

E-mail é objeto de desejo no celular

Pesquisa do Gartner Group aponta os recursos mais desejados pelos brasileiros

MARIANA DITOLVO

Durante os Seminários Info que aconteceram na semana passada, em São Paulo, o Gartner Group apresentou uma pesquisa inédita que mostrou alguns dados sobre como os usuários brasileiros de telefonia móvel desejam utilizar seus dispositivos. Realizado pela primeira vez no Brasil, o levantamento foi feito através de entrevistas com cerca de 350 consumidores em seis cidades e inclui ambos os sexos, todas as faixas etárias e classes sociais. De acordo com os resultados, 55% dos entrevistados desejam poder acessar e-mails de qualquer lugar e a qualquer momento usando seus celulares. Em seguida, com 51%, vem a preferência pelo compartilhamento de arquivos através das mensagens multimídia (MMS). "Mesmo com a maioria dos aparelhos disponibilizando o serviço, acontece muito de fotos e vídeos não chegarem

corretamente aos outros usuários, que são obrigados a entrar no site para ter acesso aos arquivos. O desejo que se vê é de que esse serviço funcione de maneira satisfatória", comentou Ella San Miguel, analista da consultoria.

Os dados apontaram ainda que 49,8% das pessoas querem ter acesso a serviços de mensagem instantânea; 45%, a aplicações de navegação e localização; 43% buscam informações, e 42%, download de músicas digitais. Os serviços de bancos pelo celular — chamados de Mobile Banking — também foram citados por cerca de 40% dos entrevistados.

Com o intuito de colocar em discussão o atual momento da internet acessada pelos celu-



Fábio Luchetti (Porto Seguro), Derival Dourado (Serasa), Carlos A. Teixeira (Gol) e Sílvia Baliero (Info) em debate no evento

lares, o evento reuniu ainda os principais players do mercado nacional, que abordaram algumas mudanças de comportamento e consumo ocorridas em função da chegada da terceira geração de telefonia celular, que permite acesso mais veloz à internet.

João Cox, presidente da Claro, destacou durante sua participação no evento que um dos aspectos mais importantes da introdução da 3G no Brasil seria o fato de a tecnologia fazer aumentar a competição no setor de banda larga. "O que estamos fazendo na Claro é aumentar a oferta de aparelhos compatíveis

com a terceira geração, além de oferecer pacotes de acesso ilimitado para fomentar o crescimento da adesão", comentou. Segundo Renato Ciuchini, diretor de novos negócios da TIM, o crescimento depende também do barateamento dos modems. "Acredito que R\$ 50 seja o preço ideal, principalmente para atingir os assinantes de planos pré-pagos", afirmou.

A publicidade veiculada em telefones celulares também ganhou espaço no palco de discussões, mas se mostrou ainda bastante embrionária na opinião dos debatedores. Abel Reis, presidente da Agência Click, por exemplo, afirmou que a mudança quantitativa proporcionada pela terceira geração é indiscutível, porém o grande desafio das agências de publicidade agora é encontrar um modelo que torne as inserções publicitárias mais qualitativas nos dispositivos móveis. "As perguntas permanecem as mesmas: qual a linguagem adequada para os telefones celulares e como fazer a comunicação de maneira eficiente? Não podemos transferir o modelo da internet, pois é conservador para os celulares, que configuram uma mídia muito mais utilitária e nada contemplativa", opinou.