



# INTERNET A VIDA EM REDE

Comprar, viajar, trabalhar ou socializar. Estas facetas do quotidiano passam, cada vez mais, pela web. Cerca de 60% dos portugueses já estão ligados e 98% destes têm banda larga. É um mundo novo, ainda no início

POR JOÃO PAULO VIEIRA TEXTO E MARCOS BORGIA FOTOS



Ligar e apagar as luzes de casa, quando se está no outro lado do mundo. Ver, em tempo real, quem é que toca a campainha. Subir e baixar os estores das janelas, para simular que se encontra em casa. Monitorizar, ao segundo, os consumos de energia domésticos. Ver os seus canais e programas preferidos, a partir do *tablet*, mesmo a quilómetros de distância da residência. Esta forma de gerir a casa e os aparelhos domésticos não faz parte de um filme de ficção científica. Embora ainda não seja norma, a verdade é que, hoje, já se pode fazer tudo isto, como demonstrou à VISÃO Nuno Afonso, responsável pelo projeto Casa Digital, da Portugal Telecom (PT).

## EM 1997, EXISTIAM 88,6 MIL ASSINANTES DE SERVIÇO DE INTERNET. EM 2010, TINHAM DISPARADO PARA MAIS DE 2 MILHÕES

menos uma vez por semana.» O que fazem na rede? De tudo um pouco. Por exemplo, vão ao banco... sem precisarem de ir ao balcão. «Temos mais de um milhão e meio de clientes registados no nosso site. Desses, meio milhão é considerado ativo, isto é, fez alguma transação nos últimos 90 dias. Deste grupo, 100 mil visitam o site todos os dias, principalmente para realizar três tipos de operações: pagamento de serviços, carregamentos e transferências», revela António Bandeira, diretor de Banca Directa, do Millenniumbcp.

Uma revolução conseguida num curtíssimo espaço de tempo. Em 1997, existiam, em Portugal, 88,6 mil assinantes de serviço de internet. Em 2010, esse número tinha disparado para mais de 2 milhões. Em termos percentuais, a variação é superior a 2 mil por cento.

### LENTO DESPERTAR

A evolução recente da internet assume velocidades astronómicas, mas a web nem sempre se moveu a este ritmo. «A internet apareceu no final da década de 60 e foi sendo divulgada, essencialmente, no meio académico. Só começa, no entanto, a tornar-se mais conhecida em 1990, quando a National Science Foundation, nos EUA, disse: 'OK, isto pode ser comercializado'.» Mário Valente, 43 anos, tecnologista, como gosta de ser chamado, resume, assim, de forma telegráfica, o nascimento «comercial» da rede mundial de computadores. «Em 1990, já existia internet em Portugal, numa universidade e num instituto públicos. E, em 1991, o PUUG – Grupo Português de Utilizadores de Unix, vendia acessos ao email e às *news* por 30 contos mensais. São cerca de 150 euros, que, hoje, nos permitem ter acesso à internet de banda larga, durante um ano. O salto que se deu, desde aquela altura, foi radical.» Neste período de arranque, a internet era bem diferente daquela que conhecemos hoje. «As transferências de ficheiros eram dolorosas. Esqueçamos o vídeo. Esqueçamos as imagens. Um megabyte demorava uma eternidade a descarregar.»

Mário Valente foi um dos pioneiros da internet em Portugal. No início de 1995,

criou, com um colega do LNEC – Laboratório Nacional de Engenharia Civil, a primeira empresa privada para fornecer ligações à internet, a Esotérica.

É graças a gente como Mário Valente que, hoje, existem pessoas como Elsa Luís, 42 anos. Esta engenheira informática, separada, vive com a filha, Rita, 11 anos, em Carnaxide, e já não passa sem a internet nem os *gadgets* que surgiram à sua volta. «Ando sempre com o iPhone atrás. Tenho *wi-fi* [internet sem fios] em casa e, de manhã, enquanto tomo o pequeno-almoço, consulto alguns *sites* de notícias no telefone.» Não é a única, lá em casa, com estes hábitos. «A Rita nunca sai sem ir ao iPad. Tem aqui uns jogos interativos e precisa de alimentar uns peixes e apanhar umas moedas...» Depois de deixar a filha no autocarro da escola, regressa a casa e volta a ligar-se à internet, antes de ir trabalhar. «Vejo e respondo a mails da empresa, no telemóvel ou no computador, e aproveito para efetuar algumas tarefas, como operações bancárias, compras de supermercado ou a organização do fim de semana. Tudo na internet. Ando sempre ligada», remata Elsa Luís.

Com o pai da Rita a viver em Londres – Manuel Costa, 41 anos, é investigador na área das Tecnologias de Informação –, poder-se-ia pensar que os laços pai/filha sairiam prejudicados. Graças à tecnologia, a realidade é precisamente a oposta. Rita fala com o pai todos os dias, no Skype – uma aplicação para realizar chamadas de voz e vídeo via internet –, ou através da consola de jogos Xbox, que também inclui câmara de vídeo. «Têm o hábito de falar todos os dias, antes do jantar ou logo a seguir. A nossa vida anda muito à volta destas 'coisas eletrónicas'.» São estas «coisas» que permitem a Elsa e a Rita estarem em permanente contacto e interação, durante todo o dia. «Existe uma aplicação que utilizamos bastante. A Rita faz um desenho, que me envia, e eu tento adivinhar a palavra correspondente. Quando consigo, os papéis invertem-se. É uma forma de estar mais próxima dela.»

Não foram apenas os hábitos sociais que mudaram nas vidas de Elsa e de Rita

### / Mário Valente

O «tecnologista», como gosta de ser chamado, foi um dos pioneiros da internet em Portugal e adivinha um mundo mais em rede com o nosso corpo e cada vez mais objetos ligados à web

Pode-se fazer quando se tem os *gadgets* certos e, condição indispensável, acesso à internet, a rede mundial de computadores que insiste em mudar (quase) todos os nossos hábitos comportamentais. Desde a maneira como comunicamos, ao modo de socializar e também de comprar.

Mais de metade da população portuguesa está ligada. É o que provam os números oficiais e as estatísticas de João Paulo Luz, do Sapo, o portal da PT: «Existem entre 5 milhões e 5,5 milhões de portugueses que regularmente acedem à internet, pelo

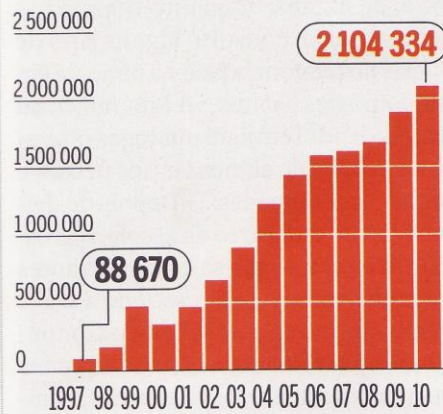
## Agarrados à net

A relação dos portugueses com a rede mundial de computadores é cada vez mais estreita. Mais de metade dos lares portugueses estão ligados

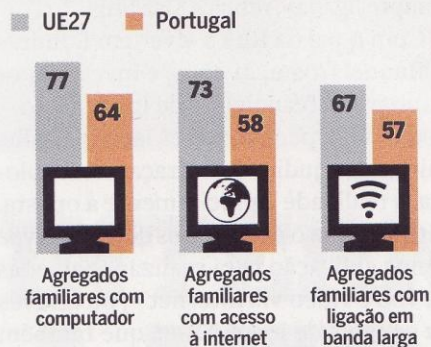
### INDIVÍDUOS QUE UTILIZAM COMPUTADOR E INTERNET em % do total



### ASSINANTES DE ACESSO À INTERNET



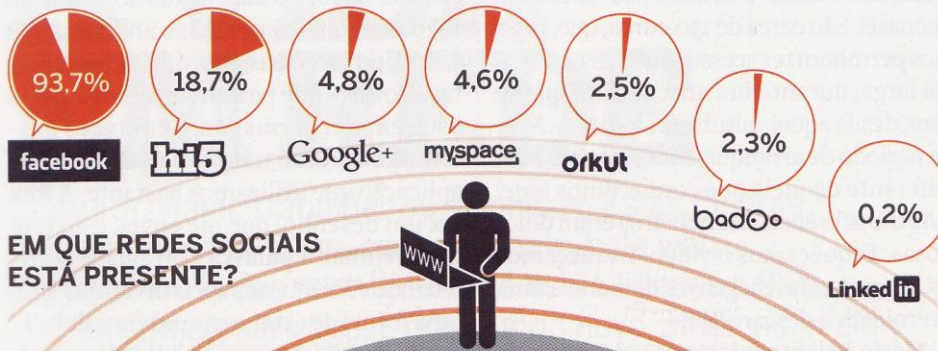
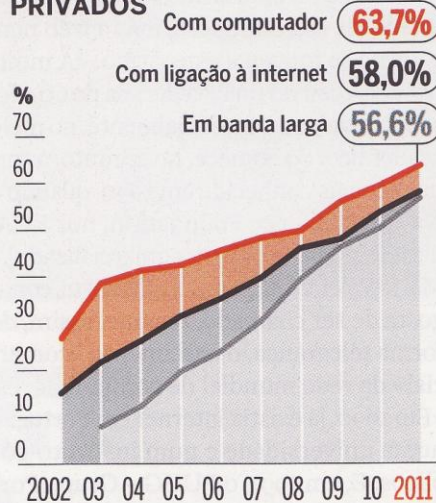
### NÚMEROS EM 2011 em %



### COMO ACEDEMOS À INTERNET



### AGREGADOS DOMÉSTICOS PRIVADOS



FONTES Pordata e Inquérito Sociedade em Rede 2011\*, do Observatório da Comunicação  
\*O universo desta sondagem foi constituído por 1 207 indivíduos, todos com 18 ou mais anos, residentes em Portugal Continental

INFOGRAFIA MT/VISÃO



os de muitos nós, também. A forma como «vamos às compras» também está a alterar-se. O exemplo de Elsa é, uma vez mais, paradigmático. «Quando viajo, procuro e marco tudo através da internet. As compras para a casa são feitas online, os presentes de Natal, por exemplo, também. Já não me recordo da última vez que fui a um balcão de um banco. Sou uma consumidora online quase a 100 por cento. Ainda vou às lojas, mas quase só para ver as montras. As compras, são feitas através dos gadgets, na internet.»

### TUDO SE VENDE, TUDO SE COMPRA

Miguel Mascarenhas, 31 anos, percebeu bem esta nova tendência de comprar online. Em 2004, criou o Stand Virtual, uma plataforma online para a compra e venda



#### / Descontos na rede

A internet tornou-se território de caça aos saldos loucos. Ricardo Mesquita, diretor da LetsBonus em Portugal, promete descontos que vão dos 50% aos 80 por cento

de automóveis. «Passados três anos, já era o número um em classificados automóvel em Portugal», revela o jovem empreendedor. Hoje, acrescenta, «uma em cada duas viaturas transacionadas no País passam pelo Stand Virtual».

Percebendo o potencial deste filão, avançou para outros territórios e, em 2007, criou o leilões.net, inspirado no gigante dos leilões online eBay. Dois anos depois, surge o coisas.com, um site de classificados «com cerca de 6 mil anúncios novos por dia». E, em 2011, lança o ImoVirtual, plataforma para a compra e venda de imóveis.

Nos leilões, «são transacionados 1 500 a 2 mil bens todos os dias, como telemóveis e roupa usada – os mais comuns –, mas também jogos, consolas, livros,

DVD, moedas, selos e tantos outros artigos», explica.

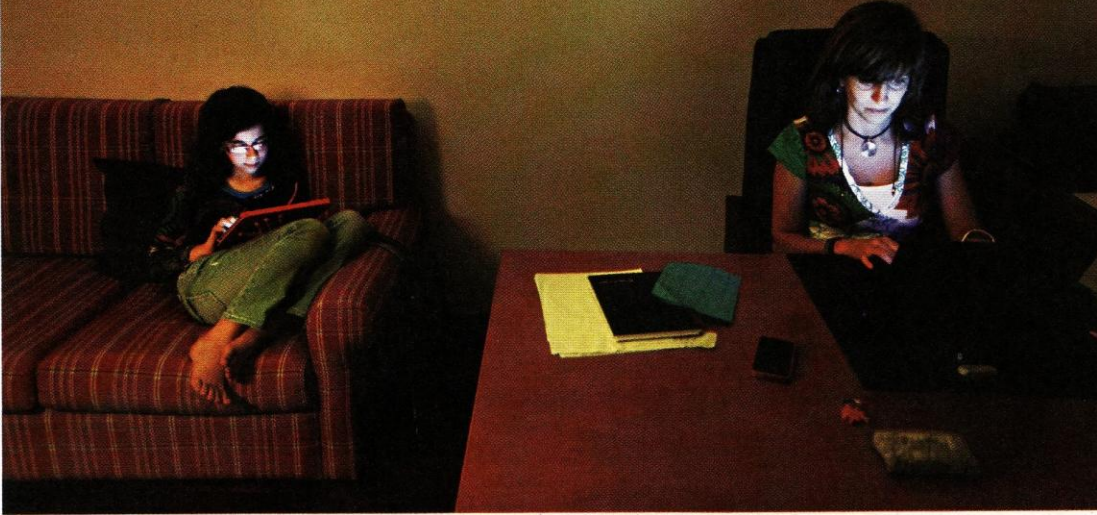
A mecânica do negócio é simples. No Stand Virtual, a consulta é gratuita, mas colocar um anúncio custa 5 euros. Nos leilões, existe uma comissão de 5,5% sobre cada bem vendido. Todos os sites da empresa Fixeads, de Miguel Mascarenhas, captam, ainda, receitas de publicidade. No ano passado, «a empresa faturou 2,7 milhões de euros. Mas ainda estamos em fase de crescimento. Portugal tem mais potencial e estamos a usar todo o lucro possível para investir mais».

A internet tornou-se numa montra gigante, capaz de chegar a milhares de pessoas com muito menos custos. Se vende mais, e gasta menos, pode vender mais barato. O silogismo, apresentado de

forma simplista, é o pilar do negócio de empresas de cupões de desconto, como a LetsBonus. «Temos uma panóplia de ofertas muito variada, onde se pode encontrar quase tudo, desde restauração, beleza e estética, várias atividades ao ar livre e viagens até um conjunto muito variado de produtos, como bicicletas ou uma prancha de surf. Tudo com descontos iguais ou superiores a 50%, embora alguns artigos possam chegar aos 80%», sublinha Ricardo Mesquita, responsável pela divisão portuguesa desta multinacional, que tem entre os seus acionistas a amazon.com, o maior centro comercial virtual do mundo.

«Ao longo de 18 meses de atividade em Portugal, a operação correu sempre muitíssimo bem – já atingimos vendas supe- ▶

**Rita Costa e Elsa Luís**  
Filha e mãe já não vivem sem  
as novas tecnologias. Utilizam  
a internet para trabalhar,  
estudar, comprar e socializar



**'ESPERAMOS,  
PARA 2012, UM  
CRESCIMENTO  
DAS VENDAS DE  
SMARTPHONES  
– QUE TÊM  
EVOLUÍDO  
A RITMOS DE  
CERCA DE 50%  
AO ANO'**

Viriato Filipe, da FNAC

► riores a 30 mil *tickets* [cupões de desconto] por mês e temos mais de um milhão de subscritores das nossas propostas. A compra social veio para ficar», remata.

E as outras compras, como aquelas que fazemos para o nosso lar, regularmente, nos supermercados, também já tratam a internet por tu. «Servimos, por ano, mais de 300 mil clientes através do Continente Online», afirma Nuno Almeida, 39 anos, diretor de *e-commerce* da Sonae. Resultado: «A nossa frota de distribuição de compras já integra perto da centena de viaturas.»

Os números da NetViagens não são tão exuberantes mas, ainda assim, revelam-se significativos da alteração de hábitos de consumo dos portugueses. «Temos cerca de 15 mil clientes por ano, do que resulta a venda de cerca de 30 mil viagens no mesmo período», contabiliza Raul Gonçalves, 47 anos, diretor daquela agência virtual, que foi pioneira, em Portugal, na venda de viagens online. «Hoje, não devem existir muitas pessoas que, antes de decidirem comprar uma viagem, não vão à internet comparar preços e condições», admite o gestor. Quanto a valores das compras online, «o preço médio por viagem ronda, atualmente, os 600 euros.»

Não é apenas na forma como gastamos que a internet revolucionou as nossas rotinas. Procurar emprego, em tempos de crise, também pode passar pela net. Esta foi a oportunidade que Luís Martins, 34 anos, identificou e que esteve na génese da Zaask, uma rede social «que promove o encontro entre pessoas que pre-

cisam de ver tarefas realizadas – a quem chamamos *askers* –, e aqueles que têm o talento e o tempo disponível para responder àquelas necessidades – os *taskers* –, que são maioritariamente desempregados». Esta comunidade, lançada no final de maio, conseguiu, nas primeiras três semanas de funcionamento, ter mais de 10 mil pessoas registadas – 40% *askers* e 60% *taskers* – e realizar 20 tarefas com valores envolvidos próximos dos 10 mil euros. O modelo de negócio? «Uma comissão, que vai dos 3% aos 10%, consoante o valor da oferta. Quanto maior o valor, menor é a comissão.»

### O LADO NEGRO

Para aceder a estes descontos, oportunidades de trabalho, leilões, viagens, compras de supermercado e tudo o mais, já nem é necessário ter um computador à mão. Os modernos telemóveis com acesso à internet, os *smartphones*, são uma solução de bolso à qual os portugueses recorrem cada vez mais. «As pessoas utilizam estes novos aparelhos por necessidades de comunicação, ganhando novos hábitos de socialização – nomeadamente, as redes sociais – e de consumo. Atualmente, sobretudo através dos equipamentos móveis – sabemos que existem cerca de 360 mil utilizadores de *smartphones* em Portugal –, a comparação de preços e de produtos é muito maior e muito mais eficiente», sublinha Viriato Filipe, 42 anos, diretor de *marketing* e comunicação institucional da cadeia FNAC. E nem a crise vai refrear a evolução deste tipo de com-

portamentos, nem a venda de dispositivos móveis. «Esperamos, para 2012, um grande crescimento das vendas de *smartphones* – que têm evoluído a ritmos de cerca de 50% ao ano – e também de *tablets*.»

Tanta evolução, de forma tão rápida, não tem uma face perversa? Mário Valente acredita que existem, de facto, lados negros na internet. «Mas há pior do que a pirataria ou a pornografia. Estou a falar de submundo, roubo de informações comerciais, espionagem eletrónica, organizações terroristas, tráfico de droga... Mas isto não são lados negros da internet. São lados negros da sociedade. O que acontece é que, na internet, se tornam mais difíceis de controlar.»

Sobre o futuro, menos negro, o especialista em tecnologias aponta para a *internet of things*. A internet das coisas «vai ter grandes repercussões na organização da sociedade», antevê. «Haverá cada vez mais tecnologias, mais baratas, mais miniaturizadas que permitirão, por exemplo, um qualquer artigo de vestuário ter incorporado um *chip* com ligação à internet que, sempre que entramos numa loja, nos aponta os artigos de que possamos gostar mais. Na saúde, aqueles elementos minúsculos podem analisar, em tempo real, o nosso batimento cardíaco, pressão sanguínea e muito mais, enviar essa informação para um centro médico que nos pode avisar, por exemplo, de que corremos o risco de ter um ataque de coração, nas próximas duas horas.» Será assim, o futuro? Ele nos dirá. ▀