

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

**KARINA RODRIGUES BEZERRA
NATÁLIA CRESPIAN RIZO**

**A INFLUÊNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS MÓBIL
NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR:
APLICATIVOS DE ENTRETENIMENTO E OS JOVENS**

BAURU
2014

**KARINA RODRIGUES BEZERRA
NATÁLIA CRESPIAN RIZO**

**A INFLUÊNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS MÓBIL
NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR:
APLICATIVOS DE ENTRETENIMENTO E OS JOVENS**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Centro de Ciências
Exatas e Sociais Aplicadas como parte
dos requisitos para obtenção do título de
bacharel em Publicidade e Propaganda,
sob a orientação do Prof. Me. Vitor
Pachioni Brumatti

BAURU
2014

B574i Bezerro, Karina Rodrigues.

A influência das novas tecnologias mobile no comportamento do consumidor: aplicativos de entretenimento e os jovens / Karina Rodrigues Bezerro; Natália Crespan Rizo -- 2014.
50f.

Orientador: Prof. Me. Vitor Panchioni Brumatti.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.

1. Tecnologia. 2. Smartphones. 3. Aplicativos de entretenimento. 4. Comportamento do consumidor. I. Rizo, Natália Crespan. II. Brumatti, Vitor Panchioni. III. Título.

**KARINA RODRIGUES BEZERRO
NATÁLIA CRESPIAN RIZO**

**A INFLUÊNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS MOBILE NO
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: APLICATIVOS DE
ENTRETENIMENTO E OS JOVENS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação do Prof. Me. Vitor Pachioni Brumatti.

Banca examinadora:

Prof. Me. Vitor Pachioni Brumatti
Universidade do Sagrado Coração

Prof. Esp. Renato Valderramas
Universidade do Sagrado Coração

Prof. Esp. Hielel Hugo de Oliveira Mazzoni
Universidade do Sagrado Coração

Bauru, ____ de junho de 2014.

Dedicamos este trabalho aos nossos pais.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente aos nossos pais, que nos proporcionaram a oportunidade de estudar nessa instituição e pelo esforço de sempre nos oferecer o melhor. Aos nossos professores que sempre fizeram de tudo para nos ajudar e nos auxiliaram durante o curso. A todos os nossos amigos que colaboraram para a aplicação da pesquisa e principalmente ao nosso Prof. Orientador Vitor Brumatti, que nos deu todo o suporte para realização deste projeto.

RESUMO

Na nova era tecnológica em que a sociedade está se reestruturando, o rápido desenvolvimento da tecnologia vem possibilitando aos consumidores estarem cada vez mais inseridos na mobilidade digital, na qual tudo está mais fácil e mais acessível, tanto financeiramente quanto a facilidade em adaptação e manuseio dos dispositivos criados para este fim. Este trabalho foi desenvolvido especialmente para estudar essa nova tecnologia que proporciona interação a todo tempo, que são os *smartphones* e seus aplicativos de entretenimento. Estes conquistaram o mercado e ainda mais seus consumidores, pois foram criados novos modelos e padrões tecnológicos, os quais passam a fazer parte do dia a dia dos jovens, que conseqüentemente mudam seus hábitos e comportamentos. Após a pesquisa realizada, pode-se notar a grande influência que os smartphones e seus aplicativos de entretenimento causam na vida dos jovens. Foi nítido verificar que uso se intensifica ao passar do tempo, que traz como consequência o manuseio desenfreado dessa ferramenta, que pode até atrapalhar de alguma forma as relações pessoais *off-line*.

Palavras-chave: Tecnologia. Smartphones. Aplicativos de entretenimento. Comportamento do consumidor.

ABSTRACT

In the new technological era in which society is restructuring, the rapid development of technology has enabled consumers are increasingly embedded in digital mobility, in which everything is easier and more accessible, both financially and in the ease of adaptation and handling devices created for this purpose. This work has been especially developed to study this new technology that provides interaction at all times, that are the smartphones and their applications entertainment. These captured the market and its consumers even more, as new models and technology standards, which become part of everyday life of young people, which consequently change their habits and behaviors were created.

Keywords: Technology. Smartphones. Entertainment applications. Consumer behavior.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	08
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA.....	08
1.2 OBJETIVOS.....	09
1.2.1 Objetivo geral.....	09
1.2.2 Objetivos específicos.....	09
1.3 JUSTIFICATIVA.....	09
1.4 METODOLOGIA.....	09
2 DESENVOLVIMENTO TEÓRICO.....	12
2.1 TECNOLOGIA.....	12
2.1.1 Tecnologias móveis e os <i>smatphones</i>	14
2.1.2 Internet e Internet móvel.....	15
2.1.3 Mobile.....	17
2.1.4 Aplicativos de entretenimento (comunicação).....	19
3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR.....	23
3.1 APLICATIVOS DE ENTRETENIMENTO, COMUNICAÇÃO E OS JOVENS	24
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	27
4.1 APLICAÇÃO DA PESQUISA.....	27
4.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	27
4.2.1 Análise Geral da Pesquisa.....	30
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
REFERÊNCIAS.....	34
APÊNDICE A.....	38
APÊNDICE B.....	39

1 INTRODUÇÃO

A tecnologia é um dos fatores mais importantes para o desenvolvimento da sociedade atualmente e está inserida na vida do homem de maneira significativa, a tal ponto de mudar seus hábitos, pensamentos e sua cultura.

Os primeiros formatos da tecnologia tinha seu acesso mais restrito a uma pequena parcela da população, mas ao passar dos anos foi se popularizando ficando de fácil acesso devido ao seu desenvolvimento acelerado. Com isso, os custos foram reduzindo e a maioria passou a usufruir dessa tecnologia.

Uma inovação que vem crescendo cada vez mais no mercado é a tecnologia móvel, a qual possibilita a conexão dos usuários à várias informações ao mesmo tempo em lugares diferentes. Assim, tem a chance de acessar qualquer informação a hora que quer e onde quiser. Como exemplo tem-se os smartphones, que são muito utilizados por possibilitar a mobilidade e acesso à vários serviços.

Hoje em dia muitos estão deixando de lado o computador de mesa, pois ao utilizar um aparelho móvel, pode ter a possibilidade de acesso à internet 24 horas, ver as notícias, acessar as redes sociais, conversar com os amigos, jogar, armazenar e compartilhar arquivos instantaneamente. É uma nova maneira prática, fácil e rápida de interagir com o mundo.

Esta área vem crescendo e ganhando cada vez mais espaço e muitas empresas estão investindo e também criando novas ferramentas para facilitar ainda mais o uso, como os aplicativos. Estes são utilizados frequentemente para atividade tanto pessoal quanto profissional, seja para entretenimento, enviar um e-mail ou até mesmo ter acesso à sua conta bancária e muito mais.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

Quando se fala em mundo globalizado, significa falar em tecnologia, a qual cresce e se modifica a cada dia e que se torna cada vez mais presente na vida do homem. A tecnologia tem o intuito de facilitar, acomodar e também conectar as pessoas com outras e com o mundo de diversas formas. Atualmente o mobile vem ganhando cada vez mais o mercado e atraindo principalmente os jovens. Como os jovens se comportam diante de novas tecnologias mobile, em específico os smartphones, e sua imensidão de aplicativos da qual podem usufruir?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Compreender a utilização de aplicativos de entretenimento e comunicação em *smartphones* por jovens universitários da região de Bauru

1.2.2 Objetivos específicos

Entender a tecnologia mobile, suas aplicações e possibilidades.

Obter informações sobre o comportamento de jovens Universitários envolvidos com tecnologia mobile e seus aplicativos de comunicação sendo também inseridos nos aplicativos de entretenimento.

Descobrir quais são os aplicativos de entretenimento junto a comunicação mais utilizados pelos jovens e o motivo pelo qual utilizam.

Verificar as mudanças de hábito e as influências no comportamento dos jovens.

1.3 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho vem a ser importante para entender o comportamento dos jovens no atual momento, o da tecnologia móvel, que está cada vez mais presente no cotidiano. Com isso, a necessidade de se comunicar está se tornando frequente e intensa, acarretando assim mudanças no comportamento desses jovens. Através da pesquisa realizada, por meio dos dados coletados foi possível proporcionar mais informação e entendimento sobre o assunto, e mostrar qual a finalidade de uso, a frequência e as mudanças de hábitos ocorrentes da utilização desencadeada dessa tecnologia.

1.4 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do trabalho foi necessário a realização de algumas etapas. Inicialmente foi desenvolvida uma pesquisa exploratória, através de buscas bibliográficas para poder compreender melhor o assunto abordado.

Segundo Marconi, Lakatos (2010, p. 170):

[...] pesquisa exploratória é a investigação de pesquisa empírica com o objetivo de formular questões ou um problema com a finalidade de desenvolver hipóteses, aumentar familiaridade do pesquisador com um ambiente fato ou fenômeno para realizar uma pesquisa futura mais afundo. (MARCONI, LAKATOS, 2010, p. 170).

Já para Manzo (apud Marconi e Lakatos, 2006, p.71), a bibliografia pertinente "oferece meios para definir, resolver, não somente problemas já conhecidos, como também explorar novas áreas nas quais os problemas não se cristalizaram suficientemente".

Após o recolhimento de dados bibliográficos, foi elaborada uma pesquisa descritiva, com base em métodos qualitativos com a finalidade de identificar o uso dos aplicativos de entretenimento nos *smartphones* por parte dos jovens.

Pesquisa Descritiva é quando o pesquisador apenas registra e descreve os fatos observados sem interferir neles. Visa a descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de Levantamento. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 52).

Em relação à pesquisa qualitativa, Prodanov e Freitas (2013, p. 70) diz:

Pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isso é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a objetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Esta não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para a coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. Tal é descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

A pesquisa foi realizada pelas autoras entre os dias 7 e 16 de Maio de 2014. A abordagem aconteceu através de um questionário do Google Docs, via internet, especificamente inbox do *Facebook*, contendo doze questões, sendo as três primeiras consideradas como pré-requisitos para poder responder as questões, e as nove restantes mais específicas. Das nove duas perguntas fechadas e as outras sete abertas. A amostragem utilizada na pesquisa foi de jovens Universitários da região de Bauru, na faixa etária de 18 a 25 anos de idade.

Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 57) sobre o levantamento survey “[...] envolve a interrogação direta das pessoas cujo comportamento desejamos conhecer através de algum tipo de questionário [...].”

O questionário é uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante (respondente). O questionário, numa pesquisa, é um instrumento ou programa de coleta de dados. Se sua confecção for feita pelo pesquisador, seu preenchimento será realizado pelo informante ou respondente. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 108).

Após a coleta os dados foram tabulados e analisados de forma a permitirem a identificação e compreensão do uso dos aplicativos de entretenimento em *smartphone* por parte dos jovens universitários.

2 DESENVOLVIMENTO TEÓRICO

Para melhor familiarização e entendimento, serão abordados temas como a tecnologia, sendo esse um assunto muito importante para começar a entender como surgiu e como está seu formato e contextualização nos dias atuais, como as tecnologias móveis e os *smartphones*. Em seguida será retratado como consequência, a internet móvel, o mobile e os aplicativos de entretenimento. Também será estudado o comportamento do consumidor, visando mostrar a interação existente dos jovens com os aplicativos de entretenimento.

2.1 TECNOLOGIA

Para iniciar essa discussão a respeito da tecnologia, sua conceituação e aplicação na sociedade serão trabalhadas nesse momento a composição e significado da própria palavra.

“Tecnologia é um termo que vem do grego "tekhne" que significa "técnica, arte, ofício" e o sufixo "logia" que significa "estudo". Produto da ciência, engenharia envolvendo um conjunto de instrumentos, métodos e técnicas que possui como visão resolução de problemas através de avanços nunca vistos antes.” (SIGNIFICADO..., 2011-2014).

Para Castells (1999, p.3):

[...] a tecnologia não determina a sociedade, nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica, mas sim, a tecnologia incorpora a sociedade, e esta se utiliza da tecnologia, por muitos serem os fatores, inclusive criatividade e iniciativa empreendedora, que intervêm no processo de descoberta científica, inovação tecnológica e aplicações sociais, de forma que o resultado final depende de um complexo padrão interativo.

Segundo Significado... (2011-2014):

[...] durante a passagem dos séculos novas tecnologias foram surgindo, separadas longos períodos de tempo, como as tecnologias primitivas ou clássicas, por exemplo, a descoberta do fogo, a invenção da roda, escrita, as tecnologias medievais como a prensa móvel, as tecnologias militares como as armas, já no século XX tivemos a evolução das telecomunicações, computadores, internet além das tecnologias avançadas, como a Energia Nuclear, Nanotecnologia, Biotecnologia, entre outras.

A tecnologia sempre fez parte da vida do homem, desde seus primeiros inventos, mas cada uma com sua característica, inserida em vários contextos sociais e culturais diferentes.

Avanços da tecnologia possuem os dois lados. O positivo, quando a tecnologia ajuda a melhorar a qualidade de vida do homem, e o negativo, quando surgem questões sociais preocupantes como o desemprego, a substituição do homem pela máquina, ou a poluição ambiental que afeta o meio ambiente.

Deve-se analisar que, sem essas novas tecnologias que surgem a cada momento, o mundo teria parado no tempo, sem nunca evoluir.

Um exemplo de uma grande evolução para a sociedade foi Gutemberg. Considerado o criador do processo de impressão com tipos móveis, a tipografia, que nada mais é do que a arte que compreende os vários modos de impressão dos textos, como a criação dos caracteres até sua composição e impressão, de modo que resulte num produto gráfico ao mesmo tempo adequado, legível e agradável. (CASTELLS, 1999).

Depois disso surgiram vários tipos de mídias e coisas novas que se desenvolveram com o passar dos anos. No final do século XX apareceu um novo produto que se tornou popular rapidamente, o computador e a informática.

Segundo Resumo... (2014) a computação moderna pode ser definida pelo uso de computadores digitais, que não utilizam componentes analógicos com base de seu funcionamento. Ela pode ser dividida em quatro gerações: As dos computadores da primeira geração de 1951 a 1959, que possuíam circuitos eletrônicos e válvulas, tinha uso restrito, precisava ser reprogramado a cada tarefa, tinha grande consumo de energia e problemas devido a muito aquecimento. Os computadores da segunda geração de 1959 a 1965 era para uso comercial, com tamanho gigantesco, capacidade de processamento muito pequena e uso de transmissores em substituição às válvulas. Os Computadores de terceira geração de 1965 a 1975, na surgem com circuitos integrados, diminuição no tamanho, maior capacidade de processamento e início da utilização dos computadores pessoais. Em seguida surgem os modelos mais avançados e o desenvolvimento dos aplicativos da quarta geração como softwares integrados, processadores de texto, planilhas eletrônicas, gerenciadores de banco de dados, gráficos e gerenciadores de comunicação.

Com a evolução da tecnologia, vários modelos de computadores foram desenvolvidos, com formatos e conceitos mais modernos segundo seu contexto histórico, para melhorar a utilização da informática.

De alguns anos para cá, foi lançado o computador móvel no mercado, que conquistaram muitos fregueses por proporcionar comodidade pelo fato de poder levá-lo para qualquer lugar e mais recentemente, até mesmo dentro do bolso. Entre esses dispositivos, podemos citar primeiramente os celulares e smartphones, que cada vez mais executam funções existentes nos computadores, possuindo sistemas operacionais completos.

A principal tendência que já está ocorrendo é a união de muitas funcionalidades em um mesmo aparelho. Por isso, daqui alguns anos, vai ser muito comum que as pessoas tenham somente um único dispositivo portátil, que vai executar todas as tarefas desejadas. A chegada dos *tablets* ao mercado foi outro grande passo para que isso se tornasse realidade.

A tecnologia móvel e os *smartphones* serão abordados teoricamente no próximo tópico.

2.1.1 Tecnologias móveis e os *smartphones*

É nítida a importância das tecnologias móveis na sociedade atual e por isso, faz-se necessário compreender suas definição e conceituação para possibilitar um melhor desenvolvimento do estudo do tema.

Para Fé (2004, p. 22):

[...] tecnologia móvel é todo dispositivo de comunicação de voz ou dados que funcionam por meio de comunicação sem fio, elas se dividem em três categorias principais, diferenciadas principalmente pelo alcance do seu sistema de rádio. Esses três tipos de infraestrutura são: Redes pessoais *PANs (Personal Area Networks)*; Redes locais sem fio *WLAN (Wireless Local Area Networks)*, popularmente conhecidas como redes Wi-Fi (*Wireless Fidelity*); Redes sem fio de longa distância *WWANs (Wireless Wide Area Networks)*, as redes convencionais de transmissão das empresas operadoras de celular.

O telefone celular é uma forma pós-moderna de comunicação juntamente com a mobilidade, mas infelizmente acaba sendo pouco citado na literatura de autores importantes da época.

Conforme lembra Roos (2003, p. 3), uma das primeiras obras que trata do tema, "Heidegger, Habermas and the mobile phone". Myerson (2001) limita-se a uma discussão não aprofundada sobre o uso da tecnologia em alguns países, com pouca análise sobre os impactos da explosão de uso do aparelho celular ao redor do mundo. Geser (2004) diz que o telefone móvel parece atrair menos entusiasmo intelectual e pesquisa científica do que a Web, e opina que, na perspectiva teórica de Castells (1999), a rede mundial é o único evento que ganha *status* de megainovação que realmente interessa, ao passo que a comunicação móvel via celular é quase que totalmente ignorada. Ele diz:

Essa visão não leva em conta o fato básico que, em comparação com o os PCs e a Internet, os telefones móveis são usados atualmente por camadas muito mais amplas da população em todo o mundo, e que para muitos usuários eles provocaram fortes impactos em sua vida social, tanto que maior parte deles está disposta a gastar somas muito maiores de dinheiro com contas de celular do que com um provedor de *Internet*. (GESER, 2004, p. 4).

Com a evolução tecnologia dos telefones móveis, vários modelos foram lançados e hoje em dia o mais completo, e utilizado pelos usuários são os famosos *smartphones*. Estes são como um computador portátil, pois possui todas as funções de um, como baixar arquivos, músicas, tirar fotos e acessar a internet.

Para Significado..., (2011-2014) "*Smartphone* é um celular com tecnologias avançadas, o que inclui programas executados um sistema operacional, equivalente aos computadores."

Para que isso ocorra é necessário que o aparelho possua algum modo de acesso à internet, que hoje em dia é indispensável para qualquer *smartphone*, essa internet será explicada mais especificamente no próximo tópico.

2.1.2 Internet e Internet móvel

Com as novas tecnologias entrando a todo vapor no mercado dos telefones móveis, não seria tão interessante e de nada valeria se não utilizassem o serviço de internet nos aparelhos. Por isso a internet é a base para a real função dos *smartphones* e deve ser ressaltada pela sua importância.

Para Castells (2004, p. 7) internet é a “base tecnológica para a forma organizacional da era da informação: a rede”. O surgimento da internet ocorreu de acordo com a tecnologia existente da época.

Segundo Ciriaco (2006) a partir de pesquisas militares no auge da Guerra Fria, para facilitar a troca de informações e dados se ocorresse um ataque nuclear, vindo dos soviéticos, algumas universidades e institutos estadunidenses tiveram seus computadores interligados através de uma. Em 1970 a tensão entre ambos os lados diminui, e entram no período de Coexistência Pacífica. Após, com a liberação do desenvolvimento e uso da internet para fins não-militares, a rede foi crescendo e se tornando cada vez mais abrangente. No Brasil o primeiro contato com a internet, foi no final da década de 1980.

Aos poucos a internet foi se popularizando, mas ainda sim com suas limitações, primeiro com conexão discada e depois veio a conexão banda larga e não parou por aí, logo surgiu a primeira geração da telefonia móvel, o 1G, que apenas permitia falar ao telefone, realizar e receber ligações. Em seguida veio o 2G no início dos anos 90, que permitia envio de SMS. Depois veio o 2,5G que foi uma fase transitória entre o 2G e o 3G. Esta trouxe mais velocidade e também a utilização de novas tecnologias para na transmissão de dados que superavam suas antecessoras. Percebe-se que ao passar do tempo, as melhorias foram acontecendo. (CIRIACO, 2006).

Já com a chegada do 3G, que foi a grande revolução dos últimos tempos, permitiu a transmissão de dados em longa distância e a altas velocidades (até 10 Mbps), possibilitando assim o acesso à internet por *notebooks* e *desktops* ou em *smartphones* apenas utilizando um pacote com acesso a internet. Nos dias de hoje já é possível ter a internet 4G, com mais rapidez.

Segundo Ciriaco (2009):

Internet móvel dá-nos a possibilidade de aceder a conteúdos da *World Wide Web* em qualquer lugar a partir de um dispositivo móvel. Para tal, necessitamos de um dispositivo móvel, seja ele um telemóvel, um *smartphone*, um *tablet* PC ou um *notebook*.(CIRIACO, 2009)

Tablets, *smartphones*, celulares, *notebooks* são aparelhos móveis, ou seja, é possível a movimentação com eles, esses aparelhos estão encaixados na tecnologia mobile que será abordado no próximo item.

2.1.3. *Mobile*

O par infalível, a internet e os *smartphones*, transformou a era das tecnologias móveis, pois ofereceu praticidade, facilidade e acesso a qualquer conteúdo de forma ainda mais instantânea. Como resultado, observa-se que a união dessas tecnologias proporcionou muita mobilidade, a qual é um grande artifício para o futuro do desenvolvimento tecnológico.

Segundo Tecnologia... (2014) o conceito *Mobile* “é toda tecnologia que permite seu uso durante a movimentação do usuário.”

A tecnologia móvel pode ser considerada uma revolução, pois foi capaz de atingir o cotidiano das pessoas e fazer parte da vida delas, modificando suas rotinas e formas de tomar decisões. Muitos vivem 24 horas no celular e ainda mais, não consegue ficar sem ele. Com um celular móvel é possível se conectar em qualquer lugar e algumas pessoas usam seu *smartphone* conectado na Internet ao mesmo tempo em que assiste Tv. Isso foi possível devido evolução da tecnologia móvel, que nos dispôs diversos dispositivos, como os celulares, redes *wireless*, *wi-fi*, *bluetooth*, *smartphones*. Outro exemplo seriam os computadores portáteis, como os *Palmtops* e *Notebooks*. (TECNOLOGIA..., 2014)

De acordo com a publicação em Desenvolvimento... (2014) “a mobilidade iniciou como uma facilidade, mas hoje em dia tornou-se uma necessidade.” A evolução deste segmento foi tão rápida porque este tipo de tecnologia permite o acesso a dados e informações em qualquer momento e em qualquer lugar. Isto se torna um poderoso atrativo. (DESENVOLVIMENTO..., 2014)

Assim, as tecnologias móveis destacam-se entre as mídias interativas , pois além de promoverem a interatividade , contam com os recursos de mobilidade e portabilidade. Assim, o usuário passa a ter a comunicação literalmente em suas mãos. (FEDOCE; SQUIRRA, 2011)

Segundo Brito (2013) nos últimos 15 anos a conexão móvel tem se tornado, uma grande ferramenta para o desenvolvimento socioeconômico das sociedades. As marcas que não se prepararem para mostrar aos usuários um site adequado ao formato mobile, vai perder seus clientes, pois a navegação via mobile não pode perder para o desktop. O ideal é que as empresas pensem em seu site primeiro no mobile, pois assim terá certeza de uma excelente visualização e navegação fácil.

Para entender melhor os hábitos do consumidor móvel *online*, a empresa de mídia *HI-Mídia* e a *M-Sense*, especializada em estudos sobre o mercado digital, realizaram uma série de pesquisas sobre o mercado mobile. (BRITO, 2013)

Estudos apontam que o comércio de dispositivos móveis está superando as expectativas e as vendas de computadores portáteis e de mesa. Os aparelhos serão brevemente substituídos por *tablets* e *smartphones*. A tendência que pode, inclusive, ser comprovada pelos últimos lançamentos do mercado é a incorporação dos terminais em peças do vestuário. Exemplos dessa desmaterialização são os óculos e relógios inteligentes.

A tecnologia móvel é uma tendência inevitável que vai eliminar as formas convencionais de atendimento ao cliente, vai possibilitar a diminuição dos deslocamentos, irá mudar a forma como a informação é disponibilizada. É assim que surgirão várias oportunidades de negócio, quem souber aproveitar terá seu futuro garantido no mercado. (TECNOLOGIA..., 2014).

Assim, a minha conclusão é a de que, cada vez mais, o celular está se tornando o mais importante contato de acesso a internet para várias pessoas (e para as menos favorecidas, o único), mas as grandes marcas ainda não atentaram para isso, não tendo qualquer estratégia Mobile ou, quando têm, são Apps ruins, feitos apenas para as empresas declararem que estão “inovando” e fazendo Mobile. (CASTELO, 2013).

Apesar do crescente domínio exercido pela mobilidade nas tecnologias da informação e comunicação, o investimento em infraestrutura não tem acompanhado em capacidade e qualidade o avanço da demanda pelos consumidores. Assim, o maior desafio das operadoras e prestadores de serviços de telecomunicações é expandir a telefonia celular e a área de redes, com o aproveitamento de todo o espectro disponível.

Com essa mobilidade, pode-se destacar os aplicativos, os quais passam a ser a grande preferência dos usuários e que será explicado com maior detalhe no próximo tópico.

2.1.4 Aplicativos de entretenimento (comunicação)

Ao se falar de tecnologia mobile, um dos produtos que estão sendo utilizados de forma cada vez mais intensa são os aplicativos, principalmente os de entretenimento, os quais são o foco deste trabalho e também mostrar que o entretenimento também faz parte dos aplicativos de comunicação e redes sociais, pois também proporcionam diversão, ao compartilhar ou postar arquivos, seja vídeos ou fotos.

Estes foram criados para facilitar o acesso, para que seja de forma mais rápida seja nos *smartphones* ou *tablets*. Os aplicativos são ferramentas muito utilizadas até mesmo pelo marketing de determinadas empresas que buscam formas diferenciadas de divulgar seus produtos ou suas ideias.

App é a abreviatura de *application*, ou seja aplicação (aplicativos). Aplicação essa que é instalada em um aparelho mobile. A função das apps é facilitar a vida aos utilizadores, proporcionando-lhes um acesso direto a serviços de notícias, informação meteorológica, jogos, serviços de mapas, com geolocalização através de GPS ou utilitários do mais variados tipos de finalidades. (GUERREIRO, 2010).

A *web* sempre foi a base de grandes empresas como *Amazon*, *Facebook*, *Google*, *Apple* e *Microsoft*. Mas com o surgimento dos aplicativos, o termo *web* vai muito além de um simples acesso a páginas da internet ao vivenciar sistemas *Android* e *iOS* projetados para os smartphones. (CLABURN, 2013).

Segundo Claburn (2013), um pesquisa feita pela Flurry mostra que o uso de aplicativo é responsável por 86% do tempo médio do consumidor móvel dos EUA.

Com essa porcentagem, fica claro que o usuário permanece conectado várias horas do seu dia, até mesmo pelo fato de que atualmente a maioria tem acesso à um aparelho mobile, no qual instalam diversos aplicativos conforme seu interesse. É possível encontrar para todos os gostos, desde editor de imagens até jogos.

Segundo publicado em Aplicativos... (2007-2014), os aplicativos estão cada vez mais populares e se tornaram muito importantes nos últimos anos, pois passam a ter papel importante na vida dos usuários e ressalta que os aplicativos, que ganhou fama nos *smartphones*, crescem rapidamente no mundo todo por oferecerem aos usuários diversas ferramentas de acordo com seus desejos e necessidades. Esse crescimento é percebido, quando uma pesquisa da *Flurry*

consta que o Brasil está na 10ª colocação entre países que mais utilizam os sistemas operacionais como *iOS* e *Android*. É muito aparelho móvel e muito aplicativo sendo usado diariamente.

Segundo site Mobilepedia (2013), o Brasil está na 7ª colocação no que diz maiores economias do mundo. Em relação aos aplicativos móveis, está na 14ª posição no ranking mundial.

O cálculo, feito pela Distimo, empresa que acompanha dados de milhares de desenvolvedores, tem como base o mês de agosto de 2013 e leva em conta a receita gerada com downloads pagos e vendas in-app na Google Play e na App Store, mas não inclui publicidade móvel. Assim, o Brasil é o principal mercado da América Latina. À sua frente, em ordem decrescente, estão: Estados Unidos, Japão, Coreia do Sul, Reino Unido, China, Austrália, Alemanha, Canadá, França, Rússia, Taiwan, Itália e Suíça. Depois do Brasil, completam o top 20: Espanha, Suécia, Hong Kong, Holanda, Noruega e Cingapura. O segundo latino-americano mais bem colocado é o México, na 23ª posição. A Argentina aparece em 40º. (DI ROBERTO, 2013).

Diante essa pesquisa, o Brasil ficou como o principal mercado da América Latina, deixando para trás o México em 23º e a Argentina em 40º lugar. Na liderança em ordem decrescente estão: Estados Unidos, Japão, Coreia do Sul, Reino Unido, China, Austrália, Alemanha, Canadá, França, Rússia, Taiwan, Itália e Suíça. (DI ROBERTO, 2013c).

Esses dados mostram como os usuários de aplicativos crescem de maneira acelerada no Brasil e que mesmo com seu desenvolvimento econômico inferior a de grandes potências mundiais, sua colocação é significativa. Ainda mais quando é denominado o principal da América Latina.

De acordo com Di Roberto (2013c) o aplicativo que está batendo de frente com o *Watsapp* é o *Wechat*, este muito popular na China, com 100 milhões de usuários.

Ela também fala que o *WeChat* tem 236 milhões de usuários ativos, o *WhatsApp* conta com 300 milhões de usuários ativos por mês, sendo que o *WeChat* é o mais baixado na Argentina, Brasil, Itália, México, Filipinas, Singapura, Espanha, África do Sul, Tailândia e Turquia. Este aplicativo está disponível para *iOS*, *Android*, *BlackBerry*, *Windows Phone*, S40 e computador. (DI ROBERTO, 2013c)

Para ter acesso ao *Wechat*, *Watsapp* e outros aplicativos, é só acessá-los através das “lojas de aplicativos”, como a *App Store*, *Android Market*, *BlackBerry App World*, *Ovi Store*, entre outros, e lá serão encontrados aplicativos gratuitos e

pagos. Além dos dispositivos como *iPhone*, *iPad*, *BlackBerry* ou *Android*, os aplicativos podem ser baixados por computadores menos portáteis, como laptops ou desktops. Os aplicativos são elaborados para facilitar diferentes atividades do usuário, assim como para puro divertimento. (APLICATIVOS..., 2011)

Esses dois aplicativos tem algo em comum, se comunicar com outras pessoas através de um chat de conversa. Muito parecidos, mas com o layout diferenciado e algumas ferramentas também. O *Wechat* foi baixado por muitos usuários, a fim de conhecer como era essa aplicativo. Porém, como se pode verificar, o *Whatsapp* ainda tem maior influência de uso e preferência pelos usuários, talvez pela forma que foi desenvolvido chama mais atenção e desperta maior interesse de uso.

Já para Di Roberto (2013b), esse fácil acesso ao *download* de aplicativos, como publicado no site *Flurry*, mostra que todos os *apps* de *iOS* baixados gratuitamente chega aos 90%, um ano atrás foi de 84% e pagos apenas 6% no valor de US \$0,99 e 4% por US \$ 1,99. Frente a isso a autora traz um trecho de uma entrevista com a diretora de Análises e Insights da *Flurry*, Mary Ellen Gordon, diz que:

Alguns podem argumentar que isso apoia a ideia de que as pessoas só buscam aplicativos grátis, mas nós não vemos isso dessa maneira. Vemos isso como o resultado da escolha do consumidor: As pessoas querem o conteúdo gratuito mais do que eles querem evitar anúncios ou ter o conteúdo da mais alta qualidade absoluta possível.

E a autora complementa: “No entanto, a preferência por aplicativos grátis não está limitada apenas ao sistema *iOS*, segundo o *Flurry*, os usuários do *Android* são ainda mais inclinados a baixar aplicativos gratuitos e conteúdos relacionados.” (DI ROBERTO, 2013b).

Baixar um aplicativo grátis é muito mais fácil, além de não ter o trabalho de realizar a compra. A quantidade de aplicativos gratuitos oferecidos é imensa, além de que os principais e mais populares não precisam pagar, então raramente o usuário irá pagar por um aplicativo que ele ainda não usou.

Dentre os aplicativos, existem suas categorias, os mais baixados e os mais acessados pelos usuários. A utilização de *apps*, crescem em grandes porcentagens.

Segundo Muniz (2014) a pesquisa realizada pela *Flurry Analytics*, consta um aumento de 115% no uso de aplicativos no ano de 2013, sendo que o *Whatsapp* e o

Facebook Messenger, o aumento foi 203%. Essas porcentagens revelam o aumento de preferência com aplicativos de mensagens. Com 148% ficou a categoria produtividade e 115% aplicações em geral. Além disso, foi relatado que dia 31 de Dezembro desse mesmo ano, a empresa registrou cerca de 4,7 bilhões de sessões abertas, ou seja, o dia em que os usuários mais utilizaram os aplicativos.

Para Luís Felipe Cota, Diretor de Marketing da Goomark, agência de Comunicação e Marketing especializada em atender pequenas e médias empresas (PMEs), o aumento do uso de app deve-se também ao número de dispositivos móveis vendidos em 2013. “A venda de *tablets* e *smartphones* tiveram um aumento significativo no mundo, só no Brasil o número de compras desses dispositivos cresceu mais de 100%. (MUNIZ, 2014).

Outra pesquisa realizada pela *Appnation*, conforme Di Roberto (2013a) menciona, a economia de aplicativos móveis dobrará de 2013 com US \$ 72 bilhões para US \$ 151 bilhões em 2017, resultado de downloads pagos, de vendas *in-app*, de publicidade, venda de bens físicos e representante de 75% do total, os serviços pelos aplicativos.

A autora ainda reforça: “o estudo da *Appnation* também cita que apesar de smartphones e *tablets* impulsionarem a economia de *apps* hoje, plataformas como carros conectados e *smart TVs* estão trazendo novas oportunidades para o mercado.” (DI ROBERTO, 2013a).

Os *apps* são uma febre, na qual seus usuários necessitam para satisfazer seus interesses em um único lugar: em seu smartphone inseparável. E cada vez mais usuários estão dispostos a comprar o seu, independente do valor, para começarem a baixar e acessar os aplicativos que todo mundo usa, principalmente os de mensagens, como mostra a pesquisa.

Segundo Porto (2011), existem quatro tipos de aplicativos: de serviços, os quais fornecem informações e conteúdo de modo simplificado e ágil, como previsões do tempo, navegação de mapas ou até solicitar um resgate à seguradora do seu carro, por exemplo; de Informações, como guias de compras/lojas, telefones úteis, promoções, consulta de produtos; os de comunicação, como o *Skype*, *Msn*, ou aplicativos de integração com as redes sociais e os de entretenimento, destinado para diversão.

Devido a todos esses fatores, é preciso compreender como os jovens enfrentam essas mudanças tecnológicas em seu cotidiano, a qual poderá ser entendida com mais clareza no próximo item.

2.2 COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES JOVENS

Com a constante mudança do homem e das coisas ao seu redor sejam elas as ideologias, a cultura, o estilo de vida e a tecnologia, é possível notar que seu comportamento também se modifica paralelamente. O que antes era moderno, hoje se torna ultrapassado e assim por diante. O estilo de vida pode dizer muito sobre os diferentes comportamentos dos jovens.

Para Lazer (1994) a cultura, o simbolismo dos objetos e os valores morais, influenciam no estilo de vida da sociedade.

Já para Karsaklian (2000), o estilo de vida nasce da interação de três níveis: os valores e a personalidade, as atitudes e atividades que lhe são próprias e os comportamentos de consumo efetivo. Assim, as pessoas que possuem um estilo de vida similar constitui um grupo com um modo de vida idêntico.

Outro fator que pode ser influenciável no comportamento são as mudanças tecnológicas. A Internet pode ser considerada um fator importante nas mudanças no hábito e cultura das pessoas e cada geração, seja X, Y ou Z, interagem com essa evolução de formas diferentes. Todas essas variações alteraram a forma que as pessoas consomem, criando características bem específicas para este público.

Para cada uma dessas gerações citadas são feitos estudos sociológicos e comportamentais, sobretudo com finalidades mercadológicas. As pessoas das gerações mais recentes já chegaram ao mundo em meio a um boom tecnológico e presenciando os efeitos da velocidade acelerada, da inconstância, da mudança rápida. As informações e todo o resto mudam a ritmo alucinante. (RODRIGUES, 2010).

Geralmente as pessoas consomem conteúdo na internet, ou procuram somente aquilo de alguém falou, o Y é diferente, ele é muito mais do que consumidor, ele cria e modifica o conteúdo e passa o tempo todo antenado para descobrir as novidades sem que o avisem, é como comprar um aparelho novo, ao contrário da maioria, o Y além de querer o último modelo, não lê o manual, apenas usa. (CORADIN, 2011).

Nos dias de hoje, o que define muito bem o novo comportamento do consumidor é o engajamento no ambiente digital atual.

Uma pesquisa publicada pelo site da Folha São Paulo, apontou que a geração Y da América Latina e dos EUA fica conectada em média 7 horas por dia e na Europa 5 horas. (GERAÇÃO Y..., 2014).

Sobre os jovens, é colocado que:

Por amadurecerem em frente ao computador, o comportamento dos indivíduos da geração Y é alterado pelas diversas “influências” que a tecnologia exerce sobre cada um deles, é o que diz a doutora e professora da faculdade de Educação da PUCRS, Helena Sporleder Cortês. Para ela, as pessoas interagem cada vez menos e isso é um reflexo comportamental dessa geração. (GERAÇÃO Y...,2006-2010)

Com essa convivência com a tecnologia desde cedo, os jovens dessa geração sabem lidar e utilizar com muita facilidade. Parece que já nasceram conectados.

Em uma reportagem para o site Hagah, Helena diz que:

A interação dos jovens com o mundo e com as outras pessoas diferentes, é feita por e-mail e pelas redes sociais. Além disso, eles são menos concentrados, impacientes, não podem esperar dois minutos até o computador ligar que já ficam irritados, pois querem saber e fazer tudo ao mesmo tempo e têm uma intimidade muito grande com o material tecnológico. Quando a mãe troca de celular, quem é que vai ensiná-la a utilizar o aparelho é o filho pequeno, de 10 anos. (GERAÇÃO Y..., 2006-2010).

Com esse novo perfil tecnológico adotado pelos jovens, a interação com os aplicativos de entretenimento crescem de forma significativa, tornando assim um amplo mercado, o qual a troca de informações é cada vez mais rápida. No tópico abaixo esse relacionamento será explicado com mais detalhes.

2.2.1 Aplicativos de entretenimento, comunicação e os jovens

Hoje as atividades dos jovens estão literalmente ligadas ao uso de tecnologias móveis, exclusivamente a utilização dos aplicativos de entretenimento.

Segundo publicado no *Blog Brasil Link* sobre os resultados de uma pesquisa realizada pela E.Life, cerca de 98% dos brasileiros da classe AB usam aplicativos de redes sociais, enquanto 97% dos da classe C usam aplicativos dessa natureza. Os aplicativos sociais parecem ser ligeiramente mais populares entre os brasileiros da faixa etária dos 25 aos 65 anos (98,6%) do que entre os que têm de 15 a 24 anos de idade (96%). Além dos aplicativos sociais, os aplicativos mais usados por brasileiros

na faixa etária dos 15 aos 24 anos são os de música/vídeos/fotos (93%), de mapas (91%) e de jogos (90%). Além dos aplicativos sociais, o único tipo de aplicativo usado por mais de 90% dos brasileiros com 25 a 65 anos de idade é o de navegação (96%), embora aplicativos de música (86%) e de jogos (84%) também sejam populares. (RODRIGUES, 2014).

Os jovens na maioria das vezes procuram *apps* de entretenimento, pois na correria do dia a dia querem algo pra distrair a cabeça, conversar com os amigos, ver notícias, seja em sites ou em redes sociais. Os jogos são uma boa saída para a distração e divertimento.

Segundo conteúdo publicado no site G1 (2013), jovens entrevistados se concentram em aplicativos de entretenimento, mais específico, os de mensagens. (JOVENS..., 2013).

Para Gomes (2013) “Redes como *Instagram*, *Twitter* e aplicativos de mensagens como *WhatsApp* estão entre os favoritos nas telas dos *smartphones* dos adolescentes”.

Esses aplicativos tem uma interatividade muito grande de seus usuários com outras pessoas, o qual é um grande atrativo para que sejam utilizados.

Em uma reportagem publicada no site G1, jovens falam como os aplicativos de entretenimento os ajudam na forma de se relacionar e trocar informações de forma mais rápida, ainda mais nessa fase em que querem tudo para ontem. Por isso os aplicativos que mais proporcionarem rapidez ganhará disparado em relação aos demais. Nessa mesma reportagem, falam que deixaram de usar o *Facebook* para bate bato, mesmo havendo o aplicativo de conversa, pelo fato do *Whatsapp* ser muito mais fácil e rápido na forma de utilizá-lo. (JOVENS..., 2013).

Em entrevista por *e-mail* para o site G1, a executiva do *Wechat*, Katie Lee diz: “os jovens estão buscando alternativas ágeis e práticas para comunicação, que tenham mais funcionalidades e proporcionem uma boa experiência ao usuário, algo mais completo que uma rede social e que ofereça interação com seus contatos.” (JOVENS..., 2014).

Com isso, fica claro que:

Muitos dos usuários dos novos *apps* continuam no Facebook, o que indica que a gigante da mídia social não corre grande risco de perder mercado, pelo menos não no momento. Mas é bom lembrar que esse é um fenômeno que está acontecendo principalmente entre jovens. E o futuro a eles pertence. (TENDÊNCIA..., 2013)

Outro fato interessante publicado também no site G1, é que jovens religiosos criam aplicativos para evangelizar. (JOVENS..., 2014).

Isso mostra a imensidão de serviços e projetos que os aplicativos podem proporcionar, seja para qualquer tema, situação ou qualquer outro tipo de interatividade que queiram criar com outras pessoas. É um mercado amplo, com grandes oportunidades, no qual são investidos milhões para descobrir as necessidades de seus usuários e assim criar algo que irá entretê-lo e ao mesmo tempo facilitar suas atividades através de aparelhos móveis.

A tendência desse mercado é crescer ainda mais e pessoas que não tem acesso, seja pela cultura ou simplesmente pelo fator social, possam começar a ter disponibilidade dessa tecnologia em seu cotidiano. É preciso se adaptar ao novo contexto social tecnológico em que o mundo vive, pois é ao redor desse “estilo de vida” que a economia, as empresas, a educação e outros segmentos da sociedade estão se reestruturando.

Nota-se também que os aplicativos de comunicação se encaixam na área do entretenimento, pois não só comunicam, mas também proporcionam uma grande interação entre os usuários afim de, se divertirem ao compartilhar arquivos e divulgar.

3 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

3.1 APLICAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa foi aplicada do dia 7 a 16 de maio de 2014 através de um questionário *on-line* composto por doze questões, sendo enviadas via Facebook. Para validar a pesquisa foram aplicados dois critérios de seleção, o primeiro possibilitava somente quem indicou que está cursando ensino superior configurando assim o público de interesse da pesquisa, os jovens universitários e o segundo critério era a respeito da utilização dos *smartphones* pelos respondentes, assim apenas os adeptos dos *smartphones* poderiam finalizar todo o questionário.

As questões construídas de forma fechadas de eliminação, sim ou não, que eram se o respondente cursava ensino superior e se possuía um *smartphone*.

A quantidade de respostas obtidas foram no total de quarenta e uma questões respondidas e após aplicar o critério da pesquisa, foram válidos somente vinte e três participantes. No tópico a seguir as respostas serão analisadas.

3.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Todos os respondentes tinham a faixa etária entre 18 a 25 anos, sendo dezessete respondentes de 18 a 22 anos e seis respondentes entre 23 a 27 anos. O sexo masculino com sete respondentes e a maioria do sexo feminino, com dezesseis respondentes. Todos frequentam o ensino superior e possuem um *smartphone*. Dessa forma, entende-se que as respostas atendem bem aos objetivos do trabalho por conta de um número relativamente bom de participantes selecionados pelos critérios anteriormente citados.

Como primeira questão específica do assunto, foi perguntado o modelo e a marca do *smartphone* que utilizavam. Dentre as respostas, a mais citada foi a marca *Samsung*, seguida da marca *Iphone*, e posteriormente em ordem decrescente as marcas *LG* e *Motorola*.

Podemos perceber que as marcas mais reconhecidas no mercado são a *Samsung* com sua linha *Galaxy* e a *Apple*, com seu *Iphone*. Pode-se perceber como a *Samsung* está conquistando seus consumidores, ao observar que o celular top de linha era o *Iphone*, o qual todos sonhavam comprar, até mesmo por Status. Hoje

isso mudou e muitos preferem um aparelho da Samsung, como o Galaxy S1, II, III, 4 ou 5 que supera muitas vezes o aparelho da *Apple*. Isso também mostra a competitividade entre as duas marcas em liderar o mercado de smartphones.

Posteriormente foi perguntando qual a função mais utilizada no aparelho. A função citada foi acessar as redes sociais, em seguida em ordem decrescente, fazer e receber ligações, enviar e receber SMS e acessar jogos.

Os números apontam quinze respostas de acesso às redes sociais e apenas duas respostas de fazer e receber ligações. Isso nos mostra que a função básica que os celulares foram criados (fazer e receber ligações) a anos atrás, hoje já foram substituídos pelas novas tecnologias que é o caso de acesso as redes sociais, consequência da mobilidade. Os jovens não querem entrar no *Facebook* ou outro tipo de rede social em casa, em um computador de mesa, ele quer acessar em qualquer lugar, para interagir e divulgar informações para seus amigos em relação ao ambiente ou situação em que ele está.

Na outra questão foi perguntado em quantas horas em média o respondente utilizava o *smartphone*. A maioria, cinco respondentes, disseram que passam conectados o dia todo, exceto quando dormem, ou seja, 12 horas diariamente.

Com isso pode-se perceber que os *smartphones* estão totalmente inseridos no dia a dia desses jovens, que ficam conectados o dia todo em seus aparelhos atentos para qualquer notificação. Percebe-se também que há uma compulsão em permanecer a todo instante em total interação com os amigos através de conversas, comentários, curtidas e publicações. Passar essa quantidade de horas conectado, pode-se avaliar também como um possível vício futuro, caso esse hábito estiver presente em todo o momento do usuário, o qual deixa de realizar suas funções sociais para estar manuseando o aparelho.

Depois foi perguntado também, qual aplicativo não pode falta no *smartphone* e o mais citado por dezessete respondentes foi o *Watsapp*, em seguida em ordem decrescente o *facebook*, e *Instagram*. Outros aplicativos apareceram mas com apenas um respondente cada, como o *App Store*, *Vine*, *Hayday*, *Chrome*, *e-mail*, *Snapchat*, jogos e redes sociais em geral.

O que chamou bastante atenção nessa pergunta, é que apenas uma pessoa não falou *WhatsApp*. Isso mostra o interesse que esses jovens têm em manter relações com os amigos. A preferência por aplicativos de conversas fica nítido ao ver a maioria dizendo que não pode faltar de jeito nenhum em seu aparelho um chat

de bate papo, e ainda mais, tem que ser o *Whatsapp*. Pode-se identificar também, a força desse aplicativo nos dias de hoje, talvez pela praticidade que ele oferece, fácil utilização e layout bem elaborado que faz com que seja um atrativo com diferencial.

Em seguida foi perguntado qual aplicativo utiliza com mais frequência e por que. Vinte e um respondentes citaram novamente o *Whatsapp* como o *app* utilizado com maior frequência, justificado por ser um meio rápido e fácil de se comunicar com os outros e também por ser mais econômico do que enviar um SMS, já que utiliza a internet. Apenas um respondente apontou o *Facebook* para conversar com os amigos e pra ver as notícias recentes e somente uma pessoa falou jogos como passatempo, distração.

Nota-se que novamente o *Whatsapp* se destaca entre os *app* de conversa, além de ser o mais utilizado entre todos os aplicativos que os respondentes utilizam no celular. É fácil notar que o *Facebook* e seu chat de conversa não é mais utilizado como antigamente, mesmo com seu *chat* em formato de aplicativo também.

Na outra questão, foi perguntando quanto tempo em horas conseguiram ficar sem utilizar os aplicativos. A maioria respondeu em média duas horas.

É possível notar que os jovens não conseguem muitas vezes passar muito tempo longe de seus aparelhos e respectivos aplicativos. Alguns conseguem e tem um pouco menos apegado com esse tipo de tecnologia e não tem problemas em ficar algum tempo sem manusear o mesmo, ou seja, não é prioridade e sabem o momento certo de usar. Já para alguns é notório que a vontade e inquietude de saber das novidades, quem mandou solicitações, mensagens, seja pelo *Whatsapp* ou *Facebook*, é maior.

Foi questionado em seguida, se no dia-a-dia quando chegam notificações do *Facebook*, aplicativos de conversa, ou outro tipo de aplicativo de entretenimento e se eles interrompem o que estão fazendo para verificar. Mais da metade dos respondentes disseram que verificam as notificações, mesmo ocupados, nem que seja rapidinho.

Nota-se que a maioria dos usuários não conseguem se controlar no momento em que chegam notificações, pois ficam ansiosos em saber o que é e quem é. Algumas pessoas conseguem se controlar um pouco e tem a facilidade em manter distância do aparelho em certos momentos. Mas são alguns. Realmente, a maioria destes jovens tem a necessidade em estar vendo as atualizações a qualquer hora.

Por fim, foi perguntado se em algum momento já perceberam que o uso de aplicativos chegou a atrapalhar alguma atividade do cotidiano além comentar a resposta. É nítido que o uso contínuo dos aplicativos atrapalha, como a maioria dos respondentes disseram. Vários falaram que atrapalha as vezes nos estudos e que tira um pouco a atenção. Mas como exceção, têm alguns que conseguem separar o momento de estudo e o momento de entretenimento, poucos. Uma resposta interessante foi a do responde 15 que falou “sim, no local familiar, me isolava de todos para ficar no celular”, pois mostra que essa necessidade de verificar notificações e conversar com seus contatos, acaba deixando o usuário um pouco distante dos momentos ao seu redor. O respondente 19 falou que “Sim, como rendimento no trabalho e estudos, e até em relações da vida pessoal, pois se deixa de aproveitar um encontro em que se pode ter contato direto com uma pessoa, para dar atenção a essa relação "on-line" dos smartphones. Essa relação *on-line* citada, resume perfeitamente o contexto em que os jovens vivem. Deixam muitas vezes de procurar a pessoas pessoalmente para conversar e falar sobre algo, para enviar uma mensagem pelo *Whatsapp*, que para ele é muito mais fácil e cômodo. Até mesmo preferem enviar a mensagem que ligar.

3.2.1 Análise geral da pesquisa

Com a realização da pesquisa, pode-se perceber que os jovens são aptos a terem um aparelho *smartphone*, e utilizam na maior parte do seu tempo. Neles utilizam principalmente para acessar redes sociais e conversar com os amigos, como o *Whatsapp*. Foi fácil perceber através da pesquisa, que esses usuários jovens usam seus aparelhos para próprio entretenimento e não conseguem por muito tempo ficar longe dessa tecnologia, a qual facilita a forma de se comunicarem, com mais rapidez e praticidade. E ainda mais, que o entretenimento dos jovens atualmente são os aplicativos de comunicação, deixando um pouco de lado os jogos. Consequentemente percebe-se também, de acordo com as respostas obtidas, que o acesso frequente a esses aplicativos pode vir a atrapalhar de alguma forma o relacionamento face a face e a própria concentração em determinados momentos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a realização do trabalho em si, juntamente com a pesquisa voltada ao uso de aplicativos de entretenimento e suas influências no comportamento dos jovens, pode-se concluir de forma coerente o foco deste trabalho e alcançar os objetivos anteriormente citados.

Através de pesquisas bibliográficas, foi possível entender e compreender com mais clareza o assunto e também embasar com mais profundidade o conteúdo proposto na elaboração do trabalho. Fica claro que a tecnologia se modificou ao longo dos anos, atendendo cada vez mais seus consumidores e suas necessidades, particularmente na forma de se comunicar, a qual está formatada nos dias atuais com muito mais interatividade e mobilidade. Como consequência desse desenvolvimento, surgem os telefones móveis, os smartphones, os quais definem a nova era digital presenciada pelos jovens.

A internet, desde sua existência, foi uma grande porta que se abriu para o surgimento de uma nova era da comunicação, a qual se mantém até hoje e é a base para a principal utilização dos aparelhos móveis, como a Internet 3G. Isso possibilitou a seus usuários o mundo na palma da mão, graças também a mobilidade que a internet móvel proporcionou. Além disso, surgem os aplicativos para facilitar o acesso dentro dos aparelhos e entre os *app's* mais utilizados, se destacam os de entretenimento, que se resumem em interação com seus contatos, essencialmente os que estão voltados para comunicação. Estes crescem a cada ano e podem ser baixados gratuitos.

De acordo com as respostas obtidas pela pesquisa, pode-se interpretar com mais facilidade a maneira como esses jovens estão interagindo, agindo e se comportando em relação a essa tecnologia e também seus pontos positivos e negativos.

É possível observar que os aplicativos de comunicação voltados aos entretenimento exercem uma influência muito grande no dia a dia, além de ser uma questão cultural e social em que esses usuários estão inseridos. A tecnologia está cada vez mais desenvolvida e atraindo seus *consumidores móveis* de maneira crescente e significativa. A mobilidade já faz parte do estilo de vida dos jovens, que procuram interagir com qualquer informação e em qualquer lugar. É impaciente e gostar de fazer tudo ao mesmo tempo, pois na correria buscam por tudo que traz

facilidade e otimiza seu tempo, ainda mais quando é em relação a seus contatos pessoais.

Fica nítido que esses jovens passam a maior parte do dia conectados e podem ficar até mesmo vinte e quatro horas recebendo notificações, até mesmo quando dormem, mas é claro que só verificam no momento em que acordam e a partir daí seu contato com os aplicativos é iniciado. Quase 100% desses usuários acessam aplicativos nos quais possam ter interatividade com outras pessoas, como o *Instagram*, no qual postam fotos a qualquer momento e podem compartilhar no *Facebook*, que é outra ferramenta poderosa e é usada com muita frequência para compartilhar, publicar e curtir informações ou fotos da sua rede de amigos. Mas este último citado, está perdendo mercado em relação ao seu bate papo, pois muitos usuários deixaram de utilizar com frequência seu *Inbox*, o qual oferece o serviço de conversa *online*, para usar outros *app's* de conversa mais interativo.

O grande fascínio do momento é o *Whatsapp*, o qual percebe-se que é indispensável na vida dos jovens, pois é neste aplicativo que ficam atentos o tempo todo. E é por esse motivo que muitas empresas ou lojas, principalmente virtuais, já aderiram ao atendimento via *Whatsapp*.

Os aplicativos de entretenimento citados pelos respondentes na pesquisa se voltam principalmente a redes sociais e *app's* de comunicação. Estes tomam a maior parte do tempo de seus usuários, que utilizam essas ferramentas para puro entretenimento, mesmo. Ou seja, sua distração será verificar notificações, ver fotos, curtir, comentar e principalmente bater um papo com seus amigos.

Em relação aos pontos positivos, a mobilidade criou um campo muito abrangente, na qual grandes empresas estão investindo muito dinheiro para atingir seus consumidores de forma mais agressiva e ao mesmo tempo próxima, pois dá a possibilidade do usuário ter contato com o que lhe interessa via aplicativo de comunicação, o qual até então servia só para se comunicar com amigos e pessoas mais íntimas. Hoje, os jovens podem fazer pedidos de produtos através do *Whatsapp*, por exemplo. Isso pode criar uma relação mais pessoal entre as empresas e seus consumidores, conseqüentemente mais afinidade.

Nos pontos negativos, fica visível que os jovens podem estar sujeitos a ficarem conectados muito tempo em seu aparelho e se desligar das coisas ao seu redor, até mesmo pode provocar uma falta de atenção em certas ocasiões, na aula, por exemplo, como alguns respondentes citaram na pesquisa realizada. É preciso

tomar cuidado e perceber o momento em que o consumo desses aplicativos estará prejudicando a concentração de tarefas em seu cotidiano.

É inevitável não ocorrer mudanças no comportamento dos *usuários móveis*, pois como foi citado anteriormente, a tecnologia se modifica e os jovens se adaptam e aprendem a utilizar essas novas ferramentas, consequência das criações do homem pós-moderno.

Comparando os jovens de hoje com jovens que vivenciaram outra fase da tecnologia há alguns anos atrás, é perceptível as diferenças de hábitos e comportamentos. Antes o acesso era mais restrito e o contato pessoal era essencial para ter uma conversa com os amigos, além de poucos serem adeptos a um celular. Hoje esse acesso está cada vez mais fácil, até mesmo em relação ao valor acessível para a população dos aparelhos.

Ao observar o contexto tecnológico atual e comparar com os resultados da pesquisa, fica cada vez mais fácil saber e compreender o momento vivenciado pelos jovens. A tecnologia está tão acessível, que está cada vez mais casual o uso dos smartphones e muito mais dos aplicativos de entretenimento. Através deles, a comunicação e a propagação da informação pode-se tornar viral e assim trazer mais interação, seja entre usuários ou empresas e consumidores.

É visível que a tendência mobile e seus adereços são se tornar a principal característica da sociedade, tanto social, cultural e econômica. O futuro da tecnologia é se transformar e oferecer a seus consumidores meios mais modernos e inovadores, os quais possibilitarão cada vez mais interatividade entre vários meios, principalmente na comunicação em si.

Além disso, os aplicativos de entretenimento vão além dos jogos, pois todos os aplicativos de comunicação também exercem o papel de diversão e entretenimento para seus usuários.

A Publicidade está ciente da força que esse tipo de mídia tem e suas influências, a qual está sendo cada vez mais estudada para seu melhor aproveitamento em relação às formas de divulgar algo, vender e especialmente persuadir, atrair e conquistar seu público.

REFERÊNCIAS

A HISTÓRIA da conexão. **Tecmundo.com.br**, 2009. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/banda-larga/2543-a-historia-da-conexao.htm>> Acesso em: 17 Mar. 2014

APLICATIVOS. **Criatumdesign.com**, 2007–2014. Disponível em: <<http://criatumdesign.com/index.php/servicos/item/159-aplicativos>> Acesso em: 27 Mar. 2014

BREVE história do computador parte II. **cadinformatica.br.tripod.com** [2012] Disponível em : <<http://cadinformatica.br.tripod.com/>> Acesso em: 13 Mar. de 2014

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet**: reflexões sobre internet, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2001.

CASTELO .Marcelo Artigo: App Mobile é bom, fideliza. **Meioemensagem.com.br**, 2013. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/noticias/2013/07/17/App-Mobile-e-bom-fideliza.html>> Acesso em: 26 Mar. 2014

CORADIN, M. Tecnologia X Gerações. **Web Artigos**, 2011. Disponível em: <[http://www.webartigos.com/artigos/tecnologia-x-geracoes/60267/.](http://www.webartigos.com/artigos/tecnologia-x-geracoes/60267/)> Acesso em: 19 Mar. 2014.

DESENVOLVIMENTO de Sistemas WEB e Mobilidade. **Mkitservices.com.br**, 2014 Disponível em: <<http://www.mkitservices.com.br/servicos/desenvolvimento-de-sistemas-web-e-mobilidade/>> Acesso em: 26 Mar. 2014

*DI ROBERTO, Isabely.. WeChat passa de 100 milhões de usuários fora da China. **mobilepedia.com.br**, 2013. Disponível em: <<http://www.mobilepedia.com.br/noticias/wechat-passa-de-100-milhoes-de-usuarios-fora-da-china>> Acesso em: 20 Abr. 2014*

DI ROBERTO, Isabely. 90% dos aplicativos iOS em uso vem de downloads gratuitos.**mobilepedia.com.br**,19/08/2013 Disponível em: <<http://www.mobilepedia.com.br/noticias/90-dos-aplicativos-ios-em-uso-vem-de-downloads-gratuitos>> Acesso em: 18 Jul. 2014

DI ROBERTO, Isabely.. Mercado de aplicativos móveis vai movimentar US\$ 151 bilhões em 2017. **mobilepedia.com.br**, 2013. Disponível em: <[http://www.mobilepedia.com.br/noticias/mercado-de-aplicativos moveis-vai-movimentar-us-151-bilhoes-em-2017](http://www.mobilepedia.com.br/noticias/mercado-de-aplicativos-moveis-vai-movimentar-us-151-bilhoes-em-2017)> Acesso em: 18 Jul. 2014

*DI ROBERTO, Isabely. Brasil é o 14º em ranking de receita com apps móveis. **mobilepedia.com.br**,2014. Disponível em:*

<<http://www.mobilepedia.com.br/noticias/brasil-e-o-14o-em-ranking-de-receita-com-apps-moveis>> Acesso em: 20 Abr. 2014

FÉ, Ana Lúcia Damasceno Moura. **Tecnologias móveis e vida pessoal** : Uma pesquisa sobre o impacto da comunicação sem fio no tempo de trabalho e nas demais esferas da vida social Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=6835 >. Acesso em: 13 mar. 2014.

FELIX, Jorge. Inclusão digital, fantasia de um discurso enganador. **Valor Econômico**, 2007b. Disponível em: <http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=189524>. Acesso em: 12 Mar. 2014.

FLING, Brian. **Mobile design and development**. Sebastopol: O'Reilly Media, 2009. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=LyMeulBTkH0C&oi=fnd&pg=PR5&dq=Mobile+design+and+development&ots=fUTQE4oLAe&sig=QDQ72vrDuQHx9zLlfB36R1ousAE#v=onepage&q=Mobile%20design%20and%20development&f=false>>. Acesso em: 12 Mar. 2014.

GESER, Hans. **Towards a sociological theory of the mobile phone**. Zurique, 30 mai. 2004. Disponível em: <http://www.socio.ch/mobile/t_geser1.pdf>. Acesso em: 12 Mar. 2014.

GOMES, H. S. Jovens brasileiros trocam facebook por aplicativos de mensagens. **G1**, 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/11/jovens-brasileiros-trocam-facebook-por-aplicativos-de-mensagens.html>>. Acesso em: 19 Mar. 2014.

JOVENS usam aplicativos para levar ensinamentos da bíblia em Bauru. **G1**, 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/noticia/2014/01/jovens-usam-aplicativos-para-levar-ensinamentos-da-biblia-em-bauru.html>>. Acesso em: 19 Mar. 2014

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2000.

KIRKPATRICK, David T. **O Efeito Facebook**: os bastidores da história da empresa que conecta o mundo. Rio de Janeiro. Ed. Intrínseca, 2011.

LIGIA BRITO. Artigo: mobile já está acontecendo. **Proxima.com.br**, 2013. Disponível em : <<http://www.proxima.com.br/home/mobile/2013/03/21/Artigo-mobile-ja-esta-acontecendo.html>> Acesso em 26 Mar. 2014

MARCONI, Marina de Andrade;LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2010.

MARCONI, Marina de Andrade;LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 6ª. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2006.

MARKET SHARE: mobile communication devices by region and country. **Gartner.com**. 3Q11. 2011. Disponível em: <http://www.gartner.com/resId=1847315>>. Acesso em: 12 Mar. 2014.

MICROINFORMÁTICA . **Fundacaobradesco.org.br**, [2014] . Disponível em : <http://www.fundacaobradesco.org.br/vv-apostilas/mic_pag3.htm> Acesso em: 17 Mar. de 2014

MORLEY, David. **Medios, modernidad y tecnología**: hacia una teoria interdisciplinaria de la cultura. Barcelona: Gedisa, 2007.

MUNIZ, Gabriella. Uso de apps aumentou 115% em 2013. **mobilepedia.com.br** , 16/01/2014. Disponível em: <<http://www.mobilepedia.com.br/noticias/uso-de-apps-aumentou-115-em-2013>> Acesso em: 20 Abr. 2014

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. O cotidiano nos múltiplos espaços contemporâneos. **Psicologia, Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 21, n.3. p. 265-373, set./dez. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010237722005000300014> Acesso em: 4 Dez. 2013

O QUE SÃO APPS? **Marketingtecnologico.com**, 2014. Disponível em: <<http://www.marketingtecnologico.com/Artigo/o-que-sao-apps>> Acesso em: 27 Mar. 2014

PLANT, S. On the mobile: the effects of mobile telephones on social and individual life. **Motorola**, 2001. Disponível em: <http://www.motorola.com/mot/doc/0/234_MotDoc.pdf>. Acesso em: 20 out. 2013.

PRODANOV, Cleber; FREITAS, Ernani. **Metodologia do trabalho científico**: Métodos e técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013.

PORTO, Fabiano. Aplicativos Mobile: Definições, histórias e previsões. **TecTriade Brasil.com.br**, 2011. Disponível em <<http://tectriadebrasil.com.br/blog/mercado-de-midias-sociais-blog/aplicativos-mobile-definicoes-historia-e-previsoes/>> Acesso em: 26 Mar. 2014

RODRIGO, João. **Tablets**: Um conceito Inovador. Disponível em: <<http://web.ist.utl.pt/joao.rodrigo/CM/>>. Acesso em: 4 Dez. 2013

RODRIGUES, C. **Psicopauta**, 2010. Apresenta vários assuntos diante a visão de uma psicóloga. Disponível em: <<http://psicopauta.wordpress.com/2010/06/26/geracao-x-y-e-z/>>. Acesso em: 19 Mar. 2014.

RODRIGUES, L. Como jovens brasileiros usam dispositivos móveis. **Brasil Link**, 2013. Disponível em: <<http://brasillink.usmediaconsulting.com/2013/11/como-os-jovens-brasileiros-usam-dispositivos-moveis/>>. Acesso em: 19 Mar. 2014.

ROOS, J. Post-modernity and mobile communications. In: ESA HELSINKI CONFERENCE-NEW TECHNOLOGIES ANS NEW VISIONS, Helsinque, ago. 2003. Disponível em: <<http://www.valt.helsinki.fi/staff/jproos/mobilezation.htm>>. Acesso em: 10 Mar. 2014.

SANTOS, Valéria Almeida. **Pesquisa e Metodologias (módulo de ensino)**. Itabuna: Editora Prominas, 2006.

SIGNIFICADO de Tecnologia. **Significados.com.br**, 2011-2014. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/tecnologia-2/>> Acesso em: 10 mar. 2014.

SIGNIFICADO de smartphone. **Significados.com.br**, 2011-2014. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/smartphone/>> Acesso em: 13 Mar. 2014

TECNOLOGIA Móvel e as Empresas. **Virtuallogic.com.br**. Disponível em: <<http://virtuallogic.com.br/informativos/tecnologia-movel-e-as-empresas-15.html>> acesso em: 26 Mar. 2014

TENDÊNCIA: jovens trocam redes sociais por aplicativos de mensagens. **A2 Comunicação**, 2013. Disponível em: <<http://www.a2comunicacao.com.br/blog/tendencia-jovens-trocam-redes-sociais-por-aplicativos-de-mensagens/>>. Acesso em: 19 Mar. 2014

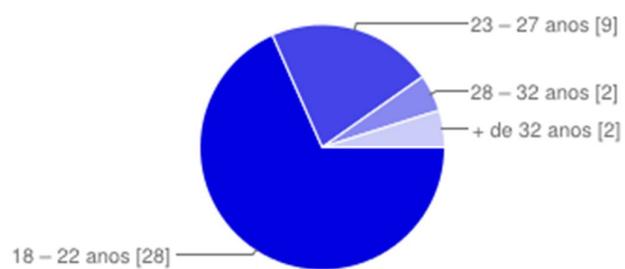
TOWNSEND, Anthony M. Life in the real-time city: mobile telephones and urban metabolism. **Journal of Urban Technology**, UK, v. 7, n. 2, p. 85-104. 2000. Disponível em: <<http://urban.blogs.com/research/JUT-LifeRealTime.pdf>>. Acesso em: 13 Mar. 2014.

APÊNDICE A – Questionário da pesquisa

1. Idade
2. Sexo
3. Está cursando o nível superior?
4. Possui um smartphone?
5. Qual? (indique o modelo e a marca)
6. Qual é a função que você mais utiliza no aparelho?
7. Utiliza o smartphone em média quantas horas por dia?
8. Quais aplicativos não podem faltar no seu smartphone?
9. Qual aplicativo utiliza com maior frequência? Por quê?
10. Quanto tempo (em horas) você consegue ficar sem acessar os aplicativos de seu interesse?
11. No seu dia-a-dia quando chegam notificações do *Facebook*, aplicativos de conversa, ou outro tipo de aplicativo de entretenimento, você interrompe o que está fazendo para verificar? Comente sua resposta.
12. Em algum momento você já percebeu que o uso de aplicativos chegou a atrapalhar alguma atividade em seu cotidiano? Comente sua resposta.

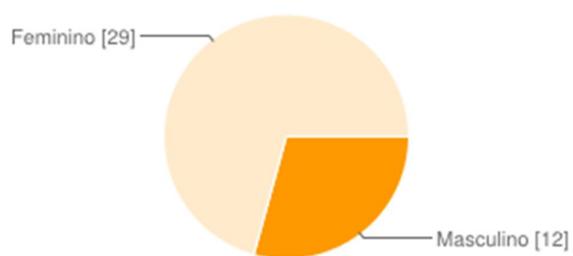
APÊNDICE B - Respostas da pesquisa

Idade



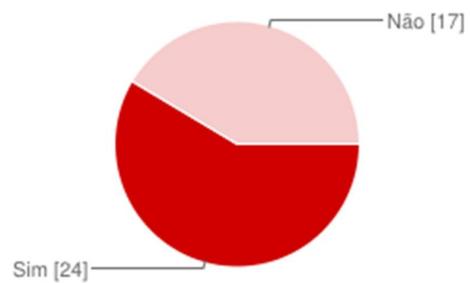
18 – 22 anos	28	68%
23 – 27 anos	9	22%
28 – 32 anos	2	5%
+ de 32 anos	2	5%

Sexo



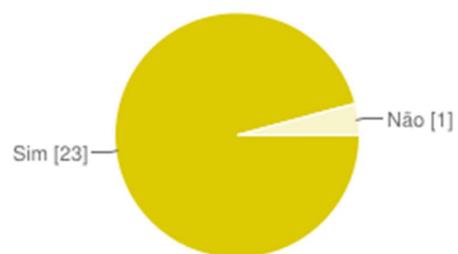
Masculino	12	29%
Feminino	29	71%

Está cursando o nível superior?

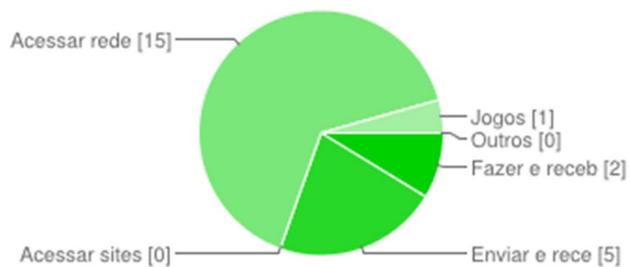


Sim	24	59%
Não	17	41%

Possui um smartphone?



Sim	23	96%
Não	1	4%

Qual é a função que você mais utiliza no aparelho?

Fazer e receber ligações	2	9%
Enviar e receber SMS	5	22%
Acessar sites	0	0%
Acessar redes sociais	15	65%
Jogos	1	4%
Outros	0	0%

Participantes	Pergunta 1: Idade
Respondente 1	18 - 22
Respondente 2	18 - 22
Respondente 3	18 - 22
Respondente 4	23 - 27
Respondente 5	18 - 22
Respondente 6	23 - 27
Respondente 7	18 - 22
Respondente 8	23 - 27
Respondente 9	18 - 22
Respondente10	18 - 22
Respondente11	18 - 22
Respondente12	18 - 22
Respondente13	18 - 22
Respondente14	23 - 27
Respondente15	18 - 22
Respondente16	18 - 22
Respondente17	18 - 22
Respondente18	18 - 22
Respondente19	18 - 22
Respondente20	18 - 22
Respondente21	23 - 27
Respondente22	23 - 27
Respondente23	18 - 22

Participantes	Pergunta 2: Sexo
Respondente 1	Feminino
Respondente 2	Feminino
Respondente 3	Feminino
Respondente 4	Masculino
Respondente 5	Masculino
Respondente 6	Masculino
Respondente 7	Feminino
Respondente 8	Feminino
Respondente 9	Feminino
Respondente10	Feminino
Respondente11	Feminino
Respondente12	Feminino
Respondente13	Feminino
Respondente14	Masculino
Respondente15	Masculino
Respondente16	Masculino
Respondente17	Feminino
Respondente18	Feminino
Respondente19	Feminino
Respondente20	Masculino

Respondente21	Feminino
Respondente22	Feminino
Respondente23	Feminino

Participantes	Pergunta 3: Esta cursando nível superior?
Respondente 1	Sim
Respondente 2	Sim
Respondente 3	Sim
Respondente 4	Sim
Respondente 5	Sim
Respondente 6	Sim
Respondente 7	Sim
Respondente 8	Sim
Respondente 9	Sim
Respondente10	Sim
Respondente11	Sim
Respondente12	Sim
Respondente13	Sim
Respondente14	Sim
Respondente15	Sim
Respondente16	Sim
Respondente17	Sim
Respondente18	Sim
Respondente19	Sim
Respondente20	Sim
Respondente21	Sim
Respondente22	Sim
Respondente23	Sim

Participantes	Pergunta 4: Possui um smartphone?
Respondente 1	Sim
Respondente 2	Sim
Respondente 3	Sim
Respondente 4	Sim
Respondente 5	Sim
Respondente 6	Sim
Respondente 7	Sim
Respondente 8	Sim
Respondente 9	Sim
Respondente10	Sim
Respondente11	Sim
Respondente12	Sim
Respondente13	Sim
Respondente14	Sim
Respondente15	Sim
Respondente16	Sim
Respondente17	Sim

Respondente18	Sim
Respondente19	Sim
Respondente20	Sim
Respondente21	Sim
Respondente22	Sim
Respondente23	Sim

Participantes	Pergunta 5: Qual? (indique modelo e marca)
Respondente 1	Samsung Galaxy
Respondente 2	Samsung S2
Respondente 3	Lg optimus L7
Respondente 4	Motorola X
Respondente 5	iPhone
Respondente 6	samsung galaxy win
Respondente 7	LG L7 II
Respondente 8	Iphone 5S
Respondente 9	Samsung Galaxy S3 mini
Respondente10	Samsung galaxy ace
Respondente11	Samsung Trend
Respondente12	Samsung sll
Respondente13	iPhone
Respondente14	samsung galaxy S2
Respondente15	Motorola Defy
Respondente16	iPhone 4s
Respondente17	LG
Respondente18	iPhone 5s Apple
Respondente19	iphone 5
Respondente20	Iphone 5s
Respondente21	Galaxy S3 - Samsung
Respondente22	LG
Respondente23	iPhone

Participantes	Pergunta 6: Qual é a função que você mais utiliza no aparelho?
Respondente 1	Acessar redes sociais
Respondente 2	Acessar redes sociais
Respondente 3	Acessar redes sociais
Respondente 4	Acessar redes sociais
Respondente 5	Fazer e receber ligações
Respondente 6	Fazer e receber ligações
Respondente 7	Acessar redes sociais
Respondente 8	Enviar e receber SMS
Respondente 9	Acessar redes sociais
Respondente10	Acessar redes sociais
Respondente11	Jogos
Respondente12	Enviar e receber SMS
Respondente13	Acessar redes sociais

Respondente14	Enviar e receber SMS
Respondente15	Enviar e receber SMS
Respondente16	Acessar redes sociais
Respondente17	Acessar redes sociais
Respondente18	Acessar redes sociais
Respondente19	Enviar e receber SMS
Respondente20	Acessar redes sociais
Respondente21	Acessar redes sociais
Respondente22	Acessar redes sociais
Respondente23	Acessar redes sociais

Participantes	Pergunta 7: Utiliza Smartphone em média quantas horas por dia?
Respondente 1	12 horas
Respondente 2	9 horas
Respondente 3	9 horas
Respondente 4	18
Respondente 5	16
Respondente 6	12
Respondente 7	12
Respondente 8	6
Respondente 9	5
Respondente10	14
Respondente11	8, 9 horas
Respondente12	10
Respondente13	12
Respondente14	12
Respondente15	16
Respondente16	14 horas
Respondente17	2
Respondente18	15h
Respondente19	24
Respondente20	5
Respondente21	20 horas
Respondente22	12 horas
Respondente23	5

Participantes	Pergunta 8: Quais aplicativos não podem faltar no seu smartphone?
Respondente 1	Facebook, Whatsapp e Play Store
Respondente 2	Facebook e Whatsapp
Respondente 3	Facebook e Whatsapp
Respondente 4	Whatsapp, Facebook , Vine e Instagram
Respondente 5	Whatsapp
Respondente 6	Whatsapp
Respondente 7	Whatsapp, Facebook, Instagram e Snapchat
Respondente 8	Whatsapp

Respondente 9	Whatsapp, Facebook e Instagram
Respondente10	Facebook, Instagram e Whatsapp
Respondente11	Jogos, Redes Sociais, Whastsapp
Respondente12	Whatsapp e Facebook
Respondente13	Whatsapp, Facebook, Instagram e Snapchat
Respondente14	Whatsapp, Facebook e Instagram
Respondente15	Whatsapp e Facebook
Respondente16	Whatsapp e Facebook
Respondente17	Instagram
Respondente18	Whatsapp , Facebook e e-mail
Respondente19	Whatsapp, Facebook e Instagram
Respondente20	Whatsapp e Facebook
Respondente21	Facebook, Chrome e Whatsapp
Respondente22	Whatsapp, Instagram, Facebook e Hayday
Respondente23	Whatsapp, Facebook e Instagram

Participantes	Pergunta 9: Qual aplicativo utiliza com maior frequência? Por quê?
Respondente 1	WhatsApp
Respondente 2	Whatsapp, pra falar com namorado e amigos.
Respondente 3	Whatsapp, pois converso com todo mundo.
Respondente 4	WhatsApp
Respondente 5	whatsapp, por motivo de economia para contato com as pessoas
Respondente 6	whats app uso para me comunicar com amigos e professores
Respondente 7	Whatsapp. Rápido e fácil para se comunicar
Respondente 8	Whatsapp
Respondente 9	Whatsapp, pois serve como sms
Respondente10	whatsapp, para me comunicar com meus amigos
Respondente11	Jogos, pra passar o tempo (É porque já viciiei kk).
Respondente12	whatsapp, facilita a comunicação e a troca de fotos, vídeos e momentos particulares.
Respondente13	whatsapp para poder conversar
Respondente14	whats app pois é um meio de comunicação facil e gratuito
Respondente15	whatsapp, pois é o que mais recebo mensagens
Respondente16	Whatsapp
Respondente17	Whatsapp
Respondente18	Whatsapp pois onde moro não funciona celular por conta da área rural e utilizamos internet via rádio e tenho wifi
Respondente19	whats app. Pela praticidade em falar com pessoas próxima e até grupos.
Respondente20	Whatsapp, pq sim

Respondente21	Facebook, é por onde converso com amigos e fico por dentro de notícias recentes.
Respondente22	whatsapp, so me comunico por ele
Respondente23	Whatsapp, para trocar mensagens

Participantes	Pergunta 10: Quanto tempo (em horas) você consegue ficar sem acessar os aplicativos de seu interesse?
Respondente 1	no máximo 2 horas..
Respondente 2	Nossa,é bem complicado. Nunca fiz um teste.
Respondente 3	3 horas
Respondente 4	5
Respondente 5	em média 1 dia, 24 horas
Respondente 6	24 hrs
Respondente 7	tirando o tempo que estou dormindo, não fico mais de 1 hora
Respondente 8	O Tempo que precisar
Respondente 9	0,5
Respondente10	Quando estou dormindo (8 horas)
Respondente11	30 minutos, 1h no máximo.
Respondente12	O dia todo, mas normalmente é necessário em algum momento do dia.
Respondente13	Tempo que for preciso
Respondente14	1 hora
Respondente15	só nao acesso quando estou ocupado.
Respondente16	No maximo 30 minutos
Respondente17	Em média 3 horas.
Respondente18	10h
Respondente19	Consgo ficar várias horar sem acessá-los caso seja necessário, porém com ansiedade.
Respondente20	Algumas horas
Respondente21	48horas.
Respondente22	Dez horas, porque estou dormindo
Respondente23	Depende, se eu estou acordada uma hora no máximo

Participantes	Pergunta 11: No seu dia-a-dia quando chegam notificações do Facebook, aplicativos de conversa, ou outro tipo de aplicativo de entretenimento, você interrompe o que está fazendo para verificar? Comente sua resposta.
Respondente 1	Sim. Se eu não vejo, fico pensando que pode ser algo urgente, sério. e então eu verifico, e se não for algo tão urgente, eu respondo quando posso.
Respondente 2	Sim. É algo até um pouco chato ,mas não consigo evitar.

Respondente 3	Sim. Na maioria das vezes, interrompo; só não interrompo em casos de reunião ou algo parecido.
Respondente 4	Sim, algumas notificações. Por exemplo: Um email pode ter um certa importância.
Respondente 5	Não, pois passo muito tempo no trabalho, e isso pode prejudicar
Respondente 6	Não interrompo o que estou fazendo para ver a notificações que chegaram, consigo plenamente viver sem.
Respondente 7	Eu olho a aba de notificações, se for interessante eu respondo na hora, senão deixo para depois
Respondente 8	Se estiver ocupada deixo o celular no silencioso e não mexo. Se tiver com o tempo ocioso, deixo ele do meu lado e checo quando recebo mensagens.
Respondente 9	Às vezes sim (quase sempre)
Respondente10	Sim, paro tudo que estou fazendo para ir ver a notificação e só depois volto a fazer o que realmente estava fazendo.
Respondente11	Sim. É meio difícil não olhar na hora, fico curiosa.
Respondente12	Sim, quase sempre. A não ser que eu esteja realizando alguma atividade ou em local inadequado.
Respondente13	Na maioria das situações, sim! Somente se estiver muito ocupada não vejo na hora.
Respondente14	Só no horário de serviço que não.
Respondente15	Sim, geralmente. Só não interrompo quando é alguma coisa mais importante, mas na aula por exemplo, sempre verifico.
Respondente16	Sim, tudo quanto é notificação eu abro, afinal, pode ser algo importante
Respondente17	Sim, se possível eu olho o que me escreveram. Porém, isso não acontece quando estou em ambiente de trabalho ou estudo.
Respondente18	Depende. Se estou fazendo algo da faculdade não me preocupo em visualizar porque caso for algo muito importante ligam em casa.
Respondente19	Sim, pela praticidade e pelo costume, ou até pelo vício que estes aplicativos causam.
Respondente20	Sim, não resisto
Respondente21	Sim, olho somente para saber se é importante.
Respondente22	Não, se estou fazendo algo importante termino o que estou fazendo, também quando estou com amigos não deixo de socializar para responder mensagem ou solicitação
Respondente23	Sim, pois fico curiosa.

Participantes	Pergunta 12: Em algum momento você já percebeu que o uso de aplicativos chegou a atrapalhar alguma atividade em seu cotidiano? Comente sua resposta.
Respondente 1	As vezes, sim. Fiquei distraída e acabei me perdendo na aula, ou deixei de prestar atenção em algo porque estava pensando na notificação que eu não vi. rsrs, mas nada tão grave..
Respondente 2	Por enquanto não.
Respondente 3	Sim. Muitas vezes quando chegam notificações eu paro o que estou fazendo, seja estudando ou o que for, para verificar.
Respondente 4	Não, quando não espero alguma notificação urgente não vejo necessidade de ficar grudado ao smartphone
Respondente 5	Não, pois sei a hora certa e a errada de me comunicar com o aparelho
Respondente 6	Não
Respondente 7	Sim, durante as aulas na faculdade. Se a bateria do celular acaba eu presto mais atenção na aula pois não tenho ele para me distrair.
Respondente 8	Os aplicativos inclusive facilitam muito, porque uso o whatsapp para o trabalho e contatos da faculdade. Atrapalhar é relativo. Os professores acham que atrapalha a aula, eu não acho.
Respondente 9	Nunca percebi. Só nas aulas, que os professores enchem o saco, mas eu consigo prestar atenção em duas coisas ao mesmo tempo.
Respondente10	sim, no local familiar , me isolava de todos para ficar no celular.
Respondente11	Sim, quando estou com outras pessoas.
Respondente12	Sim.
Respondente13	Não.
Respondente14	Sim, pois hoje em dia o pessoal esquece do seu redor e vive o presente no celular.
Respondente15	Sim, na aula mesmo
Respondente16	Sim, pois deixo de prestar atenção na aula, no que meus pais estão falando.
Respondente17	O uso de aplicativos não chegou a atrapalhar em atividades cotidianas, mas interferiu em alguns aspectos. Como por exemplo, não deixei de realizar um trabalho por causa do aplicativo, mas sem dúvida usei algum tempo que tinha

	para realiza-lo para acessar minhas mensagens.
Respondente18	Sim. Porque sou dependente da internet para falar com meu namorado e amigos quando estou em casa e como sempre estou correndo atrás de projetos ou de estágio na maioria das vezes atrapalha.
Respondente19	Sim, como rendimento no trabalho e estudos, e até em relações da vida pessoal, pois se deixa de aproveitar um encontro em que se pode ter contato direto com uma pessoa, para dar atenção a essa relação "online" dos smatphones.
Respondente20	Sim, podem tirar a concentração
Respondente21	Sim, quando estou com minha familia ou quando preciso estudar.
Respondente22	Não. Pois apesar de ficar muito tempo utilizando, não o coloco em primeiro plano
Respondente23	Sim, já chegou a atrapalhas meus trabalhos e estudos.