

7º Comunicação em Pauta:
Comunicação Digital

Claro – 26 de março 2009

*Acesse ou imprima esta apresentação no
formato “Anotações”*

(PowerPoint :Menu Exibir > Anotações)

Terminologia



- Site – Sítio, lugar onde é possível construir um espaço interativo com o usuário de internet.
 - Multimídia – textos, sons, imagens.
- Intranet – Rede, geralmente baseada em páginas Web, voltado ao público interno.
- Web – setor multimídia da internet. Serviço onde as informações são disponibilizadas em forma de páginas multimídia.

Estas são apenas algumas definições que utilizaremos ao longo da apresentação. Serve, basicamente, para dar uma aquecida e verificar qual o seu nível de conhecimento sobre o assunto que vamos tratar aqui.

Bem, na verdade, você verá que, se esses são os termos que você mais domina sobre a Internet, atualmente, seus conceitos precisam ser revistos rapidamente.

Web 2.0



- Tim O'Reilly desenvolveu o termo estudando as empresas que sobreviveram ao cataclisma da bolsa de valores NASDAQ em 2001.
- Ao verificar as características semelhantes, criou um artigo em que estudava uma “nova” forma de ver a internet, que chamou de Web 2.0.

Tim O'Reilly e sua consultoria fizeram um estudo sobre as empresas, sites e sistemas internet que sobreviveram ao cataclisma de 2001. Para quem não se lembra foi o ano em que a bolsa de valores NASDAQ, que congrega a maior parte das empresas de tecnologia, quebrou, levando bolsas do mundo inteiro a sentirem o efeito daquela crise.

Em um famoso artigo, possível de ser retirado no endereço abaixo, O'Reilly e sua equipe trouxeram suas conclusões a respeito do assunto.

<http://www.scribd.com/doc/13798784/O-que-e-Web-20>

Características



- **O beta perpétuo** – Aprimoramento contínuo. Beta (informática) = programa na versão de testes, não finalizado.
- **Pequenas peças frouxamente unidas** - abra seus dados e serviços para que sejam reutilizados por outros. Reutilize dados e serviços de outros sempre que possível.
- **Software acima do nível de um único dispositivo** - não pense em aplicativos que estão no cliente ou servidor, mas desenvolva aplicativos que estão no espaço entre eles.
- **Lei da Conservação de Lucros**, de Clayton Christensen - lembre-se de que em um ambiente de rede, aplicativos abertos e protocolos padrões vencem.
- **Dados são o novo “Intel inside”** - a mais importante entre as futuras fontes de fechamento e vantagem competitiva serão os dados.

Essas são as principais características semelhantes entre as estratégias vencedoras. Entre elas, podemos citar os sistemas de leilão como o eBay (conteúdo e qualificações geradas pelos usuários) e blogs, de maneira geral, fazem parte do rol das poucas boas idéias que sobreviveram.

- Na situação de Beta Perpétuo, estão sites famosos como os sites do sistema Google (Google, Orkut, YouTube, Docs, entre outros). Aliás, o Google é um dos precursores desta idéia. Não há mais datas para lançamentos de versões de programas, sites e serviços. Os aprimoramentos são simplesmente lançados e, caso aceitos pelo público, permanecem, senão são descartados sumariamente. Podem até mesmo serem aproveitados posteriormente.
- É a idéia de fazer com que os conteúdos possam ser intercambiáveis. Por exemplo, coloque um player de um vídeo do YouTube no seu Blog, ou um pequeno aplicativo – gadget – em sua página.
- O software não é mais desenvolvido para um sistema operacional. Nem em nível de servidor, nem de usuário. Ele é desenvolvido para funcionar na Internet, seja qual servidor ou navegador seja utilizado.
- Clayton Christensen, aquele do artigo da cauda longa, defende que os aplicativos abertos e protocolos padrões vencem. Vantagem para os sistemas desenvolvidos em regime Open Source.
- Dados e informações são a principal vantagem competitiva e o verdadeiro patrimônio das empresas atualmente.

Uso da Web 2.0



Nesta tela, eu apresentei o começo de meus estudos na Web 2.0.

Eu estava em uma fase particularmente difícil. Havia deixado de ser sócio de uma sociedade em uma produtora de conteúdo para rádios, e não havia um outro projeto para implantar.

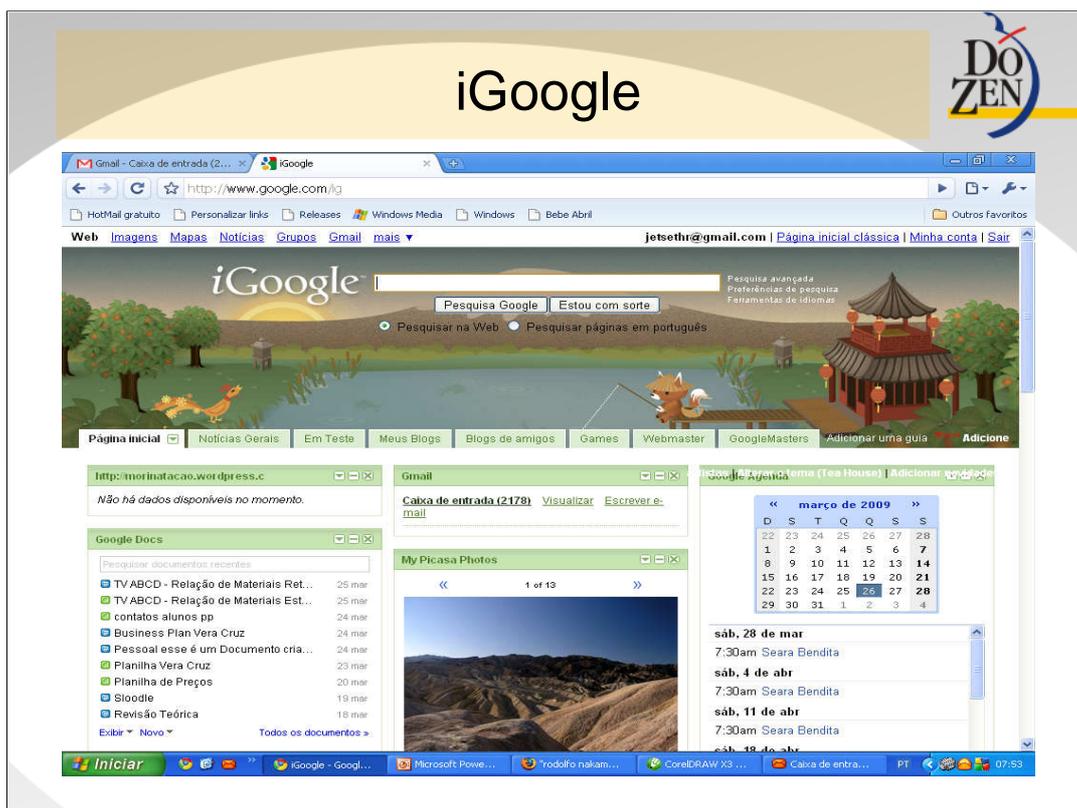
Fui ao Google e pesquisei “Rodolfo Nakamura”, assim, com aspas, para fechar a pesquisa nas ocorrências referentes ao meu nome de trabalho. Vieram 32 indicações. Fiquei feliz e resolvi checar cada uma delas. Era agosto de 2007.

Em dezembro, após intensos trabalhos na organização de um Congresso sobre Second Life e Educação, fiz uma nova pesquisa. Vieram 752 indicações. Um espanto. Com tempo, em dezembro, após o Congresso, chequei todos os links e cheguei à conclusão que todos referiam-se a mim mesmo.

O que eu fiz neste curto período de quatro meses? Criei 1 blog pessoal, 2 blogs referentes ao Congresso, 3 vídeo-aulas postadas no YouTube, 1 Wiki para desenvolvimento do projeto, alguns podcastings, uma conta no Second Life, comunidade no Orkut sobre o evento, e um pouco de marketing viral operado por email. Parece muita coisa, mas também foram 4 meses de trabalho.

Basicamente, utilizei ferramentas de Web 2.0.

SE, DESPRETENCIOSAMENTE, CONSEGUI ESSE RESULTADO PARA UMA PESSOA, O QUE EU PODERIA CONSEGUIR PARA UMA EMPRESA?



Esta é a tela do iGoogle. Uma das minhas melhores descobertas em Web 2.0.

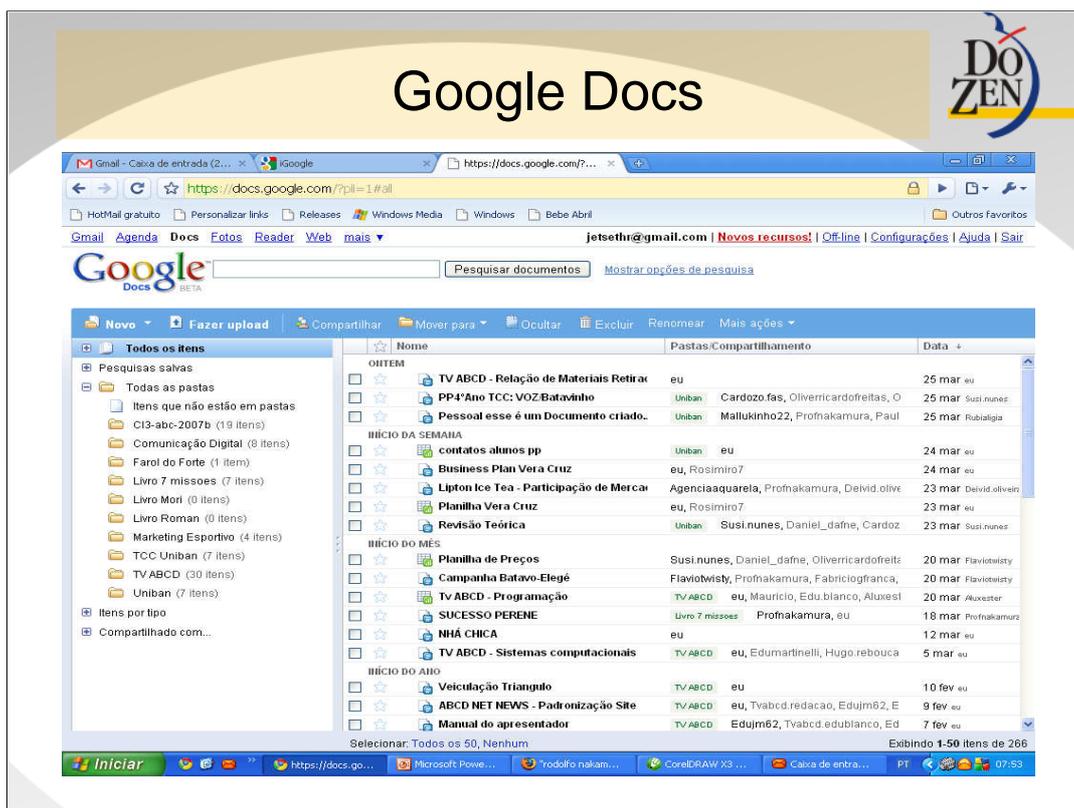
Afinal, como acompanhar o e-mail, os arquivos no Google Docs, os posts e comments dos meus Blogs, ou de meus amigos, os Wikis que foram gerados ao longo do projeto, além da minha agenda de compromissos?

A resposta é o iGoogle.

Existem vários Gadgets – miniaplicativos – que podem ser somados a este verdadeiro sistema que cria um portal pessoal para a internet.

Você pode incluir alguns deles logo na inscrição – para isso, basta um nome de usuário e senha Google, pode ser o do GMail ou do Orkut. Clique no link iGoogle que tem no Google, ou simplesmente digite **www.igoogle.com.br**.

Outra vantagem, principalmente para quem utiliza navegador internet FIREFOX ou GOOGLE CHROME, de transforma o iGoogle em um leitor de RSS (Really Simple Syndication). Em todo sistema de blog, costuma haver um botão laranjinha ou um link “Entries RSS”. É desta forma que acompanho os posts nos blogs de meu interesse ou os comentários em meus blogs.



Este é um dos meus aplicativos preferidos. Veja como tem relação direta com a terceira característica da Web 2.0 apresentada por Tim O'Reilly.

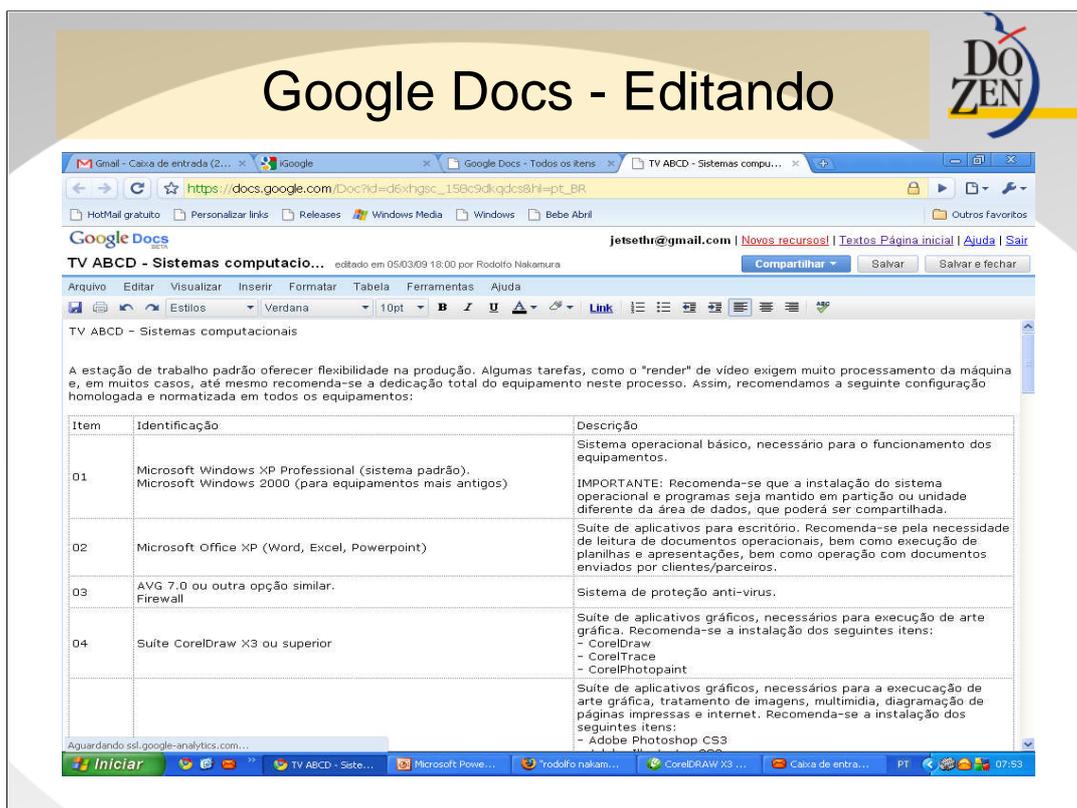
O GOOGLE DOCS permite a criação de:

- documentos de texto (semelhante a um MS Word)
- planilha (semelhante ao MS-Excel) ou
- apresentação (semelhante a um MS PowerPoint)

Tudo isso a partir de um acesso internet.

Você pode dispensar o pen-drive ou o disco de seu computador. Use-o somente para retirar uma cópia do documento gerado no Docs. E você ainda pode escolher se quer retirá-lo como compatível com Word, PDF, HTML, OpenOffice ou RTF, no caso de textos.

Observe que nem temos idéia sobre o servidor que o Docs foi desenvolvido. Do lado do usuário, basta um browser e acesso internet. Pode acessar do Macintosh, do Windows, Unix ou mesmo do SmartPhone (celular).

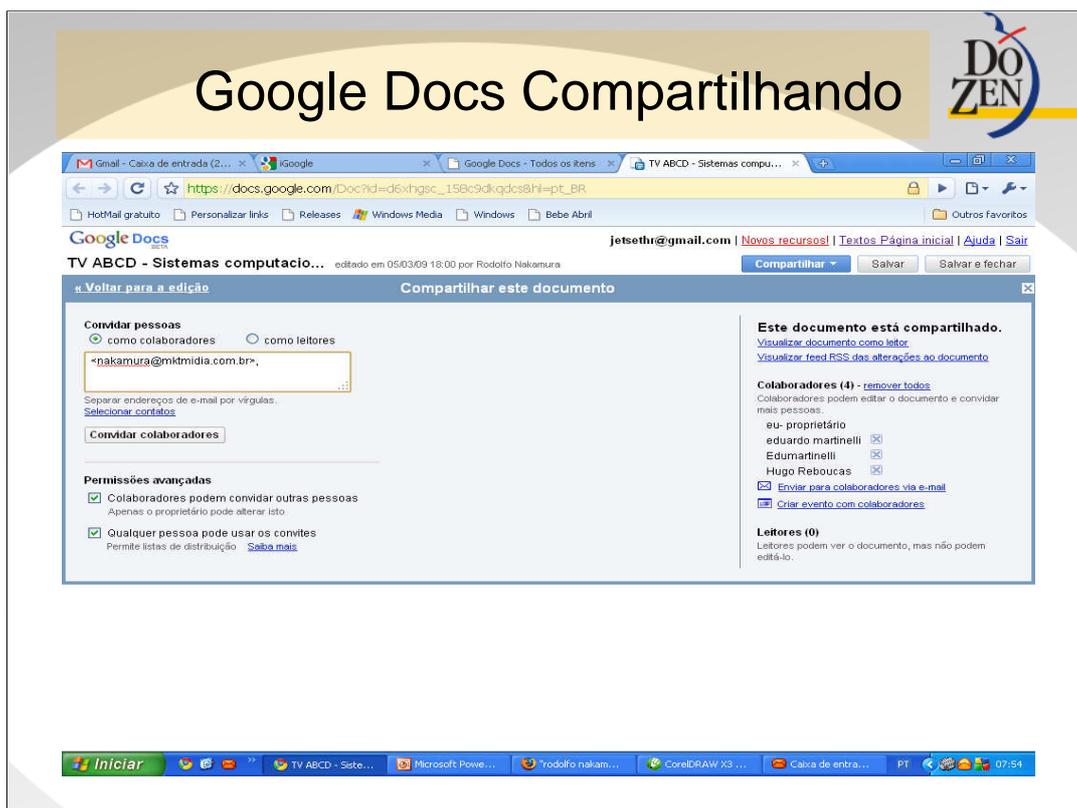


Veja que, ao trabalhar em um documento, o site ganha a aparência de um aplicativo, como um editor de texto.

Você poderá também compartilhar o arquivo com quem desejar, possibilitando trabalhos colaborativos. Pode, inclusive, editá-lo ao mesmo tempo que outras pessoas estão trabalhando no mesmo documento.

Outra vantagem é permitir o controle de versões. Caso alguma informação tenha sido editada (acrescentada, eliminada ou alterada) indevidamente, basta procurar a versão do documento que contém a informação correta e trazê-la para a versão mais recente.

Finalizando, ele tem salvamento automático, como toda aplicação Web 2.0 que se preze. Sem dúvida, comodidade e segurança adicionais.



Para compartilhar o documento é muito fácil. Basta clicar na guia correspondente, quando o documento estiver aberto.

A pessoa que receberá o documento poderá trabalhar como colaborador (com poderes para editá-lo) ou simplesmente leitor.

Uma mensagem que você pode personalizar avisa os convidados que há um novo documento a espera da avaliação.

Uma das principais vantagens é não duplicar os documentos em que atualizações e correções podem se perder ao longo do processo. Faça com que todos visualizem e editem um só documento.

Todas as alterações e visualizações são registradas em um histórico, permitindo rápida verificação da participação de cada componente no desenvolvimento do projeto.

Blog



- Diário na internet, para troca de informações sobre sites mais visitados.
- IBM: Central de Blogs
 - 50 mil blogs internos
 - 100 externos
- 47% dos endereços visitados na internet, em 2008, são blogs

BLOG – O termo original era WebLog, ou seja, um registro da Web. Nos primórdios da internet, era utilizado pelos internautas para compartilhar os endereços que tinham visitado e dar um rápido parecer sobre a qualidade dos sites.

Com o tempo, começou a ser utilizado como uma espécie de diário. Ganhou, inclusive, uma versão com uso massivo de fotos – os fotologs.

Atualmente, mais de 47% dos endereços visitados na Internet Brasileira, são blogs. Um número expressivo, considerando todos os demais tipos de endereços, como sites convencionais, leilão, relacionamento, wikis e outras variações.

Um caso emblemático é o da IBM. Nesta empresa, há uma central de blogs, incentivando cada colaborador a criar o seu.

Cerca de 500 blogs nascem ou são desativados por dia no universo IBM WorldWide. Alguns são, inclusive, utilizados para assuntos pontuais, como a realização de um evento. Outros, bem intencionados, são desativados pelo pouco acesso, falta de atualização ou desinteresse do próprio dono do blog.

Muitos tornaram-se fontes de consulta dentro da empresa, facilitando o intercâmbio de informações de natureza diversa – de situações técnicas a cotidianas.

Alguns blogs são voltados ao público externo, com interesse de gerar melhor intercâmbio entre a empresa e o mercado.

Blog



- Multinacional área automobilística
 - Blog do presidente
 - Utilização em comunicação institucional
 - Espaço para disseminar o pensamento da alta direção da empresa.

Utilizamos para ilustrar o caso do presidente de uma multinacional brasileira. Como forma de aprimorar os estudos da língua portuguesa, resolveu implantar um Blog na intranet da companhia. Teria duplo propósito, já que também aproximaria a figura do presidente de todos os funcionários, o que aumentaria o conhecimento sobre suas idéias, filosofia de trabalho e diretrizes.

No entanto, em um dos posts, ele resolveu desabafar sobre o grave estado de saúde de sua esposa. Algum tempo depois, ele resolveu postar sobre a dor que sentiu com, digamos, a partida de sua companheira de tantos anos para a Pátria Espiritual.

Imaginem o impacto que esta atitude teve na empresa. É um presidente ativo, que frequentemente visita todos os departamentos da empresa, inclusive o chão de fábrica. Nas semanas seguintes, todos poderiam compreender seu estado de espírito e puderam lhe prestar respeito, com pequenos gestos que denotavam mensagens encorajadoras, mesmo que não-verbais.

Por outro lado, ele também pode receber esse respeito, ao caminhar pela fábrica e entender a comoção que rodeava suas visitas.

Informação sem rumores. Sem “telefone sem fio”. Sem “rádio-peão”.
Direto da fonte.

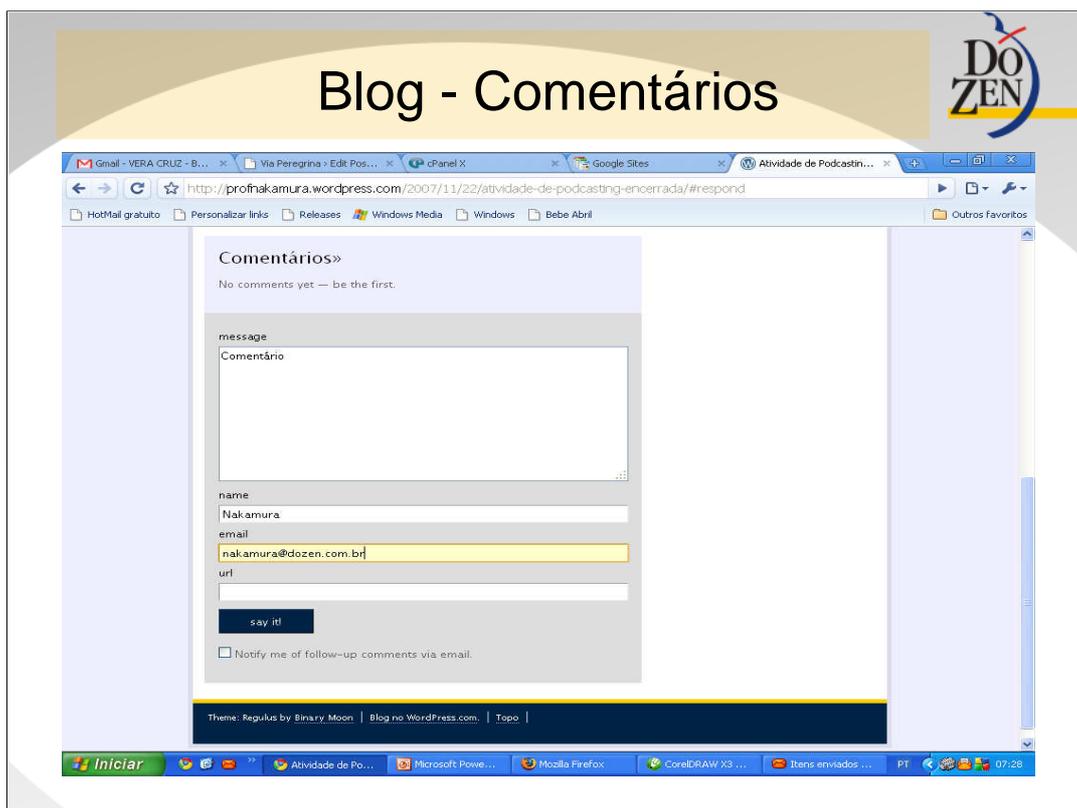


Este é um exemplo de blog. Trouxe proposadamente um que foi utilizado em sala de aula e foi mantido pelos alunos.

Os blogs têm características comuns, inclusive de layout:

- Normalmente o conteúdo dinâmico, que recebe atualizações frequentes, ficam à esquerda.
- À direita, ficam links e demais recursos. Observem que existem links para RSS tanto de posts como de comentários.
- Podem haver páginas “estáticas”, de conteúdo pouco atualizável. São úteis para expor os objetivos do blog, além de falar um pouco mais sobre o blogueiro.

Por ser mantido por pessoas ou um pequeno grupo de pessoas – os blogueiros – há uma tendência de manter uma característica pessoal na transmissão da mensagem.



Esta tela exemplifica a facilidade que as pessoas têm de interagir com o blog e o blogueiro. Basta preencher um pequeno formulário e enviar a mensagem.

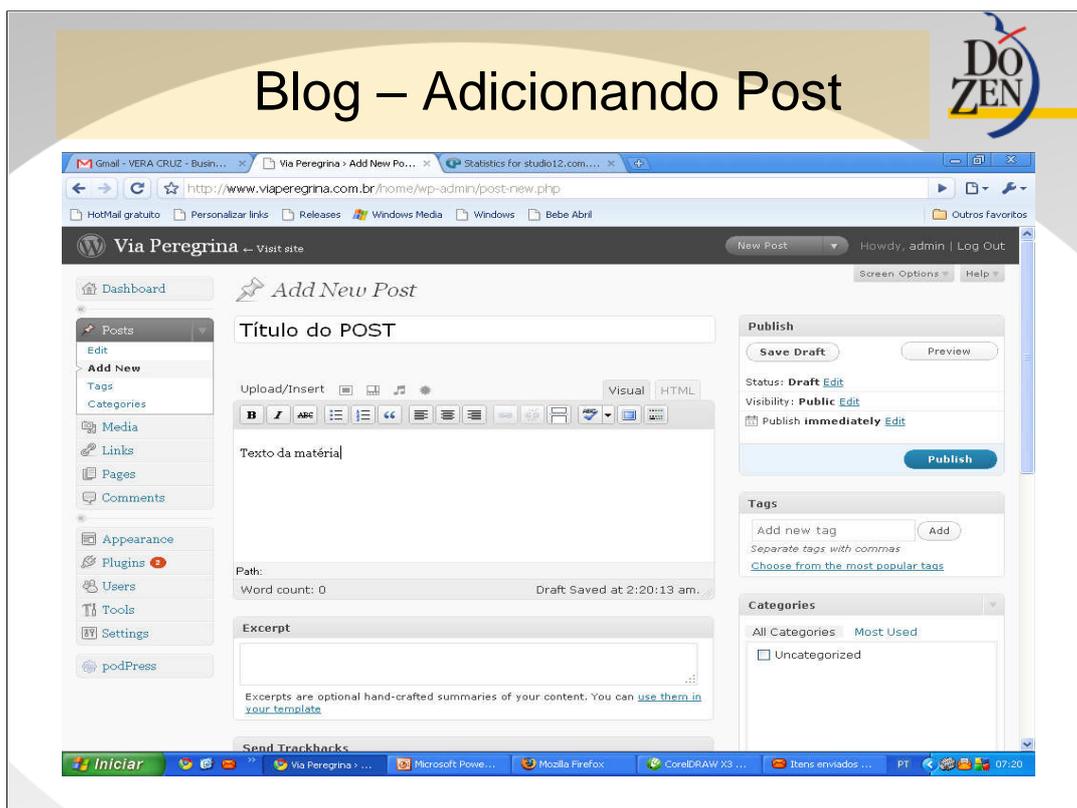
Um exemplo interessante é do site do jornal de grande circulação na cidade de São Paulo. Um blog foi criado com a finalidade de divulgar um evento cultural. No entanto, os blogueiros notaram que os leitores insistiam em acessar este blog e postar comentários sobre o escândalo político da época.

Por mais que se esforçassem, avisando que o blog nada tinha a ver com o assunto, os leitores continuavam a postar suas opiniões.

Foi então que percebeu-se o quanto os leitores queriam participar, reclamar, compartilhar suas opiniões. Assim começou a estratégia de blogs dos grandes veículos de comunicação do país.



Este é um painel de controles de um blog. Os usuários de uma empresa precisam de um breve treinamento para a nova linguagem e a nova ferramenta. Tudo o que precisam fazer para começar um blog é saber que, para colocar um novo conteúdo, precisam clicar no link “ADIONAR NOVO POST”



Em seguida, basta preencher o título do Post e, abaixo, o conteúdo da matéria. Veja que uma pequena barra de formatação aparece, facilitando ainda mais o trabalho de edição e formatação do texto.

Basta, a seguir, clicar no botão “POSTAR” para o conteúdo imediatamente estar disponível no blog.

Nada de sistemas complicados dos primeiros tempos de internet. Nada de HTML ou outra linguagem de programação. Basta preencher um formulário e enviar o conteúdo para o sistema.



Para incluir uma imagem, como uma foto, basta clicar em um botão correspondente e enviá-lo junto com o POST.

O Wordpress, sistema de gerenciamento de blog, permite, inclusive que sejam incluídos episódios de Podcasting, uma maneira divertida e diferente de compartilhar conteúdo de áudio em formato MP3.

Estas telas de exemplo do Blog servem apenas para ilustrar a facilidade que envolve a ferramenta. Esse é um ideal da Web 2.0.

Veja que duas principais barreiras precisam ser vencidas:

- Uma nova cultura de geração de conteúdo por parte dos colaboradores deve, inclusive, ser patrocinada pela alta direção;
- Como tudo na vida, o começo requer alguma adaptação. Esta tarefa passa pelo conhecimento de novas nomenclaturas e o entendimento das novas ferramentas, o que prescinde treinamentos e workshops.

Considere, inclusive, a adoção de um Wiki para criar tutoriais e instruções para os novos usuários. Os mais experientes podem contribuir para que o conhecimento seja gerado e chegue até os menos experientes.

Podcasting



- Nome deriva do dispositivo iPod, da Apple;
- Arquivos de áudio, em formato mp3;
- Normalmente, é formatado como um programa de rádio;
- Inovação: no caso do iPod, permite assinatura de conteúdo. Quando há um novo episódio, ele é automaticamente carregado para o *player*.

Falando nele, está aí a explicação do que é um Podcasting.

Em um blog ou em um site que permite o gerenciamento de Podcastings, é comum ficar disponível um player na própria página. Assim, o usuário pode escutar pela Web, baixar o arquivo ou ainda assinar o canal de Podcasting clicando sobre o FEED RSS que o site disponibiliza.

O mais interessante é que, assim como o rádio, o conteúdo em formato de áudio permite que o usuário execute uma outra tarefa enquanto consome o conteúdo.

Alguns endereços interessantes de Podcasting que eu selecionei para você:

<http://maximidia.mmonline.com.br/eventos/maximidia/maximidia2008/maximidia!maxipod.action>

<http://www.podcastingbrasil.com.br>

<http://www.profmarinspod.com.br/>

Podcasting - Produção



- Computador com entrada para microfone
- Software para edição de áudio
 - Soundforge
 - Audiomedia (Freeware)

Para criar um PODCAST basta gravar um arquivo em formato MP3.

Basta um computador com entrada de som (praticamente todos o tem, inclusive os notebooks) e um headphone com microfone.

Um software de captação e edição de áudio, como o Audiomedia, totalmente freeware em português, pode ajudá-lo na edição.

Posteriormente, você deve publicar seu podcasting. A sugestão inicial é publicá-lo em um serviço de blog que já tenha uma ferramenta preparada para tal recurso.

Entre os programas mais apreciados, estão o PODPRESS, presente em algumas versões do sistema de blog WORDPRESS.

Ambos são OpenSource, oferecem boa gama de recursos e podem ser retirados e utilizados livre e gratuitamente da internet.

Wiki



- Wikiwiki, na língua Maori (Havai): rápido
- Wikis: sistema rápido para criar sites.
 - Participação ativa dos usuários;
 - Todos podem editar (incluir, excluir ou modificar) conteúdos.
 - Controle de versões;
- Uso corporativo:
 - Criação de manuais
 - Documentação de projetos ou sistemas

Estamos entrando agora no ambiente dos WIKIs.

Wikiwiki, no idioma Maori, falado no Havai, significa “muito rápido”.

Trata-se de um sistema que permite gerar rapidamente um site, organizado como uma árvore de informações, e que contém recursos fáceis e ágeis para gerar e gerenciar um conteúdo.

Algumas empresas já estão adotando o Wiki como ferramenta para interatividade com o usuário de seus produtos. Ao invés de forums, a empresa permite que os manuais sejam criados a partir da experiência dos próprios clientes.

Isto é possível a partir da criação de um conteúdo básico, que pode ser expandido pela comunidade.

Também é possível criar um repositório de informações sobre projetos ou mesmo procedimentos dentro de uma empresa.

UM WIKI PODE SER UMA IMPORTANTE FERRAMENTA DE GESTÃO DO CONHECIMENTO DE UMA ORGANIZAÇÃO.

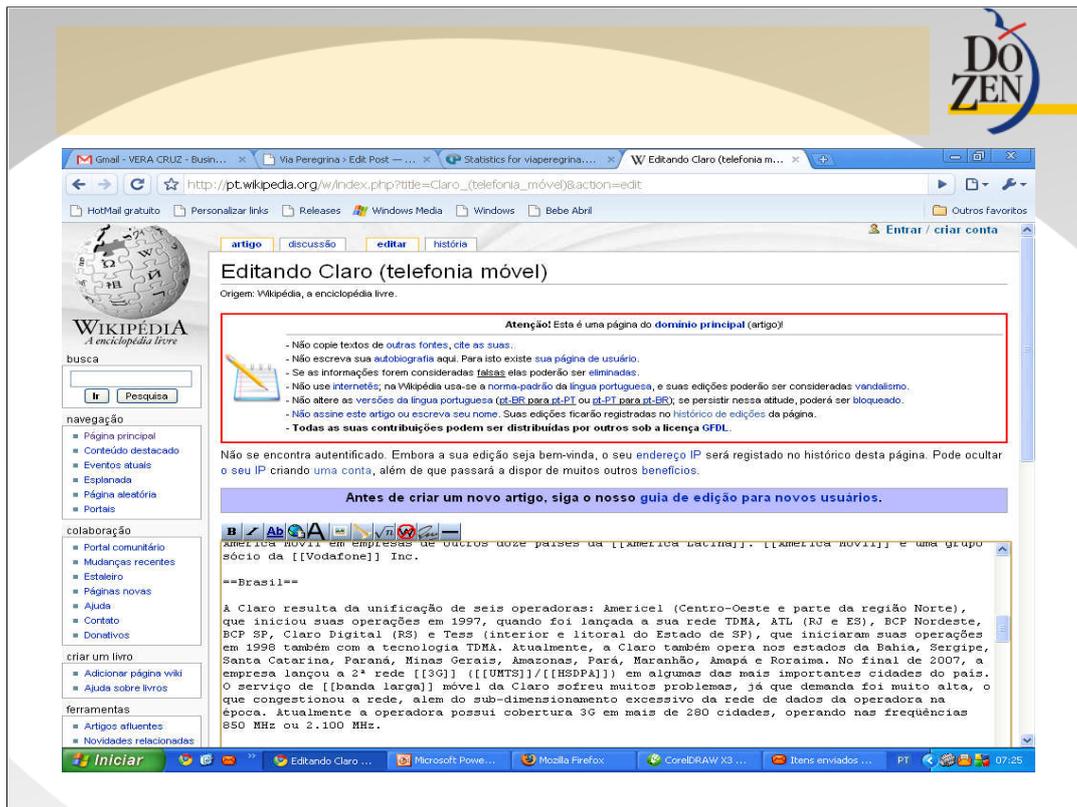
Pessoas vêm e vão. Mas a cultura da empresa permanece.



O primeiro sistema a utilizar essa idéia com sucesso foi o Wikipedia, considerado a maior enciclopédia do mundo. Seu conteúdo é gerado pelos próprios usuários – o que faz com que seu conteúdo seja questionado a todo instante, pois é controlado pela comunidade e não por um único editor, ou empresa ou conjunto de editores.

Todos podem contribuir em um wiki, livremente. Basta clicar no link “EDITAR” para começar a edição. Pode-se criar um link a partir de algum termo do texto. Caso esse termo já exista no conteúdo do Wiki, o link é gerado automaticamente. Caso não exista, pode-se acrescentar uma nova página com o conteúdo.

Lembramos que, para a maioria dos sistemas, o título da página já é a referência sobre os termos existentes em um Wiki.

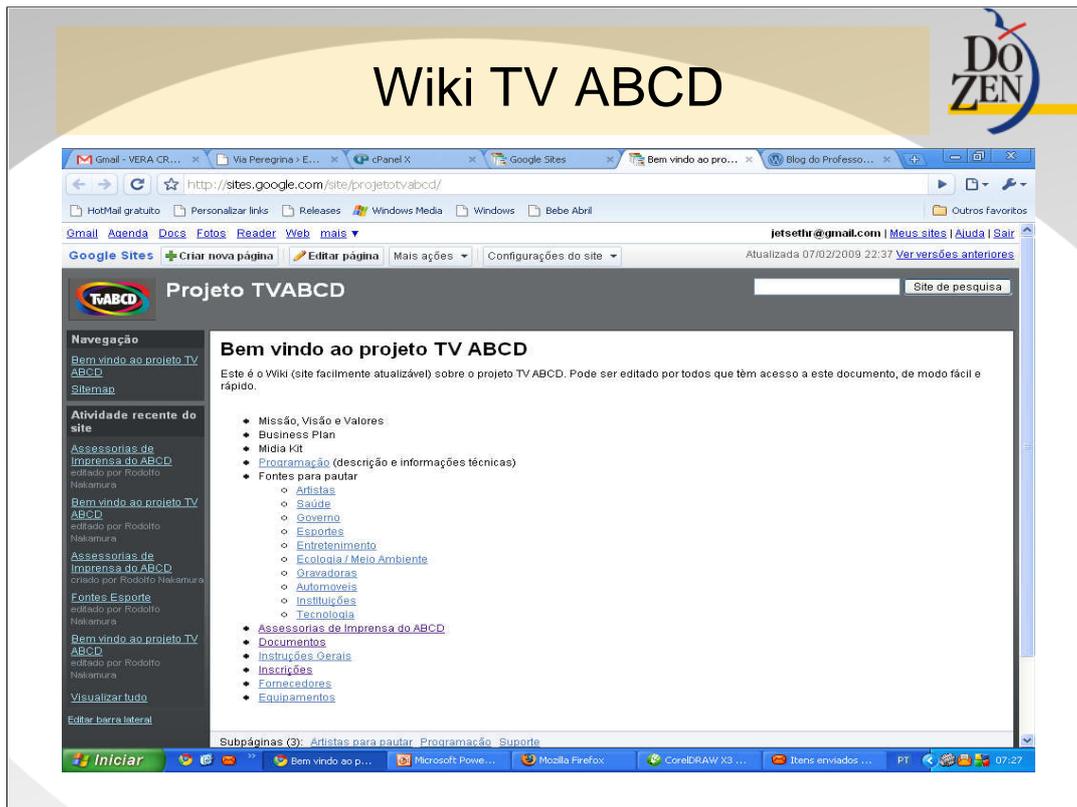


Esta é uma tela de edição do Wiki. Observe que surge uma pequena barra com alguns botões, semelhantes a um aplicativo de edição de texto, facilitando a formatação do texto.

No caso do Wikipedia, a edição de texto não é tão óbvia, uma vez que os comandos HTML surgem misturados ao conteúdo. Mas, rapidamente consegue-se familiaridade com o sistema.

O sistema Wikipedia é OPEN SOURCE e pode ser instalado e utilizado livremente. Basta retirá-lo no site <http://www.wikipedia.org>.

Por ser OpenSource, tem recebido diversas colaborações e novas implementações, sempre melhorando o sistema e tornando-o mais poderoso.

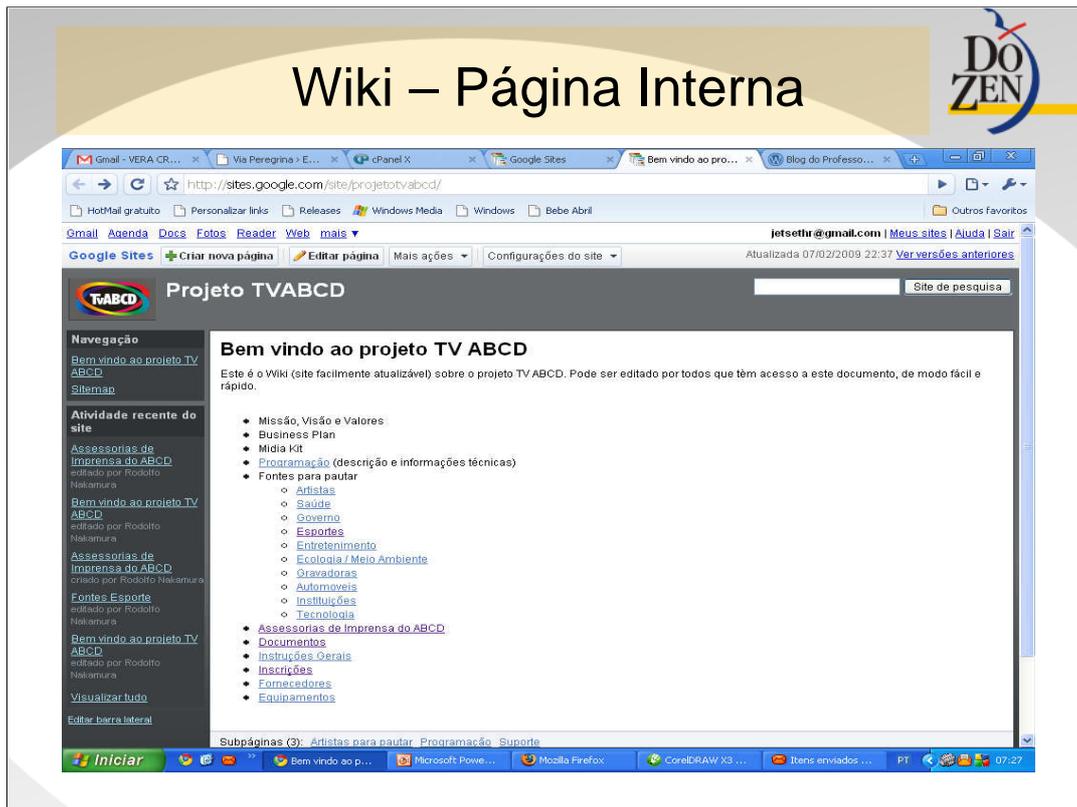


No projeto de implantação do projeto da TV por internet (IpTV) TV ABCD (<http://www.tvabcd.com.br>) foi utilizado um Wiki para documentar alguns procedimentos.

Neste caso, utilizamos o Google Sites, um sistema que gera rapidamente um Site com estrutura Wiki.

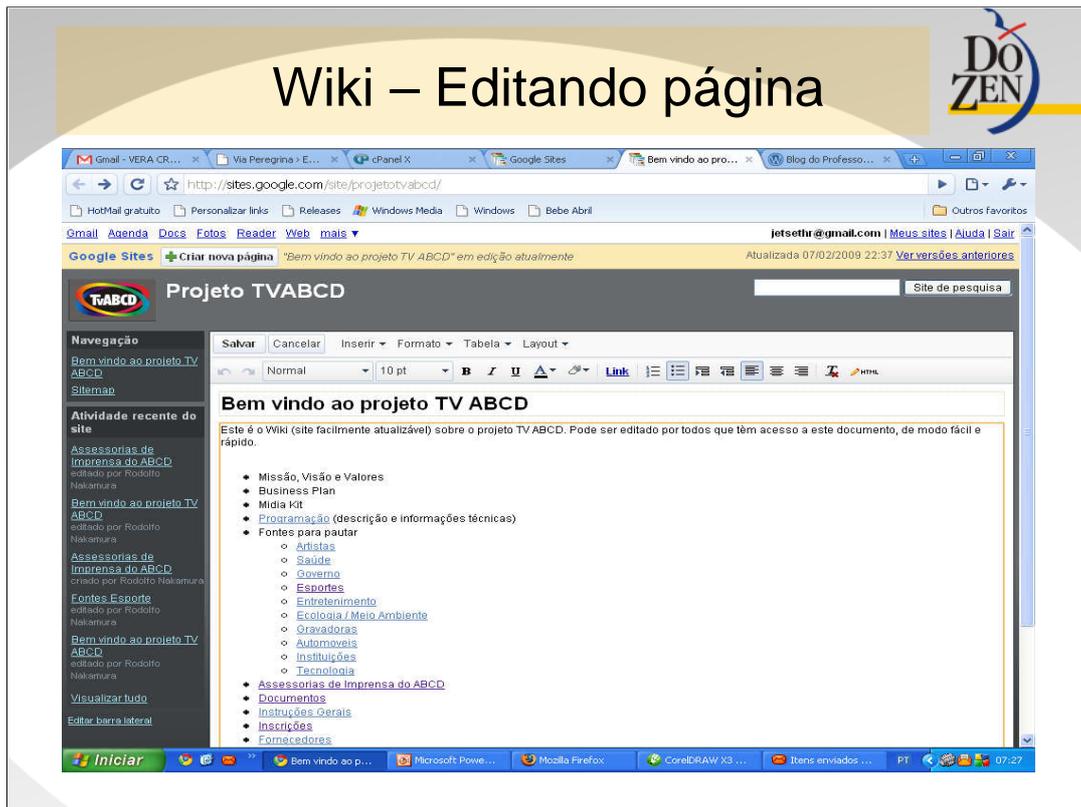
Para utilizá-lo, basta, novamente, uma senha Google e acessar o endereço

<http://sites.google.com>



Aqui, entramos em uma página interna, bastando para isso, clicar em um link. Vamos clicar no botão “editar”, no topo da página...

Wiki – Editando página



... E aqui estamos na tela de edição do documento.

Novamente, percebe-se que surge uma barra de ferramentas, facilitando o trabalho de formatação do arquivo.

A estética do site pode ser alterada a partir de modelos (templates) fornecidos pelo próprio Google. Algum nível de personalização é permitido, mas a estrutura básica é mantida em todos os sites.

O Google Sites, inclusive, fornece modelos de wikis prontos, de acordo com os objetivos do projeto. Vale a pena conhecê-lo para iniciar uma estratégia Wiki.

Web 2.0

Comunicação Interna

Curioso para saber como a Web 2.0 está sendo implantada nas empresas?

Sugestão:

Acesse os podcastings do Seminário Web 2.0 da editora abril. O evento foi em 2007, mas alguns dos temas continuam quentes!

<http://info.abril.com.br/seminariosinfo/web20/cobertura/>

Particularmente veja o que, há dois anos atrás, as empresas faziam com Blogs e Wikis!



Este é um exemplo de utilização dos recursos mais modernos de internet para a rede interna.

O Direto da Record, um programa desenvolvido pelo departamento de comunicação da emissora, é destinado ao público interno. No entanto, é aberto ao público em geral, bastando para isso acessar a URL correta.

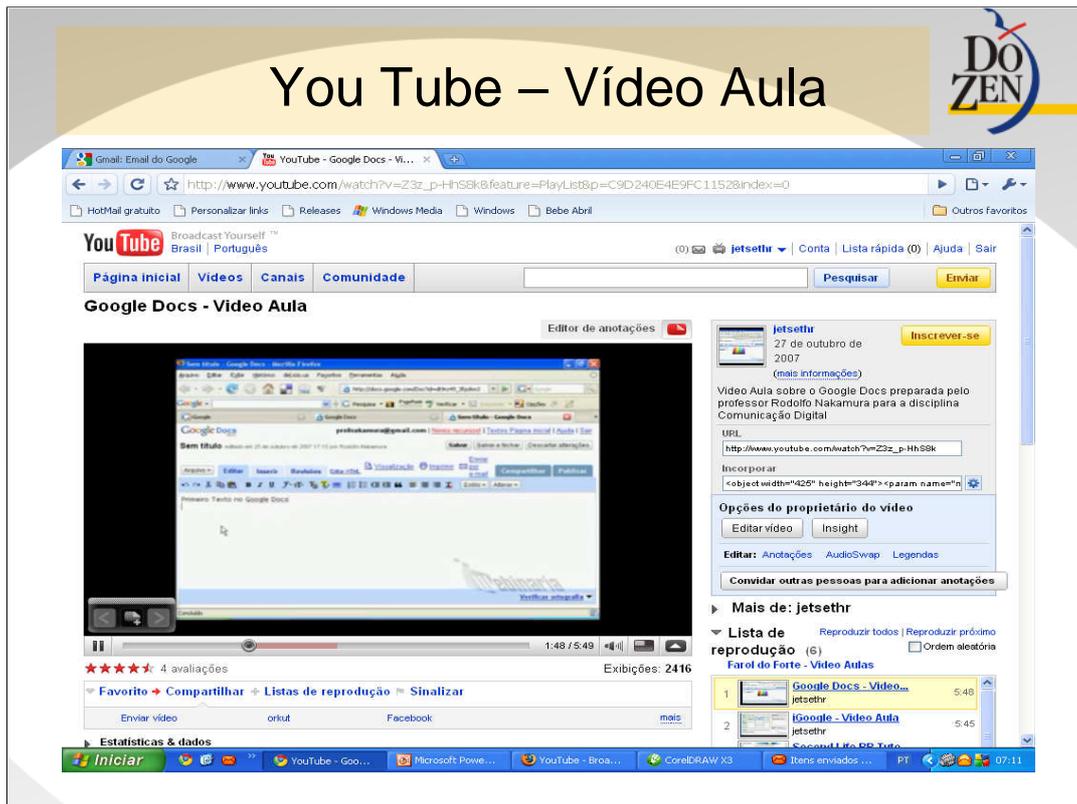
Direto da Record no You Tube



The screenshot displays a YouTube page for a live broadcast. The video player shows a woman in a green dress speaking in a studio setting with the 'DA RECORD' logo. The video title is 'DIRETO DA RECORD MOSTRA O ARQUIVO DE IMAGENS DA RECORD'. The interface includes navigation tabs (Página inicial, Vídeos, Canais, Comunidade), a search bar, and various advertisements on the right side, including one for HP Pavilion laptops and another for 'PROMESSAS AMOR'.

Além disso, todo o conteúdo do Direto da Record é publicado no site YouTube. A Record, inclusive, possui um canal neste serviço, possibilitando que o público em geral tenha contato com os bastidores da produção dos programas.

You Tube – Vídeo Aula



Este é um dos recursos que utilizei pessoalmente pela Web 2.0. A publicação de vídeo-aulas sobre o Google Docs, iGoogle e Blog Wordpress aumentou consideravelmente minhas indicações no buscador Google.

Embora pouco visualizado no próprio YouTube, os vídeos foram baixados e postados em outros serviços de vídeo, criando novas indicações para meu nome.

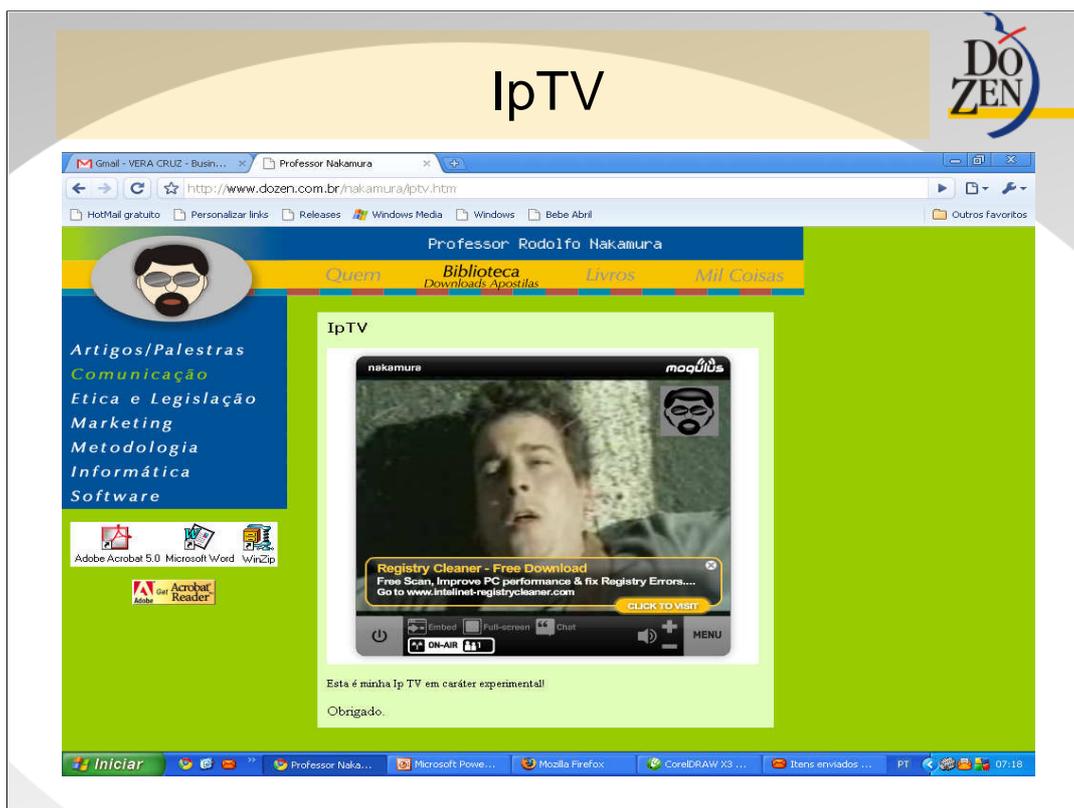
Além disso, a utilização do código EMBED (Incorporação) fornecido pelo YouTube permite que o vídeo seja visualizado em outros sites, blogs ou wikis. Basta copiá-lo e colá-lo no código HTML da página onde será exibido.



Por exemplo, este player incorporado no setor de vídeo-aulas da editora Farol do Forte (<http://www.faroldoforte.com.br>) é gerado e gerenciado a partir do YouTube.

Para que esse player surgisse na página, bastou copiar um código EMBED do YouTube e colá-lo na página da editora.

Inclusive, se você desejar assistir às videoaulas sobre iGoogle, Google Docs ou blog Wordpress, está feito o convite!



Esta tela mostra uma tela de uma experiência em IpTV dentro de um outro site. Novamente, para publicar este player na página, bastou copiar e colar um código EMBED fornecido pelo serviço.

Aqui, foi utilizado o MOGULUS (<http://www.mogulus.com>), um serviço que cria canais IpTV gratuitos (na verdade, nesta modalidade gratuita, propagandas aparecem de tempos em tempos na programação).

A diferença fundamental entre o You Tube e o Mogulus é que neste último há uma completa seleção de serviços, como um verdadeiro Switcher de uma emissora:

- Pode-se acrescentar vídeos do computador ou diretamente do YouTube. A programação é contínua, repetindo a sequencia de vídeos selecionada (playlist).
- Pode-se incluir marcas d'água e GC (Gerador de Caracteres) que, basicamente, são a legenda da imagem.
- Pode-se ativar uma programação AO VIVO. Caso você possua uma WebCam, pode entrar ao vivo em seu canal de IpTV.
- Caso você tenha uma completa estrutura de estúdio, com várias câmeras e controle de edição de imagens por mesa de corte ou Switcher, pode ligá-la no Mogulus, realizando uma transmissão ainda mais profissional.

É uma ótima maneira de experimentar o IpTV na estratégia de comunicação de sua empresa.

Obrigado

Rodolfo Nakamura

nakamura@dozen.com.br

www.dozen.com.br / www.viaperegrina.com.br

11 7868.0236 – Nextel 54*35339

Antes de finalizar, gostaria de deixar uma mensagem.

Muitas ferramentas apresentadas aqui podem mostrar a marca deles - os fornecedores do serviço. Ou apresentar uma qualidade inferior a de uma outra maneira de distribuição de conteúdo. Ou ainda facilitar muito que o conteúdo seja distribuído sem que haja controle sobre direitos autorais.

Pois convido-os à reflexão sobre o benefício que esses recursos trazem para a comunicação em geral, seja interpessoal ou empresarial, seja com qual público seja destinado.

Estamos na era em que a informação é o bem mais valioso. Mas também no momento em que o mais rápido é preferível ao melhor. Alie sua qualidade à rapidez e terá a fórmula certa.

Essa apresentação ainda não falou do Scribd (embora um dos endereços indicados seja o próprio – sobre onde encontrar o artigo de Tim O’Reilly sobre Web 2.0), ou o Twitter, Flickr e tantos outros serviços interessantes. Esse é um campo novo, aberto a experimentações.

Finalmente, lembre-se da célebre frase do artista plástico Andy Warhol: “No futuro, todos terão direito aos seus quinze minutos de fama”. Pois aceite que muitos, senão todos, querem participar de alguma forma. Acredite neles. Aposte nesta idéia. Essa pode ser a chave do futuro das corporações... E a porta já está sendo aberta!

Obrigado pela sua atenção.

Rodolfo Nakamura