

Alterações e Contributo no Comportamento dos Utilizadores de Dispositivos Móveis Com Respeito aos Hábitos de Leitura e Atividades Profissionais

Katiane Dias Miranda Ferreira

Mestranda em Ciência da Comunicação Marketing e Publicidade

ULHT

Orientador: Dr. Manuel José Damásio

Email: kati.mira@hotmail.com

Resumo

As tecnologias da Informação (TICs) têm vindo a assumir um papel cada vez mais relevante no quotidiano dos consumidores.

Busca por informação, leitura e realização de atividades profissionais são campos nos quais as tecnologias podem dar seu contributo.

Através de estudo exploratório investigamos a influência dos dispositivos móveis no comportamento dos utilizadores.

Foi também utilizada a metodologia de natureza quantitativa e qualitativa, desenho descritivo suportado num questionário. Amostragem probabilística aleatória simples foi utilizada para a recolha dos dados, os quais foram posteriormente tratados no SPSS.

Os resultados sugerem que os utilizadores com maior adesão às tecnologias passaram a ter novos hábitos referentes a leitura, bem como desenvolvimento de atividade profissional.

Foi constatado, que os adeptos às tecnologias fazem dos dispositivos um objeto de utilização imprescindível nas mais diversas atividades que desenvolvem.

Palavras-Chave: dispositivos móveis, comportamento, tecnologias, mudanças de hábitos, alterações de consumo.

Pressupostos Teóricos

Pretende-se com este trabalho analisar eventuais mudanças no comportamento do consumidor face a introdução dos dispositivos móveis, nomeadamente, pretende-se averiguar se os utilizadores destes dispositivos alteraram seu comportamento em relação à leitura e também passaram a realizar atividades relacionadas ao trabalho através dos mesmos.

Solomon (2002) aborda a temática sobre a influência das tecnologias nos hábitos dos utilizadores.

Desde o lançamento dos tablets foram realizados estes rigorosos sobre a usabilidade para detetar o grau de interação e envolvimento do consumidor com o dispositivo móvel (Jakob Nielsen, Maio de 2011).

Castells (2010) afirma que as sociedades modernas tendencialmente partem para a mobilidade e os aparelhos que proporcionam esta nova vida social são facilmente aceitos.

Para estes autores, os consumidores têm uma predisposição em aceitar produtos ou serviços que lhes proporcionem novas experiências, mobilidade, interação e entretenimento.

No contexto atual, a multifuncionalidade que os dispositivos móveis são capazes de proporcionar também tem contribuído para uma maior aceitação por parte dos indivíduos. (Maico Amorim e Patrícia Bianco, 2011).

Por isso, com este estudo pretendemos conhecer, e colocar em evidência, as mudanças no comportamento do utilizador, determinar quais as alterações que tiveram, em especial no que se refere à aquisição de novos hábitos de leitura, e qual o nível de adesão a este aparelho tecnológico.

Introdução

Diante de um mercado tecnológico cada vez mais competitivo, a indústria de aparelhos que contribuem para a mobilidade, o uso da internet, e o acesso à informação tem sobressaído. O setor tecnológico movimenta valores monetários bastante significativos, em parte porque a indústria da tecnologia tem possibilitado aos utilizadores novas experiências e um maior acesso à informação.

De acordo com Solomon (2002) os consumidores selecionam, compram, usufruem de serviços e experiências, para satisfazer suas necessidades e desejos. Neste contexto, os dispositivos móveis foram reinventados para atender as necessidades e desejos dos consumidores digitalmente habilitados.

As alterações sentidas nos hábitos dos utilizadores que recorrem às tecnologias da informação (TI), as inovações que têm contribuído para estas alterações, a evolução da comunicação, um maior acesso à informação, a crescente concorrência no setor, uma maior exigência do utilizador, e um maior leque de escolha no que diz respeito aos aparelhos que proporcionam uma maior mobilidade, são fatores que obrigam as empresas a superarem-se a si mesmas para oferecer ao consumidor algo sempre melhor em termos de experiência.

Desta forma, o consumidor moderno está cada vez mais ativo e hábil na procura por inovação e experiências no campo da tecnologia.

Por isso, com este estudo pretendemos conhecer, e colocar em evidência, quais as mudanças no comportamento do utilizador e determinar quais as alterações que tiveram lugar derivadas de um uso mais frequente, em especial no que se refere à aquisição de novos hábitos de leitura e atividades relacionadas ao trabalho.

Ao recorrer a estudos e pesquisas constatamos que foram realizados testes independentes e rigorosos no que diz respeito a usabilidade para detectar o grau de interação e envolvimento do consumidor (Jakob Nielsen, maio de 2011). Estes estudos foram minuciosamente analisados de forma a entendermos as mudanças no comportamento do consumidor.

Norman & Nielsen (2010) realizaram um estudo intensivo referente à usabilidade destes dispositivos portáteis e sua interface, sendo que o mesmo tinha como intuito constatar como o consumidor se comportava diante da tecnologia e a sua interação com a mesma.

Já no ano de 2013, mais testes foram realizados com a finalidade de averiguar como os consumidores se comportavam diante do *tablet* e concluíram que havia melhorado em alguns aspetos.

Para Castells (2010), os consumidores têm uma predisposição em aceitar produtos ou serviços que lhes proporcionem novas experiências, mobilidade, interação e entretenimento.

Os dispositivos portáteis, e consequente acesso à internet, apresentam-se como algo que possibilita aos indivíduos maior mobilidade e consequentemente migração ou mudanças nos hábitos de leitura e trabalho, assim sendo, tentaremos comprovar se realmente o utilizador dos dispositivos portáteis tem migrado do material impresso para a nova experiência tecnológica.

Deste modo, iremos debruçar em pesquisa bibliográfica e análise dos relatórios de consultoras ligadas as tecnologias se realmente o digital tem predominado na sociedade, se passou a ser relevante devido à mobilidade, interação e comodidade que o mesmo faculte.

E de salientar que no contexto atual, a multifuncionalidade que os mesmos são capazes de proporcionar também tem contribuído grandemente para uma maior aceitação por parte dos indivíduos. (Maico Amorim e Patrícia Bianco, 2011).

No intuito de averiguar a questão central desta investigação, iremos debruçar-nos sobre as teorias que centram nas alterações dos hábitos de consumo, mais especificamente no meio tecnológico.

Iremos igualmente analisar os dados relativos ao comportamento do consumidor no que diz respeito ao *tablet*, provenientes de consultoras de referência internacional.

Metodologia

Abordagem subjacente no presente trabalho é caracterizado com uma pesquisa exploratória (Maria José Sousa e Cristina Sales Baptista, 2011), na medida em que pretendemos interligar os conceitos teóricos apresentados na revisão bibliográfica e os dados recolhidos em consultoras que abordam a temática novas tecnologias.

Na primeira etapa, foi realizada uma pesquisa bibliográfica a fim de construir um referencial teórico e obter maior entendimento sobre o comportamento do consumidor.

Na segunda etapa, foi utilizada pesquisa quantitativa que tem como principal objetivo transformar as hipóteses em variáveis a fim de fazer inferências estatísticas e correlações para validar ou não as hipóteses (Bryman, 1989).

A pesquisa quantitativa foi realizada através de questionário fechado, composto por questões de múltipla escolha, metodologia que permite coletar dados de forma precisa, evitando distorção na análise dos dados recolhidos (Gil, 1994).

Também há uma fase de natureza qualitativa, onde analisamos um estudo de caso.

O público-alvo deste estudo é constituído por indivíduos que possuem e utilizam dispositivos móveis como *tablet*, entre eles pessoas nos cargos de chefia em empresas.

Foram considerados válidos os questionários respondidos por utilizadores dos dispositivos móveis. Foram aplicados 200 questionários e validados 50% dos mesmos pelos critérios estabelecidos previamente.

O processo de amostra utilizada foi não probabilista por conveniência, o que inclui envio aleatório de questionários em grupos de discussão e debates sobre tecnologias, o que permitiu aos utilizadores responderem de forma espontânea.

Iremos igualmente analisar dados fornecidos por consultorias relativos ao comportamento do consumidor no que diz respeito ao uso dos dispositivos móveis *tablet*, bem como realizaremos uma pesquisa de campo para validar ou não as hipóteses levantadas.

Para entendermos melhor o principal objetivo desta investigação apresentamos o quadro seguinte.

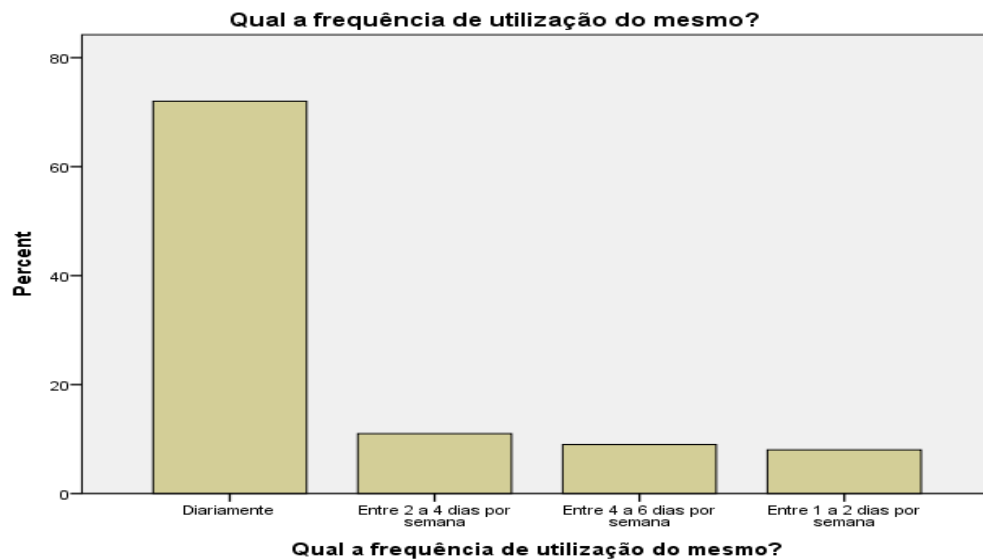
Problema	Perguntas da Investigação	Hipóteses
• Houve ou não alterações no comportamento dos consumidores nacionais que utilizam os dispositivos móveis.	• Quais as alterações causadas no comportamento do consumidor mediante a utilização do <i>tablet</i>? • Qual o contributo do <i>tablet</i> para o surgir de novos hábitos de leitura e de entretenimento?	• Os consumidores estão a executar em dispositivos móveis tarefas que antes faziam por meio analógico e passaram a ler mais com o uso do <i>tablet</i>. • Os dispositivos móveis conduziram os consumidores a novos hábitos de leitura e contribuíram para alterações de comportamento no que diz respeito a atividades relacionadas atividades profissionais.

Resultados

A tabela 1 apresenta os resultados acerca das alterações no comportamento dos utilizadores de dispositivos móveis. Verifica-se que 72% dos entrevistados utilizam o aparelho diariamente e apenas 11% utilizam entre 2 a 4 dias por semana.

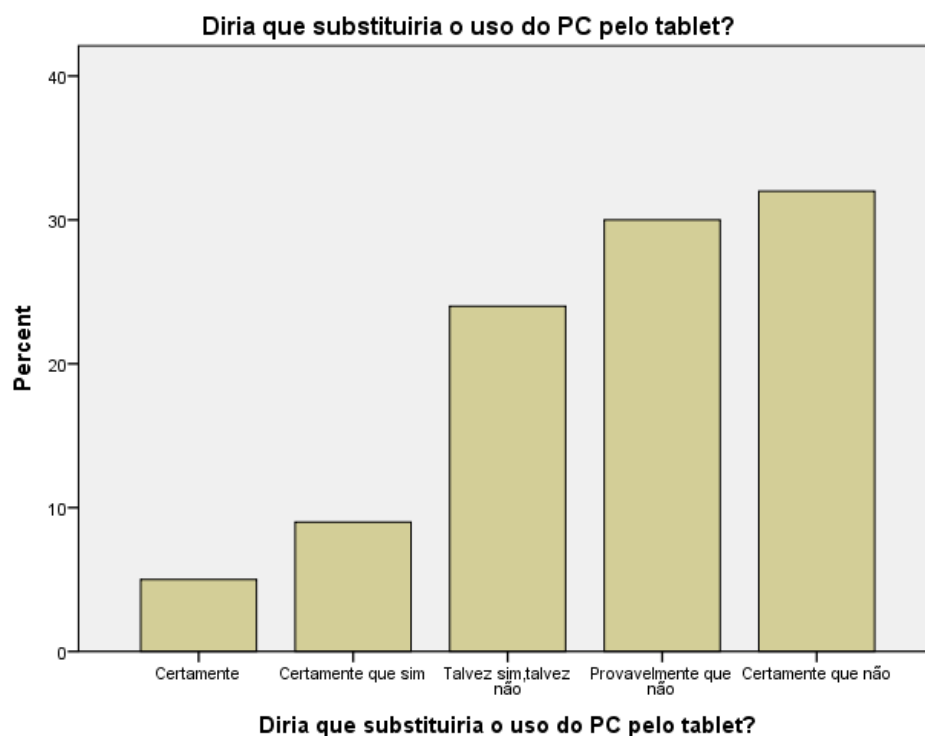
Apenas 9% dos utilizadores faz uso do *tablet* entre 4 a 6 dias por semana, outros 8% usam entre 1 a 2 dias.

Neste sentido, podemos concluir que quanto mais frequente é o uso dos dispositivos móveis *tablet*, e maior o tempo de aquisição, maior é o grau de interação com o dispositivo.



Fonte: Elaborado pela autora (tabela 1)

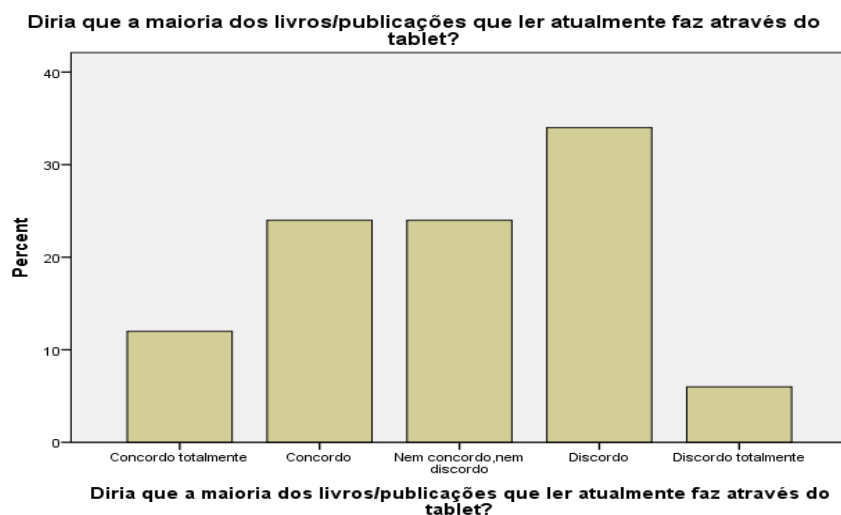
A tabela 2 apresenta os resultados acerca de uma possível substituição do PC pelo dispositivo móvel no que diz respeito a atividades profissionais podemos verificar através dos dados que 32% dos utilizadores afirmam que “Certamente que não”, e 30% dizem “Provavelmente que não”, 24% “Talvez sim, talvez não”, 9% responderam “Certamente que sim” e poucos responderam que tem intensão de substituição, somente 5% responderam “Certamente”.



Fonte: Elaborado pela autora (tabela 2)

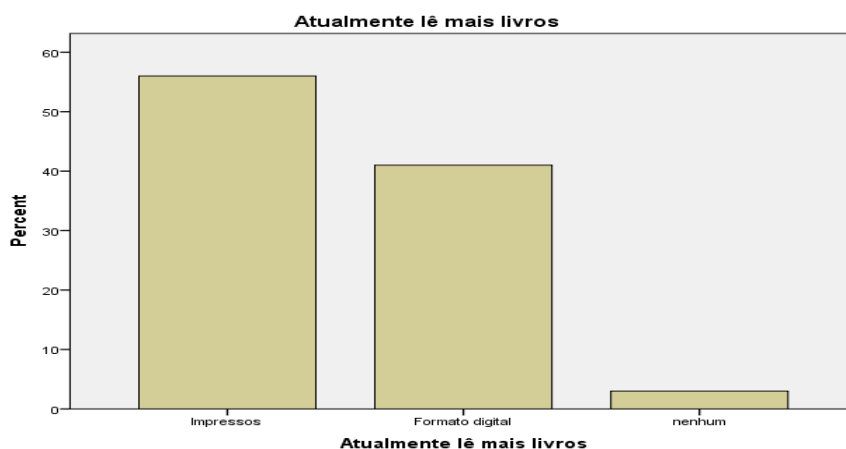
A tabela 3 apresenta os resultados sobre leitura de livros e outras publicações em dispositivos móveis. Nota-se que 34% dos nossos utilizadores de *tablet* responderam “Discordo”, com percentagem parecidas entre os “Nem Concordo nem Discordo” e “Concordo”, ambos ficaram cada um com 24% dos inquiridos, somando 48%.

Dos inquiridos, apenas 12% disseram concordar que leem a maioria dos livros e publicações através dos Tablet, enquanto apenas 6% discordaram totalmente.



Fonte: Elaborado pela autora (tabela 3)

A tabela 4 apresenta os resultados relativos a utilização do *tablet* para leituras de livros. Nota-se que 56% o fazem leitura de livros no formato impresso, 41% no formato digital e apenas 3% não liam livros em nenhum dos formatos.



Fonte: Elaborado pela autora (tabela 4)

Em relação a caracterização da amostra por idade, o primeiro maior escalão corresponde a idades compreendidas entre 36 a 45 anos, o que significa 38% da nossa amostra. O segundo maior escalão, não se distancia muito do primeiro, com apenas 1% de diferença, o que representa 37% da amostra, compreende idades entre 26 a 35 anos, seguido do escalão dos 16 a 25 anos (18%).

Conclui-se assim que mais de 90% da amostra situa entre as idades dos 16 aos 45 anos. Os outros escalões não têm valores com grande significado ou representatividade: 6% entre 46 a 55 anos e 1% entre os 56 aos 65 anos.

Em relação à caracterização da nossa amostra por género/sexo, 79% dos utilizadores de *tablet* que responderam correspondem ao género/sexo masculino e 21% são do género/sexo feminino.

Considerações Finais

Com base na investigação realizada através de análise de dados recolhidos, estudo teóricos e relatórios disponibilizados por consultoras que atuam no segmento alvo, verificamos que está a crescer a migração para dispositivos portáteis.

Nos meios de comunicação tradicional sente-se o reflexo desta nova realidade virtual e, notou-se nos últimos anos, principalmente desde o lançamento do *tablet* uma mudança no comportamento do consumidor, que tem-se apresentado de forma gradativa.

Atualmente, os dispositivos portáteis são mais do que uma ferramenta de entretenimento, passaram a ser essenciais para interação, leitura e acesso à *internet*.

As funcionalidades que advêm do dispositivo móvel permitem ao consumidor a mobilidade e junção de várias funções num só dispositivo.

Entretanto, notou-se que atividades relacionadas com o trabalho ainda são consideradas difíceis de ser realizadas através do dispositivo portátil.

A utilização do dispositivo sai do âmbito fechado, local de trabalho, e transporta-se para o uso pessoal, passando o mesmo a ser objeto de uso diário, o que atrai vários perfis de utilizadores (Alves, Nuno apud Haddon, 2004 e 2006).

As variáveis que mais afetam significativamente “As alterações no comportamento dos utilizadores” são:

- Mobilidade
- Acesso à Internet

- Género Masculino
- Leitura de Jornais
- Acesso às redes sociais
- Atividades relacionadas ao trabalho

Em linhas gerais, com a literatura apresentada, e os resultados recolhidos na pesquisa, corroboram que os dispositivos portáteis têm causado impacto no comportamento do utilizador e se refletido numa mudança de atitude dos consumidores e, por sua vez, tem contribuído de forma direta e significativa para o adotar de novos hábitos de leitura.

Os resultados obtidos também corroboram a hipótese de que os consumidores estão a executar tarefas que no passado faziam por meio analógico e até mesmo começaram a ler mais vezes através dos dispositivos portáteis, especificamente por meio do *tablet* que contribuiu para o adotar de novos hábitos de leitura e entretenimento, o que causou alterações de comportamento dos utilizadores.

Tendo em conta a média das respostas dadas pela amostra, possibilitou-nos conhecer de um modo geral, o consumidor português e brasileiro. Os consumidores da amostra consideram que os dispositivos móveis são relevantes para a leitura de publicações como jornais e revistas, acesso a conteúdo *online* e outras informações de seu interesse por meio da *internet*.

Contudo, no mercado laboral constatou-se que ainda há uma certa rejeição por parte do consumidor, pois na maioria dos casos as atividades são realizadas no *desktop*, já que o dispositivo móvel é bastante restrito, não permitem que todas atividades sejam realizadas da mesma forma que no computador convencional.

Portanto, podemos verificar através dos dados recolhidos, pesquisa bibliográfica e relatórios que houve no decorrer dos anos uma crescente utilização dos dispositivos móveis, principalmente no que diz respeito à leitura e entretenimento, visto que os utilizadores passam mais tempo conectados à *internet* para ler notícias, fazer *download* de livros digitais e interagir com os seus pares e círculo de amigos.

Referências Bibliográficas

Amorim, M., Bianco, P. (2011). Material Didático em Mídia Digital: Transposição de uma

Bianco, P. Amorim M. (2011). Material Didático e Mídia Digital. Transposição de uma apostila do colégio Dom Bosco para o tablet computer.

Castells, M. Cardoso, G. (2010). Sociedade em Rede. Fundação Calouste Gulbenkian.

Gil, A.C. (1994). Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo. Atlas.

Marcos, M., Miranda, J. (Org.) (2002). *A Cultura das Redes – Revista de Comunicação e Linguagens*, número extra. Relógio d'Água.

Norman, Donald; Nielsen, Jakob. Gestural Interfaces: A Step Backward in Usability. *Interactions*. Vol. 17, issue 5, sept-oct. 2010. p. 46-49

Solomon, M. (2002). O comportamento do consumidor – Comprando, possuindo e sendo. Bookman.

Moreira, C. (2007). Teorias e Práticas de Investigação. Edição Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.