

## Repositório ISCTE-IUL

---

Deposited in *Repositório ISCTE-IUL*:

2022-05-13

Deposited version:

Accepted Version

Peer-review status of attached file:

Peer-reviewed

Citation for published item:

Caracol, J. H. V., Alturas, B. & Martins, A. (2019). Uma sociedade regida pelo impacto do smartphone: Influência que a utilização do smartphone tem no quotidiano das pessoas. In Rocha, A., Pedrosa, I., Cota, M. P., and Gonçalves, R. (Ed.), 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI'2019). Coimbra: IEEE.

Further information on publisher's website:

10.23919/CISTI.2019.8760845

Publisher's copyright statement:

This is the peer reviewed version of the following article: Caracol, J. H. V., Alturas, B. & Martins, A. (2019). Uma sociedade regida pelo impacto do smartphone: Influência que a utilização do smartphone tem no quotidiano das pessoas. In Rocha, A., Pedrosa, I., Cota, M. P., and Gonçalves, R. (Ed.), 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI'2019). Coimbra: IEEE., which has been published in final form at <https://dx.doi.org/10.23919/CISTI.2019.8760845>. This article may be used for non-commercial purposes in accordance with the Publisher's Terms and Conditions for self-archiving.

---

### Use policy

Creative Commons CC BY 4.0

The full-text may be used and/or reproduced, and given to third parties in any format or medium, without prior permission or charge, for personal research or study, educational, or not-for-profit purposes provided that:

- a full bibliographic reference is made to the original source
- a link is made to the metadata record in the Repository
- the full-text is not changed in any way

The full-text must not be sold in any format or medium without the formal permission of the copyright holders.

---

# Uma sociedade regida pelo impacto do smartphone:

Influência que a utilização do smartphone tem no quotidiano das pessoas

## *A society ruled by the impact of the smartphone:*

*Influence that the use of the smartphone has in people's daily lives*

Jorge H. V. Caracol

Instituto Universitário de Lisboa  
(ISCTE-IUL)

MGSI

Lisboa, Portugal

[Jorgecaracol91@gmail.com](mailto:Jorgecaracol91@gmail.com)

Bráulio Alturas

Instituto Universitário de Lisboa  
(ISCTE-IUL)

ISTAR-IUL

Lisboa, Portugal

[braulio.alturas@iscte-iul.pt](mailto:braulio.alturas@iscte-iul.pt)

António Martins

Instituto Universitário de Lisboa  
(ISCTE-IUL)

ISTAR-IUL

Lisboa, Portugal

[antonio.martins@iscte-iul.pt](mailto:antonio.martins@iscte-iul.pt)

*Resumo* — A utilização do *smartphone* na sociedade atual tem vindo a crescer através da introdução de novos dispositivos móveis no mercado e da rápida evolução das tecnologias de comunicação. Esta evolução leva a que este dispositivo móvel quase perca as suas funções principais de efetuar chamadas e enviar mensagens, e adquira também as funções de um computador com uma baixa capacidade de processamento. Grande parte da adição destas novas funcionalidades ao telemóvel, foi da responsabilidade das empresas de telecomunicações, pois as pessoas ao adquirirem um telemóvel melhor, dão mais uso aos dados móveis. Essa responsabilidade é partilhada com as empresas de desenvolvimento de *smartphones* e de aplicações a ser instaladas nos mesmos. Com estes novos dispositivos no mercado, e com a variedade de aplicações disponíveis, as pessoas têm a tendência de os querer adquirir, visto que, com bastante facilidade, conseguem efetuar algumas funções que anteriormente apenas conseguiam com um computador. Este estudo mostra perceber qual é a influência que o telemóvel tem no quotidiano das pessoas, nomeadamente se consegue fazer com que as pessoas se tornem dependentes do mesmo, sem se aperceberem. Assim, foi realizado um estudo exploratório com uma metodologia quantitativa, através da aplicação de questionários, tendo-se verificado que as pessoas utilizam o *smartphone*, principalmente para facilitar as suas tarefas diárias.

*Palavras Chave* – telemóvel, uso do *smartphone*, stress tecnológico, vício, relações pessoais.

*Abstract* — The use of the smartphone in today's society has been growing through the introduction of new mobile devices in the market and the rapid evolution of communication technologies. This evolution means that this mobile device almost loses its main functions of making calls and sending messages, and also acquire the functions of a computer with a low processing capacity. Much of the addition of these new features to the mobile phone was the responsibility of the telecommunications companies, as people, when acquiring a better mobile phone, make more use of mobile data. This responsibility is shared with smartphone development companies and applications to be installed on them. With these new devices on the market, and with the variety of applications available, people have a tendency to want to acquire them, since quite easily, they can perform some functions that they previously only had with a computer. This study shows the influence that the

mobile phone has on people's daily lives, namely if they can make people become dependent on it, without realizing it. Thus, an exploratory study with a quantitative methodology was carried out through the application of questionnaires, and it was verified that people use the smartphone, mainly to facilitate their daily tasks.

*Keywords* – mobile phone, smartphone usage, technological stress, addiction, personal relationships.

### I. INTRODUÇÃO

O telemóvel passou rapidamente de um instrumento cujo único objetivo era efetuar chamadas e enviar mensagens, a partir de um emissor até um recetor, para um instrumento onde é possível ouvir música, tirar fotografias (não perdendo a qualidade que uma máquina fotográfica), entre outras funcionalidades. Este novo dispositivo tem a denominação de *Smartphone* [1].

Para além das características enumeradas acima, permite também que as pessoas estejam em constante contacto com o mundo digital em qualquer lugar e assim satisfazer as suas necessidades do quotidiano, sejam de cariz de segurança, conveniência, mobilidade, etc. e até mesmo ser permitir efetuar compras *online* com a mesma facilidade de como se as pessoas se dirigissem a uma loja [2], [3]. Estes factos fazem com que o *smartphone* tenha bastante adesão por parte das população a nível mundial.

Nos anos 90, quando chegou ao mercado o primeiro *smartphone*, este aparelho só poderia ser adquirido pelos adultos, uma vez que era um objeto de difícil acesso e nem todas as pessoas conseguiam adquirir o mesmo [3]. Com o passar dos anos, estes aparelhos também começaram a ser utilizados pelas pessoas mais jovens, sendo que a utilização que estes lhes dão é diferente do das pessoas mais adultas, como também são diferentes os motivos e as necessidades dos mesmos [4], [5]. Estes aparelhos destacam-se nos meios mais jovens onde a necessidade de se afirmarem é muito grande e nos adultos destaca-se para fins profissionais onde é necessário manterem-se em contacto com as mais variadas pessoas dependendo da profissão [6].

Segundo Puro (2002) [7], os homens são mais instrumentais no que toca na utilização do *smartphone*, enquanto as mulheres servem-se mais dele para coordenar a vida profissional, doméstica e familiar. Entre os jovens, os rapazes utilizam-no para uma componente mais lúdica enquanto as raparigas utilizam-no para manterem relação com os pares, para expressar emoções e personalizam mais os seus aparelhos.

A maior parte das investigações realizadas até à publicação deste artigo mostram que existe um aumento de conectividade social que se considera uma consequência da utilização frequente do *smartphone* [3], [8], [9], [10].

Este artigo apresenta a influência que o telemóvel tem no quotidiano das pessoas, nomeadamente se consegue fazer com que as pessoas se tornem dependentes do mesmo, sem se aperceberem. Para Assim, foi realizado um estudo exploratório com uma metodologia quantitativa, através da aplicação de questionários, a fim de perceber, até que ponto o telemóvel é importante no quotidiano dos utilizadores.

## II. SMARTPHONES

### A. Telecomunicações

O sector das telecomunicações em Portugal tem vindo a sofrer profundas alterações com o aparecimento destes dispositivos, uma vez que teve que ser reconfigurado o modo em como estavam a ser feitas as comunicações, porque com este novo sentido de mobilidade, que o *smartphone* permite, as pessoas deixaram de utilizar o telefone apenas para fazer chamadas, mas também para utilizar os dados móveis com o envio de mensagens instantâneas [11]. Esta massificação tem vindo a ocorrer devido às estratégias utilizadas pelos *players* que atuam no mercado e à queda do preço dos equipamentos, pois estes tornaram mais acessíveis a toda a população [11].

Segundo dados da ANACOM [12], [13] a utilização de mensagens escritas tem vindo a diminuir pois os serviços de 3G e 4G [11] aumentaram significativamente, uma vez que, com o aparecimento do *smartphone*, as pessoas utilizam muito mais a *Internet* no telemóvel e as operadoras tiveram que reformular todo o seu negócio de comunicações.

Com a necessidade que as pessoas tinham em utilizar os serviços 3G e 4G, as operadoras começaram por criar pacotes de tarifários onde o importante não é quantas mensagens escritas se pode enviar ou quantos minutos se tem grátis, mas sim que volume de dados móveis é que se pode gastar por mês [11], [12].

Tabela 1 - Utilizadores de serviços típicos da banda larga móvel

2.º Trimestre de 2017		Var. Trimestral (+/-) (%)	Var. Homóloga (+/-) (%)
Nº total de utilizadores de serviços típicos da banda larga móvel (habilitados)	13.809	549 4,1%	387 2,9%
dos quais utilizadores de serviços 3G, upgrades e standards equivalentes ativos (que registaram tráfego no último mês do período de reporte)	6.837	229 3,5%	1.029 17,7%
dos quais utilizadores do serviço de acesso à Internet em banda larga	6.720	224 3,4%	1.042 18,4%
dos quais utilizadores com tarifário específico para acesso à Internet em banda larga	1.357	-3 -0,2%	-256 -15,9%
dos quais com ligação à Internet através de tablet/PC	561	16 2,9%	-4 -0,6%
dos quais com ligação à Internet através de telemóvel	6.159	208 3,5%	1.046 20,5%

Unidade: milhares de utilizadores, %  
Fonte: ANACOM

No segundo trimestre de 2017, os utilizadores que costumam usufruir do serviço de banda larga móvel corresponderam a cerca de 13,8 milhões (Tabela 1).

De acordo com o Barómetro de Telecomunicações da Marktest (correspondente ao mês de junho de 2017), o principal motivo das pessoas não possuírem uma *Internet* fixa, é o facto de as pessoas preferirem uma banda larga móvel [14].

Os serviços mais utilizados de acesso à *Internet* através do telemóvel são a consulta de e-mail e a consulta das redes sociais que corresponde a 78% dos utilizadores que utilizam o *smartphone*. Por outro lado o envio de mensagens instantâneas é o segundo serviço mais utilizado. Para além destes serviços principais, também são utilizados os serviços que suportam ouvir música *online* (como o Spotify, Google Music ou iTunes) e o aumento de serviços *Over the Top Media Services* (OTT) para a realização de chamadas como o Skype, WhatsApp, Viber, etc. [11], [13].

Segundo os dados do segundo trimestre de 2016, tanto as videochamadas realizadas como as mensagens multimédia (MMS) enviadas, foram muito menores em comparação com trimestres anteriores [11]. Esta redução poderá estar associada a ofertas com dados móveis lançadas pelos operadores, assim como o volume de tráfego utilizado pelas pessoas portadoras de *smartphones* [13].

A maioria das pessoas tem geralmente alguma resistência no que toca à adoção de novos produtos, que estejam ligados às novas tecnologias, e o *smartphone* não é exceção [15]. Vários estudos realizados mostram que a maioria das pessoas a utilizar o *smartphone* são jovens e jovens adultos [11] e quem diz o *smartphone* diz outro aparelho tecnológico [15].

De acordo com estudos psicológicos, é nestas idades que as pessoas começam a estabelecer relações com os outros e é quando se começam a construir as bases do relacionamento [16].

### B. Adição do produto na sociedade

Conforme já referido anteriormente, e segundo dados da ANACOM [13], existe uma relação negativa entre a idade e a utilização do serviço telefónico móvel. As idades compreendidas para maior utilização do *smartphone*, são dos 25-44 e dos 45-64, ou com um nível de instrução mais elevado (verificando-se também que quanto mais elevado é o nível de instrução, menos são as hipóteses de não possuírem um *smartphone*). As pessoas com idades superiores aos sessenta e quatro anos ou com um nível de instrução inferior não possuem normalmente este tipo de aparelho de comunicação [11]. A expansão destes novos modelos de telemóveis também afetará, numa fase inicial, os utilizadores com um elevado conhecimento tecnológico, mas a curto e médio prazo [11].

Quando um novo produto é disponibilizado no mercado, pelo menos uma pessoa tem a curiosidade de o utilizar, e consequentemente, outras pessoas também acabam por o adquirir [17]. Segundo Lee (2014) existem quatro hipóteses principais na aquisição de um novo produto, que são elas: A - influência interpessoal normativa; B - a influência da família; C - inovação do consumidor; D - uso que a pessoa vai dar ao *smartphone* [15]. Mas a crescente utilização do *smartphone* reside nas suas principais funcionalidades, que segundo Schrock

(2015) se dividem em quatro grupos: Portabilidade, Disponibilidade, Localização e Multimídia [18].

A aquisição do novo produto deve-se também à influência das tarifas praticadas pelas empresas de telecomunicações e pelos serviços disponibilizados pelas mesmas, independentemente das redes *wifi* gratuitas disponibilizadas nas grandes cidades [11]. No entanto, as empresas que fazem a construção do *smartphone* e o colocam no mercado a preços apetecíveis também têm um papel muito importante quando um adolescente pretende adquirir algum desses equipamentos [15], levando aquilo a que Abeele (2015) designou por cultura juvenil móvel [19].

### C. Utilização de um novo produto

Atualmente, conforme já identificado anteriormente, o *smartphone* é muito mais do que um mero telemóvel, que as pessoas usam para fazer chamadas [20], [21], [22], e é utilizado pelas diversas faixas etárias [15]. O *smartphone* tornou-se num instrumento de trabalho e lazer que é utilizado ao longo de todo o dia e para as mais diversas tarefas, sejam elas enviar mensagens escritas e mensagens multimídia, ou realizar chamadas. Serve também como máquina fotográfica (cada vez mais as câmaras que equipam os telemóveis, têm quase a mesma qualidade que qualquer máquina fotográfica que encontremos no mercado), calculadora, relógio, agenda, calendário, consola de jogos, multimídia, leitor de música [15], [13], [11], [21], a possibilidade de usar aplicativos do Office, caso a pessoa efetue algum *download* de aplicações como a *Play Store* ou a *Apple Store* [15], e ainda permite que os seus utilizadores consigam fazer compras e gerir as suas finanças [21], tudo isto num ambiente de mobilidade.

Os *smartphones* também são pequenos computadores portáteis, uma vez que são constituídos por processadores cada vez mais eficientes e poderosos, sistemas operativos modernos, acesso à *Internet* e com interfaces de fácil compreensão e interação, e com aplicações de igual nível de facilidade de interação [21].

Muitas pessoas estão bastante dependentes do *smartphone*, na medida em que a primeira coisa que fazem quando acordam e a última que fazem quando vão dormir é utilizar o *smartphone* nas mais variadíssimas tarefas [17]. Isto mostra o nível de dependência que as pessoas têm face a este aparelho tecnológico que absorve o quotidiano das pessoas. O uso excessivo deste dispositivo pode resultar numa obsessão, pode levar ao vício de utilização e consequentemente levar as pessoas a viverem de forma isolada do mundo [17], [20].

Este uso obsessivo tem vindo a mudar as rotinas diárias e os comportamentos [17], [20], onde, a longo prazo, pode vir a provocar distúrbios psicológicos o que irá fazer com que as pessoas fiquem mais dependentes dele e consequentemente aumentem o seu nível de *stress* [20]. Algumas associações governamentais e não-governamentais têm vindo a abrir centros de reabilitação, para ajudarem pessoas a ultrapassar esta dependência.

## III. COMPORTAMENTOS DE UTILIZAÇÃO

### A. Principais utilizações

De acordo com a situação da vida em que as pessoas se encontram, a utilização do *smartphone* pode ser para diversos propósitos em diferentes alturas, quer seja num contexto de vida privada ou na vida profissional [23]. A utilização do *smartphone* para aceder a redes sociais, e para planear viagens são, sem dúvida, duas das utilizações mais frequentes.

As redes sociais são utilizadas por milhões de pessoas em todo o mundo, sejam elas crianças, adultos ou no mundo empresarial. Estas entidades permitem criar perfis públicos ou semipúblicos para utiliza-los em diversos propósitos [24]. O facto de existirem muitas pessoas a utilizarem as redes sociais faz com que, por consequência, existam muitas redes sociais para diversos propósitos, onde as pessoas as podem utilizar, tanto para a vida pessoal como profissional [25]. O facto de todas estas redes existirem, serve para facilitar as pessoas a se poderem tornar visíveis nas redes, com o intuito final de conhecer pessoas novas [25].

Estudos recentes mostram que ao usar o *smartphone* diariamente e ter acesso à tecnologia, leva a que as pessoas sejam capazes de fazer tudo no momento, e não apenas quando cheguem à frente de um computador, e isto não é indiferente no momento em que uma pessoa decide comprar viagens [23].

A utilização do *smartphone* antes da viagem é feita para monitorar os preços dos voos, procurar destinos para passar férias e consequentemente escolher o hotel onde se pretende ficar. Esta utilização leva a mudanças no comportamento da viagem, quer seja quando estão a escolher o destino, quando já se encontram no destino ou mesmo quando regressam a casa [23], uma vez que são componentes importantes na experiência da viagem.

O excesso de utilização no quotidiano faz com que esteja fortemente associado a quando as pessoas vão viajar ou já se encontram nos destinos turísticos. Uma vez que se encontram num sítio onde não conhecem nada e têm que consultar o *smartphone* para obter todas as informações necessárias, quando é necessário entender o ambiente geográfico onde estão, organizar coisas para fazer numa altura mais livre, conseguirem lidar com alguma situação de que não estão à espera, perceberem o que devem conhecer, ou mesmo onde se dirigirem para comer, pois têm permanente acesso à *Internet*. Este acesso sempre constante faz com que encarem a viagem com um pensamento de segurança e conforto, que com um telemóvel “normal” não encarariam [23].

### B. Excesso de utilização

Segundo estudos realizados, sobre a utilização excessiva deste meio tecnológico, existe uma doença moderna causada pela incapacidade de lidar com as tecnologias informáticas que é denominada por *stress* tecnológico [17], [20], [21], [22]. Esta nova doença está relacionada com a sobrecarga de informação a que os utilizadores estão sujeitos quando utilizam esta nova tecnologia, que teve um crescimento massivo nos últimos anos, e isto provoca efeitos bastante negativos para a saúde mental [17], [22], [26].

De acordo com o perfil psicológico da pessoa, esta vai ficar mais ou menos afetada, e corre o risco de poder ficar com bastante *stress* devido ao comportamento motivado pela informação que chega a ela através desta tecnologia. Também existe o risco da pessoa ficar de tal forma envolvida que não consegue suportar e, conseqüentemente, adota um comportamento compulsivo [17], [20]. A teoria da personalidade destaca a diferença entre o traço de personalidade e o comportamento compulsivo [16].

Esta dependência pelo *smartphone* está diretamente relacionada com os traços de personalidade, uma vez que é através da maneira de ser de cada um, que faz com que este dispositivo tenha uma maior ou menor influência no seu dia a dia [16], [17], [20]. Uma pessoa com comportamentos compulsivos é definida como alguém que se envolve numa atividade que não controla e, conseqüentemente, pratica repetidamente comportamentos que causam danos a ela e/ou aos que a rodeiam [16].

Estudos realizados com a utilização do *smartphone* mostram que existe uma tendência maior para que sejam as pessoas do género masculino a terem comportamentos compulsivos do que as do género feminino. As mulheres adultas tendem a enviar mais mensagens e ficam mais nervosas em situações sociais, como falar em público [17]. Conforme estudos relacionados, existem cerca de quatro tipos de influências para a utilização do telemóvel, são eles: local de utilização, ansiedade de interação social, materialismo e a necessidade de utilização [17].

Este comportamento compulsivo também está relacionado com o *design* do *smartphone* e com o facto de as pessoas terem uma necessidade de toque. Uma pessoa quando adquire um *smartphone*, adquire um que seja do seu gosto de forma a que quanto mais a pessoa gosta do aparelho, maior é a probabilidade de o usar [11]. Também as aplicações (APP) do *smartphone* são instaladas de acordo com as preferências de cada utilizador. A qualidade de uma aplicação móvel envolve vários aspetos, sendo um dos mais importantes a usabilidade [27]. A importância do tempo e do espaço não se verifica com o uso do *smartphone* uma vez que, por muito que uma pessoa esteja dependente dele, não está em permanente utilização, e isso faz com que cada pessoa só inicie uma conversa, ou responda a alguma mensagem quando o utiliza [16].

Por outro lado, a utilização do *smartphone* também pode ser vista como um modo das pessoas controlarem o *stress* [20], [22], e a ansiedade, ou seja, se uma pessoa está demasiado envolvida no trabalho e a precisar de fazer uma pausa, uma vez que verifique que o seu rendimento já está a baixar, esta tecnologia é considerada uma boa prática pois, conforme explicado anteriormente, tem as funcionalidades de um computador e onde à distancia de um toque tem mil e uma formas de se entreter e distrair [17], [20], [28].

#### IV. METODOLOGIA

Para estudar o quão as pessoas estão dependentes do *smartphone*, foi elaborada a seguinte pergunta de investigação: em que medida o *smartphone* é importante no quotidiano dos utilizadores?

Como objetivo geral do estudo, pretende-se responder à questão colocada anteriormente bem como perceber qual é a influência que o *smartphone* tem no quotidiano das pessoas,

nomeadamente se consegue fazer com que as pessoas se tornem dependentes do mesmo sem se aperceberem.

Para atingir o objetivo proposto é necessário validar objetivos mais específicos:

1 – Verificar quais são as motivações que as pessoas têm na utilização do *smartphone*, bem como os tipos de utilização mais importantes do dia a dia.

2 – Compreender até que ponto é que o *smartphone* é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, como profissional, como durante uma viagem.

3 – Compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do *smartphone*.

Dos objetivos identificados, decorrem as seguintes hipóteses de investigação:

H1: O nível de dependência é igual entre géneros.

H2: O estado civil influencia o nível de dependência da utilização do *smartphone*.

H3: O género das pessoas da amostra explica a utilização social do *smartphone*.

H4: O estado civil das pessoas da amostra explica a utilização do *smartphone* para fins de entretenimento.

H5: O estado civil das pessoas da amostra explica a utilização social do *smartphone*.

H6: A profissão das pessoas da amostra explica a frequência do *smartphone*.

H7: A profissão das pessoas da amostra explica a dependência do *smartphone*.

Quanto à metodologia da investigação optou-se por uma metodologia quantitativa, onde se recorreu ao instrumento de questionário com respostas fechadas, para obter dados quantificáveis.

O questionário foi contruído com base em alguns instrumentos já existentes, nomeadamente, *Modelling smartphone addiction: The role of smartphone usage, self-regulation, general self-efficacy and cyberloafing in university students* de Gökçearsan, Ş., Mumcu, F. K., Haşlaman, T., & Çevik, Y. D. [21], *Relationships among smartphone addiction, stress, academic performance, and satisfaction with life* de Samaha, M., & Hawi, N. S. [22], *Smartphone addiction among university students in the light of some variables* de Aljomaa, S. S., Mohammad, M. F., Albursan, I. S., Bakhiet, S. F., & Abduljabbar, A. S. [20] e por último *The dark side of smartphone usage: Psychological traits, compulsive behavior and technostress* de Lee, Y. K., Chang, C. T., Lin, Y., & Cheng, Z. H. [17]. Esteve disponível através de *link* da plataforma Google Forms, entre os meses de março e abril de 2018. A distribuição do mesmo foi feita com maior incidência na rede social Facebook com o objetivo de chegar a todas as pessoas do continente português, tendo-se obtido 225 respostas. Os dados foram tratados com a ferramenta *IBM SPSS Statics* versão 24 para Windows.

O questionário foi dividido em duas partes, em que a primeira parte corresponde à recolha dos dados demográficos considerados pertinentes para o estudo (idade, género, estado civil, escolaridade, atividade profissional, concelho) e a segunda parte ao conjunto de questões sobre a utilização do *smartphone* em que o inquirido tinha de responder numa escala tipo Likert de ou 1 a 5 ou de 1 a 7, consoante a pergunta em questão.

## V. ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Para interpretar os dados obtidos, começou-se por caracterizar a amostra, tendo-se verificado que a média de idades é de trinta e cinco anos com um desvio padrão de doze anos, isto diz-nos que a variância da média de respostas variam entre os vinte e três anos e os quarenta e sete anos. No entanto também se obteve respostas de três pessoas com idades mais baixas (dezassete anos) e por duas pessoas que têm a idade mais elevada (sessenta e sete anos). Verifica-se também que 25% das idades correspondem a pessoas com vinte e cinco anos e 75% a idades de quarenta e cinco anos.

Das 225 respostas, 71% dizem respeito a pessoas do género feminino e 48% têm como estado civil casado(a)/companheiro(a). Em termos de escolaridade 50% das pessoas que responderam ao inquérito são licenciadas e só apenas 2% é que têm o ensino básico.

Após a caracterização da amostra, foram realizadas três Análises de Componentes Principais (ACP) com o objetivo de reduzir o número de variáveis. A primeira ACP corresponde à junção das perguntas 8 e 9 do questionário com o objetivo de simplificar a informação e excluir dados que possam estar repetidos, onde resultaram as seguintes quatro componentes: Internet, Entretenimento, Agenda e Telefone. Estas variáveis obtidas foram validadas através da análise estatística e respetiva confiabilidade do *Alpha de Cronbach*.

A segunda ACP corresponde à junção das perguntas 7, 11 e 12 do questionário, também com o objetivo de simplificar a informação e excluir dados que possam estar repetidos, tendo-se obtido quatro componentes: Social, Férias, Frequência e Individual. Estas variáveis foram validadas através da análise estatística e respetiva confiabilidade do *Alpha de Cronbach*.

A terceira ACP corresponde à pergunta 10 do questionário que por si só acaba por ser uma componente que é a Dependência. Esta variável obtida foi validada através da análise estatística e respetiva confiabilidade do *Alpha de Cronbach*.

Dos dados obtidos, também foi efetuada uma ACP onde junta todas as perguntas do questionário que dizem respeito à utilização do *smartphone* enquanto telemóvel, ou seja, usado para efetuar/receber chamadas, enviar/receber sms ou enviar mensagens instantâneas. O mesmo também tem uma componente de agenda, uma vez que com a constante evolução dos *smartphones* na vida das pessoas, o mesmo tem que conter a calendarização das tarefas diárias ou das notas do dia a dia. Por fim, mas não menos importante, o *smartphone* é utilizado para aceder à *Internet*, sendo ele para ver a meteorologia, consultar blogues, obter direções, efetuar compras *online*, etc.

Posto isto, o primeiro objetivo de verificar quais as motivações que as pessoas têm na utilização do telemóvel, bem como os tipos de utilização mais importantes no dia a dia

encontra-se validado, pois conseguimos identificar quais as principais utilizações que são dadas a este aparelho tecnológico.

Para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel, as mesmas responderam que a primeira coisa que fazem de manhã mal acordam é utilizá-lo e ficarem a par das novidades (M=3,15) bem como despertador (M=4,39). Um dado curioso é que o *smartphone* está tão presente na nossa vida que o mesmo também é utilizado quando as pessoas vão para a casa de banho (M=3,26).

Após a análise dos resultados obtidos, efetuamos a verificação das hipóteses levantadas no modelo teórico. Conforme a Tabela 2, confirmamos a verificação das hipóteses definidas, validando assim qual a influência que o *smartphone* tem no quotidiano das pessoas, nomeadamente se faz com que as pessoas fiquem mais dependentes do mesmo.

Tabela 2 - Resultado da verificação das hipóteses em causa

Hipótese	Resultado
O nível de dependência do <i>smartphone</i> é igual entre géneros.	Verifica-se
O nível de dependência da utilização do <i>smartphone</i> é influenciado pelo estado civil.	Não se Verifica
O género das pessoas da amostra explica a utilização social do <i>smartphone</i> .	Verifica-se
O estado civil das pessoas da amostra explica a utilização do <i>smartphone</i> para fins de entretenimento.	Não se Verifica
O estado civil das pessoas da amostra explica a utilização social do <i>smartphone</i> .	Verifica-se
A profissão das pessoas da amostra explica a frequência do <i>smartphone</i> .	Verifica-se
A profissão das pessoas da amostra explica a dependência do <i>smartphone</i> .	Verifica-se

Ao efetuar a análise de correlações entre todas as componentes da ACP, conseguimos concluir que existe uma maior relação entre a componente dependência com a componente férias ( $\rho=0,483$ ) e social ( $\rho=0,400$ ). A componente Internet tem uma relação mais forte com férias ( $\rho=0,541$ ) e isto mostra que as pessoas quando estão de férias utilizam mais a Internet. A componente entretenimento tem uma relação mais forte com a componente dependência uma vez que estes aparelhos estão constantemente presentes no nosso dia a dia e em maior parta das tarefas que efetuamos. A frequência de utilização deste também está fortemente ligada à utilização num contexto de agenda ( $\rho=0,431$ ). Por último, a componente telefone tem uma relação maior com a componente férias pois é quando as pessoas têm mais tempo para utilizar o *smartphone* e onde dão relevância à expressão “pôr a conversa em dia”.

## VI. CONCLUSÕES

As pessoas acabam por ser influenciadas a adquirirem um *smartphone*, simplesmente por verem outras pessoas a utilizar, o que leva à questão do quão são consumistas, ou então qual o tipo de influência que existe no ceio familiar. Com este estudo

foi possível responder à questão de investigação: em que medida o *smartphones* é importante no quotidiano dos utilizadores?

Após efetuar a análise de resultados, para o primeiro objetivo de se verificar quais são as motivações que as pessoas têm na utilização do *smartphones*, bem como os tipos de utilização mais importantes no dia a dia, verificou-se que as pessoas utilizam o *smartphone* para facilitar as suas tarefas diárias.

Para o segundo objetivo de compreender até que ponto é que o *smartphones* é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, como profissional, como durante uma viagem, verificou-se que, as pessoas utilizam-no com mais ou com menos frequência dependendo das situações em que se encontram, mas também depende das pessoas porque da amostra recolhida houve pessoas que disseram que nunca utilizam o *smartphone* quando estão com amigos e outras responderam ocasionalmente.

Por fim, em relação ao último objetivo de compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do *smartphones* verificou-se que, de acordo com a revisão da literatura e dos dados recolhidos, o *smartphone* tem vindo a ter um crescente peso na vida das pessoas e o mesmo torna as pessoas dependentes nas mais variadas tarefas que queiram desempenhar, como a função de despertador pela manhã, a função social se manter a par do que está a acontecer com os outros, a função de entretenimento para que se passe o tempo de uma forma mais rápida, a função de viagens uma vez que as pessoas cada vez efetuam menos planeamento porque confiam muito no *smartphone*.

Como limitações deste estudo, salienta-se a amostra recolhida que não foi tão representativa quanto desejável, nomeadamente em termos de região. Assim, os resultados deste estudo não podem ser considerados como representativos e não podem ser retiradas conclusões que caracterizem todos os utilizadores portugueses que utilizem o *smartphone* no seu dia a dia. Porém, o objetivo deste estudo era perceber qual é a influência que o telemóvel tem no quotidiano das pessoas, nomeadamente se consegue fazer com que as pessoas se tornem dependentes do mesmo sem se aperceberem.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] S. W. Campbell, "Perceptions of Mobile Phones in College Classrooms: Ringing, Cheating, and Classroom Policies," *Communication Education*, vol. 55, nº 3, pp. 280-294, 2006.
- [2] J. R. Hoflich e P. Rossler, "Más que un Teléfono: el teléfono móvil y el uso del SMS por parte de los adolescentes alemanes – resultados de un estudio piloto," *Revista de Estudios de Juventud*, nº 57, pp. 79-99, 2002.
- [3] L. Palen, M. Salzman e E. Youngs, "Going Wireless: Behavior & Practice of New Mobile Phone Users," em *CSCW'00 - Computer Supported Cooperative Work 2000*, Philadelphia, PA, USA, 2000.
- [4] R. Eliot e N. Jankel-Elliot, "Using ethnography in strategic consumer research," *Qualitative Market Research*, vol. 6, nº 4, pp. 215-223, 2003.
- [5] T. Charlton, C. Panting e A. Hannan, "Mobile telephone ownership and usage among 10-and 11-year-olds: participation and exclusion," *Emotional and Behavioral Difficulties*, vol. 7, nº 3, pp. 152-163, 2002.
- [6] S. Lorente, "Juventud y Teléfonos Móviles: Algo más que una moda," *Revista de Estudios de Juventud*, nº 57, pp. 9-24, 2002.
- [7] J.-P. Puro, "Filand: a mobile culture," em *Perpetual Contact, Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, J. E. K. & M. Aakhus, Ed., Cambridge, Cambridge University Press, 2002, pp. 19-29.
- [8] A. Lasen, "Emotions and Digital Devices – Affective Computing and Mobile Phones," Digital World Research Center, Surrey University, Guildford, Surrey, UK, 2004.
- [9] J. Vincent e R. Harper, "Social shaping of UMTS: Preparing the 3G customer," UTMS Forum Report 26, UK, 2003.
- [10] C. Rosen, "Our Cell Phones, Ourselves," *The New Atlantis Journal*, nº 6, pp. 26-45, 2004.
- [11] G. Cardoso, R. Espanha, V. Araújo e M. d. C. Gomes, "O Mercado Nacional das Comunicações Móveis – Das Cadeias de Valor às Redes de Valor," OberCom, Lisboa, 2007.
- [12] ANACOM, "Serviços Móveis - Informação Estatística," Autoridade Nacional de Comunicações, Lisboa, 2012.
- [13] ANACOM, "Serviços Móveis," Autoridade Nacional de Comunicações, Lisboa, 2016.
- [14] Markttest Consulting, "Análise sobre o comportamento dos portugueses nas redes sociais," Grupo Markttest, Lisboa, 2017.
- [15] S. Y. Lee, "Examining the factors that influence early adopters' smartphone adoption: The case of college students," *Telematics and Informatics*, vol. 31, nº 2, pp. 308-318, 2014.
- [16] M. O. Fachada, *Psicologia das Relações Interpessoais*, Lisboa, Portugal: Edições Sílabo, 2003.
- [17] Y. K. Lee, C. T. Chang, Y. Lin e Z. H. Cheng, "The dark side of smartphone usage: Psychological traits, compulsive behavior and technostress," *Computers in Human Behavior*, vol. 31, pp. 373-383, 2014.
- [18] A. R. Schrock, "Communicative Affordances of Mobile Media: Portability, Availability, Locatability, and Multimediality," *International Journal of Communication*, vol. 9, pp. 1229-1246, 2015.
- [19] M. M. P. V. Abeele, "Mobile youth culture: A conceptual development," *Mobile Media & Communication*, vol. 4, nº 1, pp. 1-17, 2015.
- [20] S. S. Aljomaa, M. F. Mohammad, I. S. Alburan, S. F. Bakhiet e A. S. Abduljabbar, "Smartphone addiction among university students in the light of some variables," *Computers in Human Behavior*, vol. 61, pp. 155-164, 2016.
- [21] Ş. Gökçearslan, F. K. Mumcu, T. Haşlamam e Y. D. Çevik, "Modelling smartphone addiction: The role of smartphone usage, self-regulation, general self-efficacy and cyberloafing in university students," *Computers in Human Behavior*, vol. 63, pp. 639-649, 2016.
- [22] M. Samaha e N. S. Hawi, "Relationships among smartphone addiction, stress, academic performance, and satisfaction with life," *Computers in Human Behavior*, vol. 57, pp. 321-325, 2016.
- [23] D. Wang, Z. Xiang e D. R. Fesenmaier, "Adapting to the mobile world: A model of smartphone use," *Annals of Tourism Research*, vol. 48, pp. 11-26, 2014.
- [24] E. T. Higgins, "Social cognition: learning about what matters in the social world," *European Journal of Social Psychology*, vol. 30, nº 1, pp. 3-39, 2000.
- [25] G. Conole, R. Galley e J. Culver, "Frameworks for understanding the nature of interactions, networking, and community in a social networking site for academic practice," *International Review of Research in Open and Distance Learning*, vol. 12, nº 3, pp. 119-138, 2011.
- [26] P. A. Schneider, "The Information Age: Economy, Society and Culture Volume I: The Rise of the Network Society by Manuel Castells," *Journal of Marketing*, vol. 61, nº 4, pp. 96-97, 1997.
- [27] D. S. Barreto e B. Alturas, "Quality-in-use App Evaluation: Case of a Recruitment App for Portuguese SMEs," *Journal of Information Systems Engineering & Management*, vol. 3, nº 1, p. Article 01, 2018.
- [28] M. Castells, *The Rise of the Network Society*, Boston, Massachusetts, USA: Blackwell Publishing, 2010.