

# PANORAMA

**mobiletime** | **opinion**  **box**

DEZ  
2022

## USO DE APPS NO BRASIL



DEZ  
2022

## PANORAMA Mobile Time/Opinion Box

### USO DE APPS NO BRASIL



#### SOBRE ESTA PESQUISA

**Panorama Mobile Time/Opinion Box – Uso de apps no Brasil** é uma pesquisa independente realizada por uma parceria entre o site de notícias **Mobile Time** e a empresa de soluções em pesquisas **Opinion Box**.

O questionário foi elaborado por Mobile Time e aplicado on-line entre 9 e 21 de novembro de 2022 por Opinion Box junto a 2.039 brasileiros com 16 anos ou mais que acessam a Internet e possuem smartphone, respeitando as proporções de gênero, idade, faixa de renda e distribuição geográfica desse grupo.

A margem de erro é de 2,2 pontos percentuais.  
O grau de confiança é de 95%.



As análises contidas neste relatório são de autoria de **Fernando Paiva**, editor do **Mobile Time**, jornalista com 21 anos de experiência na cobertura do setor de telecomunicações. Paiva é especializado no mercado de conteúdo móvel e é o organizador de eventos que são referência nesse setor, como **MobiXD**, **Super Bots Experience**, **MobiFinance**, **Mobi-ID**, **MPN Fórum** e **Fórum de Operadoras Inovadoras**.

#### AVISO LEGAL

O compartilhamento em apresentações públicas ou privadas dos dados e das análises contidos neste relatório deve ser sempre acompanhado do devido crédito à fonte: **Panorama Mobile Time/Opinion Box - Uso de Apps no Brasil - Dezembro de 2022**.

#### AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS NESTA EDIÇÃO:

INSTAGRAM OCUPA PELA PRIMEIRA VEZ A **LIDERANÇA NO RANKING DE APP** NO QUAL O BRASILEIRO PASSA MAIS TEMPO, CITADO POR 35% DOS ENTREVISTADOS

INSTAGRAM ESTÁ  
INSTALADO EM

# 92%

DOS SMARTPHONES  
BRASILEIROS

**Telegram parou de crescer em presença na tela inicial do smartphone nacional** e caiu da quarta para a quinta posição nesse quesito

\*  
iOS representa agora **19% da base** de smartphones em serviço no Brasil. Um ano atrás era 13%

\*  
69% dos brasileiros com smartphone **assinam um ou mais serviços de streaming de filmes e séries**

**TIKTOK ESTÁ INSTALADO EM 41% DOS SMARTPHONES BRASILEIROS**, NA FRENTE DO TWITTER (37%) E DO LINKEDIN (35%)

Em seis meses passa de **38% para 43%** a proporção de brasileiros com smartphone que escutam podcast





## Panorama geral

GRÁFICO 1

### MARKET SHARE POR SISTEMA OPERACIONAL NA BASE BRASILEIRA DE SMARTPHONES

**Pergunta:** Qual é o sistema operacional do seu smartphone?

**Base:** 2.039 brasileiros com smartphone

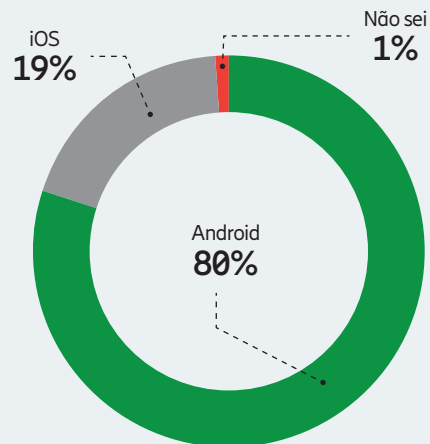


GRÁFICO 2

### PROPORÇÃO DE BRASILEIROS COM SMARTPHONE QUE JÁ INSTALARAM UM APP

**Base:** 2.039 brasileiros com smartphone

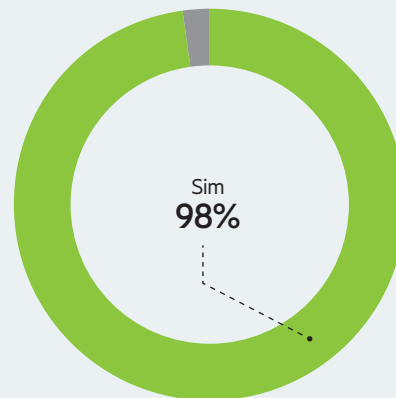


GRÁFICO 3

### QUANDO FOI A ÚLTIMA VEZ QUE VOCÊ INSTALOU UM APLICATIVO NO SEU SMARTPHONE?

**Base:** 2.000 brasileiros com smartphone que já baixaram um app

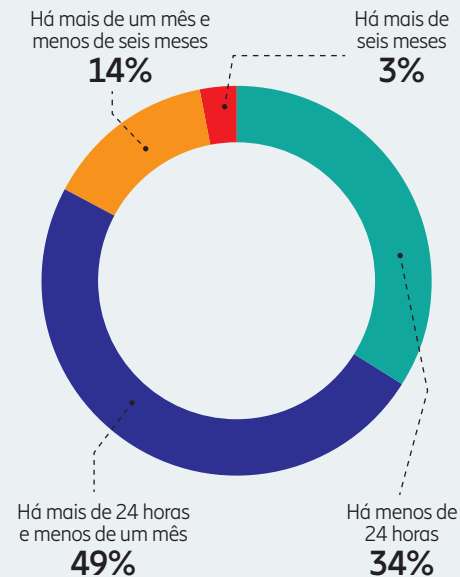


GRÁFICO 4

### QUANDO FOI A ÚLTIMA VEZ QUE VOCÊ DESINSTALOU UM APLICATIVO NO SEU SMARTPHONE?

**Base:** 2.000 brasileiros com smartphone que já baixaram um app

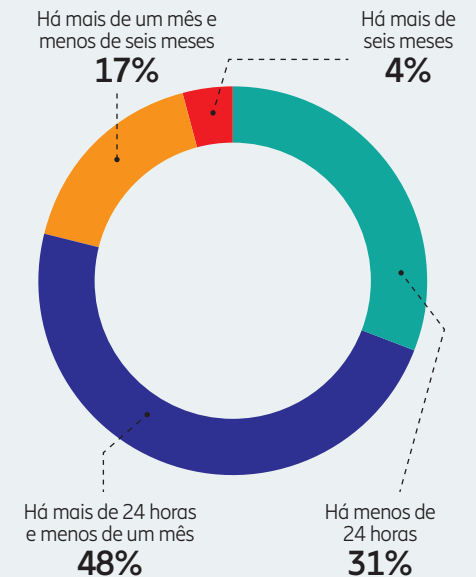




GRÁFICO 5

PROPORÇÃO DE BRASILEIROS COM SMARTPHONE QUE JÁ PAGARAM PELO DOWNLOAD DE UM APP

**Pergunta:** Você já comprou algum aplicativo para o seu smartphone?

**Base:** 2.000 brasileiros com smartphone que já baixaram um app

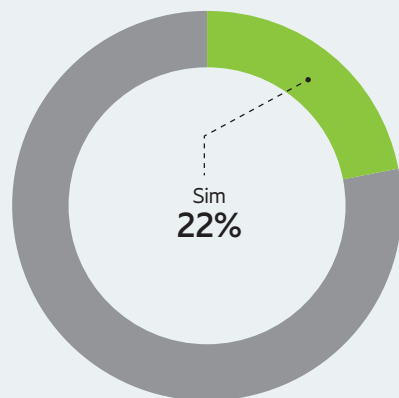


GRÁFICO 6

PROPORÇÃO DE BRASILEIROS COM SMARTPHONE QUE JÁ FIZERAM COMPRAS IN-APP

**Pergunta:** Você já realizou compras de produtos ou serviços digitais dentro de um aplicativo no seu smartphone, como itens virtuais dentro de jogos, acesso a funcionalidades extras dentro de um app, download de algum conteúdo exclusivo etc?

**Base:** 2.000 brasileiros com smartphone que já baixaram um app

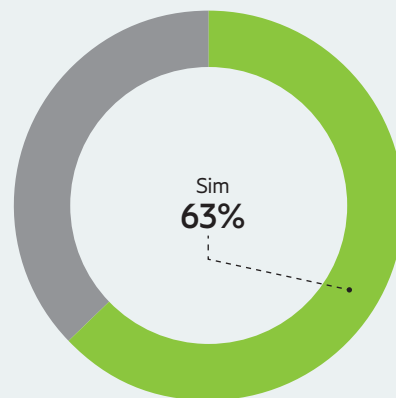


GRÁFICO 7

MODELO DE NEGÓCIOS PREFERIDO DO BRASILEIRO PARA USO DE APPS

**Pergunta:** De qual das maneiras abaixo você prefere acessar um app que seja útil e/ou ofereça conteúdo interessante para você?

**Base:** 2.039 brasileiros com smartphone

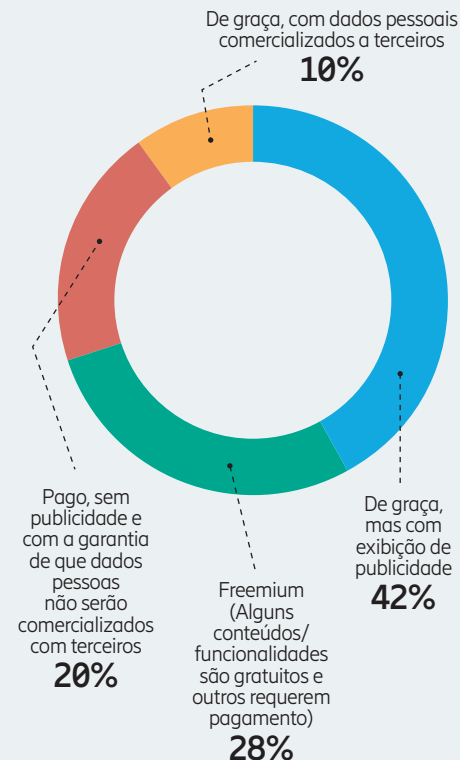


GRÁFICO 8

EVOLUÇÃO DE BRASILEIROS COM SMARTPHONE QUE POSSUEM RELÓGIO OU PULSEIRA CONECTADOS

**Pergunta:** Você usa alguma pulseira ou relógio que se comunica com o seu smartphone?

**Bases:** 2.003 brasileiros com smartphone em Novembro de 2020; 2.036, em Novembro de 2021; e 2.039, em Novembro de 2022

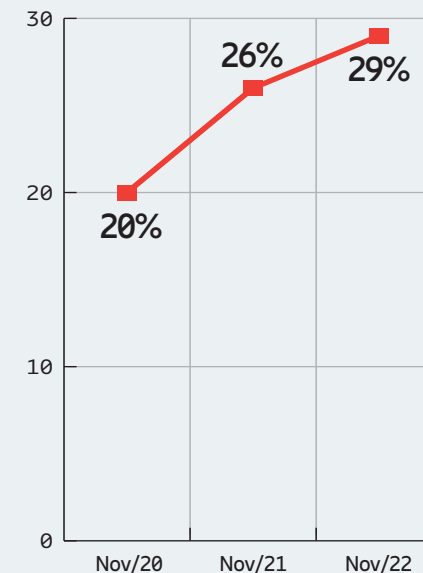


GRÁFICO 9

**BRASILEIROS SEM O APP DE CHAMADAS NA TELA INICIAL**

**Pergunta:** Você tem o app de realização de chamadas na tela inicial do seu smartphone?

**Bases:** 2.003 brasileiros com smartphone em Novembro de 2020; 2.036, em Novembro de 2021; e 2.039 em Novembro de 2022

**Obs.:** Percentuais se referem à proporção de brasileiros sem o app de realização de chamadas na tela inicial

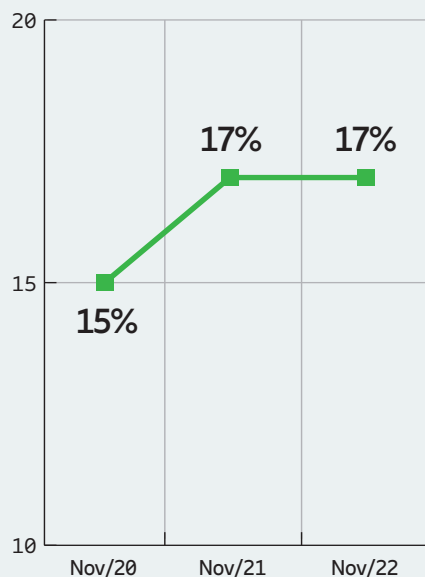


GRÁFICO 10

**BRASILEIROS SEM O APP DE SMS NA TELA INICIAL**

**Pergunta:** Você tem o app de leitura de SMS (mensagem de texto) na tela inicial do seu smartphone?

**Bases:** 2.003 brasileiros com smartphone em Novembro de 2020; 2.036, em Novembro de 2021; e 2.039 em Novembro de 2022

**Obs.:** Percentuais se referem à proporção de brasileiros sem o app de SMS na tela inicial

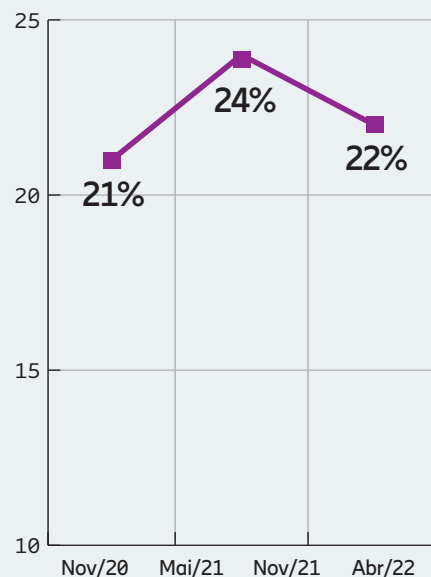


GRÁFICO 11

**BRASILEIROS QUE USAM COMANDOS DE VOZ NO SMARTPHONE**

**Pergunta:** Você já utilizou comandos de voz para realizar ações no seu smartphone, como realizar ligações, tocar músicas, fazer buscas na Internet etc?

**Bases:** 2.039 brasileiros com smartphone

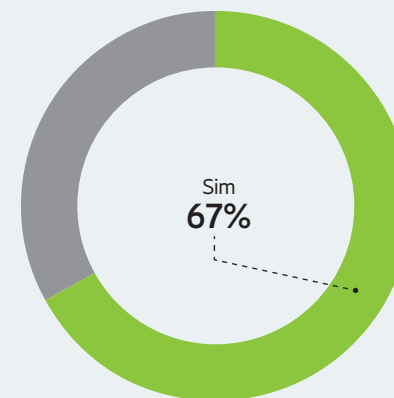




GRÁFICO 12

**RADAR DE POPULARIDADE  
DE APPS NO BRASIL**

TOTAL: 1.775 APPS CITADOS

**Pergunta:** Liste quais apps que você baixou aparecem na tela principal do seu smartphone hoje. Considere como tela principal aquela que aparece logo depois de ligar o smartphone. Pode citar até 20 nomes de aplicativos.

**Base:** 2.000 brasileiros com smartphone que já baixaram um app

**OBS.:** Foram incluídos no radar os apps presentes na home screen de pelo menos 2% dos smartphones nacionais.



PRESENÇA  
NA HOME  
SCREEN

- 50% OU MAIS (NÚCLEO DE SUPERAPPS)
- 30% A 49% DOS SMARTPHONES
- ENTRE 10% E 29%
- ENTRE 5% E 9%
- ENTRE 2% E 4%



TABELA 1

**RANKING DOS 10 APPS MAIS POPULARES NA HOMESCREEN DOS BRASILEIROS**

**Pergunta:** Liste quais apps que você baixou aparecem na tela principal do seu smartphone hoje.

Considere como tela principal aquela que aparece logo depois de ligar o smartphone. Pode citar até 20 nomes de aplicativos.

**Base:** 2.000 brasileiros com smartphone que já baixaram um app

	Aplicativo	% de smartphones com o app na homescreen	Varição em 12 meses
1	WhatsApp	54%	Estável
2	Instagram	46%	Alta
3	Facebook	34%	Baixa
4	YouTube	13%	Estável
5	Telegram	12%	Estável
6	Nubank	12%	Estável
7	Uber	11%	Estável
8	Netflix	9%	Alta
9	Banco do Brasil	8%	Estável
10	Caixa	7%	Baixa

Alta | Baixa | Estável

GRÁFICO 13

**QUAL O APP QUE O BRASILEIRO ABRE MAIS VEZES AO LONGO DO DIA?**

**Pergunta:** Qual é o aplicativo que você abre mais vezes ao longo do dia?

**Base:** 2.039 brasileiros com smartphone. **OBS.:** Foram incluídos apenas apps citados por pelo menos 2% entrevistados

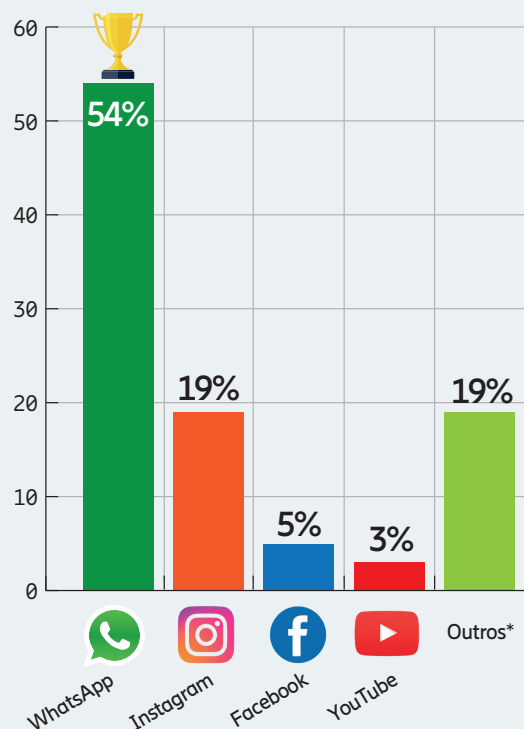


GRÁFICO 14

**EM QUAL APP O BRASILEIRO PASSA MAIS TEMPO AO LONGO DO DIA?**

**Pergunta:** Qual é o aplicativo que você passa mais tempo vendo ao longo do dia?

**Base:** 2.039 brasileiros com smartphone. **OBS.:** Foram incluídos apenas apps citados por pelo menos 2% entrevistados

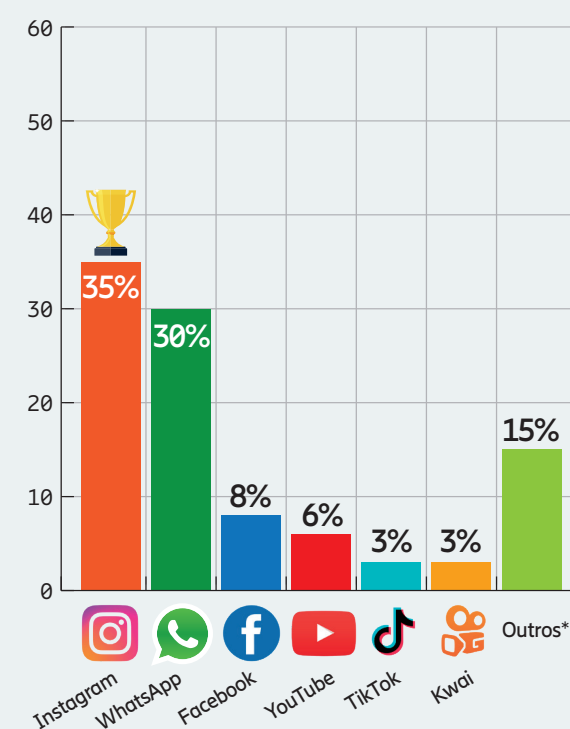


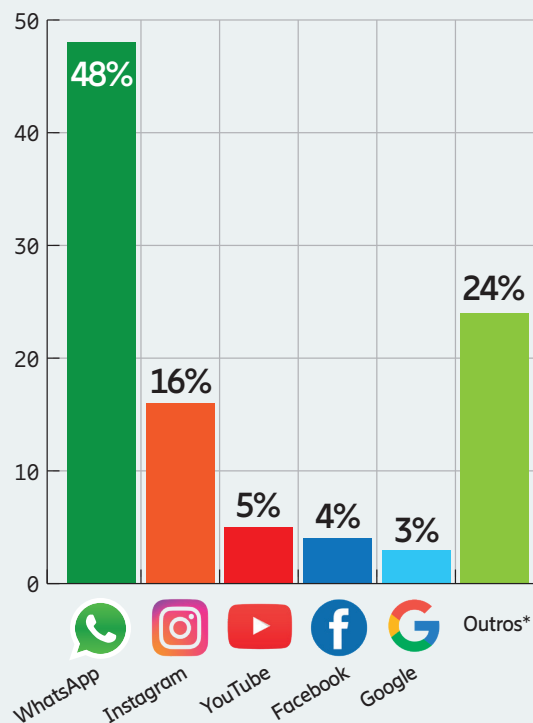


GRÁFICO 15

SE VOCÊ SÓ PUDESSE TER UM APP EM  
SEU SMARTPHONE, QUAL SERIA?

**Pergunta:** Se você só pudesse instalar em seu smartphone um único aplicativo, qual seria?

**Base:** 2.039 brasileiros com smartphone. **OBS.:** Foram incluídos apenas apps citados por pelo menos 2% entrevistados



## Instagram, iOS e wearables avançam, enquanto Telegram freia

O Instagram superou o WhatsApp e se tornou pela primeira vez o aplicativo no qual o brasileiro passa mais tempo ao longo do dia, apontado por 35% dos usuários de smartphone no País (Gráfico 14). Um ano atrás, ele estava em segundo lugar citado por 27% dos entrevistados. No ranking de aplicativos abertos mais vezes ao longo do dia ele segue na vice-liderança, mas cresceu 4 pontos percentuais em um ano, passando de 15% para 19% (Gráfico 13). Em termos de presença na homescreen o Instagram subiu de 42% para 46% no mesmo período (Tabela 1).

O sucesso do Instagram se concentra principalmente no público feminino e jovem. Entre as mulheres, 41% apontam o Instagram como o app no qual passam mais tempo ao longo do dia, contra 27% dos homens. No grupo de 16 a 29 anos, o Instagram está na liderança no ranking de apps em que passam mais tempo, de acordo com 45% dos entrevistados nessa faixa etária. O percentual cai para 35% entre aqueles com 30 a 49 anos, e diminui para 21% na faixa a partir de 50 anos.

O foco estratégico do Instagram

na promoção de vídeos através da sua ferramenta Reels pode ser a explicação para as pessoas estarem passando mais tempo nele. Criado para fazer frente a plataformas de vídeos curtos, como TikTok e Kwai, o Reels têm conseguido manter a base de usuários do Instagram engajada e, pelo visto, mais tempo com o app aberto.

O WhatsApp, por sua vez, continua sendo o app mais presente na tela inicial do smartphone nacional (54%), assim como segue na liderança do ranking do app mais





DEZ  
2022

## PANORAMA Mobile Time/Opinion Box

aberto ao longo do dia, mencionado por 54% dos brasileiros. Em termos de tempo gasto no app, ocupa agora a vice-liderança, caindo de 33% para 30% em um ano. Porém, se fosse considerado apenas o público masculino ele é o campeão nesse quesito (33%), assim como entre as pessoas com 50 anos ou mais (34%).

Chama a atenção nesta edição a freada no avanço do Telegram. O app vinha crescendo rapidamente em presença na homescreen, mas agora teve seu avanço interrompido. Na edição de junho deste ano, havia sido destacado por ter chegado à quarta posição neste quesito, mencionado por 13% dos entrevistados à época. Agora,

porém, caiu para a quinta posição, presente na tela inicial de 12% dos smartphones nacionais, ultrapassado pelo YouTube (Tabela 1).

Nesta edição, entraram para o radar de popularidade de apps: Canva, Casas Bahia, Garena Free Fire, e-Título, Meu TIM e Minha Claro Móvel, todos na faixa de presença na tela inicial de 2% a 4% dos smartphones nacionais (Gráfico 12). E saíram do radar, citados por menos de 2% dos entrevistados desta vez: FGTS, Itaucard e PayPal.

Outro ponto que merece ser ressaltado é o aumento da proporção de iPhones no

parque de smartphones do Brasil. Essa tendência já havia sido observada na pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box sobre smartphones, publicada em julho, e foi confirmada novamente. Os aparelhos com iOS representam agora 19% da base de smartphones em serviço no Brasil (Gráfico 1). Um ano atrás eram 13%. O Android, sistema operacional do Google, por sua vez, caiu de 86% para 80% em um ano. A maior longevidade dos iPhones e o crescimento do mercado de aparelhos usados são possíveis explicações para esse ganho de market share da Apple.

Relógios e pulseiras conectadas vêm ornamentando cada vez mais os pulsos dos brasileiros. Em um ano, subiu de 26% para 29% a proporção de brasileiros com smartphone que possuem também um wearable device, como são chamados (Gráfico 8). Se comparado com quatro anos atrás o crescimento impressiona: eram apenas 10% em novembro de 2018.

## USO DE APPS NO BRASIL





## A disputa da telinha pelas plataformas sociais

O termo “rede social” foi cunhado mais de dez anos atrás para se referir a plataformas como Orkut e Facebook, nas quais as pessoas criam perfis para interagir umas com as outras em ambiente online. De lá para cá surgiram vários outros serviços digitais que podem ser classificados como “redes sociais”, embora tenham propósitos, mecânicas de interação ou público-alvo diferentes. Alguns, aliás, preferem não ser rotulados como redes sociais. O Twitter, por exemplo, se autointitula como uma rede de microblogs. O LinkedIn é uma rede social, mas com foco específico no mercado de trabalho. E os novatos TikTok e Kwai preferem ser vistos como aplicativos para criação e distribuição de vídeos curtos.

Talvez o termo “rede social” de fato não se aplique a todos esses exemplos, por isso nesta pesquisa optou-se por chamá-los de “plataformas sociais”. Por mais que não disputem exatamente o mesmo público, ou o mesmo momento do dia, são apps que têm entre suas funcionalidades principais: 1) ferramentas para

produção e distribuição de conteúdo (texto, imagem ou vídeo) de forma aberta ao público; 2) ferramentas para construção de uma audiência (amigos, seguidores etc); 3) ferramentas para comunicação pública e/ou privada entre usuários (comentários, mensagens, reações etc).

Pela primeira vez, esta pesquisa compara a penetração dos apps de plataformas sociais na base brasileira de usuários de smartphones. Nesta primeira abordagem, listamos para monitoramento: Facebook, Instagram, Kwai, LinkedIn, TikTok e Twitter.

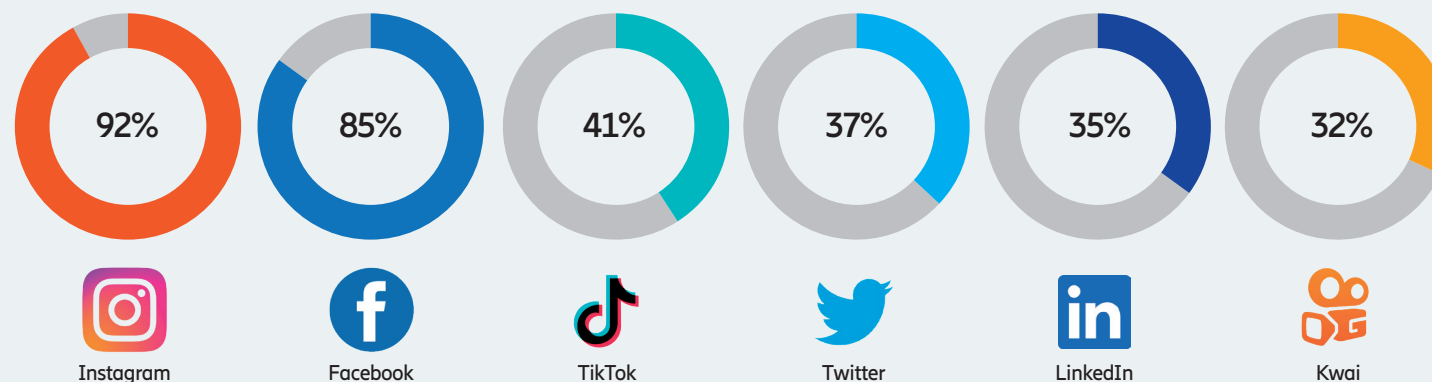
Dessa lista, o Instagram é disparado o mais popular no País, instalado em 92% dos smartphones nacionais (Gráfico 16). Sua utilização é equilibrada quando analisado por classe social. Mas há uma diferença por gênero e por idade, o que já havia

GRÁFICO 16

### PROPORÇÃO DE INSTALAÇÃO DE APPS DE PLATAFORMAS SOCIAIS

Pergunta: Você tem o Facebook/Instagram/Kwai/LinkedIn/TikTok/Twitter instalado no seu smartphone?

Base: 2.039 brasileiros com smartphone





tido revelado anteriormente nesta pesquisa. O Instagram está instalado em 95% dos smartphones de mulheres e em 88% dos smartphones dos homens. Na análise por faixa etária, nota-se uma penetração maior em dispositivos de jovens de 16 a 29 anos (95%), em comparação com os grupos de 30 a 49 anos (92%) e com mais de 50 anos (86%).

O Facebook é a segunda plataforma social mais popular em mobile no Brasil, instalado em 85% dos smartphones nacionais. Sua distribuição é equilibrada por gênero e classe social. Contudo, é o único dos seis apps analisados que apresenta uma proporção crescente conforme a idade. Entre as pessoas de 16 a 29 anos, 82% têm o Facebook instalado no smartphone. O percentual sobe para 85% no grupo de 30 a 49 anos e chega a 86% entre aqueles com 50 anos ou mais.

O TikTok, embora mais novo, já ocupa a terceira posição em popularidade nos smartphones brasileiros, mas ainda bem atrás de Instagram e Facebook, instalado em 41% dos aparelhos. Sua principal característica é a juventude dos usuários. Dentre os apps pesquisados

é aquele com a maior diferença por faixa etária: está instalado em 48% dos smartphones dos brasileiros com 16 a 29 anos; ante 40%, na faixa de 30 a 49 anos; e 33%, no grupo com 50 anos ou mais. Nota-se também uma diferença por classe social: o TikTok está em 42% dos smartphones das classes C, D e E e em 34% nas classes A e B.

Seu rival direto Kwai está 9 pontos percentuais atrás, instalado em 32% dos smartphones brasileiros. Curiosamente, o Kwai não apresenta uma diferença tão acentuada por faixa etária quanto o TikTok, mas por classe social, sim: está em 33% dos smartphones das classes C, D e E e em 25% nas classes A e B.

Instalado em 37% dos smartphones nacionais, o app do Twitter chama a atenção por ter um público masculino bem maior que o feminino:

45% dos homens têm o Twitter instalado, contra 30% das mulheres.

Por fim, o LinkedIn, dentre as plataformas sociais monitoradas nesta pesquisa, é a que apresenta a maior diferença de penetração a favor das classes A e B, instalado em 42% dos seus smartphones, ante 33% das classes C, D e E. Na média, o LinkedIn está presente em 35% dos smartphones nacionais.





## Filmes, música, podcasts e cursos sobem... enquanto games caem

A assinatura de serviços de streaming de filmes e séries para visualização em apps no smartphone cresce continuamente no Brasil. Em um ano passou de 64% para 69% a proporção de brasileiros com smartphone que assinam alguma plataforma paga de filmes e séries (Gráfico 17). Se considerados os últimos três anos houve um crescimento de 24 pontos percentuais – eram 45% em 2019.

Além disso, chama a atenção assinatura de múltiplos serviços de streaming de filmes e séries simultaneamente: 67% dos usuários pagantes assinam duas ou mais plataformas de streaming (Gráfico 18). Neste mercado, o maior crescimento nos últimos 12 meses foi do Star+, passou de 6% para 14% a proporção de brasileiros com smartphone que assinam o Star+ entre aqueles que pagam por serviços de streaming (Tabela 2).

A assinatura de streaming de música também subiu. Em um ano, passou de 37% para 41% a proporção de brasileiros com smartphone que pagam por esse serviço (Gráfico 19). O Spotify lidera com folga, tendo subido de 57% para 62% em um ano sua proporção de assinantes entre os brasileiros com smartphone que pagam por streaming de música (Tabela 3).

Merece destaque ainda a popularização dos podcasts. Seis meses atrás, quando esta pesquisa abordou esse tipo de conteúdo pela primeira vez, 38% dos brasileiros com smartphone escutavam podcast. Agora são 43% (Gráfico 20).



GRÁFICO 17

### EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE ASSINANTES DE SERVIÇOS DE STREAMING DE FILMES E SÉRIES

**Pergunta:** Você assina algum serviço/streaming de filmes e/ou séries, com pagamento de mensalidade, cujo conteúdo é acessível através de aplicativo no smartphone?

**Bases:** 2.002 brasileiros com smartphone em Novembro de 2019; 2.003 em novembro de 2020; 2.036 em novembro de 2021; e 2.039 em Novembro de 2022

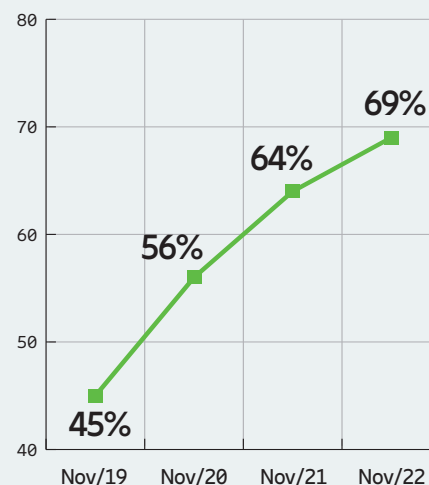
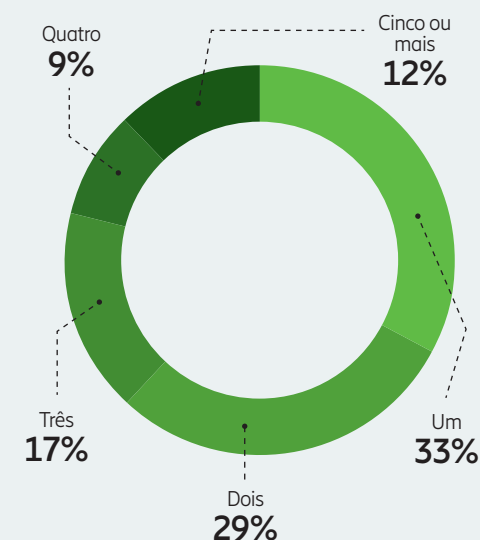


GRÁFICO 18

### QUANTOS SERVIÇOS DE STREAMING DE FILMES E SÉRIES O BRASILEIRO ASSINA?

**Pergunta:** Quantos serviços de streamings de filmes e/ou séries você assina, com pagamento de mensalidade, cujo conteúdo é acessível através de aplicativo no smartphone?

**Base:** 1.409 brasileiros com smartphone que assinam serviço de streaming de filmes e séries





Além de entretenimento, o brasileiro consome conteúdo educativo em seu smartphone. Em apenas seis meses subiu de 47% para 52% a proporção de brasileiros com smartphone que já assistiram a algum curso pelo aparelho (Gráfico 21). O líder desse mercado no Brasil é o Hotmart, mas muita gente tem usado o YouTube para aprendizado também (Tabela 5). Merece destaque ainda a entrada do app Nutror nessa lista.

A proporção de brasileiros que já leram um livro no seu smartphone subiu de 44% para 47% em um ano (Gráfico 22), enquanto a dos que assinam alguma plataforma para leitura de jornais e revistas na telinha caiu de 12% para 10% no mesmo período (Gráfico 23).

Por fim, foi observada uma queda na proporção de brasileiros que usam seu smartphone para jogos. Em um ano, o percentual caiu de 53% para 48% (Gráfico 24). O Free Fire retomou a liderança como jogo móvel preferido do brasileiro, posto que havia perdido seis meses atrás para o Candy Crush (Tabela 8). Vale destacar a entrada do Fifa no ranking dos mais populares, por conta da realização da Copa do Mundo.

TABELA 2

### RANKING DOS SERVIÇOS PAGOS DE STREAMING DE FILMES E SÉRIES

**Pergunta:** Marque abaixo qual ou quais serviços/streaming de filmes e/ou séries você assina, com pagamento de mensalidade, cujo conteúdo é acessível através de aplicativo no smartphone

**Base:** 1.409 brasileiros com smartphone que assinam serviço de streaming de filmes e séries

Serviço	%
Netflix	79%
Amazon Prime Video	44%
Disney+	24%
GloboPlay	19%
HBO Max	19%
Star+	14%
Discovery+	4%
Paramount+	4%
Outros	9%

GRÁFICO 19

### EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE ASSINANTES DE SERVIÇOS DE STREAMING DE MÚSICA

**Pergunta:** Você assina algum serviço de música, com pagamento de mensalidade, cujo conteúdo é acessado predominantemente através de aplicativo no smartphone?

**Bases:** 2.002 brasileiros com smartphone em Novembro de 2019; 2.003 em novembro de 2020; 2.036 em novembro de 2021; e 2.039 em Novembro de 2022

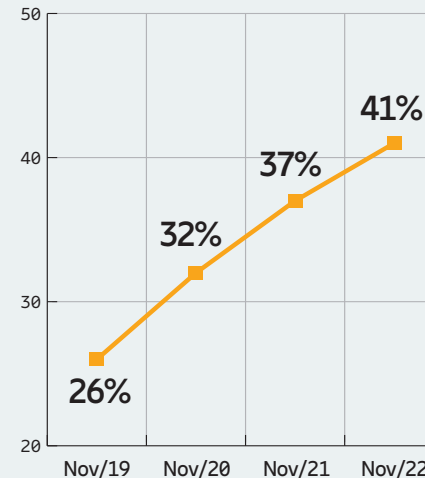


TABELA 3

### RANKING DOS SERVIÇOS PAGOS DE MÚSICA

**Pergunta:** Qual serviço de música você assina para ouvir no smartphone? Se assinar mais de um, informe aquele que acessa com mais frequência no smartphone.

**Base:** 830 brasileiros com smartphone e que assinam um serviço de streaming de música

Serviço	%
Spotify	62%
Deezer	12%
Amazon Music	8%
YouTube Music	8%



GRÁFICO 20

**PROPORÇÃO DE BRASILEIROS  
COM SMARTPHONE QUE  
ESCUTAM PODCAST**

**Pergunta:** Você costuma escutar podcast no seu smartphone?

**Base:** 2.039 brasileiros com smartphone

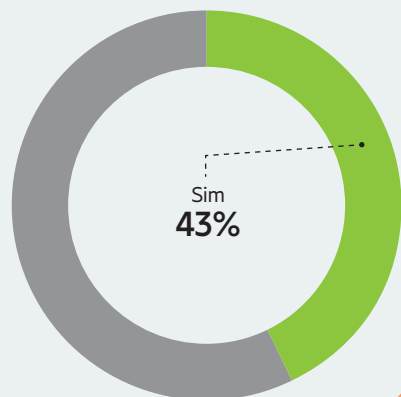


TABELA 4

**APPS MAIS USADOS PARA  
ESCUTAR PODCAST**

**Pergunta:** Qual app você mais usa para escutar podcast?

**Base:** 867 brasileiros que escutam podcast no smartphone

	App	%
1	Spotify	35%
2	YouTube	28%
3	Deezer	4%

GRÁFICO 21

**PROPORÇÃO DE BRASILEIROS  
COM SMARTPHONE QUE JÁ FIZERAM  
ALGUM CURSO REMOTO COM  
AULAS ATRAVÉS DE APPS**

**Pergunta:** Você já fez algum curso (de modalidade remota) em que o conteúdo das aulas e os testes eram todos via app?

**Base:** 2.039 brasileiros com smartphone

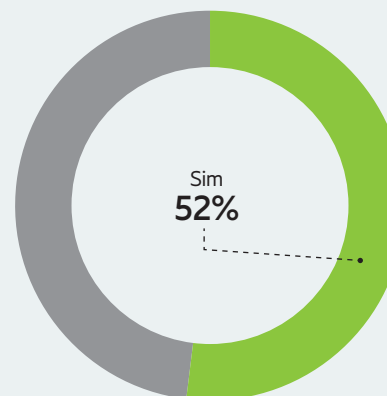


TABELA 5

**APPS DE EDUCAÇÃO  
MAIS USADOS NO BRASIL**

**Pergunta:** Qual app você mais usa para fazer cursos no smartphone?

**Base:** 1.063 brasileiros que já fizeram cursos remotos em apps no smartphone

	App	%
1	Hotmart Sparkle	21%
2	YouTube	10%
3	Duolingo	7%
4	Google Meet	6%
5	Zoom	5%
6	Nutror	3%
7	Udemy	2%



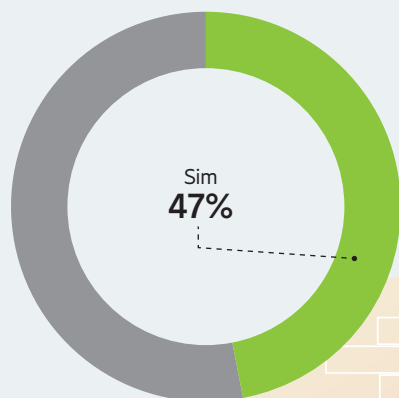
**USO DE APPS NO BRASIL**

**GRÁFICO 22**

**PROPORÇÃO DE BRASILEIROS COM SMARTPHONE QUE JÁ LERAM UM LIVRO NO DISPOSITIVO**

**Pergunta:** Você já leu algum livro no smartphone?

**Base:** 2.039 brasileiros com smartphone



**TABELA 6**

**APPS MAIS USADOS PARA LEITURA DE LIVROS NO SMARTPHONE**

**Pergunta:** Qual app você utiliza para ler livros no smartphone?

**Base:** 956 brasileiros que já leram livro no smartphone

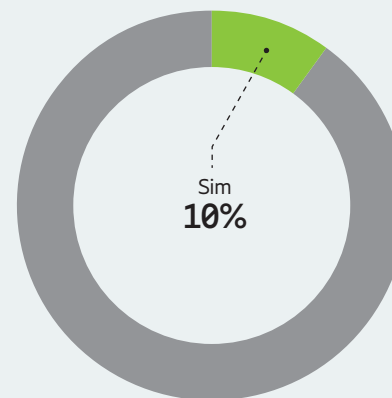
	App	%
1	Amazon Kindle	22%
2	Google Play Livros	10%
3	Skeelo	6%
4	Adobe Acrobat Reader	4%
5	Wattpad	3%

**GRÁFICO 23**

**PROPORÇÃO DE BRASILEIROS COM SMARTPHONE QUE ASSINAM SERVIÇO DE JORNAL E/OU REVISTA DIGITAL**

**Pergunta:** Você assina um serviço, com pagamento de mensalidade, que lhe dê direito a ler um ou mais jornais e revistas através de app no smartphone?

**Base:** 2.039 brasileiros com smartphone



**TABELA 7**

**JORNAIS E REVISTAS MAIS LIDOS**

**Pergunta:** Qual é o jornal ou revista que você mais lê através de app no smartphone?

**Base:** 196 brasileiros que assinam serviço de acesso a jornais e/ou revistas em formato digital para leitura no smartphone

	Jornal/Revista/ Agregador	%
1	O Globo	8%
2	Veja	7%
3	Folha de São Paulo	6%





GRÁFICO 24

**EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE JOGADORES MÓVEIS NO BRASIL**

**Pergunta:** Você costuma jogar games no seu smartphone?

**Bases:** 2.002 brasileiros com smartphone em Novembro de 2019; 2.003 em novembro de 2020; 2.036 em novembro de 2021; e 2.039 em Novembro de 2022

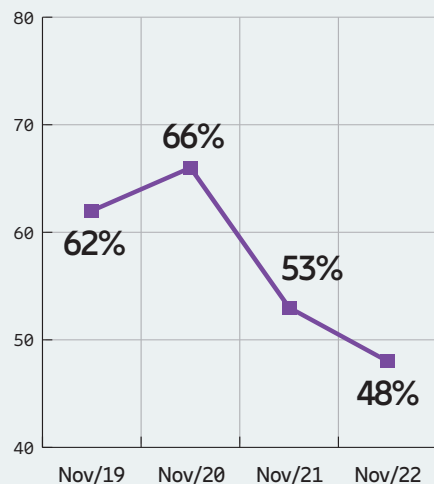


TABELA 8

**RANKING DOS GAMES MÓVEIS MAIS POPULARES NO BRASIL**

**Pergunta:** Qual game você tem jogado mais atualmente no seu smartphone?

**Obs.:** Foram considerados apenas os títulos com pelo menos 2% de citações

**Base:** 987 brasileiros com smartphone que declaram usar o aparelho para jogos

	Jogo	%
1	Free Fire	12%
2	Candy Crush	10%
3	Fifa	2%
4	Coin Master	2%
5	Call of Duty	2%
6	Clash Royale	2%

GRÁFICO 25

**PROPORÇÃO DE BRASILEIROS COM SMARTPHONE QUE JÁ FIZERAM VIDEOCHAMADA NO DISPOSITIVO**

**Pergunta:** Você já participou de uma videochamada através do seu smartphone?

**Base:** 2.039 brasileiros com smartphone

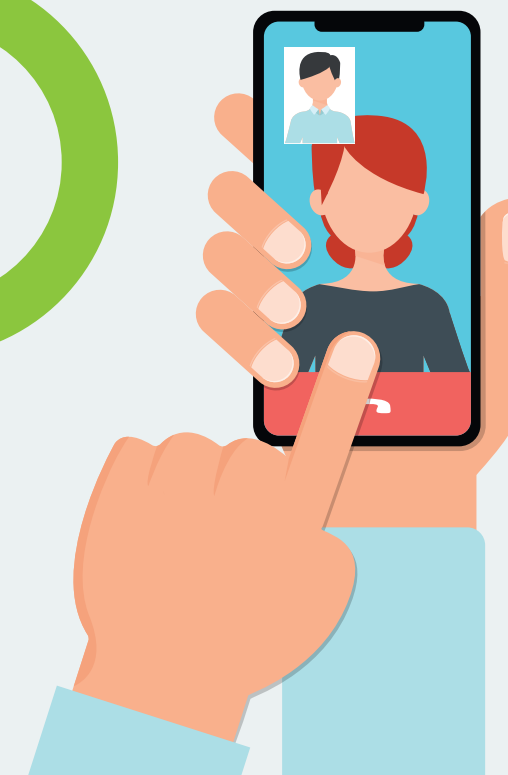
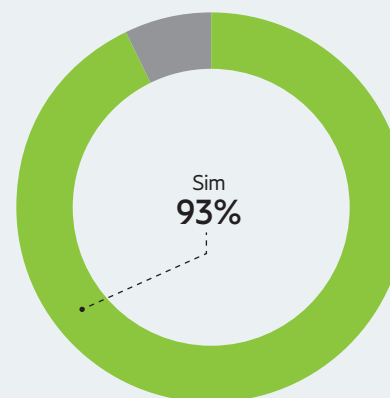




GRÁFICO 26

EM QUAIS APPS OS BRASILEIROS  
JÁ PARTICIPARAM DE VIDEOCHAMADAS?

**Pergunta:** Na lista abaixo, marque com quais apps  
você já participou de videochamadas no seu smartphone.

**Base:** 1.889 brasileiros com smartphone que já realizaram videochamadas

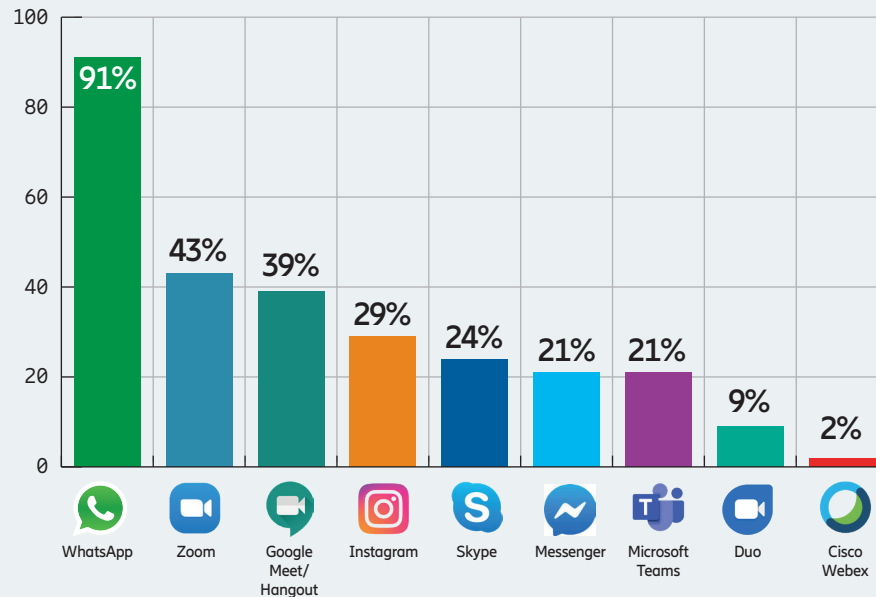
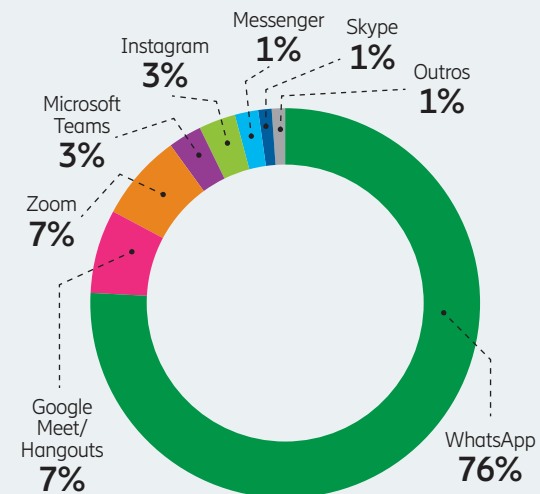


GRÁFICO 27

QUAL O APP QUE O BRASILEIRO MAIS USA  
PARA VIDEOCHAMADAS ATUALMENTE?

**Pergunta:** Qual o app que você  
tem usado com mais frequência hoje  
em dia para videochamadas?

**Base:** 1.889 brasileiros com smartphone  
que já realizaram videochamadas





## Conclusões

A transformação digital do brasileiro acontece majoritariamente através do mobile. Isso fica claro através dos números apontados por essa pesquisa ao longo dos últimos anos. Na comunicação pessoal, nas compras, no consumo de conteúdo para entretenimento, no trabalho: o smartphone é uma ferramenta cada vez mais indispensável e da qual o brasileiro não abre mão, nem mesmo em tempos de crise econômica. Antes de cortar os gastos em telefonia celular, diminuem-se outros custos. Corroboram essa conclusão o crescimento da base pós-paga no Brasil e o aumento da proporção de iPhones – isso em plena recessão econômica, com volta da inflação, juros altos e desemprego elevado.

No contexto do mercado brasileiro, dois aplicativos construíram uma base invejável de usuários: WhatsApp e Instagram. E agora começam monetizá-las, o primeiro cobrando pelas conversas mantidas por empresas com consumidores, o segundo faturando com publicidade. Além disso, o WhatsApp, mais que o Instagram, está em um processo

de lançamento de novas funcionalidades (pagamentos, comunidades etc) que podem alçá-lo à posição de superapp no Brasil – embora seus executivos rejeitem esse rótulo. Vale acompanhar o impacto desses seus movimentos sobre os demais apps no País. Será que eles vão ser atraídos para dentro do WhatsApp como aconteceu com os supeapps na Ásia, vide WeChat?

Um primeiro exemplo foi a entrada da Uber no WhatsApp: sim, agora é possível pedir uma corrida de Uber pelo mensageiro em algumas cidades do Nordeste.

Tudo indica que 2023 será um ano impactante para o WhatsApp no Brasil e que pode ter reflexos em todo o ecossistema móvel nacional. Mas enquanto não inventam um app de bola de cristal para prever o futuro, o melhor que temos à mão é estudar o presente, através de pesquisas como esta.



## QUEM SOMOS



### **SOBRE MOBILE TIME**

Mobile Time é um site jornalístico de notícias diárias sobre a indústria móvel, com foco no segmento de conteúdo e serviços para smartphones.

[www.mobiletime.com.br](http://www.mobiletime.com.br)



### **SOBRE OPINION BOX**

O Opinion Box desenvolve soluções digitais inovadoras para pesquisas de mercado. Atende a milhares de clientes em diversos segmentos, desde pequenas e médias empresas até multinacionais, realizando diferentes tipos de estudos com sua plataforma online e seu painel com mais de 150 mil consumidores em todo o país. Confira outros ebooks, pesquisas, cases, dicas e tutoriais no [blog.opinionbox.com](http://blog.opinionbox.com).

[www.opinionbox.com](http://www.opinionbox.com)

# Conheça outras pesquisas Panorama Mobile Time/Opinion Box



Pesquisa que identifica o perfil do parque brasileiro de smartphones em atividade e as preferências dos consumidores nacional na hora de escolher um novo celular.



Pesquisa semestral que monitora quais os aplicativos mais usados pelos brasileiros



Pesquisa anual que traça um raio-x do mercado brasileiro de chatbots a partir de levantamento de informações junto aos desenvolvedores de robôs de conversação. Inclui guia com os contatos comerciais das empresas



Pesquisa semestral que monitora quais os aplicativos mais usados pelos brasileiros



Pesquisa anual sobre o hábito de uso de smartphones por crianças de 0 a 12 anos



Pesquisa sobre uso de senhas e biometria digital através de smartphones



# Mobilidade.

Esse é o **nosso** mundo.



Assine o Newsletter do Mobile Time e receba de segunda a sexta as últimas novidades do mundo da tecnologia móvel, incluindo matérias e entrevistas exclusivas produzidas por jornalistas especializados!



[www.mobiletime.com.br](http://www.mobiletime.com.br)

AS PESQUISAS ESTÃO DISPONÍVEIS PARA DOWNLOAD  
EM [WWW.PANORAMAMOBILETIME.COM.BR](http://WWW.PANORAMAMOBILETIME.COM.BR)