

## Sociedade da Informação Móvel

Artigo Publicado em Maio-Junho 2006

Mário Franco – [mail@mario-franco.net](mailto:mail@mario-franco.net) – <http://cibernomada.hexia.com>

## Sociedade da Informação Móvel

**Os serviços de comunicações móveis de banda larga centrados no utilizador podem, por conseguinte, ser explorados com vista à obtenção de ganhos sociais e de produtividade para toda a economia.**

Comissão Europeia (1)

### INTRODUÇÃO

**1. A Sociedade da Informação** definida institucionalmente a nível global na **Cimeira Mundial sobre a Sociedade da Informação (CMSI) (2)** que decorreu em duas fases, a primeira em Genebra, de 10 a 12 de Dezembro de 2003, e a segunda de 16 a 18 de Novembro de 2005, em Tunes, tem vindo a merecer da parte da Europa e da maioria dos países do mundo uma enorme atenção como é o caso de Portugal, com efeitos na definição de políticas, programas e acções nas mais diversas áreas públicas e privadas.

**2.** Considerando a relevância atribuída ao tema muito se tem escrito sobre o assunto. Contudo, existem áreas que, embora façam parte do quotidiano e da problemática, não têm sido objecto da correspondente reflexão como é o caso das **tecnologias da informação e comunicação móveis** e, conseqüentemente, da **sociedade da informação e comunicação móvel**.

**3.** Deveria merecer, certamente, mais atenção a produção de soluções cujo terminal de suporte seja o equipamento móvel considerando a existente massificação do seu uso. Apesar disso, continua escassa a oferta de serviços.

**4.** As transformações sociais são o maior desafio decorrente da mobilidade, ou melhor, da cibernabilidade que é como o novo paradigma em que nos encontramos. Decorrerão inúmeras

transformações desse novo quadro, que podem significar inúmeros ganhos se soubermos aproveitar as suas potencialidades, daí a importância de se estar atento a esta área.

**5.** Portugal é um país que muito poderá tirar partido deste novo paradigma: por um lado, poderá fazer beneficiar dos serviços da sociedade da informação pessoas que até hoje têm grandes limitações por iliteracia técnica e cultural tantas vezes associadas e dificuldades financeiras para os aceder por via do computador; por outro, poderá maximizar a vantagem de ser um país onde o uso dos equipamentos de comunicação e informação móveis são massificados.

**6.** As seguintes quatro áreas fundamentais da análise da **sociedade da informação** podem ser usadas para observar a **sociedade da informação móvel: acesso, formação, conteúdos e cibercidadania.**

### **Acesso**

**7.** As tecnologias de **informação e comunicação móveis** como, por exemplo, o telemóvel ao contrário de outro tipo de equipamentos informáticos como é o caso do computador estão já na mão e à mão, nas palavras de Heidegger **(3)**. Por essa razão, a nossa atenção mais do que ao acesso a essas tecnologias deve incidir no seu potencial como ferramenta de acesso à informação e ao conhecimento. Neste sentido, a promoção da info-inclusão deverá passar necessariamente pela inclusão do equipamento móvel nas estratégias de acesso à informação e ao conhecimento.

**8.** O telemóvel, em particular se capacitado com funcionalidades sofisticadas, o **computador de bolso**, nomeadamente se dotado de acesso a redes de comunicação, acima de tudo, o equipamento que designo por **DATAMÓVEL (4)**, que inclui tudo isto e outros instrumentos, como é o caso do **SmartPhone**, devem ser centrais nos sistemas de informação e tidos como terminais de excelência deste novo paradigma.

**9.** Um dos grandes desafios, neste âmbito, é o acesso à **Banda Larga móvel** e aos respectivos serviços que transformarão por completo a forma como gerimos informação e conhecimento.

### **Formação**

**10.** A formação, no quadro da construção de uma **sociedade da informação móvel**, deve alavancar a realização de soluções que permitam implementar soluções móveis.

**11.** O desconhecimento das tecnologias, das normas e, sobretudo, dos conceitos que são inerentes ao desenvolvimento de serviços móveis é a barreira que devemos ultrapassar. Acima de tudo, é necessário fazer uma aposta na consciencialização dos gestores para as vantagens de adoptar soluções móveis e, desse modo, impulsionar a procura para dinamizar o mercado.

### **Conteúdos**

**Deixem-me sumariar o dito dizendo que o conhecimento pode ser utilmente visto como informação no contexto. Agora é uma observação comum que a informação procurada através dos telefones móveis é, caracteristicamente, localização-específica e situação-específica. Parece que, então a comunicação móvel tende a engendrar não só informação, mas informação no contexto: o que é conhecimento per se.**

**Kristóf Nyíri (5)**

**12.** É essencialmente a falta de conteúdos que impede hoje o desenvolvimento da **Sociedade da Informação Móvel**. Neste sentido, a Comissão Europeia através da Direcção-geral da Sociedade da Informação encomendou um estudo designado "Digital Content for Global Mobile Services" **(6)** que é muito profundo e clarificador da importância dos conteúdos no desenvolvimento da **Sociedade da Informação Móvel**. Este documento identifica **sete vectores** fundamentais que carecem de ser garantidos para estimular o sector móvel, a saber:

- "Disponibilização de conteúdo formatado e adequado;
- Disponibilização de aplicações relevantes;
- Educação de utilizadores sobre os benefícios do conteúdo móvel;
- Desenvolvimento de uma base instalada de equipamentos;
- Adequada partilha de rendimentos entre os diversos operadores do mercado;
- Estimulo a investimentos em todas as tecnologias facilitadoras;
- Promoção da uniformidade e interoperabilidade das normas."

**13.** O mesmo estudo segmenta o mercado do **conteúdo de dados móveis** em três áreas, nomeadamente:

**"Centrado na Comunicação:** a essência destas aplicações de dados móveis é permitir a comunicação entre duas pessoas, duas máquinas ou entre uma pessoa e uma máquina numa rede móvel.

**Centrado na transacção:** a essência destas aplicações é a conclusão da transacção numa rede móvel. Estas aplicações estão relacionadas com o comércio móvel.

**Centrado no conteúdo:** a essência destas aplicações de dados móveis é fornecer conteúdo através da rede móvel a uma pessoa."

**14.** Neste âmbito, podemos dizer que as oportunidades são enormes e sem grande concorrência uma vez que estamos no início de um novo paradigma. Por esta razão, é no campo da inovação que se poderá afirmar a nossa capacidade.

## **Cibercidadania Nómada**

**15.** Com a crescente informatização dos serviços públicos e a possibilidade de acesso via cibernética aos mesmos pode potenciar-se o desenvolvimento de serviços móveis que darão aos cidadãos a possibilidade de acesso a serviços de cidadania a qualquer momento e em qualquer lugar.

**16.** Será possível enviar avisos sobre o andamento de processos ou notícias de interesse de modo a assegurar ao cidadão o rastreio e monitorização da informação que lhe diz respeito, assim tornar-se-á o acesso à informação de cidadania verdadeiramente à mão **(3)** inclusivamente para pessoas que não dispõem de acesso ao computador pelas mais diversas razões, algumas já indicadas.

## Conclusão

**17.** Em suma, Portugal pode e deve apostar na construção da **Sociedade da Informação Móvel**, de modo a conseguir criar valor e exportá-lo. O investimento que tem sido realizado na Sociedade da Informação e a consciência existente da importância do tema, aliado ao facto possuímos uma das maiores taxas de penetração de comunicações móveis, estabelecendo no país massa crítica para desenvolver produtos e soluções, são as bases para *inventar* a oportunidade de nos afirmarmos no novo paradigma.

**18.** Sendo um campo recente, ao criarmos serviços e conceitos móveis inovadores poderemos ousar exportá-los e com isso criar valor para Portugal. Uma mobilização de recursos poderia, como vários estudos indicam, contribuir para aumentar a produtividade e o desenvolvimento económico.

**Mario Franco**  
**Consultor**

[mail@mario-franco.net](mailto:mail@mario-franco.net)  
<http://www.mario-franco.net>  
<http://cibernomada.hexia.com>

**(1)** Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões - Serviços Móveis em Banda Larga  
/\* COM/2004/0447 final \*/

**(2)** <http://www.itu.int/wsis>

**(3)** Martin Heidegger, Ser e Tempo, Parte I, página 148 e seguintes, Tradução de Márcia de Sá, Cavalcante, 3 Edição, Vozes, Petrópolis, RJ, Brasil, 1989

**(4)** <http://www.mario-franco.net/cibernomadismo/Default.htm>

**(5)** "Mobile Communications, Essays on Cognition and Community", Kristóf Nyíri (ed.), Passagen Verlag, First English edition, 2003.

**(6)** Digital Content for Global Mobile Services, Andersen, Comissão Europeia, Direcção-geral da Sociedade da Informação, Fevereiro de 2002.