

Conectividade e Informação - O *iPad* em suas mãos: Promovendo leitura, discussão online e inteligência social

Antonio Mendes da Silva Filho

*“Imagination is more important than knowledge.
Knowledge is limited.
Imagination encircles the world”.*

Albert Einstein

Nada resiste ao teste do tempo, exceto o amor. Refiro-me ao amor verdadeiro. Mas, neste artigo, não é meu intuito falar sobre o amor. Nosso cotidiano tem sido modificado por conta da inserção de novas tecnologias que promovem a interação entre pessoas, incentiva leitura e discussões, além de acesso a uma vasta base de informações. Dentro desse contexto, o objetivo deste artigo é dar continuidade a discussão iniciada em [1], explorando experiência e percepção

do usuário [2] no uso e adoção de nova tecnologia e o que ela pode fazer por você (usuário). O foco do artigo recai sobre o tablet da Apple, o iPad. Nesse sentido, este artigo trata da inserção do tablet no cotidiano dos usuários, promovendo leitura, discussões online e inteligência social.

Pare, por um minuto, e pense em três dos principais hábitos que ajudam a caracterizar os seres humanos?



Se você pensou na leitura, curiosidade e lazer, então percebe que tais hábitos são quase intrínsecos às pessoas. Note que o intuito aqui não é o de ser completo,

mas identificar hábitos do cotidiano das pessoas. Esses hábitos têm sido explorados nos produtos lançados pela

Apple (www.apple.com), como ilustra a Figura 1.

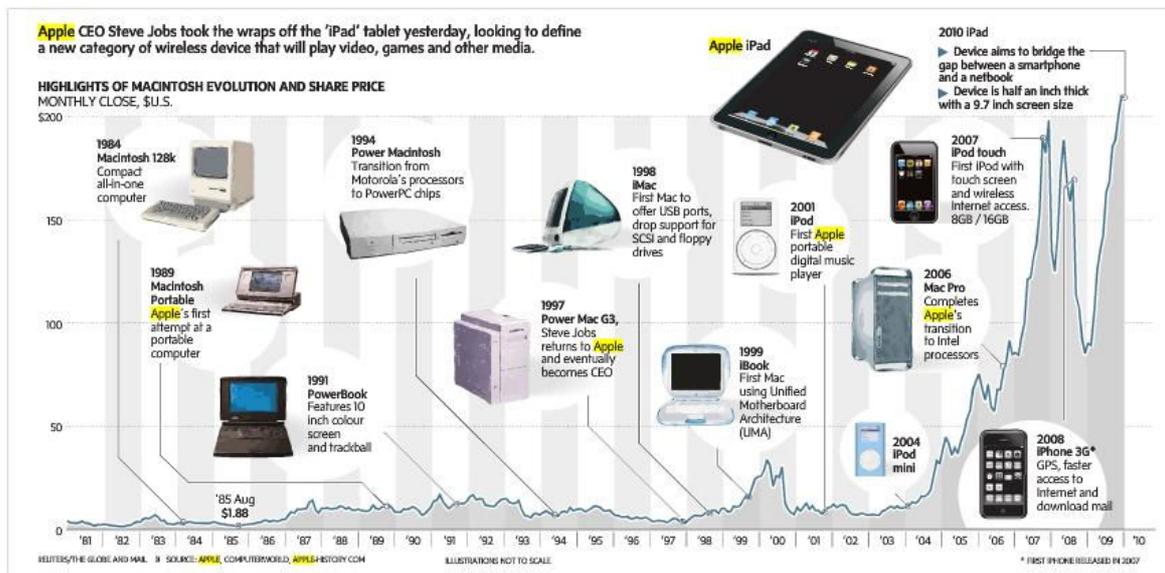


Figura 1 – Apple Graphic for Web (Fonte: <http://www.scribd.com/doc/25981653/Apple-iPad-graphic>)

Dentro desse contexto, este artigo visa analisar o iPad, produto lançado em abril de 2010, conforme ilustra vídeo de lançamento com Steve Jobs (<http://www.apple.com/quicktime/qtv/special/event01110/>).

O iPad pode parecer para alguns como um iPhone, devido ao conjunto de funcionalidades e aparência. Mas, engana-se quem pensa assim. A meta da Apple é muito mais ambiciosa em que ela visa ‘encolher’ os notebooks e ‘incrementar’ os smartphones. Perceba que ao fazer isso, a Apple sob a liderança de Steve Jobs tem criado produtos que oferecem funcionalidades para aquilo que são hábitos das pessoas, aquilo que está no cotidiano dos usuários como, por exemplo:

- Ler jornais, revistas, livros, blogs;
- Assistir vídeos e visualizar fotos;

- Compartilhar fotos, opiniões;
- Participar de jogos;
- Trocar mensagens e entrar em salas de bate-papo.

E o que o iPad tem a ver com tudo isso?

Tudo. O iPad é mais um projeto inovador da Apple que foi projetado para facilitar a vida dos usuários em suas atividades de leitura, diversão com jogos e consumo de outras mídias como vídeos, fotos e músicas, além claro de conteúdos de jornais e revistas. E a Apple está ‘sintonizada’ não apenas para necessidades e desejos do cotidiano das pessoas, mas também com o avanço tecnológico. A Figura 2 aponta que estamos saindo daquilo que foi denominado de network computing, que predominou na década de 90 e ao longo da década atual com advento e amplo uso da Internet, e agora começamos a entrar naquilo que tem sido denominado de smart computing

que permite às pessoas e instituições estarem conectadas todo o tempo e de qualquer lugar e terem ‘consciência’ do que está acontecendo em outras unidades da empresa ou em qualquer lugar do mundo. Você pode ter acesso comportamento do mercado de ações,

acompanhar eleições, participar interativamente em programas de rádio, TV, sites de notícias e blogs, e tudo isso em tempo real. Você pode ainda visualizar mapas e receber orientações de como chegar a um destino desejado.

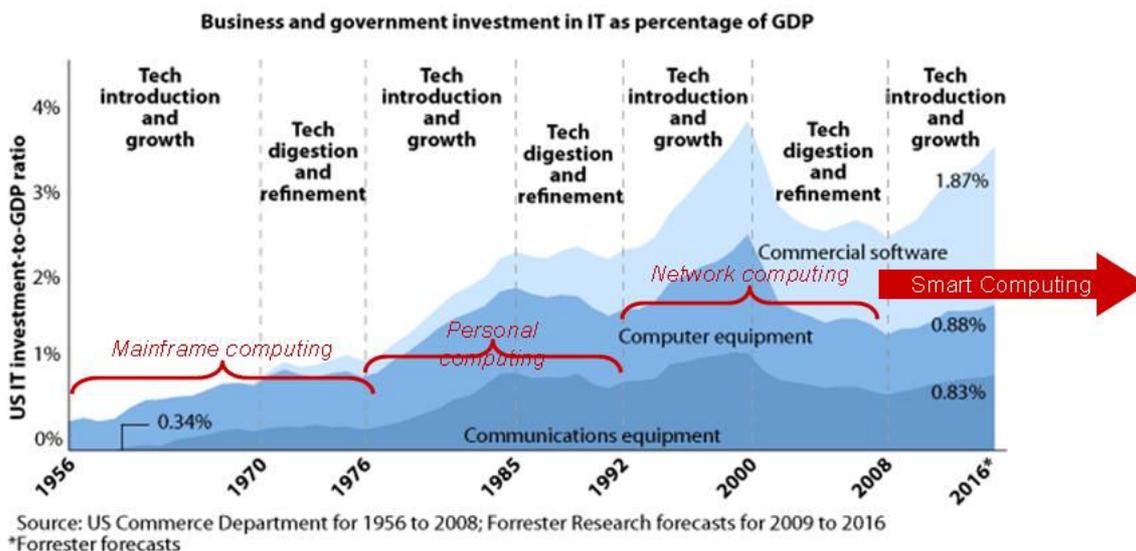
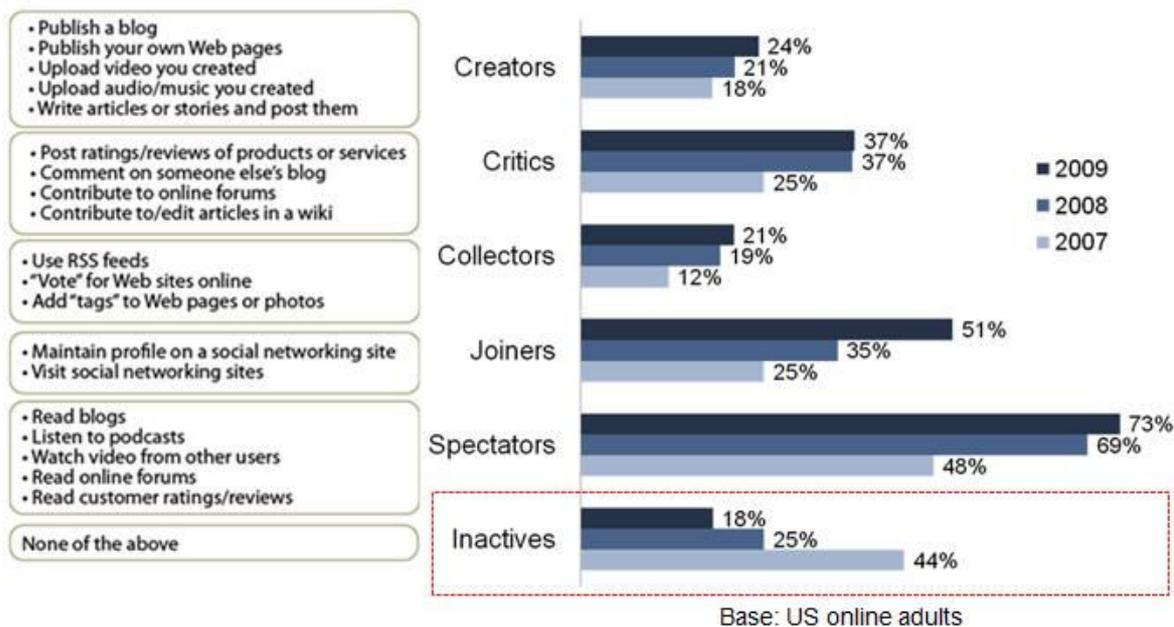


Figura 2 – Cronologia de avanço tecnológico.

Hoje, eu e vocês leitores não somos apenas consumidores de informações, mas também produtores dela. Para entender isso, considere o crescimento na adoção de diversas mídias sociais (como são denominadas). Isso inclui participação em diversas mídias sociais como blogs, Youtube, Twitter, Facebook, Flickr, LinkedIn, fóruns,

wiki's, dentre outros. O iPad é um dispositivo que permite seus usuários consultar e enviar emails, explorar a Web, montar e visualizar álbum de fotos com excelente resolução e qualidade, consultar mapas e visualizar percurso a um restaurante, pizzaria ou museu, elaborar apresentações, além de varias outras funcionalidades.



Source: North American Technographics® Interactive Marketing Online Survey, Q2 2009 (US), North American Technographics Media And Marketing Online Survey, Q2 2008, and North American Social Technographics Online Survey, Q2 2007

Figura 3: Adoção da mídia social.

Perceba que essas interações proporcionadas com o uso do iPad indiretamente pode ser considerada com uma espécie de promoção a uma maior interação e comunicação entre as pessoas, discussões online, leitura de variado conteúdo e ainda a inteligência social. Essa intensa interação com uso das mídias sociais promove o ciclo da inteligência social que resulta na criação de novas estratégias que podem resultar em novos produtos, ou guiar ações de marketing ou ainda inspirar novas discussões online.

Tudo isso é oferecido aos usuários ao preço de US\$ 499,00 (para a configuração básica), onde você pode fazer uso de interface de usuário que permite você explorar o iPad interagindo por meio de comandos por toque (na tela) de maneira fácil e intuitiva. Além disso, a Apple tem preocupação constante com a confiabilidade de seus produtos e,

pensando nisso, o produto conta com baterias mais duradouras (cerca de 10 horas de uso) e chip (processador desenvolvido com exclusividade para o iPad) que permite maior velocidade de processamento das aplicações. A estratégia da Apple focada em produto diferenciado no mercado é tanta que poucos dias atrás (abril de 2010), foi anunciada pela Apple a compra da Intrisinty (um fabricante de chips com maior desempenho), que visa prover as novas versões do iPad com processador (chip) mais rápido, confiável e que exija menos energia (consumindo menos bateria). Isso deveria servir de aprendizado para outras empresas no mercado e, mais especificamente, às brasileiras que buscam conquistar mercados e atuar com inovação.

Lembro que inovação vem da ousadia, vem da especulação, vem da imaginação, vem da ciência. Como um aliado da ciência, compartilho do

pensamento de Richard Feynman que disse que “*science expands the frontier of ignorance*”. A ciência não compreende fatos, isto é, aquilo que sabemos. A ciência pressupõe ousadia em especular, em avançar, em inovar, em explorar a imaginação, ou melhor, em explorar ‘saltos’ de imaginação. E, nessa busca por ‘expandir a fronteira’, precisamos lidar com questões de natureza econômica, cronológica e até ética. Mas, há algo que não deve ser limitado quando se busca ‘expandir a fronteira’: a imaginação. Isso foi muito

bem explicitado por um ilustre mestre ao dizer:

“Imagination is more important than knowledge. Knowledge is limited. Imagination encircles the world”. Albert Einstein.

[1] Conectividade e Informação: O iPad em suas mãos, disponível em <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/9843/5468>

[2] Conectividade: da user experience à usabilidade, disponível em <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/9505/5308>