

Perfis de actividades de utilizadores da internet: um estudo comparativo Profiling on-line users activities: a comparative study

Manuel Almeida Damásio, Carlos Poupa, Universidade Lusófona , Portugal

Abstract

The use of the internet involves a large set of activities. Those activities compete one amongst the other and with other media, like television, for the user interest. The way these activities compete amongst themselves and with other media, is an important subject to be studied in the field of media studies, but also a relevant object when we discuss the ways technologies are diffused and adopted in our societies. This paper presents the results of an exploratory research targeted at typifying the activities users are pursuing on-line and the ways these activities relate to other processes of media consumption. A multidimensional scaling technique was used to produce a spatial map that identifies in a common bi-dimensional space several activities users usually conduct on-line and relates those with other forms of media use. The results show a clear distinction between two large clusters of activities that we then associate to two categories that can help us in the future in better understanding what is happening on the internet.

Introdução

O uso e consumo da internet representa nos nossos dias uma das formas dominantes de consumo dos media, aqui entendido como o processo de uso de um medium, consumo e interpretação das mensagens que o mesmo veicula. Apesar de existir já uma experiência relevante no estudo do comportamento dos audiências on-line (Schkade, Stafford, Stafford, 2004; Joinson, 2003; Poster, 2006), continua a ser difusa a informação concreta sobre o tipo e objectivos das actividades desenvolvidas pelos sujeitos on-line, nomeadamente numa perspectiva que relacione estas actividades com processos de substituição de um tipo de consumo por outro (ex. o consumo da televisão pelo da Internet), apesar de se continuar a assumir que a internet possui um efeito substitutivo sobre outros media com quem está em competição (Howard & Jones, 2004). Assim e tal como no passado, existe uma crença comum de que um novo media vai substituir o outro e, neste caso, de que a Internet vai substituir a TV. A verdade, como o provam casos anteriores, é que é possível que novos media coexistam com antigos e promovam até novas formas de uso e consumo (Murphy, 2003).

Como medium, a Internet é particularmente complexa. Antes de mais, não é uma única realidade. A internet inclui um conjunto de actividades tão diversas como o correio electrónico, os jogos, os jornais online, o *chat*, os *blogs*, e as comunidades sociais como o *youtube* ou o *hi5*, para já não falarmos nos fenómenos de *microblogging* como o *twitter*.

A nossa investigação tende a tratar a Internet como uma realidade única, não porque não aceitemos este carácter heterogéneo do media (Machuco, 2008), mas antes porque trabalhamos com um hipótese inicial de que esta heterogeneidade de usos reflecte na realidade um conjunto diminuto de perfis de uso que podemos agrupar e tipificar como identificador de perfis de utilizadores.

Uma das diferenças centrais para a compreensão do comportamento dos sujeitos que utilizam a internet, está no facto de estarmos a lidar não com uma única actividade, com é o caso nos media tradicionais unidireccionais, mas sim com um conjunto de actividades aparentemente sem relação. O principal objectivo do nosso trabalho é a detecção de tais relações em ordem à compreensão do papel efectivo dos utilizadores e respectivos comportamentos, através da caracterização e definição dessas actividades. O desenvolvimento de mais investigação sobre cada uma das actividades conduzidas pelos sujeitos on-line, constitui condição central para o aumento do conhecimento sobre a Internet e as consequências do seu uso e adopção social, quer no que diz respeito aos indivíduos, quer no que se refere ao uso e consumo de outros media. Tal trabalho constitui ainda elemento essencial para a

discussão da nossa hipótese central, a saber, que as actividades conduzidas on-line são concorrenciais com as actividades conduzidas com recurso a outros media tradicionais, como por exemplo a internet. Parte da investigação disponível (Harper, 2003) patenteia uma tendência para analisar as actividades conduzidas na internet de um ponto de vista excessivamente determinístico, centrado exclusivamente na execução de tarefas por parte do utilizador em ordem à satisfação de uma necessidade (Lazar, 2005). Assim, quando num contexto de investigação se afirma que alguém está na Web, pode-se estar a subestimar aquilo que é mais fundamental, que é a informação sobre o que é que o utilizador está de facto a fazer, ou seja, a natureza exacta das suas actividades. Efectivamente, quando on-line, o utilizador pode estar a jogar jogos, a fazer trabalhos escolares, ou a ver vídeos no *youtube*. É óbvio, por exemplo, que jogar online é mais semelhante a jogar offline do que a ler jornais online. No entanto, esta informação pode ser escondida pelo facto de os investigadores poderem simplesmente, baseando-se na tecnologia, classificar a utilização da Internet como Web ou não-Web, o que em termos de compreensão do fenómeno em causa constitui um erro grave.

Face ao exposto, podemos facilmente concluir que é a actividade, não a tecnologia, que constitui a chave para o entendimento das diferenças na utilização da Internet e também o seu potencial para substituir outros media, como a Televisão, ou outras actividades do mundo real. Na sua formulação mais simples, uma actividade é definida como o envolvimento de um sujeito com um determinado objectivo. Este é se quisermos o primeiro nível do objecto da actividade, a sua existência como entidade material no mundo.

A actividade é desenvolvida pelo sujeito que é motivado em direcção à resolução do seu problema ou propósito, o objecto, e para isso recorre a artefactos – ferramentas – com que estabelece uma relação mediatizada que ocorre em colaboração com outros – a comunidade e que resulta em algo (fig.1). Este é o segundo patamar da actividade, como visão subjectiva de um objectivo presente ou futuro. O sistema que se preconiza resulta do conhecimento acumulado neste processo de mediatização entre sujeitos, artefactos e objectos (Engestrom, Miettinen & Punamaki, 1999).

Figura 1. Modelo base de uma Actividade (Kuutti, 1996)

O presente artigo procura então investigar a questão da relação entre Internet e outros media, tendo como ponto de partida a competição que esta relação gera entre diferentes actividades que o sujeito conduz por via dos seus usos específicos de cada media. Assim, o nosso primeiro objectivo consiste em obter uma representação das experiências de televisão, aqui utilizada como médium de referência para os meios de comunicação de massa unidireccionais, e a Internet, num espaço comum e providenciar uma interpretação para esse espaço.

Metodologia

A metodologia prosseguida assume que qualquer indivíduo constitui um informante válido para o estudo e por isso não se estabeleceu a possibilidade de generalização de resultados para qualquer população específica como condição para a validação do estudo (Hojjer, 2008).

Assim, o desenho experimental conclusivo desenvolvido teve como instrumento central um questionário descritivo que tinha como objectivo fornecer informação que permitisse descrever o tipo e natureza das actividades conduzidas pelos sujeitos no seu processo de apropriação de cada medium e detectar níveis de substituição de um medium por outro ao longo desse processo.

Recorreu-se à técnica de MDS – *multidimensional scaling* - para construir o mapa espacial e encontrar um conjunto de dimensões comuns às actividades conduzidas na Internet e na televisão. Entre Setembro e Dezembro de 2007 administrou-se no território de Portugal Continental um questionário a uma amostra de 1932 indivíduos, dos quais 599 (31%) eram do sexo feminino e 1333 (69%) do sexo masculino. As idades situavam-se entre os 12 e os 18 anos. A maioria dos respondentes eram estudantes do ensino secundário ou superior

Foi solicitado aos respondentes que indicassem as suas preferências por um conjunto de actividades discriminadas na tabela 1:

<i>tv_generalist</i>	Ver canais generalistas de TV
<i>tv_thematic</i>	Ver canais temáticos de TV
<i>Youtube</i>	Ouvir música ou ver vídeos no youtube
<i>hi5_myspace</i>	Visitar comunidades online como o hi5 ou o myspace
<i>mail</i>	Enviar/receber correio electrónico
<i>chat_messenger</i>	Conversar no chat ou messenger
<i>jogar</i>	Jogar
<i>blogs</i>	Ler blogs
<i>Site_blog</i>	Desenvolver sites ou blogs
<i>Jornais</i>	Ler jornais online

Tabela 1. Actividades definidas

Após se terem isolado as actividades indicadas na tabela 1, aplicou-se a análise MDS ao nível do agregado para construir um mapa espacial conjunto das actividades da Internet e da Televisão (figura2). Utilizou-se uma aproximação derivada, sendo a indicação da preferência baseada na frequência de cada actividade. Os dados foram processados com o programa ALSCAL, disponível no SPSS. O número de dimensões foi decidido com base num critério de interpretabilidade. Utilizou-se RSQ como medida de adequação e calculou-se o valor de stress correspondente à solução apresentada.

Resultados

Da análise MDS resulta uma representação espacial das actividades ao longo de duas dimensões representativas – *esforço e impessoalidade* – conforme representado na figura 2.. Os valores das actividades – peso relativo - (ver tabela 2) nas duas dimensões consideradas são os que se seguem:

Número do estímulo	Nome	Significado	Dimensão 1	Dimensão 2
1	<i>newspapers</i>	Ler jornais online	-1.3112	0.3615
2	<i>Blogs</i>	Ler blogs	-0.2043	0.5439
3	<i>site_blo</i>	Desenvolver um site ou escrever num blog	-0.7008	1.2563
4	<i>Mail</i>	Enviar/receber mail	0.3555	-1.3574
5	<i>chat_mes</i>	Usar o chat ou o messenger	0.1505	-1.8260
6	<i>playGames</i>	Jogar online	-0.4004	-0.5541
7	<i>video_mus</i>	Ouvir música ou ver vídeo no youtube	0.0692	-0.9681
8	<i>hi5_mysp</i>	Frequentar comunidades online como o hi5 ou o myspace	0.5722	-1.0131
9	<i>tv_generalist</i>	Ver canais generalistas de TV	0.6877	2.0781
10	<i>tv_thematic</i>	Ver canais temáticos de TV	0.7817	1.5789

Tabela 2 – Valor das Actividades por medium

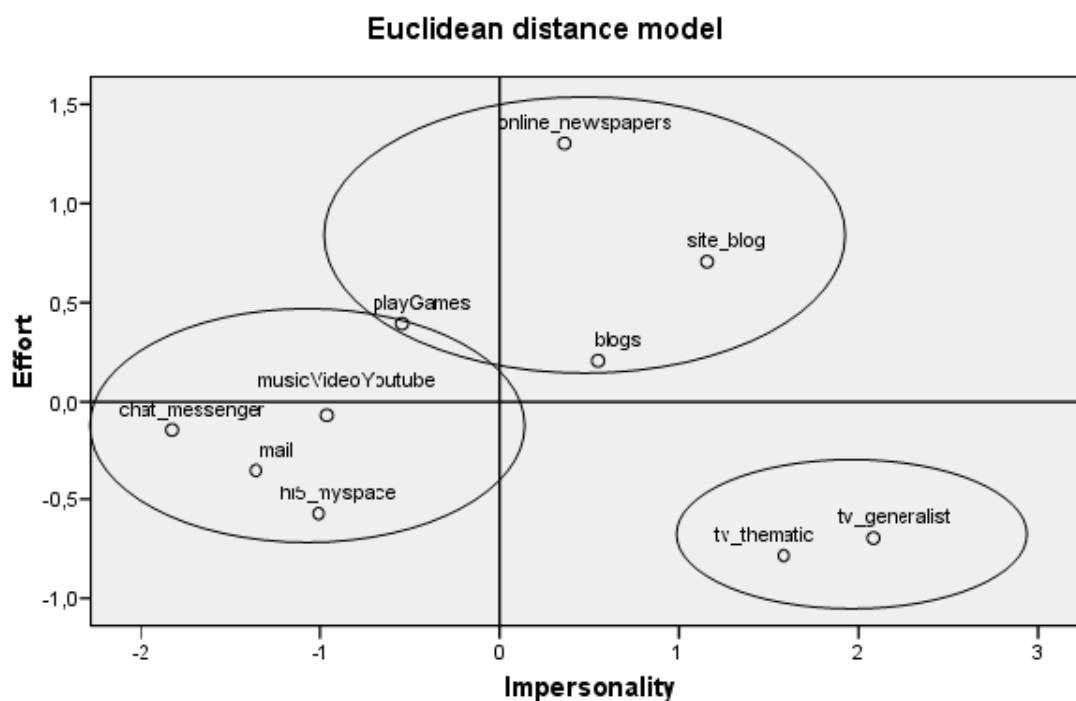
A análise MDS correspondente à tabela 2 mostra que *tv_generalist* e *tv_thematic*, as actividades relacionadas com televisão, obtêm o *score* mais alto na Dimensão 1, a dimensão horizontal do diagrama MDS. Em contraste, o *score* mais baixo na Dimensão 1 pertence a um conjunto de actividades conduzidas na Internet, que incluem o uso de ferramentas de comunicação como o chat ou o email, e comunidades de partilha social de informação, como o *hi5* ou o *youtube*. A detecção deste conjunto de actividades conduzidas na Internet com *scores* baixos na Dimensão 1, parece estar relacionada

directamente com a comunicação pessoal ou com formas de expressão do indivíduo. Por isso, é apropriado designar a Dimensão 1 por Dimensão *Impessoal*.

As actividades com um valor negativo na Dimensão 2, são actividades que revelam um esforço reduzido. Essas actividades incluem *tv_generalist* e *tv_thematic*, as actividades relacionadas com a televisão, assim como um conjunto de actividades conduzidas on-line que não exigem grande esforço, nem mesmo de aprendizagem: uso *mail*, *hi5*, *youtube* e *chat*. Em oposição, existem actividades que revelam um valor elevado nesta Dimensão 2: *newspapers*, *site_blog*, *playGames* e *blog*, ou seja, a leitura de jornais online, o desenvolvimento de sites, a escrita em *blogs*, jogar jogos e ler *blogs*. Todas estas actividades representam alguma forma de esforço, quer seja um simples esforço de leitura, o esforço para ultrapassar uma dificuldade técnica na construção de um site ou um esforço para aprender as regras de um jogo. A Dimensão 2 é pois uma Dimensão de *Esforço*.

A representação gráfica do MDS, que se apresenta na figura 2, permite uma visão de conjunto das diversas actividades. A leitura do gráfico evidencia as relações de proximidade/distância perceptual entre as diversas actividades, assim como o posicionamento de cada actividade ao longo dos eixos considerados: Esforço e Impessoalidade.

Derived Stimulus Configuration



Stress = 0,06047 RSQ = 0,98163

Figura 2. Mapa agregado das actividades

A análise do mapa espacial revela três áreas. A primeira é uma área que se situa nos quadrantes do lado esquerdo e agrega um conjunto de actividades que incluem *chat*, *messenger*, *mail*, *hi5* e *youtube*. É uma área de baixo esforço e baixos níveis de impessoalidade. Esta área concentra as actividades que envolvem interacção com outros utilizadores e expressão pessoal. A segunda área situa-se nos quadrantes superiores e inclui as seguintes actividades, tais como ler *blogs*, ler jornais, construir sites e escrever em *blogs*. Esta área concentra actividades que implicam esforço. Os jogos encontram-se na fronteira entre estas duas áreas, provavelmente porque os jogos possuem níveis de complexidade muito diversos.

As duas áreas espaciais onde se localizam as actividades conduzidas on-line, surgem muito distantes da área onde se localizam as actividades conduzidas na televisão, e parecem indicar um carácter de oposição e não complementaridade face a estas. As actividades relacionadas com a televisão situam-se no quadrante direito e em baixo neste espaço conjunto de actividades. Representam pois valores extremos de impessoalidade e de baixo esforço. Esse é o espaço das actividades conduzidas na televisão e não existe qualquer actividade de Internet nessa vizinhança. Esta caracterização das actividades conduzidas pelos sujeitos durante o seu processo de recepção da televisão não apresenta qualquer novidade face às próprias características do médium e está em linha com o carácter unidireccional e passivo subjacente ao mesmo.

Conclusões

Os resultados mostram que a televisão continua a providenciar uma experiência única para os sujeitos, claramente distinta das actividades conduzidas noutros tipos de media, como se pode verificar pela distância face a todas as actividades conduzidas na Internet. Num espaço bidimensional, a televisão ocupa um quadrante único, em oposição a um conjunto de actividades conduzidas com recurso à Internet, cuja principal característica consiste em serem formas de personalização e de expressão pessoal. Adicionalmente, a televisão surge em oposição a um outro conjunto de actividades da Internet que estão associadas a alguma forma de esforço.

O espaço bidimensional obtido por via deste estudo, com um eixo de interacção pessoal versus impessoal e um eixo de esforço versus não esforço parece constituir uma representação válida em ordem à modelação das actividades individuais desenvolvidas face a um médium e constituir um bom ponto de arranque para futuras formas de exploração da natureza destas actividades.

Neste espaço conjunto de comunicação comum à Internet e à televisão, a televisão revela-se como um medium caracterizado pela impessoalidade e pela ausência de esforço da audiência, que funciona complementarmente e não em concorrência com as actividades desenvolvidas on-line.

Se a televisão se caracteriza como um médium estável no que diz respeito às possibilidades de uso que oferece, já a internet apresenta um carácter fortemente diversificado e instável patenteando as actividades conduzidas on-line grande diversidade ao longo das duas dimensões detectadas. A impessoalidade na Internet varia desde os altos valores na criação de sites, até aos baixos valores característicos da utilização das comunidades sociais e do correio electrónico.

De acordo com a interpretação do MDS, a proximidade das actividades no mapa indica a possibilidade de substituição entre as actividades. A proximidade significa também que provavelmente as actividades apelam ao mesmo segmento da audiência. Assim, a competição entre actividades deve ser estudada da seguinte forma: competição entre actividades de uma mesma área para medium Internet, competição entre as duas áreas de Internet, competição entre cada uma das áreas de Internet e a televisão.

Discussão

Dos resultados obtidos, quer no que se refere ao mapa espacial descritivo da posição relativa das actividades conduzidas pelos sujeitos face aos media, quer no que se refere às dimensões detectadas como suporte conceptual à definição da posição relativa dessas actividades, não se pode inferir a comprovação da hipótese inicial de trabalho. Ou seja, as actividades conduzidas através do uso das diferentes ferramentas disponíveis na internet NÃO SÃO concorrenciais das actividades conduzidas em outros media tradicionais como a televisão.

Os resultados desta investigação fornecem uma explicação de como, na perspectiva dos sujeitos, as diversas actividades que se realizam na Internet se relacionam umas com as outras e com as actividades conduzidas num medium tradicional como a televisão. As duas dimensões encontradas, *esforço e impessoalidade*, proporcionam uma base para compreender a diferença entre os dois media. As duas dimensões podem, eventualmente, revelar zonas por preencher no espaço comum e apontar oportunidades para o surgimento de novas actividades.

A dimensão «pessoal/impessoal» é uma dimensão de natureza social. A importância da dimensão social da Internet tem sido mencionada por outros autores (Schkade, Stafford & Stafford, 2004), nomeadamente no contexto da aplicação da teoria dos usos e gratificações à Internet, e pode ter sido subestimada até hoje. Em termos de comportamento social, cada uma das actividades disponíveis na Internet constitui um ambiente diferente e, como diz Wallace (1999), sempre que a tecnologia é utilizada para mediar comunicação ou comportamento, pode-se esperar que o instrumento tecnológico influencie o comportamento. Por isso, de acordo com Wallace (1999), devemos estar atentos a características da interacção, tais como a sincronicidade, a existência de comunicação visual, a exclusividade, a presença ou o nível de anonimato da interacção. Mais uma vez, tudo indica que a Internet é melhor compreendida como o conjunto de actividades que disponibiliza ao utilizador e o potencial de presença do mesmo que promove em cada uma das suas ferramentas ao longo de tal processo (Hee Song & Zinkhan, 2008). Neste contexto, um dos objectos centrais de estudo em ordem

ao aprofundamento, quer das dimensões detectadas no presente estudo, quer das características das actividades conduzidas on-line e respectiva relação com o "mundo real", será a dinâmica comunitária e fenómenos associados.

A detecção importância do esforço como uma dimensão principal da utilização da Internet é possivelmente a principal contribuição deste trabalho. Antes deste estudo, outros autores identificaram barreiras à utilização da Internet (Eastin & LaRose, 2000; Harper, 2001) mas nunca conseguiram isolar nem a natureza desses obstáculos nem a sua relação com actividades concretas. Estes autores argumentam que o conhecimento não é a única barreira ao uso efectivo de um médium mas não relacionam conhecimento com contexto de uso e actividades associadas, limitando-se na maior parte das vezes a uma visão utilitarista muito enfocada numa lógica exclusivamente interessada na usabilidade da ferramenta em ordem à execução da tarefa. Por exemplo Harper (2001), identifica um conjunto de barreiras à utilização da Internet: motivação, conhecimento, competências, conteúdo e natureza das redes sociais subjacentes. Ultrapassar tais barreiras constitui certamente um *esforço* para qualquer utilizador que deve ser entendido no contexto do uso efectivo do médium e não como um esforço psicológico ou físico de adaptabilidade ao mesmo. O nosso estudo comprova que esta dimensão identificada com recurso à técnica de MDS é central para o estudo da relação entre os sujeitos e os media e nuclear para quaisquer outras abordagens futuras que se queria conduzir neste domínio.

Referências

- Eastin M., LaRose R. (2000). "Internet self-efficacy and the psychology of the digital divide". *Journal of Computer Mediated Communication*.
- Partridge, H. (2007) "Redefining the digital divide in the 'smart state'". In *Proceedings 13th Australasian World Wide Web Conference*, Coffs Harbour, NSW.
- Y. Engestrom, R. Miettinen & R. Punamaki (1999), "Activity theory: a well kept secret" in Y. Engestrom, R. Miettinen & R. Punamaki (eds.) *Perspectives on Activity Theory*, Cambridge: Cambridge University Press
- Harper, V. (2003). "The digital divide (DD): a reconceptualization for educators". *AACE Journal* 154.
- Hee Song, Ji & Zinkhan, M. (2008) "Determinants of Perceived Web Site Interactivity" *Journal of Marketing*, Vol. 72 (March 2008), 99-113, American Marketing Association Howard P., Jones S. (2004) *Society online*. Sage Publications. London.
- Hoijer, B. (2008), "Ontological assumptions and generalizations in qualitative (Audience) research" *European Journal of Communication*, Volume 23, Number 3, September 2008, London: Sage, pp. 275-293
- Joinson A. (2003). *Understanding the psychology of internet behaviour*. Palgrave MacMillan. New York.
1. Lazar, J. (2005) *Web Usability: A User-Centered Design Approach*, London: Addison Wesley
- Kuuti, K. (1996). "Activity Theory as a potential framework for human-computer interaction research" In B. A. Nardi (Ed.), *Context and consciousness: activity theory and human-computer interaction*, Cambridge and London, MIT Press, 17-45.
- Murphy P. (2003), "Books are Dead, Long Live Books" in D. Thorburn, & D. Jenkins, *Rethinking Media Change*, Cambridge MA: MIT Press
- Machuco, A. (2008), *A Comunicação e o fim das instituições: das origens imprensa aos novos media*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas
- Schkade L., Stafford M., Stafford T. (2004). Determining uses and gratifications for the internet. *Decision Sciences*. Vol 35, Nº 2.
- M. Poster (2006), *Information Please: Culture and Politics in the Age of Digital Machines*, Durham: Duke University Press
- Wallace P. (1999). *The psychology of the internet*. Cambridge University Press. New York.