

Mobilidade

Uma presença pervasiva no
quotidiano das sociedades
modernas



21 de Outubro de 2004
Hotel Le Meridien

Mobilidade e Individualidade

Eng.º António Carriço (Vodafone)

Patrocínio



Organização



Workshop APDSI

“Mobilidade - Uma presença pervasiva no quotidiano das sociedades modernas”

Mobilidade e individualidade

António Carriço, Vodafone Portugal

21 de Outubro de 2004

Uma nova cultura no Japão

“O telemóvel já está longe de ser apenas um telefone no Japão. Para nós o telemóvel é agora um modo de vida.” Hiroki Wai, 32 anos

“Fico com ansiedade de separação quando fico sem o meu telemóvel. Faz parte da minha identidade” Yoshihisa Amano, 26 anos

“Os telemóveis criaram extensões do espaço pessoal no Japão. Leva-se o seu próprio mundo consigo quando se tem o keitai na mão” Yuichi Kogure, professora de “Keitai Culture”

O telemóvel é um meio frio (“cool media”)

“... **o meio** é a mensagem. Isto não é mais do que dizer que as consequências pessoais e sociais de qualquer meio – **isto é, de qualquer extensão de nós mesmos** – resulta da nova dimensão que é introduzida na nossa vida por cada extensão nossa ou por cada nova tecnologia”

“...os meios quentes (“hot media”) não deixam muito para ser preenchido ou completado pela audiência. Os meios quentes são, portanto, baixos em participação, **os meios frios (“cool media”) têm uma elevada participação ou completamento pela audiência**”

Marshall McLuhan, 1964



Um dispositivo de comunicação
individual
que toda a gente tem
que permite expressar a minha
personalidade
divertir-me
e manter-me informado

voz, SMS, MMS
nem residencial nem empresarial
o universo e as tribos
personalização física e digital
jogos, TV, música
cinemas, notícias, etc., “à la Internet”

Um dispositivo de comunicação

que toda a gente tem
que permite expressar a minha
personalidade
divertir-me
e manter-me informado

voz, SMS, MMS

nem residencial nem empresarial

o universo e as tribos

personalização física e digital

jogos, TV, música

“anywhere, anytime Internet terminal”

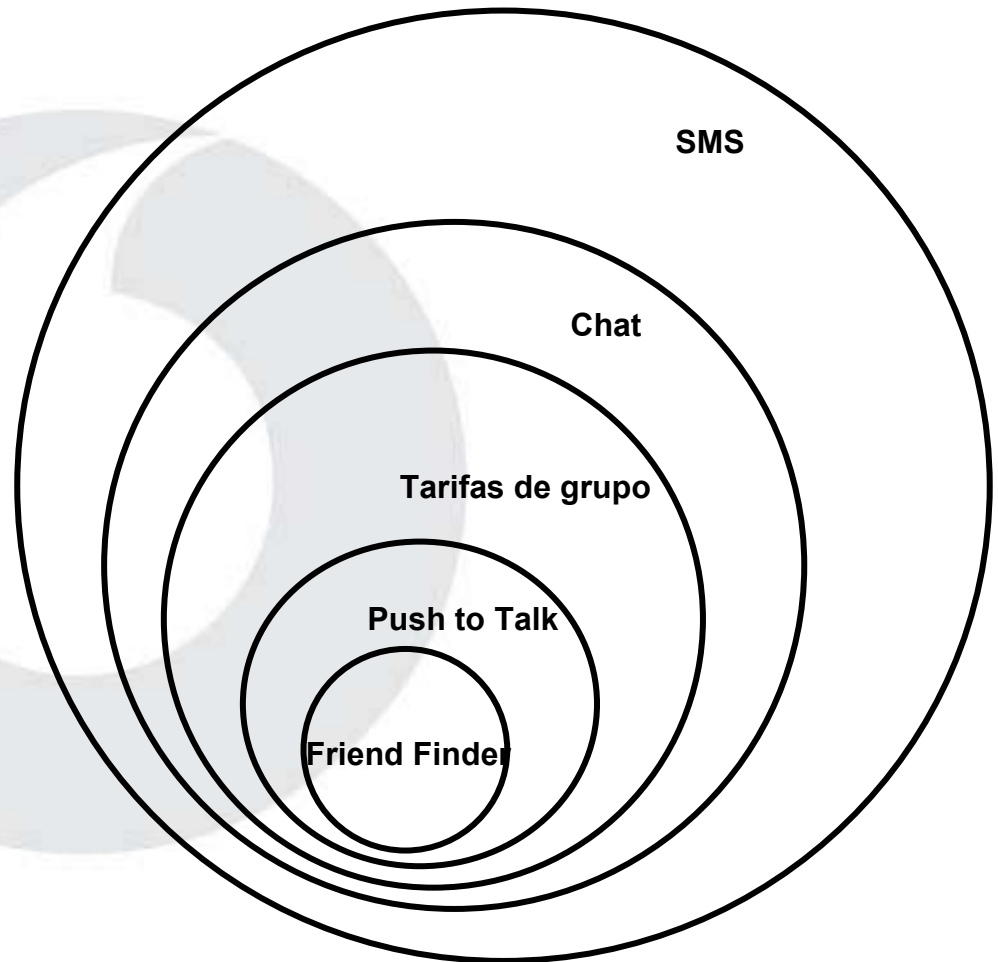




Comunicação à medida

“... as comunicações móveis e as tecnologias disseminadas de computação, em conjunto com contratos sociais que nunca tinham sido possíveis, estão a começar a alterar a forma como as pessoas se encontram, namoram, trabalham, lutam, compram, governam e criam”

Howard Rheingold





Personalização “física”

- 40 modelos disponíveis (mais populares)
- Muitos deles com múltiplas cores
- Vários com diversas capas
- Alguns com capas transparentes, a que podem ser adicionados desenhos feitos pelos próprios utilizadores
- Substituídos frequentemente
- Inúmeros acessórios
 - Bolsa
 - Tira para pulso
 - Auricular
 - Etc.



Personalização “digital”

- Toques (4.000 toques disponíveis)
- Imagens (*screen savers*, *wallpapers* c/ animação, etc.)
- *Skins*

Justin
Timberlake
“Rock your
body”



Toque monofónico



Personalização “digital”

- Toques (4.000 toques disponíveis)
- Imagens (*screen savers*, *wallpapers* c/ animação, etc.)
- *Skins*

Justin
Timberlake
“Rock your
body”



Toque monofónico



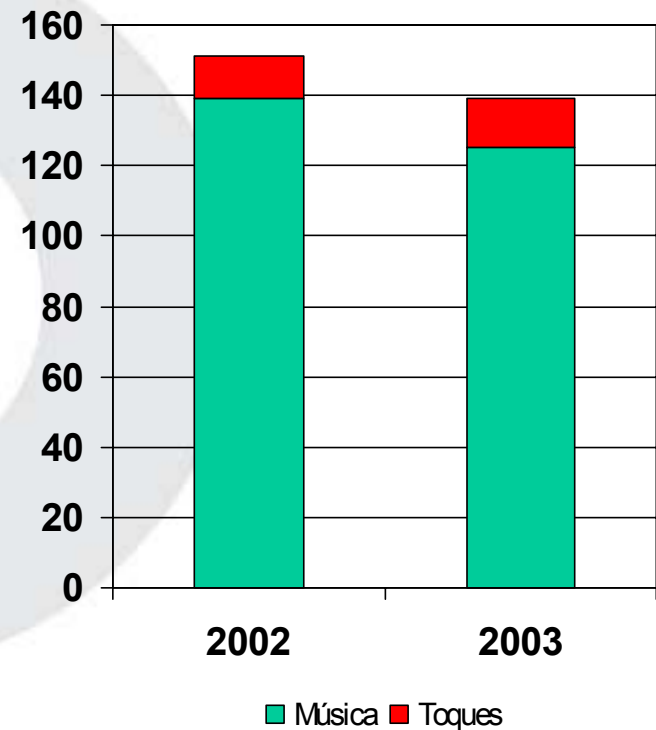
Toque real



“Uma indústria nasceu e no ano passado 2,6 mil milhões de toques foram vendidos a nível mundial, um terço dos quais no Japão. Adquiridos pela Internet ou por SMS, os toques representam 80 a 95% do mercado de personalização dos telemóveis que valeu 3,2 mil milhões de dólares no ano passado e que atingirá o valor de 6,5 mil milhões de dólares em 2008, de acordo com a Ovum. Isto significa que este negócio é maior do que o negócio de “singles” que no ano passado valeu 1,4 mil milhões de dólares.”

Time, 04.08.16

Indústria de música em Portugal



Notícias nacionais e internacionais
Desporto (resultados, classificações, etc.)
Negócios (notícias, cotações, etc.)
Restaurantes
Cinemas
Farmácias
Trânsito
Meteorologia
TV
Agenda cultural
Bares
Discotecas





Informação em função dos segmentos alvo, dependente do local e do tempo

Alert, Link to full story via WAP

Alert, link to full story, still photo, audio, info ticker always on

Video clip of goal



SMS



WAP



MMS / foto



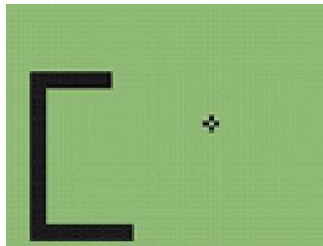
MMS / vídeo



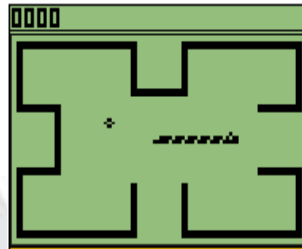
Golos em Directo - Vídeo



Jogos Java™
Anedotas
Love Club
Almas Gêmeas
etc.



1997-1999

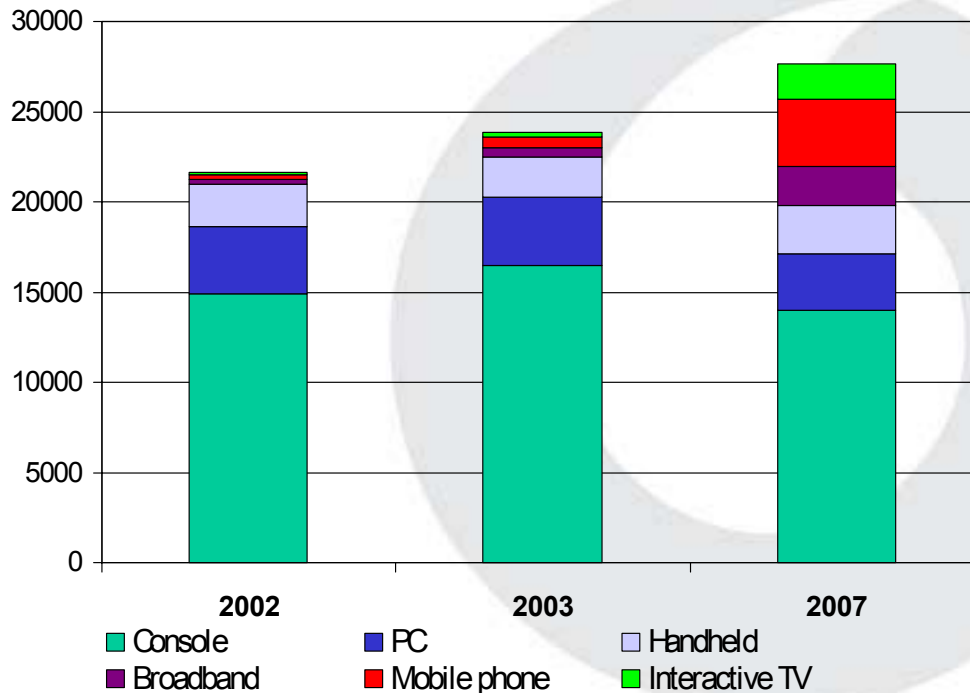


1999-2002

gameloft

2002

Evolução do mercado de jogos



Fonte: Informa Media Group, WSJ 03.10.17. Unidade: milhões de dólares

“O número de pessoas que utilizam jogos no seu telemóvel duplicou no último ano, tendo atingido 6% dos 1,3 biliões de telemóveis existentes no Mundo. A curto prazo este número será superior ao de utilizadores de consolas de jogos”
Economist, 03.10.04

Não há limite para o mercado potencial de comunicações móveis?

“Com vendas de 600 milhões de unidades por ano, os telefones móveis são simultaneamente o sistema de comunicações, o dispositivo de computação e o produto de electrónica de consumo mais espalhado no mundo.

(...)

Quando toda a gente na Terra estiver todo o dia a falar no seu telemóvel – falando com o seu cão, a sua máquina de lavar, o seu carro ou mesmo com outras pessoas – estará finalmente o mercado saturado? Não. Já há planos para fazer streaming de música, de vídeo ou de outros conteúdos para o telemóvel durante a noite, quando as redes estão quase vazias. Parece que mesmo a dormir é possível utilizar o telemóvel. É evidente que a indústria ainda tem que se desenvolver muito até atingir o limite do desejo de comunicação da humanidade”

Economist, 04.09.25

Referências

- “*The march of the mobiles*, The Economist, 04.09.25
- Faiola, Anthony, *Future calls via Cellphone*, WSJ 04.02.20
- Lindgren, Mats et al., *Beyond Mobile*, Palgrave, 2002
- Ling, Rich, *The mobile connection – The cell phones impact on society*, Elsevier, 2004
- McLuhan, Marshall, *Understanding Media*, MIT Press, 1964
- Rheingold, Howard, *Smart Mobs – The next Social Revolution*, Perseus Publishing, 2003

Workshop APDSI

“Mobilidade - Uma presença pervasiva no quotidiano das sociedades modernas”

Mobilidade e individualidade

António Carriço, Vodafone Portugal

21 de Outubro de 2004