

# Seu celular é um espião

Os mais de 4 bilhões de telefones celulares espalhados pelo mundo contêm dados preciosos sobre o perfil de cada dono — e já existem empresas ganhando dinheiro com isso

**CAROLINA MEYER**



Fãs gravam show em São Paulo com seus celulares: rastreamento

PAULO PINTO/AE

Imagine acordar e ser informado, pelo celular, de que o caminho que você costuma **utilizar para** chegar ao trabalho está excepcionalmente livre naquele exato momento. Na hora do almoço, seu BlackBerry o alerta sobre um novo restaurante na cidade que vem se tornando popular entre executivos de sua idade. À noite, recebe no celular uma oferta imperdível: aquele carro que você havia fotografado dois dias antes está em oferta numa loja da vizinhança. Esse roteiro, que mais parece coisa de ficção científica, está bem próximo de se tornar realidade. Empresas como Nokia, Microsoft e Google, além das próprias operadoras de telecomunicações, têm investido pesadamente no desenvolvimento de tecnologias capazes de esmiuçar o comportamento humano por meio do uso que fazemos de nossos

identificar nossa localização. Isso significa que, ao longo do dia, da semana ou mesmo do ano, é possível estabelecer uma espécie de mapa com nossa movimentação. O que muitas empresas estão descobrindo é que, com mais de 4 bilhões de celulares circulando no mundo, é possível oferecer uma gama quase infindável de produtos e serviços com base no rastreamento dos usuários. A aplicação mais óbvia desse tipo de tecnologia está na coleta de informações sobre o trânsito. Nenhuma empresa tem investido tanto nesse tipo de serviço quanto a finlandesa Nokia, maior fabricante de celulares do mundo. Depois de gastar 8 bilhões de dólares na compra da produtora de mapas digitais Navteq, a empresa estabeleceu, no início de 2008, uma parceria com a Universidade da Califórnia com o objetivo de mapear as

celular permite que empresas como a americana Sense Networks, fundada por professores do Massachusetts Institute of Technology (MIT) e da Universidade Columbia, consigam mapear, de forma anônima, o comportamento de milhões de consumidores: que bares eles frequentam e em que horário, por exemplo. "Queremos fazer pelo mundo real o que o Google fez pela internet", afirmou a EXAME Gregory Skibiski, presidente da Sense Networks. A ideia, segundo Skibiski, é pensar em cada bar, restaurante e estádio de futebol como uma página da web: que caminho as pessoas percorreram para chegar a esses locais? O conceito pode parecer abstrato, mas, para empresas que gastam uma dinheirama todos os anos tentando entender seus consumidores, a nova tecnologia soa como música para os ouvidos. Em

## O Google da vida real

Ao decifrar os sinais emitidos por celular, empresas como a Sense Networks, cujo sistema de localização ilustra a foto ao lado, prometem criar novas oportunidades de negócios. A tecnologia permitirá, entre outras coisas:

### » Mapear as condições do trânsito

Com isso, será possível prever congestionamentos ou saber se uma grande via está excepcionalmente livre em determinado momento

### » Antecipar os rumos da economia

Jornadas de trabalho mais longas, por exemplo, geralmente antecedem um aquecimento da atividade econômica. E vice-versa

### » Acompanhar o fluxo de pessoas

Ao traçar o perfil de consumidores de acordo com os locais que eles frequentam, as empresas poderão oferecer produtos e serviços personalizados

### » Monitorar epidemias

Ao acompanhar a movimentação de indivíduos infectados, pode-se alertar cidades e centros de emergência ao redor do mundo



telefones celulares. "Esses aparelhos fornecem informações preciosas sobre o comportamento dos indivíduos", afirma Thomas West, da Universidade da Califórnia, em Berkeley, e um dos principais estudiosos do assunto. "E as empresas estão começando a tirar proveito disso" O celular, assim, está prestes a se tornar um espião do dono.

Toda vez que utilizamos o celular, seja para fazer uma ligação, seja para receber um e-mail, enviamos um sinal às torres da operadora, que pode, então,

condições do trânsito em tempo real. Os primeiros testes, realizados com aparelhos equipados de GPS, mostraram-se animadores, e a Nokia já mantém conversas com a Mobwise, empresa recém-criada na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), para desenvolver um serviço parecido em São Paulo.

Informar — ou mesmo prever — as condições do trânsito é apenas uma das possíveis aplicações dessa nova tecnologia. O acesso ao movimento de milhões de pessoas todos os dias por meio do

vez de se apoiar em questionários longuíssimos — e confiar na memória dos entrevistados —, os profissionais de marketing poderão ter acesso ao que os consumidores de fato estão fazendo. Por meio desse sistema, por exemplo, é possível saber onde os aficionados a esporte pararam para almoçar a caminho do estádio ou para onde os fãs de determinada banda seguiram após um show. "Essa nova ferramenta muda completamente a maneira de pensar em publicidade", afirma Erik Ziegelmeyer, diretor

# NEGÓCIOS telecomunicações

da MKTM, uma das maiores agências de marketing para celular do mundo. O sucesso do novo dispositivo foi tamanho que a Sense Networks, que havia oferecido o serviço apenas à cidade de São Francisco, na Califórnia, já trabalha em parceria com a Nokia numa versão para todo o território americano. No Brasil, a LBS Local, dona dos sites de localização MapLink e Apontador, vem desenvolvendo um aplicativo semelhante. O objetivo é mapear o comportamento dos consumidores da cidade de São Paulo já no segundo semestre deste ano.

A recente aposta por parte de grandes empresas em sistemas de rastreamento de pessoas por meio do celular pode ser

tadas nesse sentido. As duas empresas já estudam maneiras de oferecer serviços específicos a seus clientes de acordo com os locais onde eles se encontram e seu perfil de comportamento.

**NÃO É DE HOJE QUE FABRICANTES E** operadoras de celular tentam desenvolver um sistema de localização preciso com base nos sinais emitidos pelos aparelhos. A Motorola, por exemplo, vem aperfeiçoando essa tecnologia há pelo menos uma década — mas sempre esbarrou em dificuldades, como custo elevado, sistemas de processamento de informações muito complexos e, principalmente, falta de apelo entre os clientes.

formações, bastava que alguém tivesse a idéia de organizá-las, de dar certa inteligência a trilhões de dados", afirma Frederico Hohagen, diretor de marketing e vendas da LBS Local.

Apesar dos avanços recentes, o rastreamento de pessoas por meio do celular ainda está longe de se tornar uma tecnologia de massa, especialmente no Brasil. Isso porque o número de smartphones em circulação no país, da ordem de 2 milhões de unidades, é muito pequeno se comparado ao dos Estados Unidos e de mercados mais desenvolvidos da Europa. "Sem uma boa penetração desse tipo de aparelho, é mais difícil criar um sistema de rastreamento confiável", diz Vinícius



A cidade de São Francisco, na Califórnia: a primeira a ser mapeada

explicada pela necessidade cada vez maior de encontrar fontes alternativas de receita. Só neste ano, as fabricantes de celular devem ter queda de até 10% nas vendas, a maior parte relacionada justamente ao nicho mais rentável, o de aparelhos sofisticados. No caso das operadoras de celular, a diminuição dos ganhos com serviços de voz verificada nos últimos anos tornou imprescindível o desenvolvimento de serviços de maior valor. Daí o interesse em tecnologias que possam gerar tráfego de dados, como o mapeamento do trânsito ou de áreas movimentadas da cidade. No Brasil, as operadoras Claro e Vivo são as mais adian-

Foi somente com o lançamento do iPhone, em 2007, que o sistema de coleta de dados deslançou. Ao facilitar o acesso a uma miríade de aplicativos, o aparelho da Apple deu início a um frenesi em torno de programas que envolvem a localização de usuários, como a busca por restaurantes próximos ou o rastreamento de amigos e colegas de trabalho. Em seguida, foi a vez de Nokia, Research in Motion (que fabrica o BlackBerry), Microsoft e Google lançarem serviços semelhantes, proporcionando a criação de um banco de dados com as preferências e os hábitos de consumo de milhões de pessoas. "Com essa abundância de in-

Santino, da Mobwise. Além disso, o aumento do número de companhias interessadas no rastreamento de pessoas tem suscitado debates calorosos acerca da privacidade dos usuários de celular. Para se prevenir contra uma possível onda de processos na Justiça, essas empresas têm tornado cuidado redobrado na hora de desenvolver novos sistemas de processamento de dados, o que acaba retardando o ritmo de inovação do setor. Um dos cuidados é obter permissão dos usuários que serão rastreados, algo que leva tempo. "Estamos avançando a passos Juntos", afirma Santino. "Mas esse é um caminho sem retorno." ■