

futuro da internet

Conexão de usuário dá poder à nova rede

ANÁLISE >> Norte-americano Seth Godin, guru do marketing digital, fala sobre tendências; ele participa de conferência em SP

DA REPORTAGEM LOCAL

Nem web 2.0, em que o usuário consome e produz conteúdo, nem web 3.0, ou semântica, em que dados da rede são interpretados pelas máquinas.

O que está prestes a tomar conta da vida digital é a web4, que tem a capacidade de conectar diferentes informações, facilitando a vida do usuário.

A previsão é de Seth Godin, um dos gurus do marketing na internet, que estará em São Paulo nos próximos dias 1º e 2 de outubro para participar da conferência Digital Age 2.0

(www.digitalage20.com.br).

"A rede mudou a minha vida. Não consigo viver sem a Wikipédia ou o Google. Mas, ultimamente, estou desapontado", disse em entrevista à **Folha**.

"O que os usuários de internet fazem para viver? O que nós pagamos para que valha a pena nos dar um navegador de internet? Eu faço conexões. Eu pego idéias idéias muito diferentes e as conecto de uma maneira útil. Outros fazem isso com pessoas, ou com dinheiro em vez de idéias. Mas somos todos conectores."

O fato de o usuário fazer conexões é um dos pilares da web4, de acordo com Godin. Os outros dois são ubiquidade, ou onipresença, e identidade.

"Nós precisamos de ubiquidade para construir a web4 porque ela é sobre atividade, e não apenas informação. E a maioria das atividades humanas ocorre off-line. Nós precisamos de identidade porque o que nos é entregue é baseado em quem você é, o que faz e do que precisa. Nós precisamos de conexão porque você não é nada sem o resto de nós", afirma.

Na prática

Um exemplo prático de como essa teoria funciona se refere ao cancelamento de um voo. "[A agenda do] meu telefone sabe que eu estou no voo, sabe que ele foi cancelado e sabe que voo eu devo levar em consideração no lugar. Ele usa

dados semânticos e me conta sobre isso. Bem mais importante: ele sabe o que meus colegas estão fazendo em relação a isso."

Outro exemplo, Godin tira do todo-poderoso Google, que observa o que o usuário procura e pode passar a indicar o que ele deveria procurar, além de introduzi-lo a outros usuários que procuram o mesmo.

E como fica a privacidade diante de tantas transformações?

"Privacidade é uma ilusão. Você pensa que tem privacidade, mas companhias de vídeo [que monitoram o entra-e-sai em empresas, por exemplo] e de cartão de crédito discordam. Se já estamos diante da câmera, temos que tirar algum proveito disso."

Godin tem mais de dez livros publicados (o mais recente não tem edição brasileira; em tradução, chama-se *sundae de almôndega*: seu marketing está fora de sintonia?) e já serviu de conselheiro para diversas empresas iniciantes no mercado de tecnologia. Para quem pretende se enveredar por esses caminhos, ele dá um conselho: "Vá. Não fure, não atrase. Vá. Seja transparente, destemido e rápido". (DANIELA ARRAIS)