



A Sociedade em Rede em Portugal 2008

*Apropriações do Telemóvel
na Sociedade em Rede*

Julho 2009



A Sociedade em Rede em Portugal 2008

Apropriações do Telemóvel na Sociedade em Rede

Portugal Móvel.....	3
Frequência e Intensidade da Utilização dos Telemóveis.....	8
O Telemóvel Canivete Suíço: telefone, calculadora ou TV?.....	12
O Telemóvel como Mediador das Relações Sociais.....	15
Conclusão - <i>Apropriações do Telemóvel na Sociedade em Rede</i>	18
Referências Bibliográficas.....	19

Ficha Técnica

A Sociedade em Rede em Portugal 2008

Apropriações do Telemóvel na Sociedade em Rede

O telemóvel afirma-se como o principal meio de comunicação interpessoal para os portugueses, sendo que cerca de 90% dos indivíduos tem telemóvel, percentagem substancialmente superior à posse do telefone fixo (51,5%).

Portugal Móvel

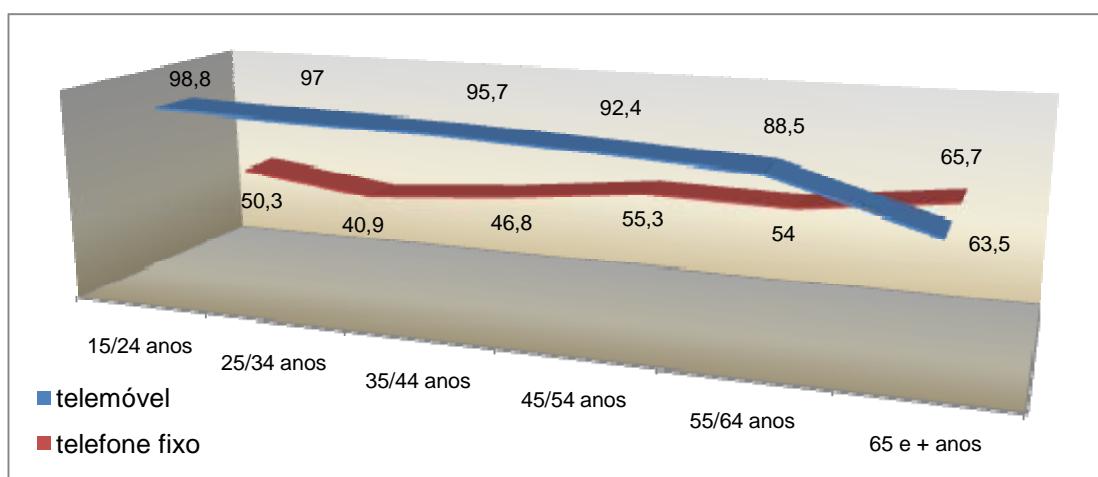
Os telemóveis tornaram-se parte integrante do nosso quotidiano e, hoje em dia, é difícil concebermos o mundo sem eles. Se um indivíduo se perde, telefona a pedir indicações do caminho, em vez de perguntar a alguém na rua. Manifestações são convocadas através de SMS. O telemóvel é também agenda, lista de contactos, arquivo de ficheiros, *walkman*, rádio, despertador, consola de jogos, calculadora e relógio. Em consequência, conceitos tais como “Sociedade das Comunicações Móveis” (Castells, 2004), “Cultura do Telemóvel” (Goggin, 2006), ou “Thumb Culture” (Glutz, 2005, referindo-se ao uso do polegar para comandar o telemóvel) foram desenvolvidos, pretendendo dar conta de um novo paradigma social que a mobilidade, em geral, e os telemóveis, em particular, impuseram ao nosso quotidiano. Como é que o facto de podermos estar acessíveis a qualquer hora e lugar (e, simultaneamente, termos permanentemente a oportunidade de contactar outros) alterou a nossa sociedade e a configuração das nossas relações sociais? Quais as dimensões e a extensão desta transformação? A presente análise tenta fornecer pistas de resposta a tais interrogações, e integra-se no âmbito do projecto *A Sociedade em Rede em Portugal 2008* desenvolvido pelo OberCom. Os dados apresentados resultam da aplicação de um Inquérito por questionário a uma amostra representativa da sociedade portuguesa (ver *ficha metodológica*). Numa primeira fase analisaremos a posse deste tipo de equipamentos em Portugal, seguindo-se a análise da frequência e intensidade de utilização dos telemóveis. Num terceiro momento serão abordadas as várias apropriações que podem ser feitas deste dispositivo, destacando-se por fim o papel dos telemóveis enquanto mediadores das relações sociais.

Apesar da elevada taxa de penetração dos telemóveis em Portugal, que de acordo com a ANACOM ultrapassa já os 100%, apenas **89,7%** dos inquiridos no âmbito do

projecto “A Sociedade em Rede em Portugal 2008” afirmou ter telemóvel (contra 74,4% na edição anterior deste estudo – *A Sociedade em Rede em Portugal 2006*). A diferença entre a penetração acima indicada pela ANACOM (que tem por base os dados fornecidos pelos operadores) e os resultados obtidos no presente estudo, deve-se a vários factores, nomeadamente: o facto de existirem utilizadores que dispõem de mais de um cartão activo; a activação de novos cartões para utilização exclusiva de serviços de dados e acesso à Internet; a existência de cartões activos afectos a máquinas, equipamentos e viaturas; e os cartões relativos a empresas.

Em termos etários, verifica-se que a posse de telemóvel é mais baixa no caso dos idosos (65 anos ou mais), comparativamente com os restantes grupos de idades. De notar também que essa é a única categoria etária em que a posse de telefone fixo ainda é superior à de telemóvel.

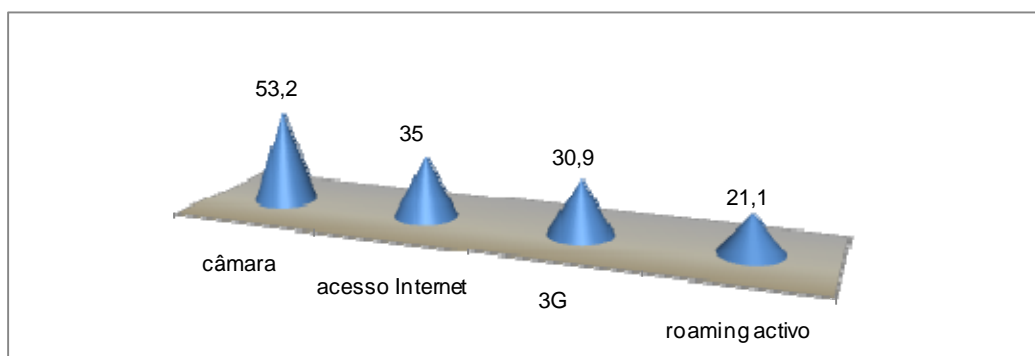
Figura 1 – Posse de telemóvel e telefone fixo, por categoria etária (% em cada categoria)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
(n=1039)

No que respeita às características dos equipamentos, verifica-se que 53,2% dos respondentes com telemóvel dispõe de câmara incorporada (contra 30,4% em 2006), 35% de acesso à Internet, 30,9% tem equipamentos de terceira geração, e 21,1% possui um serviço de *roaming* activo.

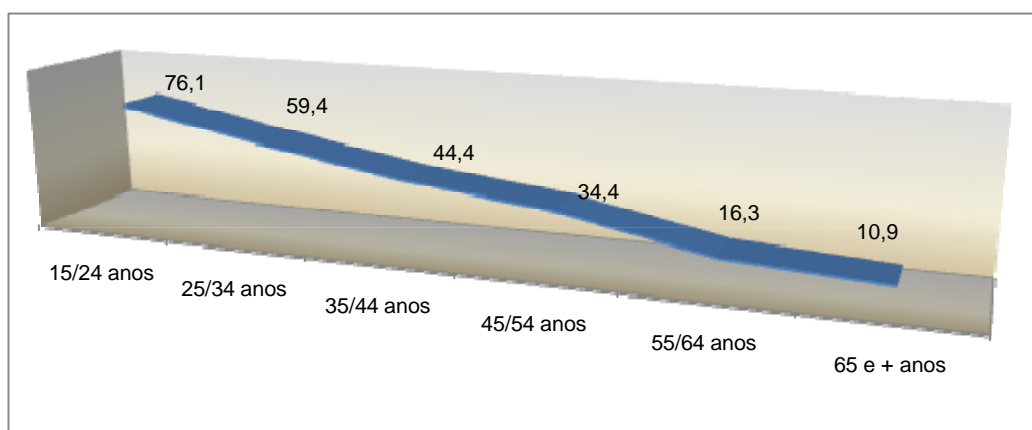
Figura 2 – Telemóveis: características dos equipamentos (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Com a massificação do seu uso, o telemóvel deixou de ser apenas um mero dispositivo, para se tornar um elemento de identidade e de afecto. Esta tendência, mais marcada em determinados contextos, e menos em outros, passa por manifestações tais como a propensão para a personificação do próprio equipamento. Neste âmbito, verifica-se um crescimento da tendência para distinguir o seu telemóvel dos restantes, sendo que 43,3% dos indivíduos afirmou ter o seu equipamento personalizado com um protector de ecrã, uma fotografia ou um toque, contra 36,9% em 2006. A incidência mais ou menos marcada desta tendência é essencialmente definida pela idade dos inquiridos. De facto, no âmbito da categoria 15-24 anos, mais de três quartos (76,1%) dos indivíduos personalizam o seu telemóvel contra apenas 10,9% no seio da categoria 65 e mais anos.

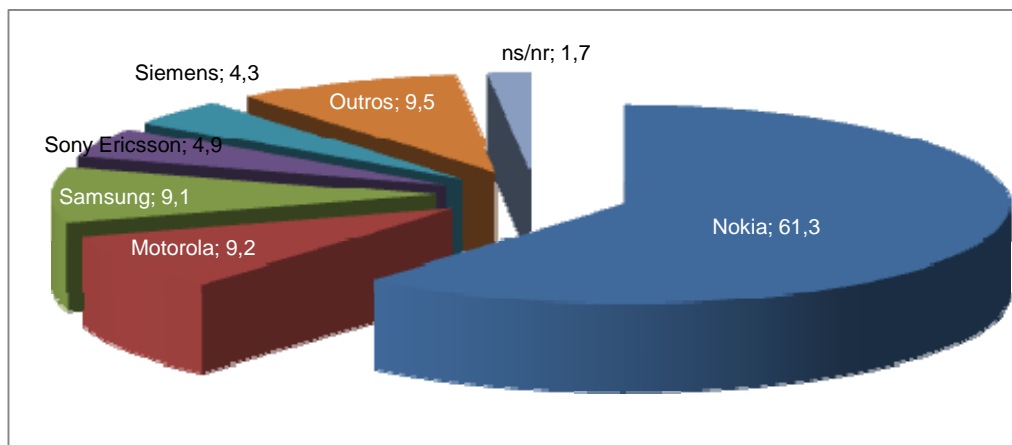
Figura 3 – Personalização do telemóvel, por categoria etária (% em cada categoria)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Em termos de marcas dos equipamentos, verifica-se a liderança da Nokia (61,3%), seguida da Motorola (9,2%) e da Samsung (9,1%), observando-se uma preferência pela Nokia por parte dos homens (63,2% dos inquiridos do sexo masculino tem um telemóvel dessa marca) em relação ao grupo das mulheres (59,5%).

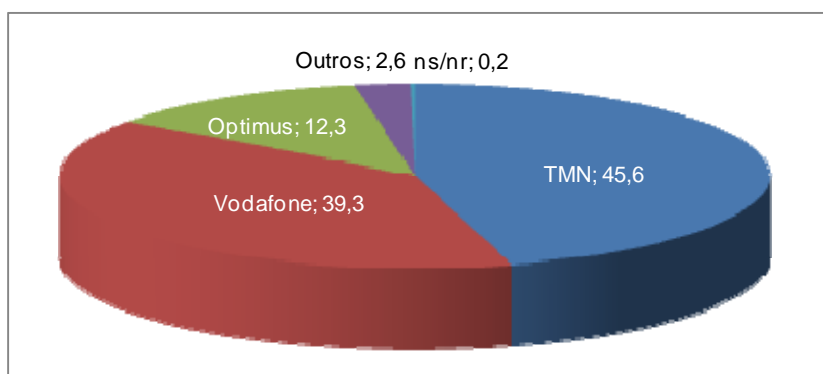
Figura 4 – Marca do telemóvel principal (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Em relação ao operador do telemóvel principal (ou seja, aquele que o indivíduo utiliza mais, caso tenha vários), 45,6% dos respondentes referiu a TMN (47,3% em 2006), contra 39,3% que mencionou a Vodafone (34,8% em 2006) e 12,3% a Optimus (14,4% em 2006).

Figura 5 – Operador do telemóvel principal 2008 (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Se considerarmos a segmentação por sexo e idade, verifica-se que a TMN assume um perfil maioritariamente feminino (do total das mulheres, 47,3% tem um telemóvel vinculado à TMN, contra 43,7% dos homens) e pertencente a grupos de idade mais

avançada. Já a Vodafone é caracterizada por um perfil jovem (46% dos inquiridos com idades entre os 15 e os 24 anos tem Vodafone, contra apenas 35,3% dos inquiridos com 65 anos ou mais), existindo uma ligeira preponderância dos indivíduos do sexo masculino. A Optimus obtém a sua melhor performance em termos etários junto dos adultos, nomeadamente nos grupos de inquiridos com idades entre os 35 e os 64 anos.

Tabela 1 – Operador do telemóvel principal, por sexo e idade (%)

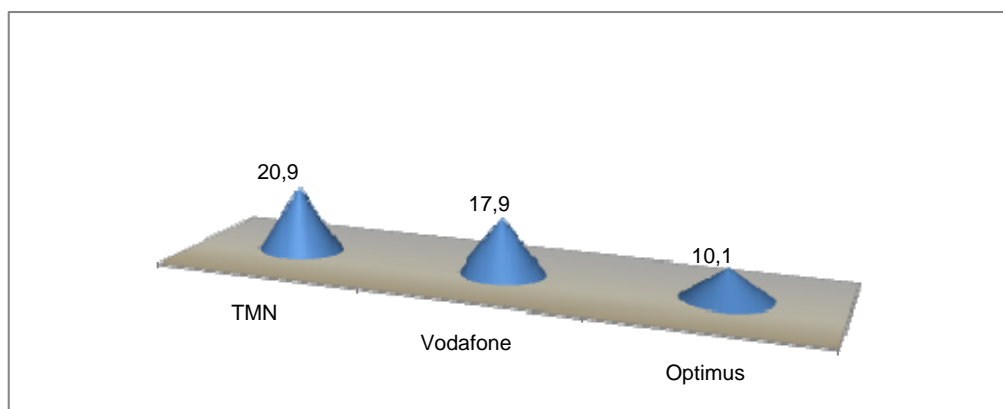
	sexo		idade					
	homem	mulher	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 e +
Vodafone	40,8	37,9	46,0	41,1	37,6	36,9	36,6	35,3
Optimus	12,8	11,9	8,0	12,0	14,0	14,6	15,4	10,1
TMN	43,7	47,3	44,8	43,8	44,9	45,9	45,5	50,4
Outros	2,5	2,6	1,2	2,6	3,5	2,6	2,5	3,3
Ns/Nr	0,2	0,3	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,9

Fonte: Sociedade em Rede, 2008.

Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Em termos de audiências dos sites de operadores de telemóveis, verifica-se que 64,7% dos inquiridos com telemóvel nunca visitou nenhum site de operador de telemóvel. O site da TMN foi visitado por 20,9% dos respondentes, o da Vodafone por 17,9% e o da Optimus por 10,1%.

Figura 6 – Sites de operadores de telemóvel visitados (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.

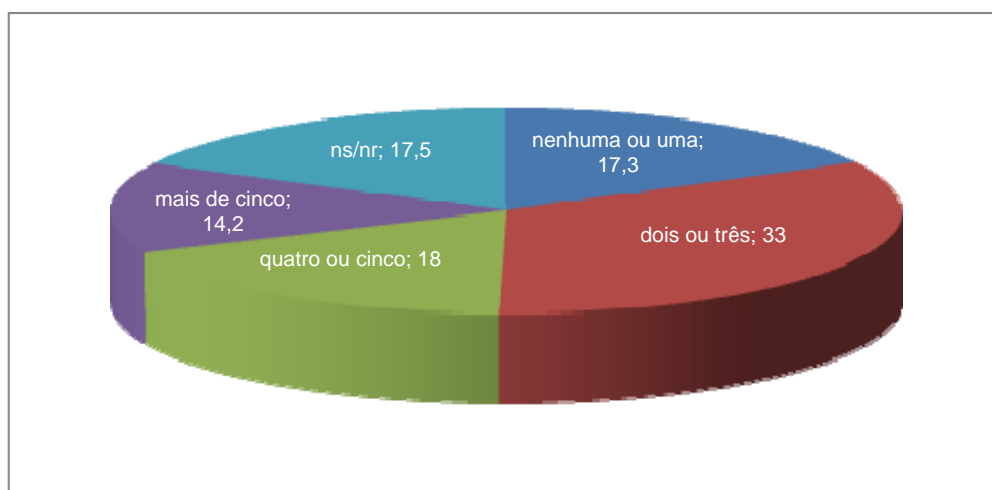
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Os dados da Marktest (Netpanel) permitem-nos enquadrar tais resultados, verificando-se que a palavra “TMN” figura na sétima posição do *top 10* das expressões mais pesquisadas em Portugal em 2008, ocupando a palavra “Vodafone” a oitava posição.

Frequência e Intensidade da Utilização dos Telemóveis

Perto de um quinto (17,3%) dos indivíduos com telemóvel realiza apenas uma ou nenhuma chamada diária a partir do seu dispositivo, sendo que 33% efectua duas ou três, 18% quatro ou cinco e 14,2% mais de cinco chamadas por dia. Em relação a 2006 verifica-se assim uma diminuição da percentagem de indivíduos que realiza nenhuma ou apenas uma chamada, que nesse ano atingiu os 23,3% do total de inquiridos com telemóvel.

Figura 7 – Número médio diário de chamadas (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Os homens apresentam-se mais activos do que as mulheres em relação ao número de chamadas efectuadas: 18,2% realiza mais de cinco chamadas por dia, contra apenas 10,5% das mulheres. Similarmente, os jovens adultos (25-34 anos) são também mais propensos para a realização de telefonemas através do telemóvel, verificando-se que 22,9% realiza mais de cinco chamadas diárias.

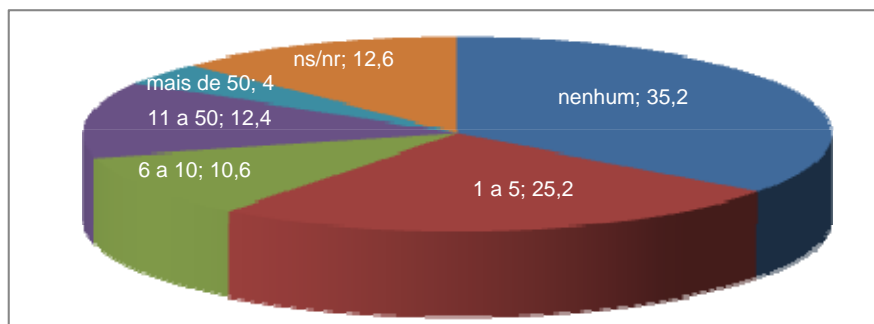
Tabela 2 – Número médio diário de chamadas, por sexo e idade (%)

	sexo		idade					
	homem	mulher	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 e +
0 ou 1	14,3	20,0	12,2	8,3	16,9	16,6	26,9	30,2
2 ou 3	29,8	36,0	36,2	35,4	33,1	30,6	31,7	29,4
4 ou 5	18,2	17,9	22,7	21,9	18,5	14,6	15,4	11,8
mais de 5	18,2	10,5	16,0	22,9	14,0	14,0	8,1	4,2
ns/nr	19,5	15,6	12,9	11,5	17,5	24,2	17,9	24,4

Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Também merecedor de destaque é o facto de mais de um terço (35,2%) dos inquiridos com telemóvel afirmar não enviar SMS numa base diária, sendo que apenas 16,4% envia mais de dez mensagens por dia.

Figura 8 – Número médio diário de envio de SMS (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Apesar das diferenças em termos de género serem pouco significativas, no que diz respeito à idade verifica-se uma maior propensão por parte dos adolescentes (15-24 anos) para o envio de SMS, sendo que 36,8% envia entre 11 e 50 SMS por dia, e 19,6% mais de 50.

Tabela 3 – Número médio de envio de SMS, por sexo e idade (%)

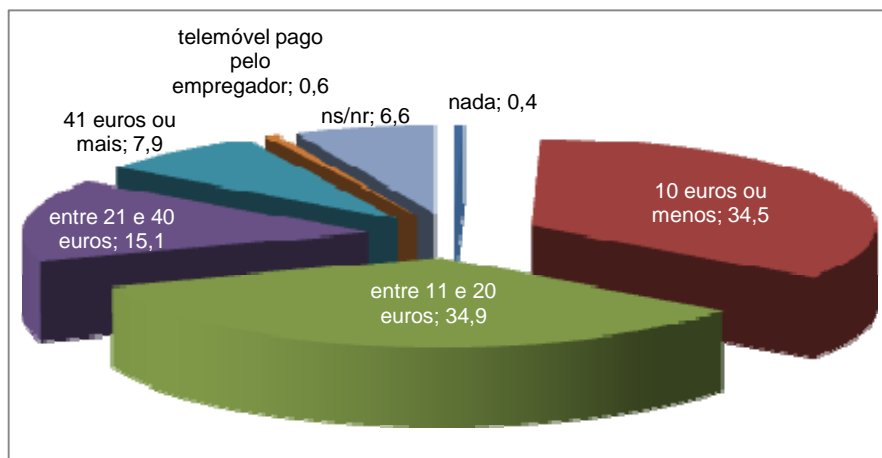
	sexo		idade					
	homem	mulher	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 e +
Nenhum	35,3	35,2	2,5	8,9	31,5	46,5	65,9	81,5
1 a 5	24,2	26,1	17,2	39,1	32,0	28,0	17,1	8,4
6 a 10	9,2	11,9	16,6	19,3	12,4	6,4	2,4	0,0
11 a 50	12,3	12,3	36,8	20,3	8,4	0,6	0,0	0,0
Mais de 50	4,7	3,6	19,6	1,6	1,1	0,6	0,0	0,0
Ns/nr	14,3	10,9	7,4	10,9	14,6	17,8	14,6	10,1

Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Em termos de modalidade de pagamento, verifica-se que a liderança do pré-pagamento: 90,1% dos inquiridos tem cartão pré-pago, contra apenas 9,5% que usufrui da modalidade de assinatura.

Se atentarmos agora às despesas efectuadas em telecomunicações, verifica-se que apenas 0,4% dos inquiridos com telemóvel afirma não realizar despesas em comunicações móveis numa base mensal, sendo que 34,5% gasta 10 euros ou menos.

Figura 9 – Despesa mensal média em comunicações móveis (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

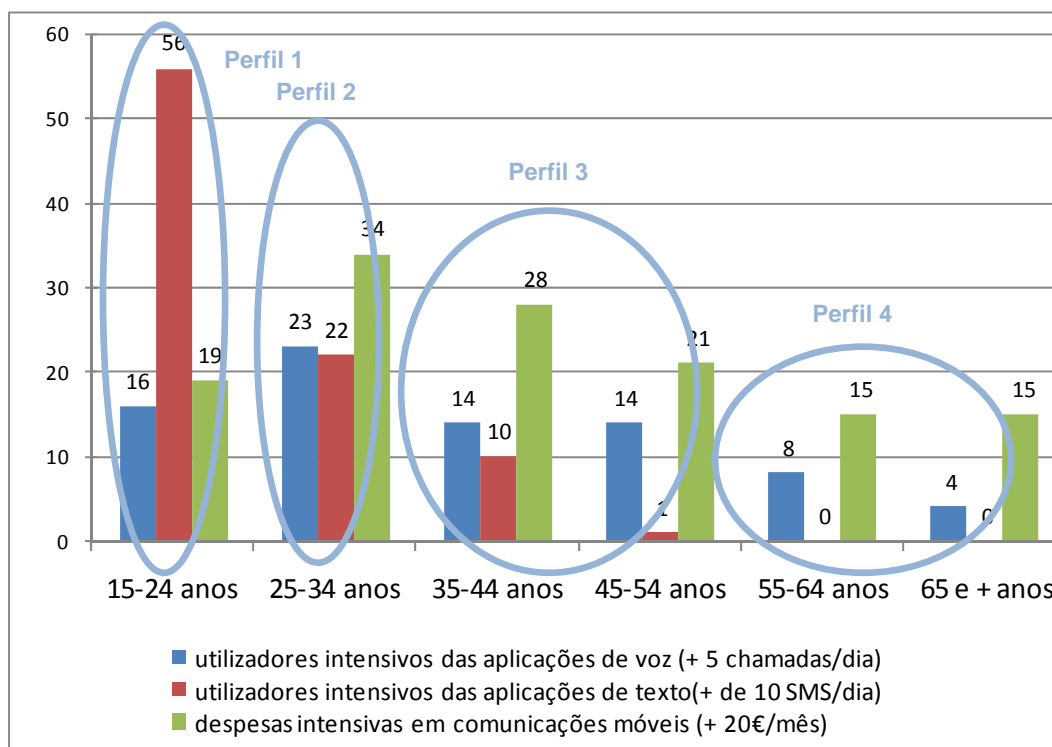
Em termos etários, destacamos quatro perfis de frequência e intensidade de utilização do telemóvel. O primeiro, o grupo dos adolescentes (15-24 anos) caracteriza-se por um número relativamente baixo de indivíduos com despesas intensivas em comunicações móveis e em aplicações de voz, apresentando no entanto um elevado número de utilizadores intensivos de aplicações de texto (56% dos inquiridos desta categoria etária envia mais de 10 SMS por dia).

O segundo grupo inclui os jovens adultos (25-34 anos) e conta com um número elevado de utilizadores intensivos quer de aplicações de voz, quer de aplicações de texto, sendo também o grupo que integra o maior número de utilizadores com despesas intensivas em comunicações móveis (34% dos inquiridos deste grupo etário gasta mais de 20€ por mês em telemóvel).

Um terceiro grupo inclui os inquiridos com idades entre os 35 e os 54 anos, caracterizando-se pelo uso intensivo das aplicações de voz, sendo as aplicações de texto menos relevantes, e integrando também um número relativamente elevado de utilizadores com despesas intensivas em comunicações móveis.

Por fim, o grupo dos inquiridos 55 e mais anos caracteriza-se pela não utilização das aplicações de texto, realizando também um uso modesto das aplicações de voz.

Figura 10 – Frequência e Intensidade de Utilização do Telemóvel, por idade (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

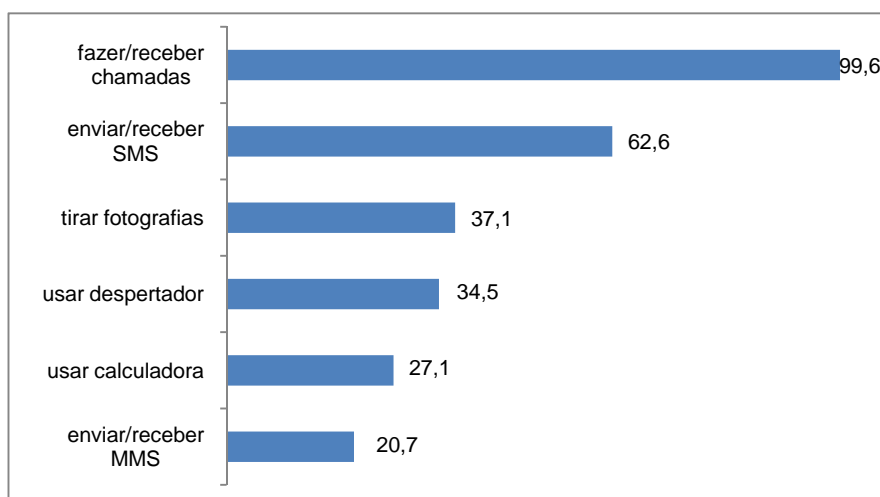
No que respeita à relação fixo-móvel, se em 2006 foi destacado o facto de 49,8% dos indivíduos considerar falar menos tempo ao telefone fixo desde que tem telemóvel, em 2008 merece relevo o facto de 75,1% dos inquiridos afirmar utilizar o telemóvel em casa como principal meio de comunicação de voz, verificando-se ainda que 49,5% dos indivíduos com telemóvel já não dispõem de telefone fixo em casa.

O Telemóvel canivete suíço: telefone, calculadora ou TV?

Apesar da multiplicação das funcionalidades associadas aos dispositivos, a função primordial do telemóvel permanece relacionada com a área da comunicação, nomeadamente com a realização/recepção de chamadas e o envio/recepção de SMS. De facto, 99,6% dos indivíduos utiliza o telemóvel para fazer ou receber chamadas, assim como 62,6% para enviar ou receber SMS.

Também o uso do telemóvel numa óptica mais utilitarista merece relevo, sendo que 34,5% dos inquiridos utiliza o dispositivo como despertador, e 27,1% como calculadora, confirmando assim a multiplicidade de usos, representações e contextos de utilização deste equipamento.

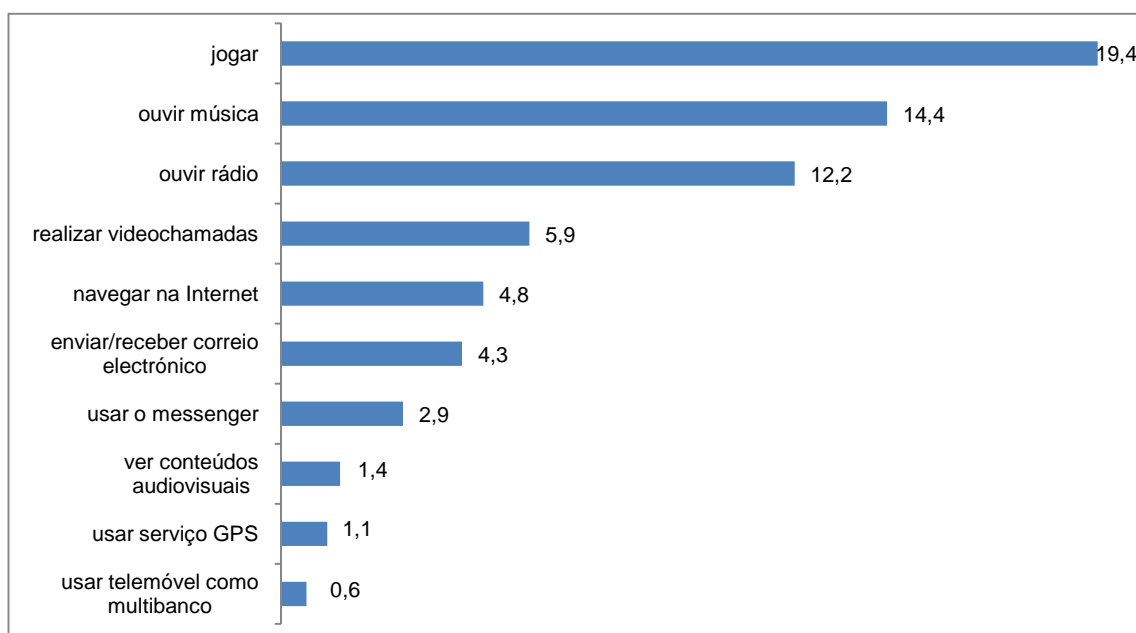
Figura 11 – Telemóveis: utilizações principais (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Em termos de utilizações secundárias (ou seja, realizadas por menos de 20% dos inquiridos), verifica-se a preponderância das aplicações ligadas ao entretenimento, tais como jogar (19,4%) e ouvir música (14,4%) ou rádio (12,2%).

Figura 12 – Telemóveis: utilizações secundárias (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.

Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

A seguinte figura permite-nos visualizar e comparar as utilizações do telemóvel em dois grupos etários distintos, sendo o tamanho da letra correspondente ao grau de intensidade do uso da funcionalidade. A azul estão as actividades relacionadas com comunicação, a vermelho as actividades ligadas à utilização de ferramentas e utilitários, e a verde as actividades ligadas a *media* e entretenimento.

Figura 13 –Actividades realizadas através do Telemóvel, por frequência de utilização e grupo etário

Grupo etário 1 (15-24 anos)





Verifica-se assim que os adolescentes apresentam uma maior diversidade de utilizações, caracterizando-se também pela apetência para as aplicações relacionadas com entretenimento (nomeadamente os jogos, a música e a rádio). De notar ainda que no grupo dos inquiridos com idades entre os 15 e os 24 anos a percentagem de inquiridos que utiliza o *Messenger* através do telemóvel sobe para cerca de 10% (contra 2,9% no total da amostra). Os adolescentes mostram-se também mais propensos ao uso das aplicações de comunicação multimédia, tais como o envio de MMS ou a realização de vídeo-chamadas.

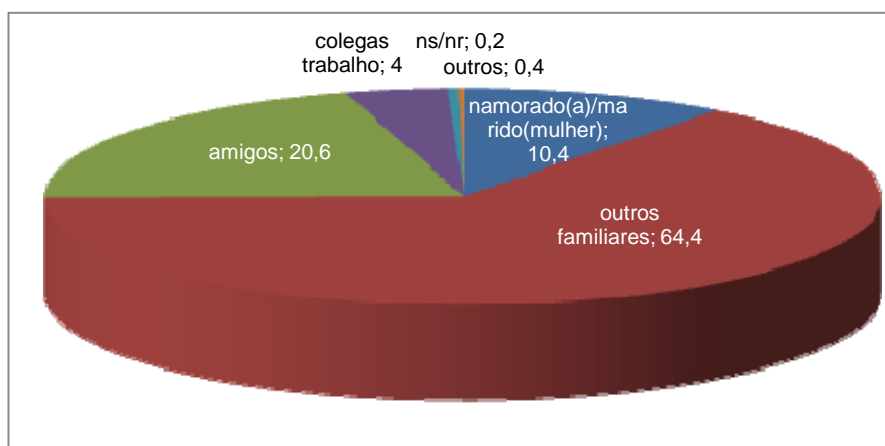
O Telemóvel como Mediador das Relações Sociais

No início da sua introdução no mercado, o uso do telemóvel começou a por ser uma prática comum no contexto da vida profissional. No entanto, com a queda dos preços e a massificação do uso deste dispositivo, a sua utilização migrou para o contexto da utilização no âmbito da vida particular. Qual a dimensão deste fenómeno, e quais as suas vertentes? Serão os telemóveis instrumentos de uma maior sociabilidade nas Sociedades actuais? Para falar com que tipos de interlocutores é utilizado o telemóvel?

Se nos reportarmos aos dados obtidos na edição de 2006 do presente estudo, verificamos que 69,1% dos inquiridos considerou utilizar este equipamento para falar essencialmente com familiares ou com o cônjuge/namorado(a), contra 25,2% que referiu os amigos, e 4,7% que mencionou colegas de trabalho ou clientes/fornecedores sobre assuntos profissionais.

Decorridos dois anos, o cenário é similar, sendo as conversas familiares e com o cônjuge/namorado(a) referidas por 74,8% dos respondentes, as conversas com amigos por 20,6%, e as profissionais por cerca de 4% dos inquiridos.

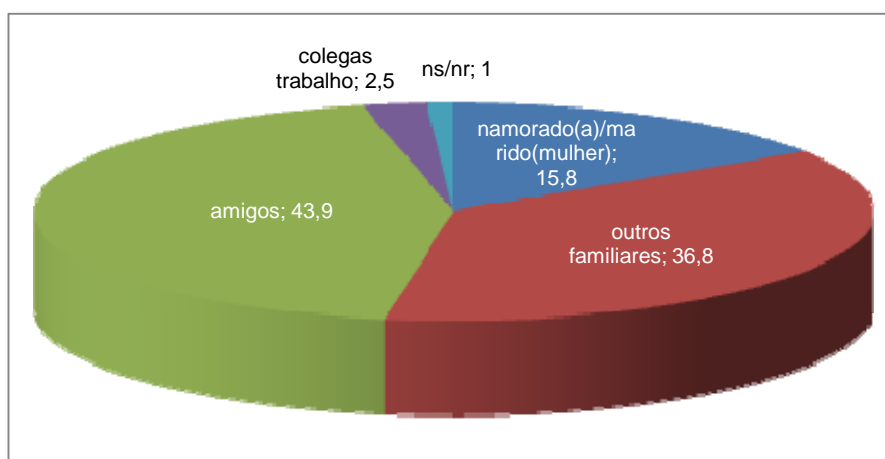
Figura 14 – Interlocutores principais das chamadas de telemóvel (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Se considerarmos agora o caso do envio de SMS, e também à semelhança do que foi verificado em 2006, a família e o cônjuge perdem destaque como destino das comunicações (52,6%), em proveito dos amigos (43,9%).

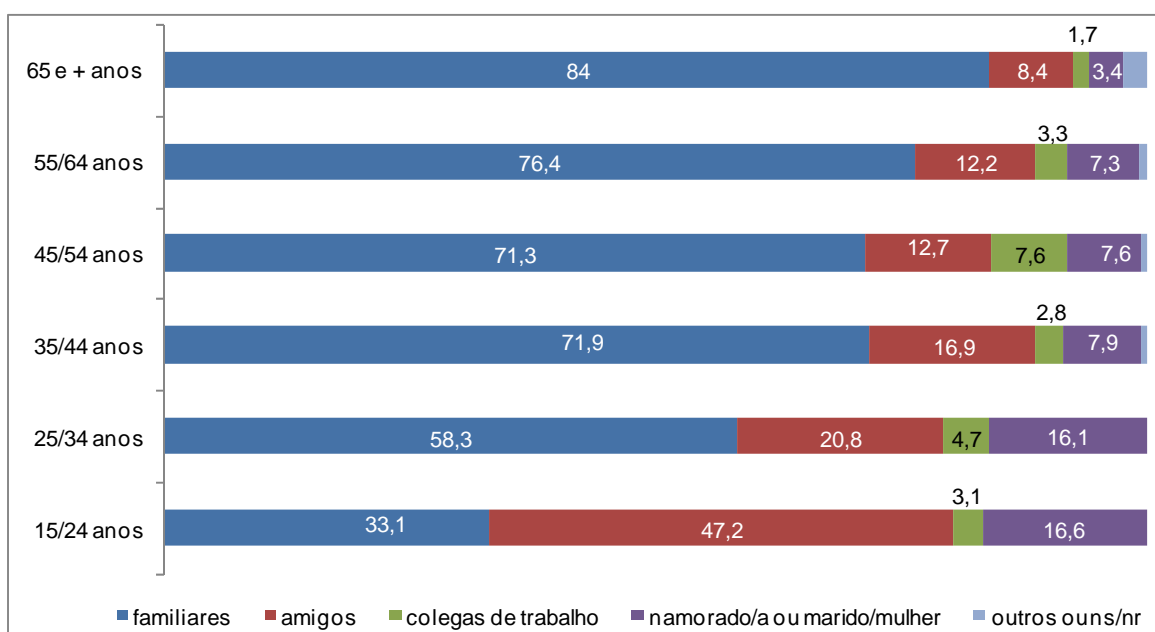
Figura 15 – Interlocutores principais do envio de SMS (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos que enviam SMS (n=487)

De notar que tais resultados deverão ter em conta as características etárias já analisadas dos indivíduos que enviam SMS, incluindo esse grupo uma proporção de adolescentes e jovens adultos relativamente elevada. De facto, o peso dos amigos merece destaque nas camadas mais jovens não só no que diz respeito ao envio de SMS, mas também no que se refere às aplicações de voz, sendo que 47,2% dos inquiridos com idades entre os 15 e os 24 anos referiu os amigos como principais interlocutores das chamadas de telemóvel, contra apenas 8,4% no grupo dos inquiridos com 65 e mais anos.

Figura 16 – Interlocutores principais das chamadas de telemóvel, por categoria etária (%)



Fonte: Sociedade em Rede, 2008.
Base - Indivíduos com telemóvel (n=932)

Destaque-se ainda que a proporção mais elevada de chamadas para colegas de trabalho relacionadas com assuntos profissionais é observada para os indivíduos com idades entre os 45 e os 54 anos.

Em suma, o telemóvel aparece antes de mais como um facilitador da comunicação no seio da vida privada, sendo que a maioria das chamadas realizadas têm como destino a família ou os amigos, permitindo um grau acrescido de interacção entre indivíduos, e conduzindo a novas formas de gerir a vida particular.

Conclusão

Apropriações do telemóvel na Sociedade em Rede

O presente relatório permitiu avaliar o grau de envolvimento de Portugal na Sociedade das Comunicações Móveis, destacando as principais diferenças entre os diversos grupos sociodemográficos no âmbito dos vários contextos de utilização. Por outro lado, contribuiu para a identificação de perfis de utilização, que permitem prever o rumo de desenvolvimento deste sector, onde a cada dia surgem novas possibilidades. Por fim, procurou-se abrir discussão para a necessidade de analisar o papel da mobilidade em geral, e dos telemóveis, em especial, na transformação da vida social.

No entanto, esta é ainda uma revolução em curso. A análise do lugar dos telemóveis na transformação da vida social necessita de ser enquadrada no seio de uma envolvente mais alargada, centrada no fenómeno da convergência, não apenas tecnológica mas fundamentalmente de conteúdos, e no desenvolvimento da Sociedade em Rede. Se actualmente determinados serviços, tais como a utilização da Internet através do telemóvel, ou o visionamento de televisão, são ainda pouco usados no contexto do telemóvel (devido não só ao seu custo, que permanece relativamente alto, mas também por limitações de ordem tecnológica e relacionadas com o tipo de conteúdos), no futuro a tendência é o desenvolvimento de uma plataforma comum, móvel, que concentre todas estas práticas. Se por enquanto o telemóvel é, além de um dispositivo de comunicação, uma agenda, um despertador, uma calculadora, uma máquina fotográfica, um rádio etc., num futuro próximo ele será também, para uma parte significativa dos indivíduos, um computador, uma plataforma de ligação à Internet, um arquivo de ficheiros, uma câmara de vídeo, uma televisão, etc. Será que ainda se utilizará então o conceito de “telemóvel” para designar tal dispositivo?

Referências Bibliográficas

ANACOM, *Estatísticas: Serviços de Comunicações Electrónicas Móveis*, Serviço Telefónico Móvel 2008, disponível em <http://www.anacom.pt/>

Castells, Manuel, et alia (2004), *The Mobile Communication Society*, USC, USA.

CIES (2006), *Inquérito A Sociedade em Rede em Portugal 2006*, Cies-ISCTE.

Glitz, P. e Bertsch, S. (eds) (2005), *Thumb Culture: The Meaning of Mobile Phones for Society*, Transcript Verlag, Bielefeld.

Goggin (2006), *Cell Phone Culture: Mobile Technology in Everyday Life*, Routledge, USA.

Marktest (2008), Estudo Netpanel, disponível em

http://www.marktest.pt/produtos_servicos/Netpanel/default.asp

OberCom (2008), *Inquérito A Sociedade em Rede em Portugal 2008*, OberCom.

Ficha Técnica

O presente relatório insere-se no âmbito de um conjunto de *Flash Reports* publicados pelo OberCom relativamente à caracterização da Sociedade em Rede em Portugal 2008: **A Sociedade em Rede em Portugal 2008**

Título	<i>A Sociedade em Rede em Portugal 2008</i>
Investigadores	Vera Araújo
Coordenação Científica	Gustavo Cardoso e Rita Espanha
Coordenação Editorial	Rita Espanha
Questionário “A Sociedade em Rede em Portugal 2008”	Gustavo Cardoso, Rita Espanha, Rita Cheta e Vera Araújo
Ficha técnica questionário “A Sociedade em Rede em Portugal 2008”	Inquérito extensivo por questionário, através de uma entrevista directa, a uma amostra representativa da população portuguesa residente em Portugal continental, de idade igual ou superior a 15 anos de idade. A amostra teve como universo de referência a população portuguesa e os resultados do Recenseamento Geral da População - Censos de 2001. Os indivíduos foram seleccionados através da definição de quotas a partir do cruzamento das variáveis sexo, idade, escolaridade, região (5 regiões INE - NUT's II) e habitat/dimensão dos agregados populacionais. A partir de uma matriz inicial de região e habitat, foi seleccionado aleatoriamente um número significativo de pontos de amostragem, onde foram realizadas as entrevistas, através da aplicação de quotas acima referidas. Em cada localidade, existiam instruções que obrigaram o entrevistador a distribuir as entrevistas por toda a localidade. A amostra final foi constituída por 1039 entrevistas. O trabalho de campo foi realizado em Junho de 2008 e aplicado pela Metris GfK.



OberCom - Observatório da Comunicação
Palácio Foz - Praça dos Restauradores
1250-187 Lisboa
PORTUGAL
e-mail: obercom@obercom.pt
tel.: +351 213221319
fax: +351 213221320
<http://www.obercom.pt>



Este trabalho está licenciado para Creative Commons
Attribution-NonCommercial 2.5 License.