

DEZ MITOS DA INTERNET

HSM MANAGEMENT – 9 julho – agosto 1998

Karl Albrecht

Leia o texto e responda às questões abaixo, considerando os pontos de vista do artigo e as suas idéias, colocando-as no fórum da disciplina .

- a) Escolha 5(cinco) dos mitos apresentados e comente a sua experiência ou visão sobre cada um deles. Caso não possua experiência, converse com alguém a respeito, extraíndo os dados para montar a sua resposta.*
- b) Considerando a época de publicação do artigo, existem alguns dos mitos considerados verdadeiros nos dias atuais? Justifique-os.*
- c) Comente a sua posição quanto ao último parágrafo: A TERRÍVEL VERDADE.*

() Se possível, envie-nos uma crítica deste material, indicando sugestões de obras a serem apresentadas nos próximos cursos. Grato pela colaboração J*

As empresas devem conhecer os limites da rede e não se deixar levar pelos fanáticos da Internet.

*Quem quiser formar uma opinião razoável sobre o futuro da Internet e seus efeitos sobre a sociedade deve, antes de mais nada, ignorar os fanáticos. É difícil imaginar outro grupo com mais preconceito e menos probabilidade de prever o futuro do que essa particular subcultura de almas socialmente desconectadas que baseiam sua identidade e auto-estima em uma relação com um objeto inanimado. O autor dessa afirmação é Karl Albrecht, grande especialista em gestão de serviços, com vários livros publicados no Brasil, entre eles *Revolução nos Serviços* (ed. Pioneira) e *Serviços com Qualidade* (ed. Makron Books). Em seu estilo informal, Albrecht escreveu este artigo com exclusividade para HSM Management, um estímulo ao pensamento crítico. Ele pondera, entre outras coisas, que a Internet dificilmente eliminará os intermediários ou a indústria de livros, como muitos*

anunciam, e tampouco revolucionará o marketing. Além disso, diz ser pouco provável que todas as pessoas com páginas na rede se tornem verdadeiros editores de informações.

Os computadores e as redes de informação definitivamente chegaram para ficar. Esses mecanismos ~ trouxeram ganhos para os negócios, a educação e a vida privada, mas os benefícios -e problemas- ainda por vir seguramente estão além da nossa imaginação. Mesmo assim, poucos avanços em nossa cultura desfrutaram tanta isenção de análise lógica como a atual loucura pela Internet. Apesar de sinais claros de que a rede mundial de computadores não sobreviverá como uma estrutura monolítica de informação, única, a moda continua como uma força indomável a devorar tudo em seu caminho.

A confluência de propagandistas da "teologia Internet", também conhecidos como a "conspiração minha-nossa! " ("Gee-Whiz", no original), vem obtendo notável sucesso ao vender a idéia para jornalistas, personalidades políticas e grande parte do público em geral. Essa "teologia", contudo, está equivocada na essência, distorcida por filtros do pensamento tecnológico e dos valores da classe média alta. Além disso, ignora uma visão mais ampla de cultura, necessidades humanas e necessidades empresariais.

A maioria dos benefícios atribuídos à atual estrutura da Internet pela "conspiração minha-nossa! " provavelmente não se concretizará. Atualmente há pelo menos dez mitos sobre a rede mundial de computadores amplamente aceitos - a maioria, com muita fé- que não se confirmam.

OS DEZ MITOS

Mito nº 1: todos estão usando a Internet.

Os propagandistas da rede reivindicam uma população on-line de 40 milhões ou mais de pessoas. Eu não acredito nem por um segundo nesse número. Sem comprovação, é difícil validar qualquer alegação do gênero, embora a maioria das pessoa pareça aceitá-la sem questionamento. Isso inclui apenas as contas ativas da Internet ou todas as pessoas que possivelmente estavam conectadas? Que padrão de atividade define um usuário? Diário? Semanal? Mensal? Uma vez na vida? Qualquer um com um PC e um modem? A família toda, se houver um micro na casa?

Até Andy Grove, CEO da Intel e respeitado guru da revolução digital, reconheceu em entrevista recente que se conecta à Internet “talvez duas horas por mês”. A onipresente cobertura jornalística passa a impressão de que todo adolescente dos Estados Unidos navega pela rede. E estamos ainda longe disso.

Mito nº 2: o número de usuários crescerá sem limites.

Esse é um caso claro de projeção prematura. É a mesma psicologia que impulsionou todas as ondas imobiliárias, as euforias dos mercados de ações e loucuras históricas como o “Surto de Tulipas” da Holanda da década de 1630 ou o “O Conto do Mar do Sul” (South Sea Bubble), no Reino Unido de 1720. Nada deve ser elevado aos céus, e quem não entende o Princípio da Curva S acaba aprendendo na prática.

O diretor de Tecnologia de Mídia do MIT, Nicholas Negroponte, recentemente previu que haverá 1 bilhão de pessoas na Internet até o ano 2000. Está se tornando um tanto suspeito agora que a virada do milênio está quase chegando. Melhor se apressar, Nick.

Mito nº 3: a Internet será a “grande força democratizante”.

Na verdade, ela pode ter o efeito exatamente oposto. Ela pode aumentar a disparidade entre os que têm e os que não têm. Apesar dos comerciais politicamente corretos que mostram uma encantadora menininha negra na África se conectando à Web, os pobres e os desnorteados não serão alçados de suas circunstâncias econômicas pelo computador ou pela Internet. Eles estão presos num paradigma muito diferente. A visão da classe média alta de que tudo que é preciso fazer é “dar-lhes computadores” cheira novamente a Grande Sociedade. É o equivalente cibernético de “que comam brioche”.

Mito nº 4: a Internet é uma comunidade mundial.

Um conhecido pôster do cartunista Dilbert pergunta: “E se Deus for a consciência que se criará quando um número suficiente de pessoas estiver conectado à Internet?” Esse é um pensamento fanático da mais alta perversidade e passa por todos os testes de admissão à mentalidade dos cultos religiosos. Aí está uma demonstração perturbadora da visão mundial

narcisista e auto-adulatória dos que se consideram iluminados, uma irmandade especial detentora de segredos não acessíveis aos comuns dos mortais.

À medida que a Internet começar a se “desconstruir” e seus clientes mais prezados forem para outro lugar na inevitável busca da qualidade, a única “comunidade” restante será a dos perversos, pornógrafos, pedófilos, cafetões, piratas e uma miscelânea de desorientados e descontentes. E há muitos deles por aí.

Mito nº 5: a rede mundial revolucionará o marketing.

Nem que a vaca tussa. Esse, o mais sagrado de todos os cânones da teologia Internet, é o menos provável de se concretizar. A maioria dos que vendem coisas on-line são pessoas da Internet negociando umas com as outras. Com poucas exceções, o marketing das homepages, o marketing de mala direta em massa e as compras on-line são, e certamente continuarão sendo, uma grande sonolência. A Sharper Image, qualificada empresa de venda direta de brinquedos sofisticados para adultos, possui uma loja eletrônica há cerca de três anos. A empresa relata ao redor de US\$ 1 milhão por ano em vendas on-line. Em seu faturamento anual de US\$ 200 milhões, as vendas pela Internet contribuem com um espantoso 0,5% do volume.

Pode-se argumentar que no mínimo metade dessas vendas sejam canibalizadas de seu catálogo impresso regular, com o custo adicional de um sistema separado de atendimento de pedidos e de pessoal para administrar a página na Web. A maioria das grandes firmas atualmente encara a página corporativa na Web como um modismo ligeiramente mais sofisticado.

Mito nº 6: a Internet eliminará os intermediários.

Presumivelmente cada uma dos 40 milhões, 50 milhões ou 100 milhões (ou 1 bilhão) de pessoas na Internet pode fazer negócios diretamente com cada uma das outras. Se você quiser vender seu carro, basta mandar uns 10 mil anúncios por correio eletrônico e os interessados acorrerão aos bandos para a sua página na Web. Isso pode até funcionar numa população ao redor de mil pessoas. Com milhões de usuários constantemente jogando na rede a história de sua vida, esse engarrafamento de informações continuará fazendo do classificado de US\$ 5 no jornal local uma opção melhor.

Esse mito é um exemplo típico da aplicação do pensamento da “Segunda Onda”, ou seja, marketing de massa, em um fenômeno de “Terceira Onda”, de marketing personalizado (conceitos utilizados por Alvin Toffler no livro *A Terceira Onda*, ed. Record). É como um gigantesco programa de entrevistas sem entrevistador. A vasta gama de fontes de dados da mais alta qualidade por si só aumentará a demanda de intermediários, em vez de reduzi-la.

Mito nº 7: a informação digital eliminará os livros.

Uma das lojas mais conhecidas da Web é paradoxalmente uma que vende livros (Amazon). Tais vendas estão subindo constantemente em quase todos os gêneros, e os clientes continuam transbordando nas megalivrarias. Enquanto isso, quase todos os principais editores de CD-ROM vêm acumulando prejuízos nos últimos cinco anos, ao tentar aproveitar a onda dos produtos nesse formato. Os clientes parecem nem ligar, o que levou as firmas a cortar investimentos nos produtos digitais não-impressos. Quais os poucos produtos de sucesso em CD? Os jogos.

A Web, no entanto, é um meio de entrega ideal para material de contracultura de todos os tipos, como lixo, manifestos anarquistas, software pirateado e outras falsificações, além da vociferação dos descontentes que sofrem da síndrome de inadequação. As editoras comerciais fornecem exatamente o que os amadores não conseguem, ou seja, produtos de informação bem concebidos, bem produzidos e de alta qualidade que exigem talento e investimento. Os livros continuarão existindo, por razões tanto , humanas quanto comerciais.

Mito nº 8: todos vão poder se tornar editores.

Isso, infelizmente, é verdade. Contudo, apenas se definirmos “editar” em termos bastante restritos. O presidente dos Estados Unidos tem uma homepage. A Nasa idem e a Associação Americana de Amor ao Menino-Homem também. O mesmo, >ale para o assassino Charles Manson. E para Edgard Malvern. Você não conhece Malvem? Nem eu. A Internet está num estágio terminal de poluição de informação exatamente porque qualquer vagabundo pode despejar suas porcarias no rio cada vez mais cheio de ciberlixo. É a Lei da Informação de Gresham, e seus efeitos já estão se tornando aparentes.

A recente decisão da Suprema Corte dos Estados Unidos, que estendeu a proteção da Primeira Emenda da Constituição aos operadores de sites que divulgam material pornográfico on line para crianças, fará mais para apressar o declínio da Internet em sua forma atual do que qualquer lei que o Congresso possa promulgar. Essa mesma “democracia” condenará a Internet ao papel de parque de diversões digital. Os sites terão toda a liberdade de expressão que quiserem, uma vez que os fornecedores de produtos on-line de qualidade ficarão com todos os clientes de maior discernimento.

Os especialistas universitários que construíram a Internet original estão trabalhando na “Internet 2 para atender a suas necessidades específicas. Preste atenção também no importante papel que as bibliotecas públicas desempenharão quando a qualidade se tornar um fator decisivo. Albert Einstein uma vez comentou: “Eu aceito a alegação de que um espertinho é ‘tão bom quanto’ um gênio, mas não concordo que tais espertinhos sejam ‘melhores’ do que um gênio”.

Mito nº 9: o Netphone acabará com as companhias telefônicas de interurbanos.

A perspectiva de ligar um microfone em seu computador e conversar com os seus amigos do mundo inteiro a um custo praticamente zero está sendo propalada por várias companhias que fabricam tais produtos. Entretanto, o desempenho desses produtos está indefinidamente comprometido pela estrutura técnica da rede, e a alegada vantagem de custo parece mais uma miragem. O uso intenso da Internet será considerado abuso dos serviços telefônicos locais. Os usuários não pagam um centavo às companhias pelo acesso. O dinheiro vai para os operadores de computador que estão mais adiante na frente da seqüência, a maioria dos quais cometeu o erro fatal de oferecer tempo on-line ilimitado por uma quantia mensal fixa.

Ilimitado, para muitos viciados em Internet, significa 24 horas por dia. Muitos deles deixam o computador conectado mesmo quando saem de casa, estrangulando as linhas telefônicas de tal forma que outros clientes não podem fazer chamadas. As telefônicas locais e outras compatibilizarão o preço do serviço para recuperar seus custos. O Netphone continuará sendo um brinquedo de fanáticos, mesmo que suas limitações técnicas sejam superadas.

Mito nº 10: o NetComputer será a próxima grande revolução.

_O computador da Internet, ou NetComputer, ou NetPC, será um brinquedinho de baixo preço e capacidade pequena. O usuário se conectará à rede e utilizará o software residente instalado em computadores distantes. As informações desejadas chegarão embaladas em seu respectivo programinha, que se ativa no momento da chegada, executa as funções necessárias e, então, desaparece.

Esse conceito tem brechas demais para serem enumeradas rapidamente. Sua falha fatal, no entanto, é que ele é um produto político, bolado por um grupo de executivos do Vale do Silício para quebrar o domínio mundial da Microsoft no mercado de software. Um desses promotores confiantemente prediz que “haverá mais NetPcs vendidos até o ano 2000 do que micros”. Essa é a teoria da criação de demanda em surto psicótico: se você fabricar, as pessoas comprarão.

Seus defensores aprenderiam uma difícil lição sem muitos problemas se estudassem um produto lançado pela IBM no início da década de 80 chamado PC Junior. Era um projeto modesto, de baixo custo, que se parecia mais com um brinquedo do que com um computador. A suposição de que uma multidão estava esperando por computadores domésticos quando os preços baixassem não se confirmou. Após uma campanha publicitária fracassada que trazia um personagem de Charles Chaplin e criancinhas encantadoras, a IBM enterrou a idéia, junto com US\$ 100 milhões. Destino semelhante aguarda a tão propalada Web-TV, uma tentativa de vender um produto barato que transforma a TV em um computador, ou vice-versa.

A TERRÍVEL VERDADE

A realidade nua e crua é que nem todo mundo no planeta aprecia um computador ou está delirando para “navegar na Net”. Em verdade, a maioria nem quer. J

