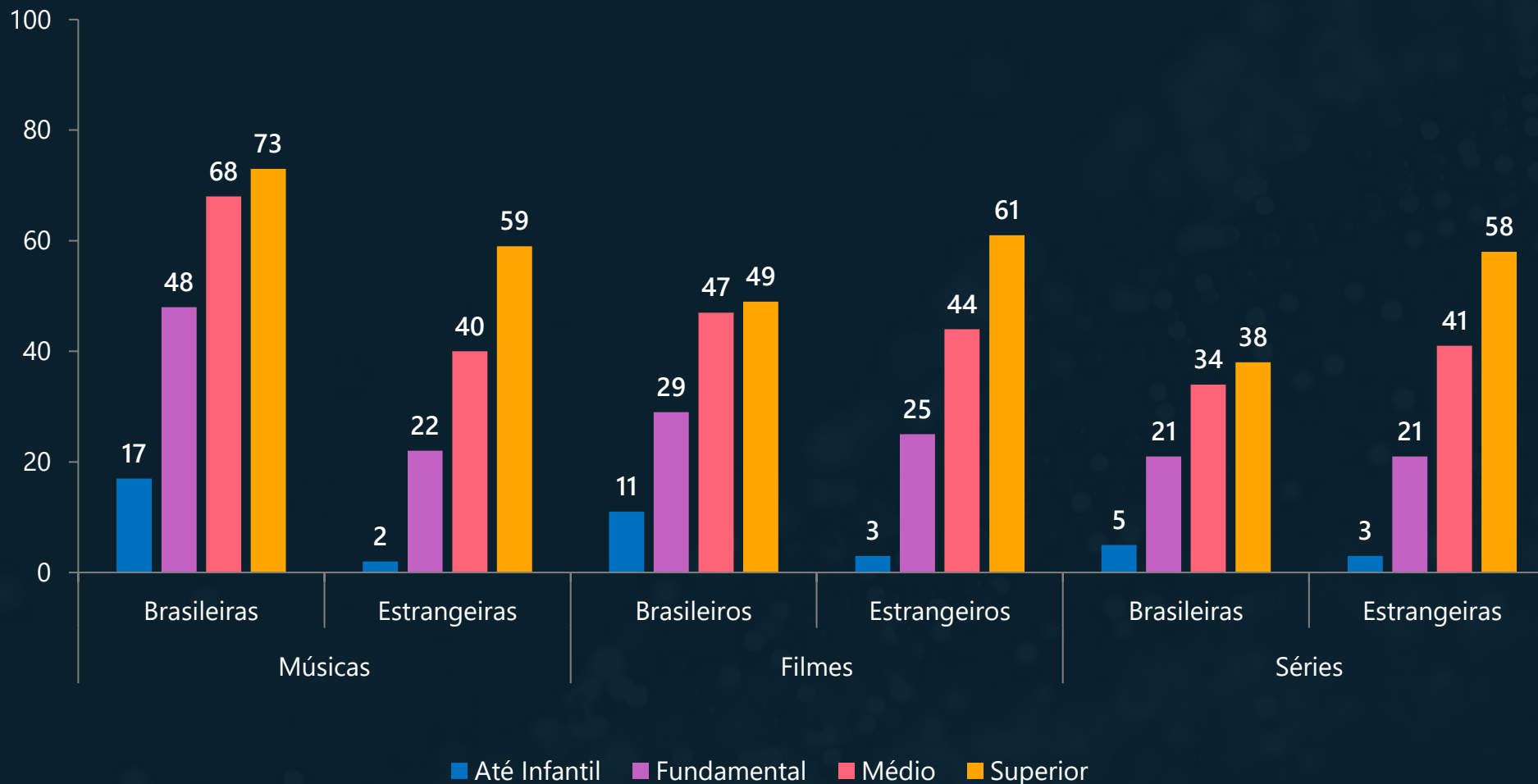
Aumento do acesso pelas redes sociais em quase todos os estratos, especialmente **de 10 a 15 anos** (+23 pp), **pretos** (+16 pp) e de **área rural** (+14 pp)

70 mi acessaram vídeos por meio de **serviços por assinatura** (+5 pp)

TC3
TC8
TC12

INDIVÍDUOS, POR ORIGEM DAS MÚSICAS, FILMES E SÉRIES ACESSADOS PELA INTERNET E GRAU DE INSTRUÇÃO

Total da população (%)



Aumento do acesso a filmes e séries de **origem estrangeira** entre aqueles com **Ensino Fundamental**

TC5A INDIVÍDUOS, POR TIPO DE VÍDEO ASSISTIDO

Total da população (%)



Aumento de fruição de **eventos ou programas religiosos** entre indivíduos de **35 a 44 anos** (13 pp), **pardos** (8 pp), **homens** (7 pp) e com **Ensino Fundamental** (5 pp)

TC17 INDIVÍDUOS, POR BUSCA DE INFORMAÇÕES NA INTERNET PARA REALIZAR ATIVIDADES CULTURAIS PRESENCIAIS

Total da população (%)



Na pandemia, a compra de ingresso pela Internet para eventos culturais havia caído de 27% (2018¹) para 5% (2020²)

¹ Base da TIC Domicílios com recorte populacional

² Painel TIC COVID-19

Obrigado!

Fabio Storino
fstorino@nic.br

Acesse a pesquisa!



<https://www.cetic.br>



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura

cetic.br

Centro Regional de Estudos
para o Desenvolvimento da
Sociedade da Informação
sob os auspícios da UNESCO

nic.br

Núcleo de Informação
e Coordenação do
Ponto BR

egi.br

Comitê Gestor da
Internet no Brasil