

Gigante no mercado, Brasil e o potencial protagonismo nos debates sobre redes sociais

O alto engajamento da população brasileira nas redes sociais não é novidade. Como um dos países com maior número de usuários ativos e tempo médio de uso das plataformas, o Brasil tem um papel estratégico nas operações das grandes empresas de tecnologia, sendo frequentemente escolhido como mercado de testes para novas funcionalidades.

Segundo o relatório [Digital 2024: Brasil](#), da DataReportal, havia 187,9 milhões de brasileiros conectados à internet em 2024, o que representa 86,6% da população — um aumento de 6,1 milhões de usuários (ou 3,3%) em relação ao ano anterior, refletindo a contínua expansão digital do país.

No entanto, a pesquisa [TIC Domicílios 2024](#) revela desigualdades nesse acesso. Para 60% dos brasileiros, o celular é o único dispositivo de conexão, percentual que atinge 86% entre as classes DE. Além disso, 29 milhões de brasileiros ainda não utilizam a internet, dos quais 17 milhões pertencem às classes DE e 17 milhões se declaram pretos ou pardos. Esses dados evidenciam disparidades importantes na qualidade e disponibilidade da conectividade móvel.

Apesar dessas desigualdades, a internet móvel tem papel central na dieta de mídia da população brasileira. De acordo com a pesquisa [TIC Domicílios 2023](#), 80% dos usuários de internet no Brasil consomem vídeos, programas, filmes ou séries online. A ampla adesão a essas atividades, junto ao consumo de música e notícias digitais, mostra como as plataformas online se consolidaram como fontes primárias de informação e entretenimento, moldando o cotidiano digital da maioria dos brasileiros.



Uso de redes sociais

Com uma população conectada tão expressiva, o Brasil se destaca como um dos principais mercados de redes sociais no mundo, tanto em número de usuários quanto em níveis de engajamento. Esse protagonismo confere ao país uma influência estratégica nas decisões de empresas multinacionais de tecnologia, dada a relevância de sua base de usuários e o impacto direto nas operações regionais dessas plataformas.

Nesse contexto, o Brasil possui um potencial único de diálogo e poder de barganha com as *big techs*, sendo sede de escritórios regionais dessas empresas. A sociedade civil também desempenha um papel ativo nesse cenário, frequentemente convocada para debates sobre políticas de moderação de conteúdo e práticas de mercado. Paralelamente, o [Poder Judiciário brasileiro se mostra protagonista nessas discussões, como evidenciado pela decisão do Supremo Tribunal Federal \(STF\) que, em 2024, ordenou a suspensão da plataforma X \(antigo Twitter\) por descumprimento de determinações judiciais](#) — um movimento pouco comum em outros países da América Latina.

O Brasil ocupa consistentemente posições de destaque em rankings globais de consumo de redes sociais, [sendo o terceiro país que mais utiliza essas plataformas proporcionalmente, atrás apenas de Índia e Indonésia](#), e à frente de potências como Estados Unidos, União Europeia, México e Argentina. Atualmente, aproximadamente 144 milhões de brasileiros utilizam redes sociais, representando 66,3% da população. Esse crescimento contínuo é impulsionado pelo amplo acesso a dispositivos móveis e pela disponibilidade de planos de internet acessíveis, conforme apontado pelo relatório [Digital 2024: Brasil](#).

O tempo médio de uso das redes sociais pelos brasileiros também é significativo: 3 horas e 37 minutos diários, colocando o país na terceira posição global. Entre as plataformas mais populares estão o WhatsApp, com 94% de penetração entre usuários de internet (147 milhões de pessoas), o Instagram, utilizado por 87,6% (134,6 milhões), e o Facebook, com 79,6% (111,3 milhões) — evidenciando a dominância da Meta no cenário digital brasileiro. O TikTok, com rápida ascensão, já alcança 55,8% da população, especialmente entre o público jovem.

O X (antigo Twitter), apesar de sua relevância para discussões em tempo real e consumo de notícias, é usado por 38,4% dos internautas brasileiros, enquanto o LinkedIn mantém forte presença no ambiente profissional, com 28,2% de adesão. O consumo de vídeos também se destaca, com o YouTube liderando em audiência, atingindo 95,5% dos usuários conectados.

A evolução digital do Brasil é fortemente impulsionada por uma população jovem, com idade média de 33,8 anos, o que projeta um crescimento contínuo no engajamento online e na adoção de novas plataformas. Essa tendência também se reflete na integração crescente entre redes sociais e e-commerce, com mais de 60% dos usuários utilizando plataformas como Instagram e WhatsApp para realizar compras — um indicador da transformação digital na economia brasileira.

A pesquisa [Influenciadores, Jovens e Política na América Latina, conduzida pelo InternetLab](#), revela nuances importantes desse cenário. Entre jovens de 16 a 24 anos, as redes sociais mais utilizadas são Instagram, TikTok e YouTube, sendo o TikTok a principal plataforma de acesso a informações, incluindo notícias e conteúdos políticos.

Mercado

O impacto das redes sociais no Brasil não se limita ao engajamento dos usuários, mas se reflete também na economia digital.

Em nível global, o [mercado de redes sociais](#) foi estimado em US\$ 81,42 bilhões em 2024, com projeção de crescimento para US\$ 179,22 bilhões até 2029, a uma taxa composta anual de crescimento de 17,09%.

[Enquanto a Meta continua dominante no Brasil, o TikTok foi o aplicativo mais baixado globalmente nos últimos anos e lidera em termos de consumo de tempo, seguido pelo YouTube.](#)

Embora não haja um estudo específico sobre o valor de mercado do segmento de redes sociais no Brasil, [algumas estimativas ajudam a dimensioná-lo](#). Em 2023, o investimento total em mídia digital no país foi de R\$ 35 bilhões, dos quais 52% foram direcionados para redes sociais, totalizando cerca de R\$ 18,2 bilhões.

O ambiente digital brasileiro, no entanto, enfrenta oscilações devido a eventos políticos e regulatórios recentes. A suspensão temporária da plataforma X pelo STF em 2024 exemplifica como decisões judiciais impactam diretamente o setor. [Estima-se que a receita anual do X no Brasil varie entre US\\$ 80 e US\\$ 100 milhões, o que corresponde a 2% das vendas totais da empresa.](#)

Força política

Dado o tamanho do mercado brasileiro e sua intensa participação digital, qualquer debate global sobre regulamentação de plataformas, políticas de moderação de conteúdo e transparência algorítmica precisa considerar o impacto e a realidade do Brasil.

Empresas como Meta, Google e TikTok tratam o país como um de seus mercados prioritários, o que influencia diretamente suas decisões sobre privacidade e governança de plataformas. Além disso, o Brasil se consolidou como um importante laboratório de novas estratégias para redes sociais, influenciando não apenas a operação local das *big techs*, mas também seu posicionamento global.

A presença massiva de usuários brasileiros, aliada à alta receptividade a novas funcionalidades, torna o país um espaço estratégico para a experimentação de políticas de moderação, publicidade digital e integração entre redes sociais e serviços financeiros.

O mercado brasileiro não apenas [movimenta milhões de reais em publicidade digital](#) e [e-commerce](#), como também se tornou um ativo estratégico para as empresas de tecnologia. Segundo [Nicola Mendelsohn](#), diretora global de negócios da Meta, "o Brasil é realmente inovador", destacando a disposição dos brasileiros em testar novas funcionalidades, o que influencia diretamente as estratégias da empresa no país.

Além da receita imediata, o Brasil serve como um campo de testes crucial para novas tecnologias e estratégias. A diversidade demográfica e a cultura online vibrante fornecem um valioso laboratório para entender o comportamento do usuário e refinar os recursos das plataformas. O sucesso no mercado brasileiro frequentemente impulsiona a expansão para outros mercados emergentes.

O Brasil não pode ser apenas um espectador nas transformações das políticas das plataformas digitais. Com um dos maiores mercados de redes sociais do mundo, altos índices de engajamento e um ecossistema digital dinâmico, o país tem o potencial de ser protagonista na definição de diretrizes globais para a governança das plataformas.

As decisões tomadas aqui impactam milhões de usuários e criam precedentes que reverberam internacionalmente. Os esforços para se consolidar na vanguarda da regulação, equilibrando inovação, direitos digitais e responsabilidade das *big techs*, dão ao Brasil a chance de moldar o futuro da internet para sua população e, ao mesmo tempo, inspirar modelos globais de regulação para garantir um ambiente digital mais transparente, seguro e democrático.

Momentum – Journalism and Tech Task Force
Daniel Buarque