



Universidade do Porto
Faculdade de Engenharia
FEUP

MESTRADO EM GESTÃO DE INFORMAÇÃO
2000 / 2001

INFORMAÇÃO E SOCIEDADE
DR. JOÃO LABESCAT

Artigo de Opinião

A web: o que queremos que ela seja ?



Jorge Meneses Freitas

jmeneses@teleweb.pt

Porto, Portugal

1 de Janeiro de 2001

Índice

	Página
1. Introdução _____	2
2. Utilizadores _____	3
3. A alteração das relações humanas _____	4
4. Privacidade escondida / Dados Pessoais _____	5
5. Liberdade de Expressão / Políticas dos Estados _____	7
6. Registos de Domínios _____	9
7. Conteúdos e sua evolução _____	11
8. Comércio Electrónico / Direitos do Consumidor _____	13
9. Conclusões _____	17

1. Introdução

Fiz a mim mesmo, algumas perguntas antes de começar este trabalho:

- Quantos somos a utilizar a Internet em Portugal ?
- O que muda em nós, quando a usamos ?
- Estamos seguros do que fazemos na web ?
- Está bem organizada ?
- Podemos dizer tudo o que queremos ? E podemos ler algo que não queiramos ?
- Será que vamos deixar de fazer compras como as fazemos hoje ?

Acho que todos nós já vamos pensando nestes assuntos, e se calhar, comentando até com outras pessoas. É curioso, o facto de fazermos parte de um fenómeno que está a evoluir tão depressa, e por ser tão depressa, não nos sentarmos a reflectir se está tudo bem, se tudo está a evoluir de uma forma correcta e positiva.

Este é o convite que lhe faço. Sentar-se, ler este artigo e aprofundar as suas ideias sobre a web.

2. Utilizadores

Antes de começar com os temas mais interessantes desta reflexão, vou fazer um enquadramento estatístico da utilização da web pelos portugueses. Tive por base os seguintes três estudos:

- Os Portugueses e as Compras na Net
 - o Unicre / Vector XXI, em 2000.09.26, <http://www.plano21.com/pd/estudosmercado/>
- Inquérito On-line Ciberfaces
 - o ISCTE, em 1999.06.15, <http://www.cav.iscte.pt/pt/documentos/inq1-res1/index.html>
- Bareme Internet
 - o Marktest, em 2000.03.31, <http://www.marktest.pt/Informacao/Bareme-Internet/Default.htm>

Após análise dos mesmos, conclui-se o seguinte:

- Existem em Portugal, cerca de 500.000 utilizadores regulares da web (5 % da população), dos quais:
 - o Cerca de 80 % são homens e 20 % são mulheres
 - o Cerca de 50 % tem menos de 30 anos
 - o Cerca de 60 % são solteiros
 - o Cerca de 60 % frequentam ou frequentaram o ensino superior
 - o Em termos médios, o acesso é feito 50 % de casa , 30 % do trabalho e 20 % da escola
 - o Quem não tem acesso em casa, pretende fazê-lo em menos de um ano (85 %)
 - o Cerca de 90 % vê os canais de comunicação habituais (jornais, tv' s, ...)

- É de referir que o crescimento, quanto ao n.º de utilizadores, de 1999 para 2000 foi superior a 60 %.

3. A alteração das relações humanas

Com a utilização da web, assiste-se a uma clara alteração de hábitos por parte das pessoas que a usam. Como cibernauta que também sou, sinto que a Web é uma forma de comunicação muito poderosa, essencialmente por estar sempre, ou quase sempre disponível, mas que produz alguns malefícios sociais.

À poucos dias, quis saber um preço de um selo CTT para uma carta com destino a Macau, e em vez de telefonar para uma pessoa da minha família que escreve regularmente para lá, preferi utilizar a forma mais rápida, ou seja, fui a www.ctt.pt e descobri o que queria, sem ter de estar com a conversa que é necessária quando tratamos assuntos com pessoas.

Também me acontece querer saber um n.º de telefone da Portugal Telecom, e em vez de telefonar para o serviço 118, vou a net118.telecom.pt/cgi-bin/netpesq, descubro o que pretendo e resolvo o problema sozinho.

No início, pensei eu: “Que bom, agora é tudo muito mais rápido, nem tenho que falar com ninguém!” Mas cedo descobri, que esta rapidez tem um custo social da desvalorização do Homem relativamente à Máquina, e que se os cibernautas não tem algum cuidado e medidas de balanceamento, gradualmente ficarão menos sociáveis e mais pobres como seres humanos e nas relações com os outros.

Estou a analisar a utilização da web, mas se o trabalho fosse sobre os hipermercados, a falta de relações humana era ainda mais notória!

Quando não existiam hipermercados, as pessoas recorriam com bastante mais frequência às mercearias, e nestas havia sempre um diálogo com o merceeiro(a), o que é um factor de relação social, género “Bom dia ! Então como vai essa vida ? O marido e os filhos estão bons ?”. A partir daqui, havia resposta por parte do cliente, e gerava-se uma troca de sentimentos do dia-a-dia, gerando-se um certo de grau de confiança. Conheço casos, que se sente uma segunda família.

Hoje, indo ao hipermercado, a pessoa entra, escolhe os produtos sem falar com quase ninguém, vai para à caixa (aqui seria o local para haver conversa) e o que acontece ?

A pessoa apenas coloca os produtos no tapete rolante e quando chega ao fim entrega um cartão de plástico para fazer o pagamento. Talvez a funcionária diga um “Bom dia. Tem cartão de cliente ?” no início e um “Obrigado” no fim e a pessoa que compra faça um comentário.

A forma moderna de fazer compras é melhor ? Economicamente, é, pois é mais barata e mais rápida! Mas em relações humanas, é muito mais pobre.

Voltando ao assunto da web, e mais importante ainda do que utilizar serviços públicos, é o facto desta estar 99% do tempo disponível (não digo 100%, pois por vezes existem impedimentos técnicos de ligação) e isso dá-nos uma possibilidade de utilização muito maior. É um fenómeno, que neste ponto, é muito mais amplo que a televisão (ainda é o maior canal de comunicação e entretenimento), pois esta ainda não funciona 24 horas sobre 24 horas, e a web sim. Ou seja, é fácil a pessoa viciar-se na *navegação* até porque não existe um limite horário. Já se sabe o que acontece quando a pessoa desequilibra o seu modo de ocupar o tempo: vai perder situações que até ali considerava de interesse.

Felizmente, parece-me que ainda existe bom senso pela maior parte dos cibernautas, até visto pelos dados estatísticos:

Cerca de 60 % são solteiros, e quanto a mim, explica-se pelo facto que enquanto a pessoa é solteira, tem menos obrigações familiares e sociais; não estou a dizer que quando uma pessoa passa a viver com outra deixa de usar a Internet, mas com certeza, a maioria reduz a utilização a partir de casa pois passa a ter de estar mais disponível para a companhia com a outra pessoa.

4. Privacidade escondida / Dados pessoais

Um ponto importante da web, é o factor da privacidade. Aparentemente, ou dito de outra forma, para quem é menos conhecedor desta matéria, existe total privacidade quando um cibernauta navega na web, pois ninguém sabe que sites é que a pessoa andou a ver.

Mas se formos um pouco mais atentos, verificamos que existem formas fáceis de outras pessoas saberem o que fizemos na web, e conseqüentemente o que vimos, consultamos, ou de uma forma genérica, acedemos.

Existem várias formas de vigilância:

- Ficheiros e Moradas Temporários: Quando acedemos a uma página Web, o nosso computador aloja as moradas dos sites por onde passamos assim como as imagens que vimos, em locais próprios do sistema operativo.

Já presenciei pessoas a serem repreendidas no local de trabalho, pelas suas chefias, depois de terem abusivamente utilizado a web em fins particulares. Isto remete para um assunto que é a privacidade no local de trabalho, se deve ser tolerada ou não pela entidade patronal.

- Login nos sites: Existem vários sites, que para acedermos a determinados serviços temos de introduzir um login e uma palavra-chave que nos identifica como indivíduo. Caso disto é o NetBI, promovido pelo www.sapo.pt, onde existe uma total identificação que é utilizada de uma forma explícita, pois as pessoas é que fazem o seu registo; claro está, que também é possível a partir daqui, registar tudo o que a pessoa acede naquele site, ou seja, cada click ou tempo de espera (normalmente, usado para medir a leitura) pode ser registado numa base de dados.

Mesmo sem login nos sites, já assisti numa empresa, à visualização dos acessos ao seu site, mas neste caso apenas identificou que era de determinada Universidade e que foi de determinado computador e em determinado período. Por acaso, essa pessoa até era professor nessa Universidade, e conseguia saber por meios informáticos, quem esteve naquele computador àquela hora.

Este caso não tem muita importância, mas tendo por base esta tecnologia, podemos extrapolar para áreas menos benéficas para a sociedade, pois tudo isto tem por base um aparente anonimato.

Uma questão também de alguma importância e até de credibilidade para o sector, é o da *Falsa Identidade*. É o facto de ser muito fácil registar uma pessoa qualquer num site e a partir daí utilizar o seu nome para seu uso próprio. Isto pode trazer problemas sérios, uma vez que facilmente se consegue fazer passar por outra pessoa, e a partir daí utilizar de forma lesiva o seu bom-nome. Ainda não vi um site que me pedisse confirmação dos dados introduzidos, através de um documento oficial, género Bilhete de Identidade. Ou seja, na prática, o meu, ou o seu nome pode estar a ser utilizado indevidamente e sem autorização prévia. Isto não se passa em sites que impliquem transacções financeiras, pois aí existe um maior cuidado. Mas, pode ser um fórum de discussão e estar a opinar assuntos com o nome que não lhe pertence.

Se a pessoa lesada souber, o que pode fazer ? Ir a tribunal, apresentando queixa da outra pessoa, sobrecarregando os tribunais com mais um processo e esperando bastante tempo, quando tudo podia ser resolvido à partida com a verificação da identidade daquela pessoa. Assim, a própria empresa que tinha o site certificava-se realmente de qual era a pessoa que estava associado àquele login.

Se virmos o problema pelo outro lado, também existe a questão de *Falta de Privacidade*. Uma técnica que se utiliza com bastante frequência, são os *cookies*, que são instrumentos que nos identificam quando chegamos aos sites. Os utilizadores americanos, começam a ficar preocupados, embora poucos tenham configurado o seu browser para não os utilizarem (tek.sapo.pt/4410/122305.html).

- Login no ISP ou na rede interna: Na maior parte dos casos, quando ligamos à web passamos previamente por um login e uma palavra-chave que nos identificam pessoalmente. Quando é a partir de casa, ligamos para o ISP directamente. Quando é no escritório ou na escola, ligamo-nos à rede interna. Assim, é tecnicamente possível, e digo isto como profissional de informática, fazer chegar a nossa identificação ao site que acedemos e assim os responsáveis desse site podem a ficar a saber que determinada pessoa esteve a ver.

Ou seja, tudo o que eu disse atrás, fica ainda mais simples com esta lógica. Se passar a chegar a identificação das pessoas aos sites, como por exemplo, o n.º bilhete de identidade, tudo deixa de ser privado para as pessoas. A única privacidade passa a ser de lá para cá, ou seja, os cibernautas não sabem o que os responsáveis dos sites sabem exactamente acerca deles, mas estes passam a saber muitas coisas acerca dos cibernautas. É a lógica do *Big Brother* mas a uma escala muito maior, pois há quem possa estar a ver os seus interesses pessoais, políticos ou religiosos.

Ainda pode perguntar porque é que o seu patrão ou director daria o n.º do BI dos seus funcionários ou alunos aos sites. A resposta é simples: Pode não ser dado, pode ser vendido...

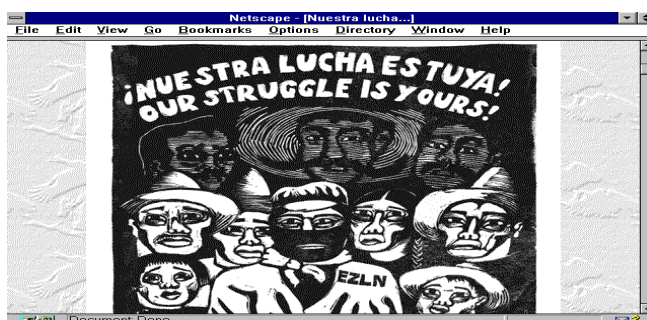
Não conheço nenhuma situação destas em Portugal, mas devemos estar alertas, pois elas podem vir a acontecer. Acho que os cibernautas devem estar alertas destes pontos e debaterem se querem ou não estas *vigilâncias*, para depois ajudarem os governantes a tomar uma posição acerca delas.

Quanto a mim, não devia ser possível a *Falsa Identidade*, mas admito perfeitamente o direito ao anonimato, conseguindo assim a privacidade necessária. Quanto à “cedência” do n.º BI, é preciso ter muito cuidado nas circunstâncias, e só a aceito, se for feita de uma forma explícita e se o cibernauta estiver devidamente informado nesse sentido.

5. Liberdade de expressão / Políticas dos estados

A web é sem dúvida um canal de comunicação bastante poderoso, pois quem lá coloca um texto ou imagem, fica automaticamente visível para milhões de pessoas. Existem vários casos em que isto foi demonstrado:

- o Movimento Zapatista no México (www.ezln.org)
 - O movimento deste grupo de pessoas consegue ter uma difusão muito maior que outro que não tenha uma presença na Internet; podemos assim facilmente saber o que estas pessoas defendem sobre as suas causas.



Esta imagem ficou célebre e, enquanto não havia web, só era possível colar os cartazes nas ruas, e muito provavelmente no seu país origem. Com a web, passaram a ter uma dimensão internacional e a estar presente sem censura na maior parte dos países do mundo.

- o NGO's no dia do Fórum Económico Mundial (Melbourne, 2000.09.11) (www.n30.org)
 - A web foi utilizada para planear uma manifestação mundial:
 - Cerca de 1200 organizações não governamentais (NGO), manifestaram-se no dia 2000.09.11, em cerca de 87 países, essencialmente nas suas capitais, todas ao mesmo tempo, para chamar a atenção do que estava a ser discutido naquele momento no Fórum Económico Mundial em Melbourne. Quanto a eles aquele encontro de Chefes de Estado em nada contribuía para o desenvolvimento dos países mais pobres.



Imagem das manifestações nas ruas

Com isto conclui-se que a web é uma ferramenta de planeamento de acções eficiente e eficaz. Foi a primeira vez que aconteceu este tipo de organização e se tivesse sido por telefone e fax, não teria tido o mesmo efeito, pois a população a que se destinou é minoritária e está dispersa a nível mundial.

Com estes dois casos, verifica-se que realmente a web consegue promover as ideias das minorias. O problema é saber, se esta lógica está totalmente correcta, uma vez que há 100% de isenção de censura. Tenhamos a consciência que a web é um fenómeno de comunicação como a televisão, rádio, jornais, revistas, etc. A diferença é que nestes existe sempre alguma censura, de uma forma, que até considero natural.

Se olharmos para o caso Português, isto também acontece:

- Se alguém quiser ir a um canal de televisão, afirmar que o nazismo não trouxe nenhum problema ao mundo, se os campos de concentração nunca existiram, provavelmente não o conseguirá fazer. Provavelmente o próprio director de informação impedirá que tal aconteça, uma vez isso em nada abonará a imagem daquela instituição. Se for alguém anónimo, o mais certo é nem conseguir entrar nas instalações. Tanto digo um canal de televisão, como a rádio, jornal ou revista. Existe assim, uma censura implícita nos meios de comunicação actuais.
- Um canal de televisão não pode passar filmes pornográficos.
Porquê ? Porque existe a ideia na nossa sociedade de que esses filmes em nada contribuem a educação da nossa população, especialmente a mais jovem. Mesmo os filmes eróticos têm (ou tinham) um horário limitado em que podem passar.
- Existem intervalos horários para os quais pode passar publicidade de bebidas alcoólicas
Porquê ? Porque nitidamente influencia o consumo de álcool àquelas horas e provoca mais acidentes de automóveis, nos momentos imediatamente a seguir.

Em termos de web, tudo se passa de forma diferente, pois existem n sites que:

- Afirmam que o holocausto não existiu e que as políticas de Hitler nunca trouxeram mal nenhum ao mundo.
- O seu conteúdo é pornográfico; alias, já são tantos, que já se torna num ponto de descrédito da web
- Com conteúdo bastante pior do que as bebidas alcoólicas, género: “Como fazer uma bomba em casa”

Qual tem sido a política dos governos nestes assuntos ?

Praticamente, e como o grande impulsionador foram os EUA, os governos europeus têm assumido uma política semelhante à deles, ou seja, o neo-liberalismo aplicado a estas matérias. Tem sido a política de deixar evoluir o mercado, o mercado que decida, ou seja, muito pouca (ou nenhuma) intervenção do estado.

Existe um país que se diferencia desta lógica que é a China, onde existe uma intervenção do estado muito acesa, e onde a maior parte dos sites estrangeiros não são acessíveis, não só por razões morais mas também por razões políticas.

Está correcta a total liberdade de expressão na web ?

Na minha opinião, não ! Esta liberdade total que hoje existe não é correcta. Tanto pelo que já disse, mesmo por assuntos mais pequenos, como por exemplo, a participação em fóruns. Quando comecei a fazer este trabalho, investiguei um pouco nos fóruns de opinião sobre estes assuntos. Num fórum de discussão de Tecnologia em <http://forum.sapo.pt>, aparecem intervenções género “Procuro Rapariga Jovem Para Utilização Séria” ?! Na minha opinião, a liberdade tem de ser balanceada com a responsabilidade, se não caímos numa situação de desrespeito por tudo e por todos. Não defendo políticas de estado como a dos Chineses, mas da seguinte forma: “Liberdade de expressão sim, mas de uma forma responsável”.

6. Registos de Domínios

Como é sabido, a web está organizada de uma forma de moradas electrónicas. Moradas estas que têm uma lógica iniciada no registo dos domínios. Logo à partida, existe uma clara divisão entre os EUA e o resto dos países:

- Nos EUA, a lógica inicial dos sufixos dos domínios era a seguinte:
 - o Sociedades Comerciais ou Marcas: .com
 - o Escolas : .edu
 - o Organismos e Institutos do Estado: .gov
 - o Organizações não Governamentais: .org
- Em Portugal e em todos os outros países, a lógica de registo é o nome da empresa/marca/instituição seguido do sufixo do país, género: www.ctt.pt

Quem faz a gestão dos domínios mundiais é a ICANN (www.icann.com, curiosamente é .com). Esta tem creditada 72 empresas de vários países (e estão em vias de creditação mais 80 empresas), e é-lhes permitido registar os domínios .com, .net e .org livremente.

Esta liberalização fez com que se começasse a ver o registo de domínios de expressão livre e até de cariz pornográfico, género www.fuckmyass.com (existe) que tanto pode ser de origem americana, de origem portuguesa, ou outra qualquer. Ou seja, começou a usar-se o quer que seja como domínio .com, o que na minha opinião contribuiu muito negativamente para o descrédito que Internet hoje tem.

Outra questão que também acontece, é a lógica dos registos de algo que não pertence à pessoa. Por exemplo, alguém registou o site www.guterres.com (existe) no intuito provável de quando a pessoa Eng.º António Guterres o quiser fazer, ter de o pagar à primeira entidade, neste caso, a Network Solutions Inc. . Isto quanto a mim, é um abuso, é como registar um terreno que não é de ninguém em nome de alguém, e isso ser permitido.

Curiosamente, e apesar da maior parte dos sites serem americanos, existem poucos sites de domínio .us . Um que vale a pena ver, é o dos registos de domínios americanos (www.nic.us).

Em Portugal, quem faz a gestão do domínio .pt é a FCCN (www.fccn.pt), e existem cerca de 14.500 domínios já registados. Até aqui, em casos não excepcionais, as regras basicamente eram as seguintes, para o nome a figurar no domínio:

- Nome (ou sigla) de empresas ou de marcas registadas no INPI
- Nome (ou sigla) de Instituições Públicas

Segundo a revista Exame Informática de Janeiro de 2001 (pág. 120 a 122), a partir deste ano, existirão novas regras tanto para o domínio .pt como para os outros:

- No domínio .pt
 - o Passa a ser possível registar um nomepessoal.pt
 - o Será precedido com as seguintes siglas:
 - .gov.pt : Governo e Administração Pública
 - .edu.pt : Educação
 - .org.pt : Organizações sem fins lucrativos
 - .net.pt : Empresas de networking
 - .int.pt : Organizações internacionais
 - .com.pt : Conteúdo livre
- Outros domínios (onde o registo passará a ser vendido por empresas que se candidataram)
 - .info : Referente a informações
 - .biz : Referente a negócios
 - .pro : Para profissionais
 - .name : sites pessoais
 - .museum : Para museus
 - .aero : Aeronáutica
 - .coop : Cooperativas empresariais

O artigo não refere nada quanto à lógica de outras pessoas registarem o nome de outros nos domínios. Vamos continuar a ver regras diferentes entre os vários países, o que não me parece correcto.

Quanto a mim, tanto da forma antiga como da nova, existem aqui situações que em nada abonam a boa organização da web. O problema é que cada país tem as suas regras. Nitidamente, sinto a necessidade de ser estabelecida uma ordem mundial e igual para todos os países no ciberespaço. Quanto a mim, a melhor solução será:

- a) Não ser possível registar um nome pessoal, a não ser em casos de personalidades históricas, género www.camoes.pt , uma vez que não vejo uma grande utilidade num www.jorgemeneses.pt , mesmo que este seja uma figura pública. Caso assim fosse, a página devia estar alojada em sites de utilidade pública, como o www.terravista.pt já foi, ou até algo como www.figpoliticas.pt ou www.figdesporto.pt . Ou seja, ser sempre a lógica da organização (empresa/instituição) a prevalecer sobre o indivíduo. *Nunca nos esqueçamos que uma pessoa é quem é, não só pelo seu valor próprio, mas também pelo contexto onde está inserido.*
- b) O registo deve ser sempre feito, ou fiscalizado, por um organismo estatal e único no País; à semelhança do nome das ruas, quem as baptiza não são as empresas, são os funcionários do Estado; admito a lógica de delegação de poderes nas empresas, como o caso português das Inspeções de Automóveis, mas sempre com a responsabilidade do organismo estatal.
- c) Todos os domínios têm de acabar no domínio do país (.pt , .us , .uk , ...), pondo assim uma lógica explícita de quem é o responsável por aquele domínio;
- d) Existir uma lógica unívoca de nome de domínio <-> entidade requerente , para não existir casos género www.guterres.com na posse de Network Solutions, Inc.

7. Conteúdos e sua evolução

Um dos problemas que sinto em relação aos conteúdos, é o excesso de informação ! Como já disse, só em Portugal, existem cerca de 14.500 sites registados com informação sobre empresas, produtos , escolas, pessoas , ideias, fotografias, músicas, filmes, jogos, ...

Já nem digo, que parte destes 14.500 são para alojamento de páginas externas à organização, género www.terravista.pt ou www.cidadevirtual.pt, e aí cada site equivale a centenas ou milhares de conteúdos de outras entidades.

Já tentou analisar qual a melhor relação preço/benefício no mercado dos telemóveis ?

É o preço e a qualidade do telemóvel, os minutos ou o dinheiro em chamadas que são oferecidos, o tarifário que está inserido, que tem preços diferentes por minutos para este e para aquele operador, que tem horários diferentes de tarifação, que tem desconto nesta situação, que ...

Felizmente (ou infelizmente), a empresa onde trabalho, ofereceu-me um e paga-me as chamadas. Que alívio !

Este é o problema de excesso de informação que encontramos na web. Em qualquer motor de busca e em qualquer assunto, género www.sapo.pt ou www.netindex.pt , faço uma procura simples por um nome de uma pessoa, e encontro dezenas ou centenas de referências, o que me faz demorar imenso tempo a ver tudo, e que muitas vezes não me permite encontrar o que preciso. Se é verdade que quando pomos um assunto na web ficamos visíveis para todos, também é verdade que se calhar nunca chegamos a ser vistos por ninguém e muito menos por quem realmente precisa daquela informação. Creio que o mais correcto é dizer que: "Quando pomos uma página na web, esta fica potencialmente visível para os outros"

É um problema que urge debater ! Como vamos fazer evoluir a web, com tanta informação ?

Das duas, uma vai acontecer: Ou os motores de procura evoluem muito, ou deixam de ser utilizados, e aí assume-se que, ou se tem a morada electrónica ou então não adianta ir à procura dela na web.

Outro problema que sinto, é o interesse dos conteúdos. Outro dia, falava com uma pessoa de meia-idade, com um certo nível de instrução, com filhos e que colocava a hipótese de instalar a Internet em casa, mas perguntava-me: "Acha que é bom que os meus filhos vejam a Internet ? Tenho ouvido dizer que só se encontra pornografia e até pedofilia ! É verdade ?". Lá respondi à senhora, dizendo que não é só isso que se encontra, aliás a maior parte das coisas não são isso, mas isso também existe.

Este é um caso que a mim, como cibernauta e profissional de informática, me preocupa, pois o que eu realmente quero é que a web evolua, não só em organização e conteúdos, mas sobretudo no número de utilizadores, pois isto é que realmente é o impulsionador de todos os fenómenos: a quantidade de pessoas que aderem. É sempre a quantidade de pessoas que forma a implantação de algo. Nestes últimos 20 anos em Portugal, em termos de meios de comunicação social, foi a televisão e espero que nos próximos 20, seja a web. Mas para isso, temos de fazer dela, algo que a maior parte das pessoas goste e não sinta que seja prejudicial para si ou para a sua família.

Creio que já perceberam que, nestes aspectos, defendo uma política semi-intervencionista do estado, ou seja, este ter um papel activo na regulação do fenómeno Internet. Há quem questione a possibilidade de haver um certo controlo neste assunto. Concordo seja difícil, pois é um assunto à escala mundial, e para ser conseguido com o êxito total, obriga a consenso entre todos os países que publiquem conteúdos na web. Eu creio que existe uma forma, e até me atrevo a expressá-la:

1. Criar-se uma comissão de representantes dos países com presença na web (através da ONU)
2. Estabelecer-se o que é que podia estar na web, publicando assim um *Manual de Conteúdos*, e depois disso, legislar em todos os países, estas leis e respectivas penalizações.
3. Passar essa informação ao ICANN, e este passar aos gestores de domínios a nível nacional
4. Fiscalizar os conteúdos dos seus domínios; seria esta a função destes gestores (FCCN e afins)
5. Responsabilizar os sites pelos seus conteúdos; logicamente, a legislação criada teria de incidir sobre os indivíduos dentro das empresas ou instituições. A FCCN já o faz para assuntos técnicos, administrativos e financeiros.
6. Penalizar os sites prevaricadores através de procedimentos judiciais, desde multa, encerramento do site ou até prisão do responsável.

Se for um site de alojamento, género www.terravista.pt ou www.cidadevirtual.pt , estes sites é que seriam responsáveis pelos conteúdos que os seus *clientes* lá pusessem.

Isto até já existe de uma forma não oficial, pois até aconteceu há pouco tempo, o encerramento do www.terravista.pt (quando ainda era estatal), ordenado pelo ministro Manuel Maria Carrilho, pois lá existiam páginas pornográficas. A sua ordem foi de encerramento, remoção dessas páginas, e aí sim, disponibilizar novamente o serviço. Foi uma operação que demorou dois dias.

Claro está, que o que o método que proponho pode ser feito apenas a nível nacional. Alias, pode e deve ! Cabe aos governantes avançar com este assunto, mas para isso, também os ajudemos: Avancemos com o debate a nível nacional dos cibernautas.

Já sabemos que não vai resolver o problema maioritariamente, mas começa a funcionar com uma lógica de exemplo para outros países. Diga-se de passagem, que Portugal é visto de uma forma bastante positiva no que toca a utilização de tecnologia, pois tem alguns exemplos que são casos de estudo em vários países do mundo. Estou a falar do nosso evoluído Multibanco, da nossa Via Verde nas nossas auto-estradas e na utilização massiva dos telemóveis.

Não nos fica nada mal sermos pioneiros nestes assuntos. Já o fomos há cerca de quinhentos anos atrás com os Descobrimentos. Agora, creio que é mais fácil economicamente, pois apenas se tratam de ideias.

8. Comércio electrónico / Direitos do Consumidor

Nestes últimos tempos, tem-se falado muito do Comércio Electrónico, não porque ele seja uma realidade implantada, mas sim, porque quer-se que venha a ser. Desde já por distinguir dois âmbitos diferentes:

- Da Empresa para a Empresa; o chamado B2B, Business to Business
- Da Empresa para o Consumidor; o chamado B2C, Business to Consumer

O primeiro tem tido menos ênfase, pois não se tem apostado tanto na divulgação de ideias, mas quanto a mim, tem bastante mais oportunidade de vingar. Digo isto, pois a maior parte das encomendas feitas entre as empresas portuguesas têm o seguinte procedimento:

- Conversa por telefone para verificar se o fornecedor tem a referência, a quantidade desejada e combinar modo e data de entrega
- Elaboração de Nota de Encomenda, pois este é o documento vinculativo
- Envio por fax ou via postal

Eu creio que aqui há uma grande e real oportunidade para a web, pois pode servir de base às encomendas feitas regularmente entre duas entidades. Dou-lhe o caso da www.servisoft.pt que é uma empresa que importa e distribui equipamento informático para retalhistas e que tem implementado a alguns anos, a lógica de encomendas on-line:

- A empresa cliente entra no site e identifica-se com login e palavra-chave
- Faz a encomenda, visualizando ali o stock disponível e encomendendo a quantidade pretendida
- O sistema da empresa fornecedora, envia automaticamente um e-mail para o cliente, para:
 - Acusa a recepção da encomenda (equivalendo-se assim à habitual Nota de Encomenda)
 - Marca uma data provável para entrega (tendo por base a quantidade disponível e o tempo médio de entrega por parte do seu fornecedor)
- A mercadoria é entregue
- A factura é enviada pelo correio
- O pagamento é feito por cheque

É uma alternativa ao conhecido EDI, pois este tem a desvantagem de ter um custo considerável.

Nesta área, não existem os problemas típicos do comércio electrónico:

- Não é necessário contacto com o produto, pois quem o compra já sabe o que é
- A forma de pagamento mantém-se a mesma, ou seja, as pessoas vem total segurança no método
- A compra não é uma actividade social, é apenas uma actividade administrativa

Creio que este será o ponto onde a web vai evoluir rapidamente nos próximos anos. Quem dirige as empresas, vai perceber que a web além de ser uma montra da própria empresa e dos seus produtos, tem capacidade para ser um canal de vendas. As vantagens são claras:

- Para a empresa cliente:
 - o Rapidez na compra, pois não preciso esperar que o outro lado atenda o telefone ou o fax chegue às mãos de quem processa as vendas
 - o Exactidão na informação dos níveis de stock, pois estes sistemas são integrados com o software de gestão dos armazéns
- Para a empresa fornecedora:
 - o O esforço comercial deixa de estar centrado nas operações diárias, e passa a estar para outros assuntos mais interessantes, género prospecção e análise de resultados.
 - o As encomendas passam a aparecer de uma forma imediata e uniforme nos armazéns, onde estes podem começar a tratar da expedição
 - o Acabam os problemas da má impressão dos fax's; pode parecer um problema pouco importante, mas infelizmente, ainda é necessário pedir para reenviar o fax, pois muitas vezes não se consegue ler

No que toca à segunda perspectiva do comércio electrónico, ou seja, da Empresa para o Consumidor (B2C), o crescimento em Portugal não tem sido tão rápido como as empresas gostariam.

Acho que o benefício que as pessoas procuram é a comodidade e rapidez, pois não é preciso:

- o Sair de casa
- o Esperar na fila do trânsito
- o Arranjar estacionamento
- o Andar à procura do produto na loja
- o Esperar na loja para pagar
- o Voltar à fila de trânsito
- o Chegar a casa

É verdade, não é preciso nada disto ! Basta sentarmo-nos em frente ao computador, ir à página que queremos, encontrar o produto, encomenda-lo e pagar, introduzindo a referência do cartão de crédito.

O que será mais caro, comprar on-line ou ir às compras da forma tradicional ?

- Custos no Tradicional: Transporte, estacionamento, tempo, preço do produto
- Custos no On-line: Computador e modem, impulsos telefónicos e preço do produto

Nota: Já fez contas de quanto custa por km o seu automóvel ?

Creio que é mais barato fazer compras on-line.

Mas, se é mais rápido , mais simples e mais barato, porque é que as pessoas ainda não aderem ?

Ainda se recorda do que eu disse no primeiro capítulo, sobre a alteração das relações humanas ?

É isso mesmo, estamos disponíveis para alterarmos o nosso modo de viver, mas ainda não estamos assim tão disponíveis para deixar de ir às compras. Fazer compras, é uma actividade que as normalmente as pessoas gostam. Mas com este caminho que temos estado a fazer, vamos chegar lá, tenho a certeza. Tenho dúvidas se quando lá chegarmos será bom, pois como já disse, a tecnologia é um meio de isolamento e não me parece que ninguém seja feliz sozinho.

Mas para lá chegarmos, ainda vamos ter de vencer alguns obstáculos culturais:

- Identidade: Muitas das actividades de compra no comércio que hoje fazemos, grandes superfícies ou não, podem ocorrer sem que a identidade do comprador seja revelada; na web, identificamo-nos sempre
- Recolha de informação: O consumidor através da via electrónica revela muito mais das suas opções de compra e essa informação pode ser utilizada de forma positiva mas igualmente de forma prejudicial, como já alertei no capítulo de *Privacidade escondida*.
- Comunicação e Confiança: O comércio actual utiliza muito a comunicação não verbal, género gestos e expressões faciais. Na versão electrónica só existe a comunicação gráfica, utilizando a forma de escrita, de imagens e sons.
- Identificação de produtos e serviços: Vendedores e consumidores encontram-se sujeitos a um novo tipo de intermediários, sejam eles chamados portais ou motores, que permitem seleccionar a informação e encontrar o que se pretende adquirir. Diga-se que esta selecção não é igual para todos, pois aqui também se compra a posição onde a empresa ou produto aparecem.
- Acesso: O acesso é na web, ou seja, ainda só está disponível para quem tem web em casa, pois no escritório, e na maior parte dos casos, pode não dar muito jeito fazer isso.
- Compra como actividade social: Quando vamos às compras, não fazemos só compras:
 - Observamos outras pessoas, mesmo que desconhecidas
 - Encontramos pessoas que não víamos há algum tempo
 - Falamos com alguém que aconselha qual produto a comprar
 - Trocam-se experiências de utilização dos produtos
 - ...

- Pagamento: Este ainda é o maior problema. Os portugueses ainda têm receio de colocar o seu cartão de crédito na web. Não interessa se é SSL ou VeriSign, pois a maior parte das pessoas nem sabe o que isto quer dizer ! As pessoas ainda não se sentem seguras, pois de quando em vez, ouve-se falar de fraudes nestes assuntos.

O que fazer ? A www.fnac.pt teve uma solução inteligente:

- A pessoa encomenda os produtos normalmente
- Chega ao fim, e escolhe a opção Multibanco
- O sistema dá-lhe uma referência e instruções de pagamento
- A pessoa faz o Pagamento de Serviços no Multibanco (sente-se segura para isso)
- Quando essa informação chega aos serviços financeiros da FNAC, estes dão aquela encomenda como paga e enviam a encomenda pelo correio.

Repare que resolveram dois assuntos de uma só vez:

- O cliente acredita na forma de pagamento
- Não restringe os clientes, pois o cartão que é necessário é o do Multibanco, cuja utilização está bastante difundida e não o de crédito, o qual muitas pessoas ainda não têm

O que ainda lhe quero dizer falar é sobre os Direitos do Consumidor nestas situações, pois a lei portuguesa no Decreto-lei 272 / 87 de 3 de Julho, prevê uma devolução para compras à distância. O caso é o seguinte:

- Encomenda-se pela web
- Recebe-se o produto em casa
- Verifica-se que não é este que queremos
- Pode-se devolver o produto (desde que a embalagem esteja conforme), e a loja é obrigada a devolver o dinheiro e as despesas postais no prazo de 15 dias

Resumindo, acredito que o comércio electrónico se desenvolva mais na perspectiva das empresas para as empresas, do que das empresas para os consumidores. A barreira cultural a quebrar é muito menor, e enquanto no primeiro se sente benefícios para todos, no segundo ainda se sentem muitas desvantagens.

9. Conclusões

Qual terá sido a invenção mais útil ao Homem ?

Para mim, foi o papel, pois este é o meio de transmissão de conhecimento e registo da informação de um indivíduo para vários. A nossa sociedade não seria o que é hoje, senão tivesse sido inventado o papel.

Já reparou que o meio de comunicação mais antigo ainda hoje ainda é usado ?

Estou a falar do livro ! Durante muito tempo, a sua produção era apenas manuscrita, e só no sec. XV é que passou a ser mecanográfica, com a invenção da primeira máquina de impressão por Leonardo DaVinci.

Porque é que não desaparece ? Surgiu a rádio , a televisão e agora a web, mas ele ainda não desapareceu. Perdura ao fim de tanto tempo, e sabe porquê ? Porque é fácil de utilizar !

Não é preciso corrente eléctrica, ou seja, pode ser utilizado em qualquer sítio, na casa de banho ou na cozinha, no campo ou na praia, no automóvel ou no avião; não é preciso formação especial para utilizar, basta saber ler; e essencialmente, porque é portátil, ou seja, leva-se para todos os sítios que nós queiramos.

E com a televisão e com o rádio ? Estes estão dependentes da energia eléctrica e da portabilidade, é verdade ! Mas têm a grande vantagem, de nem ser preciso saber ler, basta olhar e ouvir !

E a web ? Esta já não é tão fácil, pois precisa de energia, é preciso saber ler, e às vezes em Inglês, e pior de que tudo isto, ter e saber usar um computador. Isto é um ponto crítico para a adesão das pessoas, ou seja, tornar mais fácil a sua utilização.

Quem são as pessoas que aderem à web ? Como o estudo indica, os mais jovens, pois estes são os mais dispostos a apreender novas formas de relacionamento.

Quero com isto dizer, que é cabe população mais jovem levantar o debate, para que, com a ajuda dos mais velhos que normalmente têm o poder de decisão, ou seja, os governantes, se possam fazer os acertos que se vejam necessários para que a web se implemente em maior escala. É desejável que seja feito a nível mundial, mas é preciso que alguém dê o exemplo; que seja Portugal, e creio que temos alguma credibilidade para isso, como país altamente consumidor de produtos tecnológicos.

Creio ter passado com clareza a minha mensagem:

“A web é meio de comunicação muito forte, mas deve de ser melhorada na sua orientação, organização e conteúdo. Com estas melhorias, iremos torná-la mais interessante, de forma que mais pessoas façam a sua adesão, e quando formos muitos, o benefício será maior.”

Espero que este texto tenha tido eco em si. Se assim foi, sintá-se livre para enviar-me um comentário, e fale destes assuntos com todos aqueles que têm também um sentido crítico daquilo que os rodeia.