

Estamos prontos para o futuro?

Novas tecnologias implicam mudanças de hábitos. O essencial é não sermos deixados para trás pelas novas gerações.

Considero-me privilegiado por ter nascido em meio ao período de maior desenvolvimento tecnológico da história da humanidade. Quem poderia imaginar a evolução que experimentamos em um século de história, principalmente nos meios de comunicação e na disseminação da informação? Com base na experiência recente, poderíamos projetar as mudanças que vimos em diversas tecnologias (rádio, televisão, computador, celular, Internet) em direção ao futuro e supor que experimentaremos ainda mais progresso.

Com o nascimento de minha primeira filha há dois meses, pensar no futuro passou a ser tarefa corriqueira. Como será o mundo que deixaremos para as próximas gerações? Quais as tecnologias que terão aceitação de massa e que causarão mudanças radicais no dia-a-dia das pessoas? No campo da economia, existem estatísticas interessantes sobre a introdução de novas tecnologias junto à população, com o passar do tempo. São as chamadas "curvas em S", por seu formato característico. Inicialmente, a disseminação de uma nova tecnologia é baixa, principalmente pelo custo de produção. Sua utilização au-

menta rapidamente quando esses custos se diluem na produção em escala. Por fim, ao atingir um ponto de saturação e depois de alguns anos, o crescimento de uma tecnologia tende a diminuir.

Assim foi com o rádio, no começo do século passado, e com a Internet, ao final. A grande diferença é que o rádio levou mais de 50 anos pa-

receito semelhante. Nele, uma criança dirige-se ao pai dizendo "Pai, imagine que quando eu nasci já existia e-mail". O perigo para pais neófitos como eu é que a velocidade de no-

O perigo para pais neófitos como eu é que as novas tecnologias criem um abismo entre nós e nossos filhos.

ra atingir 50% de aceitação pela população americana, enquanto a Internet levou apenas cinco. Essa velocidade é a mais rápida que já experimentamos e nos leva a pensar no limite teórico de aceitação de uma nova tecnologia. A Cisco Systems capitalizou em cima dessa ideia ao mostrar, em um comercial de televisão, pessoas do mundo inteiro citando diversas estatísticas do tipo: a cada minuto, algumas centenas de novas pessoas entram na Internet. Ao final, a empresa lança um desafio a todos nós: "are you ready?" (você está pronto?). No Brasil, um comercial de um banco mostra um com-

vas tecnologias crie um abismo entre nós e nossos filhos. Então como é possível evitar isso, enquanto ao mesmo tempo desejamos uma tecnologia "por um mundo melhor?"

Em parte, o desenvolvimento tecnológico é feito com uma boa dose de trabalho, uma pitada de genialidade e uma medida de sorte. Mas as grandes descobertas não são suficientes para avançar a tecnologia, já que



progresso depende também de grandes interesses corporativos. O clássico exemplo do padrão de aparelhos de vi-

É certo que a aceitação e a difusão da tecnologia não se dá simplesmente por vontade de grandes empresas que impõem seus padrões a nós. Não há marketing que sobreviva sem atender às necessidades das pessoas. A tecnologia só se populariza quando ela é prática, quando aproveita caracterís-

ticas inerentes aos seres humanos. A Internet é um bom exemplo disso, já que se difundiu por força das facilidades que traz para atividades comuns do nosso dia-a-dia: comunicar-se, comprar, divertir-se, informar-se. O comércio eletrônico, por exemplo, mudou a maneira como compramos e vendemos os itens que precisamos diariamente.

Isso não quer dizer que o uso da tecnologia não implique, em muitos casos, mudança de hábitos. A própria Internet modificou a forma de cada uma das atividades acima, mas não a essência.

Um colega de faculdade, hoje sócio de uma das bem-sucedidas firmas de capital de risco do Vale do Silício, possui um teste básico para avaliar os milhares de planos de negócios que recebe por mês. A pergunta que ele faz é: "essa empresa existiria antes da Internet?"

Se a resposta for positiva, ele não perde tempo lendo o plano de negócios. Para a sua firma, as empresas vencedoras no mundo virtual são aquelas que dependem principalmente da tecnologia da Internet. Quem já vendia pão antes da rede existir não precisa dele para continuar vendendo.

Por tecnologia da Internet, entende-se tudo aquilo que está por trás dela, tudo aquilo que permitiu que ela existisse: desde o microprocessador até a descentralização das redes de computador. No entanto, ainda estamos presenciando o maior fenômeno dessa tecnologia que evolui de forma assombrosa: a conectividade. O futuro trará um número cada vez maior de máquinas conectadas entre si por meio da Web: assistentes digitais (Palm), celulares, televisões, automóveis, caixas registradoras etc. A velocidade de conexão deverá ser cada vez mais rápida, principalmente por meio da evolução da capacidade da fibra óptica. Não fui à toa que falei de "padrões" acima, pois esses também continuam em franco desenvolvimento e são necessários para o avanço da comunicação. O conceito de "padrões abertos", por exemplo, permite que máquinas de diferentes fabricantes comuniquem-se entre si.

Mas o que isso tudo tem a ver com a minha filha e o futuro que eu gostaria que ela vivesse? É difícil prever como serão as máquinas do futuro ou que nome daremos às novas tecnologias que surgirão. Porém, o princípio básico da disseminação da informação continuará, *como costuma*, impulsionando cada vez mais esse progresso. E a tendência é que essa informação seja cada vez mais de qualidade: rápida, precisa, personalizada, interativa, relevante. Mais do que novas máquinas, esse é o legado que espero passar adiante. Quem sabe assim não ficaremos alienados das novas gerações?

Por Stênio Toldo

lucrativo é extremamente rápido como exemplo. Diariamente especialistas em o padrão Betamax é muito superior ao padrão VHS. Este último, no entanto, foi o [inegável] "vencedor" dessa disputa entre tecnologias levado à força das grandes corporações que o defendiam.