

FORUM PARA A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

3. Economia Digital

Novas Oportunidades
e Desafios na Economia Digital

Lisboa, 12 de Outubro de 2010



UMIC

Agência para a Sociedade do Conhecimento
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Agência para a Sociedade do Conhecimento (UMIC)

Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior
Taguspark, Av. Prof. Dr. Cavaco Silva, Ed. Qualidade, B2-3A
2740-120 Porto Salvo



This work is licensed under the Creative Commons
Attribution-NonCommercial-Share Alike 3.0 Unported License.

To view a copy of this license, visit:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

Objectivos

O objectivo do **Forum para a Sociedade da Informação – Economia Digital**, organizado no dia 12 de Outubro de 2010 pela **UMIC – Agência para a Sociedade do Conhecimento, IP** e pela **ACEPI – Associação do Comércio Electrónico e Publicidade Interactiva**, como parte da **Portugal Internet Week'10**, foi debater alguns dos aspectos principais da Economia Digital, no contexto da **Agenda Digital para a Europa 2010-2020** considerada no quadro da **Estratégia União Europeia 2020**. O Forum incluiu sessões especificamente dedicadas a:

- Competências para a Economia Digital,
- Mercado Único Digital,
- Desmaterialização da Economia e da Administração Pública,
- Confiança na Economia Digital.

O **Forum para a Sociedade da Informação** tem uma longa tradição em Portugal. Foi iniciado em 1996 com várias sessões que envolveram diversos actores com interesses na Sociedade da Informação (*multistakeholders*) num amplo movimento que resultou no **Livro Verde para a Sociedade da Informação**, publicado em 1997, um roteiro completo e arrojado que manteve a actualidade e força inspiradora por mais de uma década e foi, na Europa, uma iniciativa pioneira cujas linhas mestras anteciparam as de iniciativas que foram sucessivamente adoptadas pela União Europeia para a Sociedade da Informação durante toda uma década (*eEurope, eEurope2005, i2010*).

Temas da Economia Digital foram discutidos em vários encontros do Forum para a Sociedade da Informação, desde os tempos pioneiros de 1996.

Contudo, o **Forum para a Sociedade da Informação – Economia Digital** realizado no dia 12 de Outubro de 2010 foi o primeiro encontro completamente dedicado à Economia Digital. Teve uma participação de cerca de 150 pessoas de empresas, universidades, instituições científicas, administrações públicas e Organizações Não Governamentais. O Forum foi transmitido pela Internet em tempo real e os respectivos arquivos estão disponíveis em vídeo no sítio da UMIC na Internet em [Forum para a Sociedade da Informação – Economia Digital](#).

Este documento contém um conjunto de mensagens dos participantes do Forum. Estas mensagens não são textos negociados, mas sim o que a UMIC – Agência para a Sociedade do Conhecimento, IP identificou como as mensagens-chave do encontro.

Agradece-se especialmente à ACEPI, e em particular ao seu Presidente Dr. Alexandre Nilo Fonseca, por todo o envolvimento na organização, à Universidade Católica Portuguesa por ter facilitado as instalações para a realização do Forum e à Fundação para a Computação Científica Nacional (FCCN) pelo serviço de transmissão de vídeo em tempo real e o respectivo arquivo e disponibilização aberta *on demand* pela Internet. A preparação do presente texto baseou-se nas notas coligidas pela equipa de Relações Internacionais da UMIC dirigida por Ana Cristina Neves, nomeadamente, por Elisabete Pires e Margarida Ribeiro, com o apoio de Ana Ponte e Charlotte Simões.

Mensagens-Chave

I&D NA INTERNET DO FUTURO É ESSENCIAL PARA A COMPETITIVIDADE

ECONÓMICA. A Internet está num momento de transição na sequência de transformações recentes associadas às Redes de Nova Geração, à expansão dos acessos móveis, às redes sociais, às redes baseadas em sensores, à inteligência ambiente com novas interfaces de comunicação humano-computador, à cibersegurança e protecção de infraestruturas críticas. É determinante contribuir para o avanço na fronteira do conhecimento nestas áreas que vai ter consequências económicas e sociais profundas.

COMÉRCIO ELECTRÓNICO REALIZA-SE HOJE MAIORITARIAMENTE POR CANAIS ALTERNATIVOS ÀS PÁGINAS NA INTERNET,

através de telemóveis, ATMs, redes de sensores e outras redes mediadas por computadores. Inclusivamente, é de esperar uma acentuação deste efeito com uma maior utilização de instrumentos alternativos mais inclusivos, como já é em Portugal o Multi-banco, a Via Verde e os telemóveis, estando inclusivamente a assistir-se a um reforço da comunicação por ecrãs simplificados com informação minimalista adaptada às circunstâncias em *smart phones* e *tablet computers* que fazem lembrar a simplicidade de utilização do Multibanco.

RELAÇÕES INTERNACIONAIS DE ENTIDADES PÚBLICAS E PRIVADAS COM CONGÉNERES DE OUTROS PAÍSES SÃO ESSENCIAIS

num contexto de globalização económica e de rápida mudança, mesmo entre ONGs envolvidas na

promoção do negócio, comércio e *marketing* electrónicos, tendo sido dados passos decisivos nessa direcção em Portugal no último ano.

COMPETÊNCIAS DIGITAIS (ESKILLS) SÃO UM PILAR FUNDAMENTAL DA ECONOMIA DIGITAL e devem ser objecto de uma acção multidimensional de políticas públicas visando desde a literacia digital às competências avançadas ao nível da pós-graduação universitária e desde competências simples de utilizadores a competências profissionais especializadas, com programas simultâneos dirigidos às várias dimensões (educação de jovens nas escolas, educação de adultos no sistema formal, formação profissional, reconhecimento e certificação de competências adquiridas, formação aberta, formação profissionalizante em cursos de especialização tecnológica, formação profissionalizante e certificação em TIC com base em programas preparados por empresas de relevância internacional e oferecidos com o apoio dessas empresas, formação formal de Licenciatura e de Mestrado, formação avançada de Mestrados Executivos (pós 2º ciclo de Bolonha), Doutoramento e Pós-Doutoramento).

CAPTAÇÃO DE TALENTOS é essencial para a Economia Digital devido à carência de recursos humanos qualificados em Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

ECONOMIA DIGITAL É FUNDAMENTAL PARA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS pois o mercado digital não tem fronteiras territoriais nem temporais e permite desenvolver negócios a baixo custo.

COMÉRCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTEIRIÇO ENFRENTA OBSTÁCULOS

que são barreiras ao mercado único digital europeu cuja ultrapassagem requer harmonização de legislação fiscal, normas técnicas e protecção do consumidor, liberalização de serviços de entrega e mais confiança dos consumidores.

REDES SOCIAIS TÊM UM PAPEL IMPORTANTE NA AGREGAÇÃO DE INFORMAÇÃO E NO *MARKETING*,

o qual está a assumir uma grande complexidade com os desafios das redes sociais, da prevalência do vídeo na utilização da Internet, dos acessos móveis e de uma maior e mais rica interactividade.

DESMATERIALIZAÇÃO DE PROCEDIMENTOS E TRANSACÇÕES ENFRENTA DESAFIOS DE NORMALIZAÇÃO E INTEROPERABILIDADE

em que se incluem a autenticação electrónica de identidade (*eID*), as assinaturas digitais, os pagamentos electrónicos e a cibersegurança. Deve colocar o cidadão e a empresa no centro dos objectivos. Portugal tem a vantagem de dispor de um sistema como o Multibanco para pagamentos e comércio electrónico, e com uma crescente contribuição como canal alternativo para serviços de administração pública electrónica (*eGovernment*), cujo sucesso resulta de uma aposta contínua na inovação com oferta de novos serviços.

CONFIANÇA NA ECONOMIA DIGITAL DEVE SER REFORÇADA

com a adopção de códigos de conduta, selos de confiança, certificação e auditoria de serviços, maior utilização dos procedimentos técnicos de segurança, e novas formas de arbitragem de conflitos sobre comércio electrónico realizadas *online*, de forma fácil e flexível, em que Portugal inovou com a criação do Centro de

Informação, Mediação e Arbitragem do Comércio Electrónico e os novos procedimentos que adoptou.

O DIREITO DA INTERNET ESTÁ A FAZER-SE ESSENCIALMENTE A PARTIR DO CASO PRÁTICO, verificando-se a responsabilização de intermediários só após notificados do ilícito, grandes dificuldades de protecção de Propriedade Intelectual devido à facilidade com que se fazem e distribuem cópias na Internet e à impossibilidade de registo de patentes de processos completamente imateriais, em que não há transformação física ou incorporação em máquina envolvida.

Sessão de Abertura

MODERADOR: **Vasco Trigo**

Alexandre Nilo Fonseca *Presidente da ACEPI – Associação do Comércio Electrónico e Publicidade Interactiva, Director de Marketing da Controlinvest e Membro do Board Europeu da INMA – International Newsmedia Marketing Association*

Luís Magalhães *Presidente da UMIC – Agência para a Sociedade do Conhecimento, IP*

Manuel Heitor *Secretário de Estado da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior*

O Presidente da UMIC pôs o debate em contexto com referência a tendências na evolução do uso da Internet e à situação de apropriação das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) em Portugal.

A Internet, os computadores, os telefones móveis, e outros desenvolvimentos das TIC como a fibra óptica e a TV digital, transformaram profundamente a maneira como as pessoas vivem – como aprendem, trabalham, ocupam os tempos livres e interagem – tanto nas relações pessoais como com as organizações. E, portanto, também no comércio e nos negócios.

A Internet está num momento de transição, com grandes transformações associadas a desenvolvimentos recentes como o acesso a banda larga de velocidade muito elevada através de **Redes de Nova Geração**, a expansão da **banda larga móvel** e de novos equipamentos móveis de acesso de uso muito fácil, a aplicação de **redes baseadas em sensores** em transportes, distribuição de energia, monitorização ambiental, cuidados de saúde, compras e logística, as **redes sociais** com implicações na vida privada e pública, no comércio e na publicidade, a **inteligência ambiente** com novas formas de interacção humano-computador, e de comunicação e aprendizagem, com fortes consequências para a forma de realizar transacções comerciais. Estamos num ponto de inflexão na evolução da Internet em que as **oportunidades económicas e sociais são enormes**, mas enfrentam **desafios novos e difíceis** que teremos de ganhar para que a **Internet do Futuro** tenha o maior benefício possível económico e social em Portugal, o que **requer uma intensa actividade de I&D** e está a ser objecto de **especial atenção nos programas de C&T em Portugal, em particular no âmbito de parcerias internacionais**, com especial incidência nas parcerias com *Carnegie Mellon, MIT e University of Texas at Austin*.

Para que seja possível aproveitar os benefícios económicos e sociais das TIC é preciso acelerar a apropriação social destas tecnologias pela população geral. É **nas escolas**, e em especial na escolaridade obrigatória, que políticas públicas para a rápida adopção

de novas tecnologias de utilização alargada têm maiores potencialidades para assegurar efeitos significativos e duradouros e para ultrapassar barreiras socio-económicas.

Portugal foi um dos primeiros países a ligar todas as escolas à Internet, em RDIS em 2001, e também em banda larga no início de 2006 (em ambos os casos através da FCCN – Fundação para a Computação Científica Nacional). O **número de alunos por computador com ligação à Internet nas escolas diminuiu radicalmente** de 16,1 para 2,3 de 2004/2005 para 2008/2009. Em consequência desta política, a utilização de computadores e da Internet por estudantes é hoje muito elevada (99% e 97%, respectivamente, segundo dados do INE – Instituto Nacional de Estatística relativos ao 1.º trimestre de 2009 para a população de 16 a 74 anos). Também foi **facilitada a compra de computadores portáteis para estudantes** por programas arrojados em que Portugal se destacou internacionalmente (mais de 1 milhão desde o início de 2008); a penetração de computadores e banda larga foi dinamizada, e **o mercado de computadores portáteis explodiu**.

Foi ainda realçado o **elevado crescimento da penetração de banda larga e, em particular, da banda larga de acesso móvel** desde o final de 2005, com Portugal a posicionar-se no 2.º lugar da UE em penetração na população de banda larga móvel de serviços dedicados a dados (placas, chaves, modems) e no 3.º lugar de em penetração na população de banda larga fixa ≥ 10 Mbit/s **serviços avançados** no primeiro trimestre de 2010, novas realidades importantes para a Economia Digital.

Também houve uma **forte recuperação na administração pública electrónica do final de 2004 para o final de 2009**. Depois de Portugal ter decaído no indicador de disponibilização completa de serviços públicos básicos *online* do 2.º lugar na UE15 em 2001 para 11.º em Outubro de 2004, a partir de 2006 melhorou sucessivamente de posição alcançando o 2.º lugar em Maio de 2007 e o **1.º lugar em Novembro de 2009**, com 100% tanto no indicador de sofisticação como no de disponibilização completa *online* desses serviços. Foi também referido que em Junho de 2009, o Conselho da Europa colocou Portugal em **número 1 na Europa em desmaterialização e uso de TIC na Justiça**, onde uma grande parte das aplicações tem **impacto nas empresas**, através da simplificação e desmaterialização de processos de registos, emissão de certificados, e fornecimento de informações periódicas obrigatórias.

Em algumas realizações de administração pública electrónica pela Internet de interesse directo para Economia Digital atingimos posições elevadas em âmbito mundial, nomeadamente na criação de empresas completamente *online* desde Junho de 2006, no preenchimento na Internet de cerca de 87% das declarações de IRS em 2010, no

tratamento *online* de todo o IVA desde 2005, na disponibilização electrónica gratuita do Diário da República poupando 27 toneladas de papel por dia desde Julho de 2006.

Portugal é um dos países Europeus com maior utilização de computadores e da Internet por pessoas com habilitação superior (95% e 93%, resp.), dados do 1.º trimestre de 2009, **ou secundária** (91% e 87%, resp.), claramente acima das médias europeias e num grupo que inclui apenas Holanda, França, Luxemburgo e Suécia.

Mas Portugal tem uma baixa média de qualificações herdada de um longo período em que foi acalentada a ignorância e a que se pôs termo há pouco mais de 35 anos. Mais de 70% da população adulta não tem educação secundária e é precisamente neste grupo que se encontram baixos valores de utilização de computadores e da Internet, especialmente nas pessoas com idades mais avançadas, devido às dificuldades enfrentadas na utilização de computadores e na procura na Internet do que lhes interessa sem disporem de um mapa de organização do conhecimento nem dominarem a utilização de descritores adequados à localização eficaz de conteúdos específicos. **Contudo, neste grupo da população sem educação secundária o progresso nos últimos anos também foi grande**, tendo-se chegado a 36% e 30% de utilizadores de computador e da Internet, resp., quando em 2005 esses valores eram apenas 24% e 16%, ou seja atingiu-se, resp., 1,5 vezes e o dobro dos valores de 2005.

De acordo com o relatório de Competitividade Digital Europeia publicado em Maio de 2010 pela Comissão Europeia, **Portugal tem uma das melhores posições na UE em Negócio Electrónico (*eBusiness*). Em 4 dos 6 indicadores considerados para o Negócio Electrónico os valores para Portugal são muito superiores aos da média da UE e em 1 indicador são iguais, alcançando mesmo a 2.ª melhor posição em toda a UE em um dos indicadores:**

- Empresas com partilha electrónica de informação com clientes/fornecedores na gestão da cadeia de valor (Portugal=31%; UE=15%; **2.º na UE**);
- Empresas com aplicações de integração de processos internos de negócio (Portugal=55%; UE=41%; **6.º na UE**);
- Empresas com troca automática de documentos de negócio com clientes ou fornecedores (Portugal=32%; UE=26%; **7.º na UE**);
- Grandes empresas com aplicações de integração de processos internos de negócio (Portugal=82%; UE=71%; **8.º na UE**);
- Empresas que emitem/recebem facturas electrónicas (Portugal=23%; UE=23%; **13.º na UE**);
- Empresas com instrumentos de gestão analítica de relações com os clientes (Portugal=15%; UE=17%; **14.º na UE**).

Também em 1 dos 3 indicadores considerados para Comércio Electrónico (*eCommerce*), os valores de Portugal são superiores à média da UE e nos outros dois estão próximos da média:

- Empresas que vendem *online* (Portugal=16%; UE=12%; **8.º na UE**);
- Comércio electrónico em percentagem do volume total de negócios (Portugal=12%; UE =13%; **11.º na UE**)
- Empresas que compram *online* (Portugal=19%; UE =24%; **14.º na UE**).

Tanto a percentagem de empresas que receberam encomendas *online* como a fracção do volume de negócios realizado por comércio electrónico quase duplicaram de 2005 para 2009.

Uma outra área em que o relatório de Competitividade Digital Europeia sublinha a posição de Portugal é a e-Ciência, ou seja os instrumentos de TIC para a actividade de investigação científica, serviços principalmente fornecidos através da FCCN. Esta área é relevante para a Economia Digital do futuro pois são de esperar alterações consideráveis nos próximos anos em resultado de actividades de I&D e é importante estar na linha da frente dos instrumentos que as suportam. 100% do Ensino Superior público e 43% do privado estão ligados através da rede de investigação e ciência gerida pela FCCN, com 55% do ensino superior público coberto por mais de 1.000 Km de cabo de fibra óptica propriedade da FCCN e sem limitações de banda larga face às necessidades, com ligações de 10 Gbit/s simétricas e permanentes; o acesso a 17.100 periódicos científicos, 18.200 *e-books* e 12.400 títulos de *transactions* e *proceedings* é assegurado livremente ao ensino superior público, e ao particular que o subscreva, através da **b-on Biblioteca do Conhecimento Online** que foi concebida em 1999 no documento programático do Programa Operacional Ciência e Inovação, preparada a partir de 2000 pelo Observatório das Ciências e das Tecnologias, iniciada com a disponibilização da *Web of Knowledge* em 2001 e alargada com a disponibilização de 3.000 publicações em texto integral em 2004, através de assinaturas à escala nacional asseguradas por *big deals* com as principais editoras científicas internacionais; foi criado em 2008 o **Repositório Científico de Acesso Aberto de Portugal (RCAAP)** que já inclui 29 instituições, entre as quais todas as universidades públicas, e disponibiliza mais de 46.600 documentos; as **comunicações de voz de todo o sistema público de ensino superior são asseguradas por VoIP**, constituindo a maior rede de VoIP no país; a **INGRID – Iniciativa Nacional GRID** lançada em 2006 assegurou uma posição importante de Portugal no contexto europeu da Computação Grid, com mais de 1.800 CPUs e níveis de desempenho dos mais elevados na Europa.

Na população dos 16 aos 74 anos de idade, 60% utilizaram em 2009 (1º trimestre) comércio electrónico através de Multibanco ou páginas na Internet. O elevado peso dos adultos sem educação secundária no total da população portuguesa e os baixos níveis de utilização da Internet por este grupo populacional faz com que a percentagem das pessoas que em Portugal encomendam bens ou serviços através de páginas na Internet seja muito mais baixa do que a média da UE: **os dados de 2009 indicam que apenas 13% das pessoas realizaram encomendas através de páginas na Internet no ano anterior**, embora tenha havido um elevado crescimento, pois **este valor é 2,3 vezes o de 2005.**

A penetração de ATMs na população é em Portugal a mais elevada dos países da UE: mais de 1.600 ATMs por milhão de habitantes, mais 15% do que o 2º país, a Espanha, mais 50% do que o 3º país, o Reino Unido, e mais do dobro da média na UE. **Em 2009 (1º trimestre) 70% das pessoas entre os 16 e 74 anos de idade utilizaram o Multibanco.** A utilização de Multibanco por telemóvel também é relevante, com perto de 300 mil telemóveis registados (o dobro de 2005) e cerca de 1,8 milhões de pagamentos (o dobro de 2005), embora os telemóveis sejam instrumentos onde se realizam muito mais comércio e pagamentos electrónicos. **O Multibanco permite uma forma particularmente avançada de comércio electrónico.** A interacção com os utilizadores com base em ecrãs com informação simplificada do tipo da utilizada pelo Multibanco está presentemente a ser adoptada noutras aplicações, inclusivamente utilizada através de telemóveis e *tablets*, com o objectivo de disponibilizar interfaces de fácil apreensão e utilização por um grupo alargado da população. Portugal assume uma particular liderança no plano internacional na utilização de ATMs para comércio e pagamentos electrónicos.

Portugal é o líder Europeu numa outra linha de transacções electrónicas, nomeadamente nas efectuadas em portagens automáticas de auto-estradas. Em 2008, a Via Verde atingiu 2,2 milhões de clientes, 2,5 vezes mais *per capita* do que no 2º país (Itália) e 11 vezes mais do que no 3º país (França), tendo-se realizado em Portugal mais de 180 milhões de transacções. **A Via Verde também é uma forma particularmente avançada de comércio electrónico, completamente desmaterializado pela utilização de sensores à distância que a tornam absolutamente acessível.** Tem uma expressão elevadíssima em Portugal, já que cerca de 2/3 das transacções em portagens de auto-estradas são realizadas pela Via Verde, num valor de mais de 20 milhões de euros por ano. **A Via Verde é um exemplo precursor da evolução futura em que se prevê o alargamento das aplicações baseadas em redes de sensores.**

As organizações multi-governamentais (Comissão Europeia/Eurostat, OCDE e ONU) têm acompanhado o comércio electrónico com grande atraso em relação aos desenvolvi-

mentos que se verificam no terreno, pois consideravam até há pouco tempo apenas as estatísticas de comércio electrónico baseadas nas encomendas e vendas feitas através de páginas na Internet. Ironicamente, têm prestado grande atenção a uma parte do comércio electrónico que se tornou pequena e ignoram a esmagadora maioria das transacções electrónicas que são efectuadas com os meios de utilização massificada de hoje em dia.

Desde meados de 2007, **Portugal tem sido particularmente activo tanto na UE como na OCDE, através da UMIC, para que os indicadores de comércio electrónico sejam alterados de forma a considerarem as encomendas feitas através de qualquer rede mediada por computadores. A definição de comércio electrónico da OCDE foi finalmente alterada há um ano neste sentido e está agora a ser concretizada na OCDE e na UE.** Portugal, através da UMIC, também tem insistido na necessidade de entrar em conta com o comércio electrónico feito através de telemóveis, mas o progresso verificado neste aspecto é ainda muito limitado, com o resultado de que **o acompanhamento internacional do comércio electrónico móvel (*m-commerce*) é totalmente insatisfatório** apesar do papel muito importante que já está a ter e do enorme crescimento previsto.

O Presidente da UMIC salientou que em quase todas as facetas de aplicação da Internet é essencial reforçar as relações internacionais, pelo que a **UMIC facilitou os contactos da ACEPI com associações internacionais ao viabilizar a participação desta associação na conferência da OCDE sobre comércio electrónico que se realizou em Washington em Dezembro passado**, o que permitiu à ACEPI dar este ano passos decisivos de internacionalização ao juntar-se a várias dessas associações que, inclusivamente, participaram no presente Forum para a Sociedade da Informação – Economia Digital.

Foi apresentada pelo Presidente da ACEPI a **Portugal Internet Week'10** que se inicia formalmente com Forum para a Sociedade da Informação – Economia Digital, uma iniciativa conjunta da ACEPI e da UMIC de âmbito nacional que tem como objectivo a promoção do comércio electrónico através de comunicação, debate e experimentação. Entre várias acções foram referidas **a produção e distribuição gratuita de meio milhão de exemplares de um Guia Prático Comprar na Internet** juntamente com o Correio da Manhã, o Jornal de Notícias, o Diário de Notícias, o Público e a revista Sábado, e a disseminação de uma **campanha publicitária** na rádio, imprensa e comunicação social. Foram anunciadas **várias conferências organizadas em parceria com universidades** em vários pontos do país, como a Conferência Internacional sobre Aprendizagem ao Longo da Vida, em 12-13 de Outubro, organizada em parceria com a Universidade Aberta; o Seminário Internacional sobre Segurança no Comércio Electrónico, em 14 de Outubro; a Conferência Interação 2010, em 13-15 de Outubro, organizada pela Universidade

de Aveiro; a Conferência Empreendedorismo e Internacionalização com Responsabilidade Social, em 14 de Outubro, na Universidade da Madeira; o Seminário sobre Comércio Electrónico, em 15 de Outubro, no Instituto Politécnico de Leiria. Foi também anunciada a 1.ª Exposição Profissional do Comércio Electrónico e da Publicidade Interactiva – **eComMarketing Show** – em 15-16 de Outubro. Por fim, foi apresentada a iniciativa **“Arrasa na Web”**, de 10 a 17 de Outubro, para incentivar uma primeira experiência de compra electrónica através de promoções e condições especiais de pagamento oferecidas por lojas *online* que aderiram à iniciativa.

Competências para a Economia Digital

Painel e debate com a audiência

MODERADOR: **Vasco Trigo**

Roberto Carneiro *Presidente do Instituto de Ensino e Formação à Distância da Universidade Católica Portuguesa, Presidente do Conselho Consultivo da ACEPI;*

Paul Berney *Director-Executivo para a Europa da MMA – Mobile Marketing Association*

Maria João Valente Rosa *Directora do projecto PORDATA da Fundação Francisco Manuel dos Santos*

Luis Magalhães *Presidente da UMIC – Agência para a Sociedade do Conhecimento, IP*

As competências constituem um dos pilares da Sociedade da Informação, tal como demonstra o estudo do *IPTS – Institute for Prospective Technological Studies* em que 67% dos peritos inquiridos na Europa acreditam que no futuro o enfoque irá recair sobre as competências genéricas e transversais. As *softskills* e as *metaskills* são cada vez mais importantes no contexto da Economia Digital, uma vez que permitem criar valor através de inovação. Actualmente, reforçar e expandir competências é parte integrante da estratégia para uma Europa (e um Portugal) inteligente, inclusivo e sustentável. **A competitividade e a sustentabilidade económica depende essencialmente do nível de competências da população**, tendo sido salientado o exemplo de Singapura.

Mencionou-se a **necessidade da Sociedade do Conhecimento ser mais inclusiva** e actuar contra três fossos: (1) O fosso digital relativo ao acesso; (2) O fosso digital referente às competências de utilização; (3) O fosso dos professores no que diz respeito à resistência à tecnologia.

Foi realçado que o **Programa New Skills for New Jobs** assume como principais objectivos:

- Colocar as competências no centro de uma agenda integrada de políticas públicas;

- Apostar na capacitação das pessoas para aprendizagem ao longo da vida;
- Antecipar as necessidades futuras e aperfeiçoar a capacidade de *foresight*, tal como acontece no CEDEFOP – *European Centre for the Development of Vocational Training*;
- Posicionar as competências como tópico central do diálogo social;
- Adequar competências a necessidades de postos de trabalho de acordo com a ESCO – *European Skills Competences and Occupation Taxonomy*;
- Propor um passaporte de competências (*skills*) europeu, referindo-se como exemplo o *Europass*;
- Monitorizar as competências de utilização ao nível do posto de trabalho, tal como acontece com o PIAAC – *Programme for the International Assessment for Adult Competencies* da OCDE.

Realçou-se, também, que as competências surgem como prementes para o processo de inovação social, ao criarem soluções para a resolução de problemas sociais.

Foi reforçada a ideia de que, para além de uma **aposta em eSkills**, teremos de atrair talentos para suprir as necessidades reais e sermos competitivos no mundo. **As economias digitais necessitam de desenvolver programas específicos para a captação de talento**, uma vez que, no contexto das Tecnologias de Informação (TI), surgem sinais de alarme a nível europeu: a percentagem de estudantes de Engenharia e Ciências diminui na Europa continuamente desde 2005 (ao contrário de, por exemplo, República da Coreia, China e Índia) e prevê-se para 2015 uma escassez de 384 mil especialistas em IT no mercado.

Um dos oradores desta sessão foi Paul Berney, *Director-Executivo para a Europa da MMA – Mobile Marketing Association*, uma das associações internacionais cujo contacto com a ACEPI foi propiciada pela UMIC ao Presidente da ACEPI que, por essa via, participou na conferência da OCDE sobre comércio electrónico em Washington cerca de 10 meses antes. Paul Berney apresentou a visão de como as TIC revolucionaram as práticas de *marketing* através de equipamentos móveis (*e.g.*, telemóveis, *tablets*) e os respectivos resultados dependem da generalização de competências digitais dos consumidores surgindo como vitais para o crescimento da indústria de **marketing móvel**. Verificou-se uma forte adaptação cultural a este meio que já é tido em certos círculos como a 7.^a revolução global, tornando-se um poderoso *mass media*. O poder do *marketing* móvel sobre fortes marcas tradicionais foi ilustrado com o exemplo do slogan da BMW: “*It is not the phone that is mobile – it is us!*” A relevância do *marketing* móvel foi salientada com referência às 10 novas regras da Unilever de relacionamento forte de uma empresa conosco como consumidores: (1) Seja parte do nosso mundo, (2) Penetre na nossa cultura, (3) Dê-nos voz e um papel a desempenhar, (4) Seja autêntico,

(5) Oíça-nos, (6) Crie mais valor, (7) Não seja tão corporativo, (8) Mantenha a simplicidade, (9) Ajude a dar novidades aos amigos, (10) Faça o bem. Foi sublinhado que: o papel do *marketing* móvel é essencialmente na aquisição e retenção de consumidores e em *brand building*; o móvel permite ao consumidor agir no ponto e o momento do impulso; dá melhores resultados quando é integrado nas campanhas desde o início. Foi referido que todos vamos ser *marketers* móveis ao comunicarmos pela *Web* em mobilidade experiências relevantes para o consumo. A comunicação móvel alterou a percepção e as expectativas dos consumidores e disponibiliza uma panóplia de informação através de um novo canal, revolucionando a forma como as empresas e as marcas se relacionam. Foi referido que **o desafio para a indústria de comunicações móveis passou da necessidade de evangelização para a aposta na educação**, dado que já existe uma aceitação generalizada dos telemóveis enquanto canal, mas o desafio agora é: Como generalizar a utilização da tecnologia? Os *digital natives* não são problema, uma vez que optam pela via móvel espontaneamente, mas os outros terão de ser sensibilizados e envolvidos nesta mudança. Foi referido que a *MMA – Mobile Marketing Association* e a *ACEPI* estão a trabalhar em conjunto para estruturarem a cooperação mútua em Portugal.

O conhecimento assume-se como um valor chave do crescimento económico e social, mas para existir conhecimento tem de existir informação trabalhada e acessível. Neste contexto foi apresentada a **PORDATA – Base de Dados Portugal Contemporâneo**.

O objectivo principal da PORDATA é estimular a população a participar no debate e na resolução dos grandes problemas nacionais, promovendo a opinião livre que só é possível baseada em factos. A PORDATA assume como preocupação central a agregação e disseminação de informação estatística de confiança, originada nas entidades oficiais com competências para produção de informação nas várias áreas consideradas, de rápido acesso e utilizando uma linguagem fácil. Esta estrutura facilitadora do acesso a dados estatísticos presentemente dispõe a informação sobre Portugal em 14 temas principais (População, Emprego e Mercado de Trabalho, Empresas e Pessoal, Contas do Estado, Rendimento e Despesas Familiares, Habitação e Conforto, Protecção Social, Contas Nacionais, Saúde, Cultura, Educação, Justiça, Ambiente, Energia e Território, Ciência e Tecnologia) que se subdividem num conjunto de 81 subtemas, e possibilita a realização de cálculos e construção de gráficos dinâmicos com base em cerca de 6.000 séries cronológicas, estando em desenvolvimento uma nova componente da PORDATA sobre a Europa, para ser fácil comparar Portugal com outros países em vários momentos da História, e prevista uma outra componente de incidência autárquica.

Foi também traçado um **panorama das competências em TIC em Portugal**, tendo sido referida uma **acentuada bipolarização**, com uma elite com competências altamente

avanzadas e uma grande quantidade de pessoas cuja falta de qualificações a nível secundário se associa a falta de competências em TIC.

Foi salientada pelo Presidente da UMIC a importância da adopção de uma **perspectiva multidimensional para o reforço das competências digitais (eSkills)**, desde a literacia digital até às competências avançadas ao nível da pós-graduação universitária, e desde competências simples de utilização até competências profissionais especializadas, o que requer um **portfolio de intervenções de políticas públicas** e não apenas uma acção unidimensional. Mais especificamente, foram identificadas **9 dimensões de actuação**:

- 1) **A educação dos jovens nas escolas**, visto que são o local privilegiado para vencer a primeira barreira da literacia digital (em termos de cidadania digital, mas também como base para o exercício de profissões), e dado que são um contexto privilegiado para ultrapassar barreiras económicas e sociais e para influenciar as famílias. O actual instrumento de políticas públicas para esse efeito é o **Plano Tecnológico da Educação**.
- 2) **A educação de adultos no sistema formal**, na qual se incorpora a formação em competências digitais, como acontece presentemente no **Programa Novas Oportunidades** com componentes e módulos em TIC.
- 3) **A formação profissional** com inclusão sistemática de formação em TIC, como acontece no **Sistema Nacional de Formação do IEFP – Instituto do Emprego e Formação Profissional** que passou a incluir formação em TIC em todos os seus programas e, além disso, tem programas de formação profissional específicos em TIC, em particular em Ciências Informáticas, Informática na Óptica do Utilizador, Electrónica e Automação.
- 4) **O reconhecimento e a certificação de competências adquiridas**, com o funcionamento do sistema de certificação através do **Diploma de Competências Básicas (DCB) em TI** desde 2001, e a sua desejável extensão a um sistema de certificação de competências TIC intermédias (ao nível do que é assegurado até ao 9º ano de escolaridade) e avançadas (ao nível do que é assegurado até ao 12º ano de escolaridade) e **o sistema assegurado pelo IEFP de RVCC – Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências** que inclui em TIC os perfis de: Operador(a) de Informática, Técnico(a) de Electrónica Industrial, Técnico(a) de Informática. O Ministério da Educação assegura desde 2009 o **Sistema de Formação e de Certificação em Competências TIC para Docentes** em exercício de funções nos estabelecimentos pré-escolares e de ensino básico e secundário, organizado em três níveis, de acordo com os princípios de aprofundamento, diversificação e ampliação progressiva de competências adquiridas e de contextos profissionais de utilização e integração das TIC.

- 5) **A formação aberta**, na qual surgem, por exemplo, oportunidades de formação em literacia digital em ambientes não estruturados escolarmente ou em actividades e campanhas programadas e destinadas a públicos-alvo específicos, como tem sido realizado através da **Rede de Espaços Internet**, dinamizada pela UMIC e que conta com cerca de 1.170 Espaços Internet (*Telecentres*) distribuídos no país com uma das maiores densidades que se encontram em países da EU. Os Espaços Internet disponibilizam **formação aberta através de experiência directa com a utilização livre de computadores e da Internet com o apoio de monitores**. Muitos Espaços Internet organizam **sessões de formação dirigidas a grupos específicos**: crianças e jovens, idosos, cidadãos com necessidades especiais, imigrantes, público em geral. Também organizam **acções de estímulo ou apoio a certos tipos de utilizações** como: serviços de administração pública electrónica (*eGovernment*), navegação segura na Internet, *blogs* e redes sociais, criação de sítios na Internet, correio electrónico, comunicação por Skype, ferramentas de produtividade tipo *Office*. Muitos Espaços Internet **prestam formação e certificam competências básicas** em TIC através da atribuição do DCB em TI.
- 6) **A formação profissionalizante pós-secundária não superior (de nível 5)**, como a que é oferecida pelos **CET – Cursos de Especialização Tecnológica**, os quais conferem um Diploma de Especialização Tecnológica (DET) que dá acesso a um Certificado de Aptidão Profissional emitido no âmbito do Sistema Nacional de Certificação Profissional. Os CET podem ser aprovados por três ministérios: Ministério do Trabalho e Solidariedade Social; Ministério da Educação; Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Presentemente são oferecidos em áreas de TIC: **16 CET em centros de formação profissional ligados ao IEFP**, em 8 localidades e em 5 temas; **8 CET em 4 escolas profissionais e 2 outras entidades ligadas ao Ministério da Educação**, em de 6 localidades e em 3 temas; **98 CET oferecidos em instituições do ensino superior**, criados no período 2007-2010, em 33 localidades, envolvendo 34 instituições e em 19 temas, com 63 dos cursos a serem oferecidos por Politécnicos e 35 por Universidades. O ensino profissionalizante em TIC nas instituições do ensino superior, predominantemente nos politécnicos, é agora uma realidade quando era praticamente inexistente há 5 anos.
- 7) **A formação profissionalizante e certificação em TIC com base em programas preparados por empresas de relevância internacional e oferecidos com o apoio dessas empresas**, actualmente disponível em Institutos Politécnicos e Universidades através das **Academias TIC no Ensino Superior**, mediante parcerias com empresas como a Microsoft, Cisco, SAP, SAS, SUN (adquirida pela Oracle), e LPI que fornecem oportunidades de formação certificada e abrem as portas das instituições do ensino superior a públicos diferentes.

- 8) **A formação formal em Licenciatura e Mestrado** (1º e 2º ciclos de Bolonha) em áreas de TIC no ensino superior, em que se tem verificado um **crescimento significativo**, pois em 2009/2010 inscreveram-se pela primeira vez em licenciaturas em áreas de TIC 52% mais alunos do que em 2005/2006, um crescimento que foi quase o dobro nas áreas de TIC do que em todas áreas do ensino superior.
- 9) **A formação avançada em TIC ao nível da pós-graduação universitária** incluindo de **Doutoramento, Pós-Doutoramento e Mestrado Executivo** (pós 2º ciclo de Bolonha), muito reforçada a partir de 2006 pelo **aumento considerável da atribuição de bolsas de Doutoramento e Pós-Doutoramento** pela FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia e pelas **parcerias internacionais com Carnegie Mellon, MIT, U. of Texas at Austin**. Os **Mestrados Executivos** foram iniciados no âmbito destes programas, importando para a Europa esta inovação educacional dos EUA que transportou para a engenharia o conceito do MBA para a gestão de empresas e que contribuiu para formação de alto nível de quadros técnicos seniores de empresas. Os programas referidos contribuíram para uma considerável inovação nos programas de formação avançada em TIC em Portugal, tanto em métodos de trabalho como em temas na fronteira do conhecimento em TIC e das suas aplicações. **Os doutoramentos no âmbito do Programa Carnegie Mellon – Portugal atribuem graus duais**, com os alunos a obterem simultaneamente graus numa universidade portuguesa e na *Carnegie Mellon University*, uma possibilidade inédita em Portugal e rara internacionalmente. Uma outra inovação resultante destes programas foi a **oferta de programas de doutoramento interinstitucionais de âmbito nacional** resultantes da colaboração de várias universidades portuguesas com *Carnegie Mellon* e com o *MIT*. Muita da formação avançada no âmbito destes programas decorreu em ligação com projectos de I&D em **tópicos estratégicos da Internet do Futuro**.

Foram sublinhados alguns dos marcados progressos de 2005 para 2010 no acesso e utilização de Internet e computadores como condições necessárias para progresso da economia digital, como: o **número de alunos por computador com ligação à Internet nas escolas do ensino básico e secundário** ter descido de 16,1 para 2,3; a **penetração da banda larga na população** (fixa mais móvel activa, i.e., efectivamente utilizada no último mês) ter subido de 11% para 42%, com a banda larga móvel activa a subir de 0% para 23%; a **penetração da banda larga nos agregados familiares** ter subido de 20% para 50%; a **penetração de computadores portáteis nos agregados familiares** ter subido de 12% para 45%; os **utilizadores regulares da Internet** terem crescido muitíssimo nas pessoas de 55-74 anos (de 53% para 85% nos que têm habilitação superior, de 30% para 77% nos que têm habilitação secundária, de 2% para 10% nos que têm habilitação inferior a secundária), e também ter crescido muito nas pessoas

de 25-54 anos sem habilitação superior (de 75% para 92% nos que têm habilitação secundária, de 15% para 40% nos que têm habilitação inferior a secundária), e mesmo nos jovens de 16-24 anos sem habilitação secundária (de 59% para 83%) e nos jovens de 10-15 anos (74% para 91%).

Concluiu-se a sessão com a ideia partilhada de que analisar as competências digitais apenas na perspectiva da inclusão é muito redutor, dado que as competências profissionais em TIC e a formação avançada nos desenvolvimentos na fronteira do conhecimento e em forte ligação com a I&D de ponta são essenciais para o desenvolvimento da Economia Digital e para a competitividade económica internacional, com consequências em todos os outros sectores devido ao carácter transversal das TIC.

Mercado Único Digital

Painel e debate com a audiência

MODERADOR: **Vasco Trigo**

Alexandre Nilo Fonseca *Presidente da ACEPI – Associação do Comércio Electrónico e Publicidade Interactiva, Director de Marketing da Controlinvest e Membro do Board Europeu da INMA – International Newsmedia Marketing Association*

Tomasz Jozefacki *Presidente da OPA – Online Publishers Association Europe*

Alison Fennah *Directora-Executiva da EIAA – European Interactive Advertising Association*

Susanne Czech *Directora-Executiva da EMOTA – European E-commerce and Mail Order Trade Association*

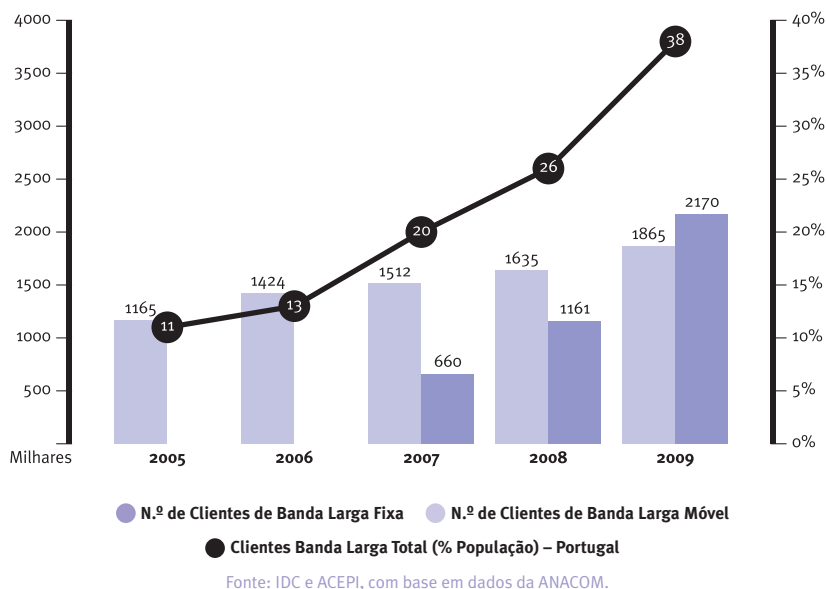
António Bob dos Santos *Adjunto do Secretário de Estado da Energia e da Inovação, Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento*

A Economia Digital é vista como fundamental para a internacionalização das empresas, dado que o mercado digital não tem fronteiras territoriais e temporais e permite desenvolver negócios a baixo custo.

Foram apresentados os resultados de um estudo conjunto da ACEPI e da IDC sobre o estado do Negócio Electrónico em Portugal e a sua evolução nos últimos 5 anos. Os resultados mostram que Portugal está bem situado em termos de infra-estruturas da Economia Digital. A base instalada de PCs tem vindo a subir nos últimos anos e evidenciam-se **penetrações elevadas de PCs portáteis**. A penetração da banda larga (fixa e móvel activa) na população é agora o quádruplo do que era em 2005.

Portugal está nos países da frente da UE na penetração de banda larga móvel e na penetração de banda larga fixa de alta velocidade ($\geq 10\text{Mbit/s}$). A venda de telemóveis é elevada e a taxa de penetração dos *smart phones* tem vindo a aumentar.

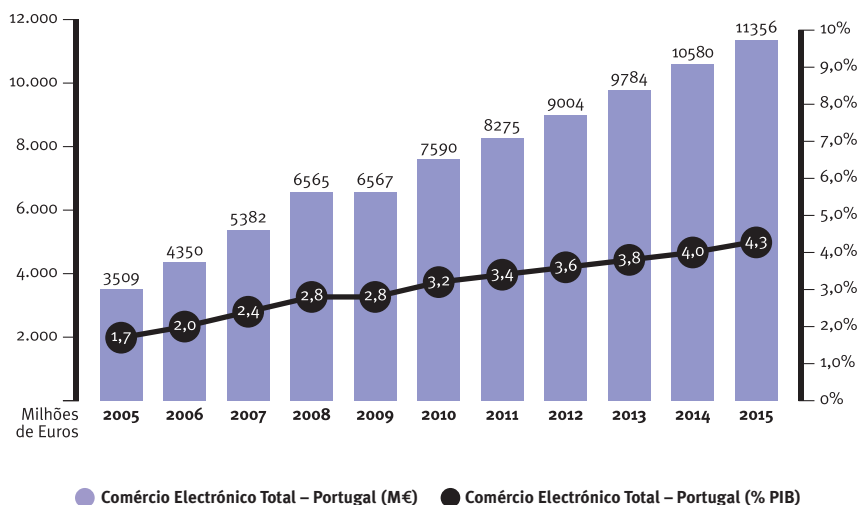
Evolução dos utilizadores e da penetração de banda larga fixa e móvel activa (usada no mês precedente ao inquérito) na população de Portugal



De acordo com o estudo da ACEPI e da IDC, a percentagem da população que compra *online* através de páginas na Internet é baixa (16%), mas Portugal está na frente da UE no comércio electrónico através de ATMs. O estudo identificou que o volume financeiro do comércio electrónico em Portugal mais do que duplicou de 2005 para 2010 e prevê que quase duplique de 2010 para 2015, enquanto o volume do comércio electrónico feito por consumidores (B2C) mais do que triplicou de 2005 para 2010 e prevê-se que quase duplique de 2010 para 2015.

O estudo estima que o B2C (*Business to Consumer*) em 2010 em Portugal é mais de 1,7 milhares de milhões de Euros (sem contar com Multibanco), ou seja 1,1% do PIB, e em 2015 deverá ser cerca de 2,9 milhares de milhões de Euros e 1,6% do PIB. O B2B (*Business to Business*) em 2010 é estimado em cerca de 5,9 milhares de milhões de Euros, ou seja 3,8% do PIB, e em 2015 deverá atingir cerca de 8,5 milhares de milhões de Euros, aproximadamente 5,2% do PIB. **Em 2010, o volume de B2B e B2C é cerca de 7,6 milhares de milhões de Euros (sem Multibanco) e o volume através de Multibanco é estimado em cerca de 17 milhares de milhões de Euros.**

Evolução verificada e estimada do volume financeiro do comércio electrónico através da Internet em Portugal



Fonte: IDC e ACEPL.

Foi mencionado que **Portugal é um dos países que mais progrediu recentemente em inovação, de acordo com o “Innovation Scoreboard 2009” da UE**. Os factores que tiveram mais peso na melhoria dos indicadores de capacidade de inovação de Portugal neste *Scoreboard* foram:

- **A despesa em I&D nas empresas em relação ao PIB**, que passou de 0,31% em 2005 para 0,78% em 2008, o maior crescimento em países da UE;
- **A despesa total em I&D em relação ao PIB**, que passou de 0,81% em 2005 para 1,55% em 2008, o maior crescimento em países da UE;
- **Os novos doutoramentos na população de 25-34 anos de idade**, que passaram de 2,6% em 2005 para 3,7% em 2008, o maior valor verificado na UE;
- **A penetração de banda larga nas empresas**, que passou de 63% em 2005 para 81% em 2008.

Também foi apresentado o novo Plano Tecnológico e a **Agenda Digital 2015** que vai ser executada em Portugal principalmente por empresas e está focada em 5 áreas prioritárias que respondem a parte de 3 dos 8 pilares da Agenda Digital para a Europa (2010-2020) (designadamente parte dos pilares “Acesso rápido e ultra-rápido à Internet”, “Melhoria da literacia digital, das qualificações e da inclusão na sociedade digital”, e “Benefícios proporcionados pelas TIC à sociedade”):

- 1) **Redes de Nova Geração** – Instalação de uma rede de telecomunicações de âmbito nacional, com elevada largura de banda disponível para o utilizador, que potencie

a criação de serviços de alto valor acrescentado para os cidadãos e para as empresas, com impacto na eficiência e na promoção da igualdade de oportunidades sociais e económicas.

- 2) **Melhor Governação** – Garantia de acesso dos cidadãos e das empresas a melhores serviços públicos, em complemento do elevado patamar de disponibilização *online* já alcançado, identificando e promovendo soluções com impacto na sociedade portuguesa e com potencial de exportação.
- 3) **Educação de Excelência** – Criação de plataformas de TIC com recursos para ensino e aprendizagem, dinamizando a disponibilização de conteúdos no espaço da língua portuguesa.
- 4) **Saúde de Proximidade** – Criação de plataformas informáticas que apoiem a optimização da prestação de cuidados de saúde de proximidade, gerando soluções exportáveis para outros mercados, e assegurem que a informação de saúde do cidadão está disponível para o próprio cidadão e para os profissionais de saúde que lhe prestem serviços de forma adequada e segura, no local e no instante em que é necessária.
- 5) **Mobilidade Inteligente** – Soluções tecnológicas de mobilidade e suporte à mobilidade inteligente (*smart mobility*) e à optimização energética, com forte incorporação tecnológica nacional, baseadas nas competências nacionais em TIC, redes de energia inteligentes (*smart grids*) e mobilidade eléctrica, e gerando capacidade de exportação.

Uma das oradoras foi a Directora-Executiva da *EMOTA – European E-commerce and mail Order Trade Association* cujo primeiro contacto com o Presidente da ACEPI também se deu na conferência da OCDE sobre comércio electrónico que se realizou em Washington, 10 meses antes, na qual a possibilidade de participação do Presidente da ACEPI foi propiciada e apoiada pela UMIC. Em consequência deste contacto, a ACEPI já é membro da EMOTA e representa esta associação europeia em Portugal.

Foram debatidas as seguintes questões: Como encorajar o desenvolvimento do comércio electrónico? Como modernizar a legislação de protecção do consumidor?

Foi apontada a necessidade de **enquadramentos jurídicos e fiscais apropriados e harmonizados** para que as empresas possam identificar as melhores práticas e tomar a internacionalização como uma oportunidade.

Considerou-se que a eliminação de barreiras ao comércio electrónico transfronteiriço passa por:

- 1) **Adoptar legislação harmonizada** relativa a fiscalidade, normas técnicas e protecção do consumidor;
- 2) **Liberalizar rapidamente os serviços de entrega;**

3) Melhorar a confiança de consumidores através da adopção de códigos de conduta, selos de confiança, e certificação e auditoria de serviços.

Foi destacado o papel das ONGs que trabalham em comércio electrónico para suscitarem a confiança nos mercados e consumidores, potenciando a Economia Digital através da auto-regulação. Foi apresentado o Programa de acreditação da ACEPI “Confiança Online” e referido o chamado “ciclo de confiança”: quanto mais empresas certificadas *online* houver mais haverá consumidores a comprar *online* e empresas a vender *online*. Constatou-se que existe uma **falta de confiança dos consumidores na resolução de reclamações e conflitos transfronteiriços**. A **legislação sobre a protecção dos consumidores** actualmente em fase de revisão deverá dar uma resposta a nível europeu à questão da confiança, sendo que a legislação de protecção do consumidor na venda à distância é antiga (1997).

Foi referido que há uma **fragmentação na UE relativamente ao tempo para devolução de compras**, o qual foi harmonizado a um mínimo de 7 dias em 1997, mas que é hoje de 14 dias em certos Estados-membros.

Sugeriu-se que fossem elaboradas regras mínimas comuns para criação de uma “*European Contract Law*”.

Reconheceu-se que a experiência e a opinião dos consumidores são cada vez mais importantes, bem como **a confiança, a transparência e o equilíbrio entre a protecção dos consumidores e interesses económicos**.

Foi também considerada a **protecção de dados e a nova directiva comunitária sobre ePrivacy** que regula a utilização de *cookies*, tendo um interveniente defendido que estes não devem ser diabolizados pois podem facilitar a utilização dos consumidores.

Relativamente ao **mercado digital de conteúdos**, foi referido que os editores estão a ser confrontados com vários desafios que resultam da mudança de paradigma, nomeadamente a revolução social com o Facebook, o Twitter e outros, com o tempo passado na Internet a ser dominado pelas redes sociais e com **várias tendências** associadas:

- **As redes sociais têm um papel importante na agregação de conteúdos e informação** e constituem ao mesmo tempo oportunidades para soluções e grandes desafios;
- **A economia gratuita** e o desafio de como fazer negócio e ter lucros nela;
- **A distribuição multi-plataforma a tornar-se chave para os editores** obterem rendimentos;
- **O vídeo** e como tirar partido para negócios do seu uso crescente quando cerca de 50% do tempo é passado na Internet a visionar conteúdos em vídeo;

- **A Internet móvel**, que oferece ao utilizador uma experiência diferente e grandes oportunidades para criação de novos produtos e serviços (prevê-se que em 2014 os utilizadores móveis sejam a maioria);
- **A maior complexidade da publicidade** (mais vídeo, móvel, redes sociais, etc.);
- **A fragmentação dos media**.

Entre outras, foram consideradas as perguntas seguintes: Como criar conteúdos multi-média adaptáveis a todos os terminais? Como integrar a publicidade nos novos terminais móveis? Como formar as pessoas neste contexto? Como lidar com a Internet que está presente em toda a parte? Como dar aos utilizadores aquilo que estão a procurar? Como lidar com o risco crescente de maior regulação?

Foi observado que, segundo um estudo da *EIAA – European Interactive Advertising Association*, em Portugal 5% da população é de *multi-screeners* (TV, Internet e telemóvel) enquanto a média europeia é 10% e que o consumidor português é considerado como bem capacitado tecnicamente reagindo à publicidade. Um outro aspecto salientado foi de que em geral na Europa **os consumidores estão a utilizar cada vez mais várias fontes de informação online para decisões sobre compras**, designadamente avaliações de peritos disponíveis *online*, avaliações de consumidores disponíveis *online*, informação em *websites* de marcas de prestígio, informação em *websites* de empresas de comércio a retalho de prestígio, e que **esta tendência é consideravelmente maior em utilizadores que são multi-screeners**. Em geral, os consumidores que usam a Internet nas decisões sobre compras consideram que escolhem as compras melhor em resultado da Internet, e esta convicção é substancialmente mais elevada entre *multi-screeners*. Foi apontado que os principais desafios são agora em: remoção da complexidade de utilização, investigação e educação, gestão de dados e respectiva transparência, *networking in* fóruns, responsabilidade.

Desmaterialização da Economia e da Administração Pública

Painel e debate com a audiência

MODERADORA: Fátima Caçador *Jornalista na área de Tecnologias da Informação, Directora Editorial da empresa produtora de conteúdos Casa dos Bits*

Gonçalo Caseiro *Vogal do Conselho Directivo da AMA – Agência para a Modernização Administrativa, IP*

Gerson Rolin *Director-Executivo da Câmara Brasileira de Comércio Electrónico*

Pedro Veiga *Presidente da FCCN – Fundação para a Computação Científica Nacional*

José Amado da Silva *Presidente da ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações*

A **desmaterialização dos procedimentos** quer de administração pública e relação dos cidadãos com o Estado, quer de negócio com vista a trocas comerciais através de meios digitais, gera desafios em termos de normalização e de interoperabilidade entre sistemas e métodos, colocando também em causa a confiança dos utilizadores. Do ponto de vista da Administração Pública foi considerado fundamental investir em três pilares no sentido da desmaterialização de processos: (1) **transparência**, libertando o máximo de informação produzida pelo sector público; (2) **participação**, dado que as TIC permitem hoje em dia uma proximidade crescente dos cidadãos à decisão; (3) **colaboração**. Foi salientado que a **confiança** deve estar na base da relação entre os cidadãos e os serviços públicos e deve ser assegurada antes da fiscalização. Do mesmo modo, para as PME (cerca de 57% das empresas na Europa), **desmaterializar significa potenciar a desburocratização e facilitar o apoio da Administração Pública à economia**, no sentido de reduzir encargos administrativos das PME, por vezes percentualmente 10 vezes mais elevados do que os de grandes empresas. Assim, a visão da Administração Pública para a desmaterialização coloca **o cidadão e a empresa no centro dos objectivos** e segue uma **orientação para processos e não para serviços**. Por outro lado, os **serviços organizam-se cada vez mais por eventos de vida** de forma a facilitar a compreensão dos passos a dar, e são flexíveis através de acessos **multi-canal**.

A modernização da Administração Pública em Portugal tem sido orientada por dois programas nacionais de simplificação administrativa, com a contribuição de ferramentas tecnológicas: o **SIMPLEX** e o **SIMPLEX Autárquico**. Com eles, e com base numa agenda e identidade comuns, tem sido possível desmaterializar sem criar burocracia electrónica. A referida agenda exige **colaboração e interoperabilidade** entre órgãos administrativos já existentes. A co-produção de serviços públicos é uma prática em desenvolvimento, na qual os próprios cidadãos constituem um canal de informação e actuação relevantes (e.g., no serviço “A minha Rua”, disponível no Portal do Cidadão).

Um elemento de suporte aos referidos programas tem sido o **Cartão de Cidadão**, com a interoperabilidade da identificação electrónica por *eID* entre países a ser vista como potenciadora do mercado único europeu no futuro. As **compras públicas electrónicas** (*eProcurement*) e o **balcão único para empresas** são também elementos centrais para o avanço da desmaterialização dos procedimentos administrativos em Portugal.

Numa perspectiva mais alargada, **em termos de desmaterialização nos mercados, o objectivo é abranger um número crescente de países nas trocas por comércio electrónico.** Na América Latina foi constituído o ILCE – Instituto Latino-Americano de Comércio Electrónico, que resulta da união das câmaras de comércio electrónico dos países da região, a qual tem tido um crescimento elevadíssimo desde 2002, chegando em 2010 a perto dos 20.000 Milhões de dólares em transacções pela Internet. O objectivo do ILCE é promover iniciativas conjuntas de comércio em rede naquela região e também com outras, estando iminente a integração da ACEPI como membro e sendo a sua homónima espanhola (AECEM – Associação Espanhola do Comércio Electrónico e Marketing) já membro efectivo. **O Brasil, com 12 anos de redes de comércio electrónico, é um caso de sucesso notável a nível de Economia Digital**, representando cerca de 60% dos valores registados pelo ILCE.

Ao nível da confiança nas relações de comércio electrónico, o ILCE estabelece selos e certificados de serviços de comércio electrónico a atribuir aos fornecedores, o que se revela muito importante no apoio à desmaterialização do negócio de PMEs. Na solução de situações de transacções mal sucedidas por via electrónica entre diferentes países a **mediação online** releva-se preferível e muito menos dispendiosa do que a tradicional em casos de litígio. A proposta do ILCE para resolução desses casos pretende basear-se no que Portugal já lançou: a criação de um canal *online* com esse fim, que deverá incluir uma plataforma que permita quer resoluções automáticas quer negociação entre as partes, arbitrada por um mediador nomeado para o efeito. O Índice de Confiança do Consumidor Electrónico medido no Brasil, composto por 10 indicadores, situa-se acima de 85%, sendo superior ao dos EUA, e a Câmara Brasileira de Comércio Electrónico pretende agora estabelecer acordos com a ACEPI para reconhecimento mútuo da certificação de serviços de comércio electrónico por ambas as entidades.

Um outro aspecto considerado foi o da gestão de DNS e da respectiva segurança. O domínio DNS “.pt” faz 20 anos de existência em 2011. Recentemente, foi adoptada a intervenção do recém-criado **Centro Arbitrare** para arbitragem totalmente *online* de conflitos sobre a atribuição de nomes de domínios, com o que se espera atingir uma significativa redução de custos e de tempo. A nível internacional, o sistema de resolução de conflitos relativos a registos abusivos em domínios globais (“.com”, “.org”, “.net”, ...)

foi implementado pela entidade *ICANN – Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* e foi também desenvolvido o **UDRP – Uniform Dispute Resolution Process**, baseado nas regras da Organização Mundial de Propriedade Intelectual para conflitos à escala global, que se perspectiva venham a ser cada vez mais frequentes devido ao aumento de escala da Economia Digital. Foi também recentemente introduzido pela FCCN em Portugal o sistema de segurança **DNSSEC – DNS Security Extensions** que permite a autenticação forte da origem do tráfego.

No que toca à normalização e à interoperabilidade, a FCCN começou há três anos a implementar o **protocolo EPP – Electronic Provision Protocol** normalizado pelo *IETF – Internet Engineering Task Force* para interacção de sistemas de informação em tempo real no comércio electrónico. A utilização de protocolos baseados nas normas internacionais é, aliás, o caminho a seguir na interacção com sistemas de outros países, como o Brasil, para estabelecimento de redes de comércio electrónico. **As normas internacionais têm sido usadas inclusivamente com vista à integração de repositórios científicos digitais em Portugal**, os quais estão também neste momento a ser ligados aos do Brasil.

A introdução de **facturas electrónicas** em Portugal, que começou a ser discutida em 1997, foi também mencionada como tendo facilitado bastante a dinâmica da Economia Digital e do comércio electrónico no país.

Foi salientado que a desmaterialização não deve ser um fim em si mesmo, mas um meio para atingir objectivos de serviço público e outros, em que o interesse do cidadão deve estar sempre em primeiro plano, não devendo a desmaterialização ser vista apenas como facilitadora dos procedimentos de empresas e instituições que oferecem esses meios, mas sim servir melhor o cidadão que a eles acede. Foi, também, referido que a desmaterialização de que se está a falar tem de ter suporte material, designadamente em sistemas de informação e comunicação. Na base material de redes físicas em que a desmaterialização assenta foi lembrada, além da questão da **segurança**, a **memória** da informação desmaterializada que é essencial para a confiança.

A segurança nos actos da Administração Pública, e particularmente a **validade das assinaturas digitais qualificadas**, gerou questões da audiência. Em particular, foi esclarecido que a certificação da assinatura digital por um órgão competente para o efeito tem na sociedade civil a **validade jurídica de 5 anos**, de acordo com o regime jurídico dos documentos electrónicos em vigor e que coincide com a validade do próprio Cartão de Cidadão. Em todo o caso, o conceito de **não-repudição vigorará ao longo do tempo quando haja um documento com assinatura digital válida no momento de celebração do acordo em causa**. Além disso, há segurança adicional

pela **certificação cronológica** (*time stamps*), inclusivamente impedindo fraudes comuns com assinaturas manuais.

Também foi considerada a questão da conveniência de imposição legal forte da adopção de certos procedimentos digitais como foi o caso da factura digital no Brasil, tendo sido expressa a opinião pelo Director-Executivo da Câmara Brasileira de Comércio Electrónico de que certos tipos de modernização exigem que os governos imponham rupturas e tenham uma intervenção liderante e compulsiva.

Confiança na Economia Digital e Encerramento do Forum

Painel e debate com a audiência

MODERADORA: Fátima Caçador *Jornalista na área de Tecnologias da Informação, Directora Editorial da empresa produtora de conteúdos Casa dos Bits*

Amadeu Paiva *Administrador da UNICRE – Instituição Financeira de Crédito*

Luis Flores *Administrador da SIBS – Sociedade Interbancária de Serviços*

Manuel Lopes Rocha *Advogado e Co-Autor do livro "Leis da Sociedade de Informação – Comércio Electrónico", Presidente da Assembleia-Geral da ACEPI*

Domingos Farinho *Director do GRAL – Gabinete para a Resolução Alternativa de Litígios*

A **confiança na Economia Digital** foi considerada de forma muito prática, através de exemplos concretos, como o caso da venda de bilhetes para concertos por vários sítios na Internet que depois deixaram de existir (*e.g.*, burla dos bilhetes dos U2) sem qualquer hipótese de reclamação, ou a obtenção fraudulenta de dados pela Internet utilizando marcas poderosas idóneas (*e.g.*, Caixa Geral de Depósitos) com páginas falsas em que é solicitado ao utilizador que faça uma utilização dos seus dados (**phishing**), situação que tem gerado movimentos de auto-defesa popular com dicas para defender o consumidor desta forma de fraude electrónica.

Outro aspecto interessante da confiança na Economia Digital ocorre com o comércio transfronteiriço (*cross border*) que, embora seja potenciado pela Internet, enfrenta a evidência de estudos empíricos que mostram que a Internet tem favorecido mais as relações locais que a relação de longa distância no comércio electrónico.

De acordo com os dados apresentados, em Portugal apenas 20% dos indivíduos que compraram bens e serviços através da Internet o fizeram noutro país, o que segue a

tendência registada a nível europeu das pessoas comprarem fundamentalmente no seu país. Regista-se, assim, uma **estagnação do comércio transfronteiriço**.

Os modos de pagamento de comércio electrónico por páginas da Internet utilizados em Portugal são principalmente através do fornecimento de dados de cartão de crédito ou débito, ou do pagamento contra-reembolso, com valores em 2009 de 53% e 40%, respectivamente, segundo dados dos inquéritos do INE.

Em Portugal, a maior parte das encomendas através de páginas na Internet são por ordem decrescente: viagens e alojamento; livros, revistas e jornais; bilhetes para espectáculos; *software* informático incluindo jogos; equipamento electrónico. Em percentagem de utilizadores de comércio electrónico os que encomendam estes tipos de produtos e serviços em Portugal são de ordem de grandeza semelhante ao que se verifica na UE, mas as encomendas de vestuário e equipamentos desportivos, de artigos para casa, e de filmes e música são muito inferiores em Portugal ao que se verifica na UE. Contudo, foi referido que a partir de dados internos da Unice se identifica que em 2010 tem havido um **aumento considerável das transacções respeitantes a vestuário e artigos para casa**, o que é atribuído a uma nova aposta de algumas marcas nas vendas *online*.

Foi revelado que **na Redunice a facturação relativa a comércio electrónico nos últimos doze meses registou aumentos de mais de 50%**. O número de transacções também tem crescido, contribuindo muito para tal o sector de viagens em que nos últimos doze meses se registaram crescimentos da ordem dos 65%, o que parece estar relacionado com o aparecimento de novos serviços. **Cresceu também o custo médio por transacção realizada por comércio electrónico** através da Redunice (crescimento de cerca de 30% no último ano), o qual é agora da ordem do dobro do custo médio por transacções em comércio físico. Ainda na Redunice, **verifica-se no comércio electrónico uma fracção de cartões estrangeiros duas vezes e meia maior do que no comércio físico**, respectivamente 28% e 11%, em 2010 até agora.

No capítulo da **segurança**, uma das variáveis apontadas pelos consumidores para não fazerem compras pela Internet, foi referido que os métodos utilizados hoje em dia para as transacções são seguros, embora somente 20% dos cartões Redunice sejam utilizados para compras na Internet, sendo que **apenas 4% destes faz pagamentos seguros do ponto de vista da transmissão de dados**, não permitindo que os mesmos sejam corrompidos ou identifiquem quem está a comprar ou a vender. Neste âmbito, é importante perceber porque se verifica um **uso escasso de protocolos de segurança pelos compradores**, se a tecnologia que existe é eficiente e tem um custo marginal insignificante.

As **razões invocadas a favor da desmaterialização do sistema de pagamentos** são:

- **Comodidade e conveniência**, para reduzir tempos de deslocação, de espera, de processamento, e por facilidade de uso;
- **Segurança**, pois evita o uso de dinheiro físico que possa ser roubado;
- **Redução de custos** de emissão de notas e moedas;
- **Justiça fiscal**, ao reduzir as transacções informais.

Foi referido que existem essencialmente dois **factores críticos de sucesso na desmaterialização dos pagamentos**:

- **Plataformas eficazes e eficientes**, com bom desempenho, segurança e fiabilidade que permitam a redução de custos e que sejam interoperáveis;
- **Agentes económicos dispostos a utilizá-los**, pois tem de haver massa crítica para que essa utilização se estabeleça, o que muitas vezes só acontece após uma mudança cultural.

Foi referido que a **migração para o pagamento electrónico** é uma tendência clara na Europa. Num universo de 247 mil milhões de transacções na UE15, verifica-se um crescimento dos débitos directos na ordem dos 10%, das transferências a crédito de 6% e no aumento da utilização de cartões de 7%, ou seja, verifica-se um claro aumento dos pagamentos electrónicos face a outras formas de pagamento, como o *cash* que decresceu cerca de 2% e do cheque baixou 8%.

Portugal tem registado uma evolução bastante rápida na desmaterialização dos meios de pagamento. Os meios de pagamento electrónicos ultrapassam já 50% dos consumos das famílias e crescem a uma média de 11% ao ano desde longa data, enquanto a utilização de cheques como meio de pagamento tem a tendência contrária e na mesma ordem de grandeza, só não desaparecendo totalmente porque o cheque tem hoje em dia uma utilização associada a um meio de pagamento diferido.

As comparações internacionais também são muito favoráveis a **Portugal** que foi em 2009 o **3.º país com maior número de cartões por 100 habitantes**, estando melhor posicionados apenas o Reino Unido, a Bélgica e o Luxemburgo.

Foi referido que a SIBS – Sociedade Interbancária de Serviços tem vindo a contribuir de forma significativa para a desmaterialização, devendo o seu sucesso **ao modelo competitivo do Multibanco que se baseia numa plataforma integrada que explora economias de escala e de rede.**

A **desmaterialização dos pagamentos** deve-se ao crescimento da economia, bem como à migração dos meios de pagamento tradicionais para pagamentos electrónicos. Mesmo os pagamentos em *cash* têm uma parte da sua cadeia de valor desmaterializada,

na medida em que **a maior parte do dinheiro entra na economia através das caixas de Multibanco. Presentemente, o Multibanco é o canal preferencial para efectuar pagamentos**, que continuam a crescer mesmo num período de crise. Os débitos directos e as transferências e pagamentos por Multibanco apresentam um crescimento constante.

Como consequência, a **Rede de Multibanco continua a crescer** em resposta ao aumento da procura e utilização, existindo hoje cerca de **14.000 terminais distribuídos em todo o país e cerca de 250.000 Pontos de Venda** para responder a um volume de transacções que continua a crescer a mais de 5% de forma sustentada. **Nas ATMs da SIBS mais de 50% das transacções são non-cash**, ou seja mais de 50% das vezes que alguém faz uma operação numa máquina Multibanco está a fazer uma operação que não envolve levantamento de dinheiro.

Foi referido que **este crescimento da Rede de Multibanco só é possível com uma aposta contínua na inovação**, com o desenvolvimento de novos serviços e funcionalidades que vão acrescentando valor aos vários *players* envolvidos, evoluindo a partir do simples pagamento de serviços. Recentemente foram lançados **novos serviços** que continuam a impulsionar a evolução dos pagamentos como o **MB Spot**, a **solução Contactless** (piloto em 2009), o **MB Dox** (gestão de facturas *online* e desmaterialização de toda a cadeia de valor), os **débitos directos SEPA – Single Euro Payments Area**, as **transferências a crédito SEPA**.

Também tem havido progressos no âmbito da **colaboração com a Administração Pública**, por exemplo:

- Aumento do número de entidades oficiais com pagamento de serviços através do Multibanco (Autoridade Marítima Nacional, Governos Cívicos e Segurança Social);
- Simplificação do pagamento pela introdução de meios electrónicos (taxas moderadoras da Saúde e taxas da Justiça);
- Facilidade na realização de pagamentos e cobranças pelas respectivas entidades, sob égide do Ministério das Finanças e Administração Pública;
- Visualização e impressão de dados registados no *chip* do Cartão de Cidadão em Caixas Multibanco;
- Conclusão do processo de alteração de morada nas Caixas Multibanco, com a utilização de dados do *chip* do Cartão de Cidadão.

Relativamente a serviços de Administração Pública Electrónica, foi destacado como caso de sucesso o desenvolvimento dos serviços de emissão de licenças de pesca lúdica (2007) e de caça (2008), distinguidos com o prémio de “Melhor serviço administrativo europeu *online*” em 2009, tendo sido emitidas mais de 1,3 milhões de licenças pelo Multibanco, o que demonstra enorme adesão dos utilizadores a este canal electrónico.

Na verdade, o Multibanco tem sido reconhecido internacionalmente por variadíssimas entidades (*Financial Times*, *Eurobusiness*, *OFT – Office of Fair Trading* e *APACS – Association for Payment Clearing Services /UK Payments Administration* do Reino Unido, etc.) como a rede mais avançada no mundo em funcionalidades que não envolvem dinheiro realizadas em ATMs.

Foi referido que o *cash* tem um peso desmesurado nos pagamentos de baixo valor (89% dos pagamentos até 10,5€), pelo que há aqui uma oportunidade que necessita de um modelo atractivo e interoperável para pagamentos de baixo valor, e que haja uma informação transparente sobre os custos reais do *cash*.

Outra das questões tratadas neste painel sobre confiança na Economia Digital foi a **Propriedade Intelectual**, destacando-se o Direito dos Tribunais e a **inutilidade da solução da Lei do Comércio Electrónico**, devido ao sistema de tentativa de solução provisória dos litígios, presente no artigo 18.⁹ da mesma lei, uma vez que as entidades administrativas ainda não podem aplicar direito penal.

Foi referido o caso “*Pirate Bay*” que era um intermediário na Internet que permitia a troca de ficheiros musicais e foi julgado em tribunal em Estocolmo em 17 de Abril de 2009, para ilustrar a **difículdade de responsabilizar os autores de actos de pirataria** dado que segundo a Lei do Comércio Electrónico **os intermediários só são responsabilizáveis quando notificados previamente dos ilícitos que ocorrem**, o que em muitos casos impede accionar a responsabilidade civil e sobretudo a responsabilidade penal.

A Internet foi apontada por um interveniente como a maior máquina de cópia que alguma vez existiu, pelo que tem **naturais dificuldades em lidar com o direito da Propriedade Intelectual, sobretudo porque é deslocalizada**.

Foi também mencionado o caso “*Google-AdWords*”, julgado pelo Tribunal de Justiça da UE em 23 de Março de 2010, que considerou que a utilização de *adwords* pela Google não foi ilícita, mas que o **detentor da marca** em causa poderia exigir que a Google retirasse essas *adwords*.

Relativamente aos **processos de registo de patentes**, foi apresentado o caso “*Bilski*” que é de um depósito de patente de um método que permitiria a consumidores e fornecedores de energia protegerem-se contra o risco de flutuação de preços, algo completamente imaterial. Segundo o acórdão, que data de 8 de Junho de 2010, estes **processos em que não há transformação física ou incorporação em máquina envolvida não podem ser patenteados**. Esta decisão veio revolucionar o sistema de registo de patentes.

Em suma, o **Direito da Internet está a fazer-se essencialmente a partir do caso prático**, verificando-se que a **responsabilização dos intermediários só se verifica após notificação do ilícito. A Propriedade Intelectual na Internet tem tido grandes dificuldades**, tendo registado problemas com todas invenções do mundo digital.

Foi ainda apresentada neste painel, uma parceria entre a Administração Pública e um conjunto de associações para resolução de conflitos emergentes do comércio electrónico, que resultou na criação do **CIMACE – Centro de Informação, Mediação e Arbitragem do Comércio Electrónico**, partindo do pressuposto de que os conflitos que nascem *online* devem ser resolvidos *online* (D. Girsberg & D. Schramm), com base numa plataforma electrónica com sessões de mediação e de arbitragem *online*, e que se caracteriza por ser bilingue (português e inglês). Portugal tem uma tradição de arbitragem de conflitos de consumo com cerca de 20 anos através da utilização progressiva de três métodos: informação dos direitos do consumidor, mediação do conflito, e finalmente a arbitragem.

A competência deste Centro quanto ao valor é ilimitada, ou seja qualquer tipo de valor em litígio poderá ser nele arbitrado, e tem competência internacional para processos plurilocalizados, valendo aqui o princípio de voluntariedade das partes.

Foi ainda referido que **a maior parte dos litígios prende-se com a rotulagem ou com a entrega dos produtos**. A resolução dos mesmos desencadeia-se com base nos princípios seguintes:

- Absoluta independência dos árbitros, garantida pelo Ministério da Justiça;
- Celeridade na resolução dos litígios (em média de 4 a 6 meses);
- Igualdade das partes e observância do princípio de contraditório;
- Cooperação e boa-fé processual.

A composição do Centro segue um modelo associativo, composto por uma unidade de informação e gestão de processos, uma unidade de mediação e um tribunal arbitral. O funcionamento do Centro caracteriza-se por flexibilidade na comunicação:

- A comunicação entre partes, mediador e árbitros é feita exclusivamente por meios informáticos;
- Os mediadores e árbitros podem contactar as partes via *email*, *chatroom*, audio- e video-conferência;
- As sessões de mediação e o julgamento arbitral realizam-se por *webconference*.

A utilização de tecnologia assume aqui um grande destaque, visto que a proactividade do consumidor é diminuta, sendo de referir que a plataforma electrónica funciona em ambiente seguro, utilizando a tecnologia *Secure Sockets Layers (SSL)*, e através

de uma tecnologia de *webconference* – *DimDim* (que permite *webconference* com mais de 5 utilizadores *online*).

Destacaram-se ainda as vantagens da resolução de conflitos através do CIMACE, que são essencialmente as seguintes:

- Rapidez na comunicação e resolução do conflito;
- Adequação da causa do litígio à forma como é resolvida;
- Simplicidade processual;
- Experiência e especialização dos árbitros e mediadores nas áreas de competência do Centro;
- Facilitação da resolução de conflitos plurilocalizados.

Referiu-se ainda que existem experiências pioneiras noutros países com soluções próximas das adoptadas neste Centro, nomeadamente o *Mediation Arbitration Resolution Services (MARS)* nos Estados Unidos da América que lidou com o sistema de resolução de conflitos da eBay mas que apenas faz arbitragem *online* não fornecendo informação nem mediação *online*, e o *ADR Group* no Reino Unido que resolve conflitos comerciais, civis e familiares não necessariamente ligados a comércio electrónico mas só efectua sessões de mediação *online*. **Contudo, neste momento não existe na Europa qualquer plataforma semelhante ao CIMACE, com este grau de integração *online* e onde há três níveis de serviço – informação, mediação e arbitragem – integrados num mesmo Centro.**

Título

FORUM PARA A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

**Economia Digital: Novas Oportunidades
e Desafios na Economia Digital**

Lisboa, 12 de Outubro de 2010

Universidade Católica Portuguesa

Edição

UMIC – Agência para a Sociedade do Conhecimento, IP

Design Gráfico

Ilha de Ideias, Lda.

Impressão

Gigaresma

Tiragem

150 exemplares

Data

Setembro 2011

Depósito Legal

ISBN 978-989-97517-1-2



UMIC

Agência para a Sociedade do Conhecimento
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR



Fundação para a Computação Científica Nacional
Foundation for National Scientific Computing



ASSOCIAÇÃO DO
COMÉRCIO ELECTRÓNICO E PUBLICIDADE INTERACTIVA