

JACK LONDON

Adeus, facebook



O Mundo Pós-Digital

TEXTOS ESSENCIAIS PARA
COMPREENDER O FUTURO DAS MUDANÇAS
E AS MUDANÇAS DO FUTURO.

valentina 

Copyright © 2012 by Jack London

CAPA
Raul Fernandes

DIAGRAMAÇÃO
FA studio

Impresso no Brasil
Printed in Brazil
2014

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

L838a 2. ed.	London, Jack Adeus, Facebook: o mundo pós-digital / Jack London. — 2.ed. — Rio de Janeiro: Valentina, 2014.
-----------------	---

176p. : 21 cm

ISBN 978-85-65859-05-9

1. Inovação tecnológica. 2. Criatividade na tecnologia. 3. Empreendedorismo.
4. Administração de empresas. 5. Administração - Inovações tecnológicas.
I. Título.

13-1733.

CDD: 658.4012 CDU: 65.012.2

Todos os livros da Editora Valentina estão em conformidade com
o novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa.

Todos os direitos desta edição reservados à

EDITORA VALENTINA
Rua Santa Clara 50/1107 – Copacabana
Rio de Janeiro – 22041-012
Tel/Fax: (21) 3208-8777
www.editoravaleentina.com.br



PARTE I

O Mundo Pós-Digital

- 1 A Sociedade Pós-Digital • 11
- 2 Nenhum Futuro? • 15
- 3 A Tecnociência como Soberana • 18
- 4 A Imortalidade Possível • 21
- 5 Mares, Máquinas e Massas • 24
- 6 Processos de Conhecimento • 27
- 7 A História do Velho Gut • 29
- 8 Século 20: uma Ciência Chinfrim • 32

PARTE II

Adeus, Facebook. Bom Dia, Futuro

- 1 Adeus, Facebook • 37
- 2 O Fim da Web • 40
- 3 O Reinado do Insustentável • 43
- 4 Yes, ICANN • 46
- 5 Os Novos Polos Dinâmicos • 49
- 6 Como Perder Dois Bilhões de Dólares • 52
- 7 Batalhas em Curso • 55
- 8 Twitter? Que Twitter? • 59
- 9 Deuses Agitados • 61
- 10 Do Você Parle Deutsch? • 64
- 11 Criatividade, Genialidade e Loucura • 67

PARTE III

Empreendedores e Empresas

- 1 Construindo Marcas • 73
- 2 Missão, Visão e Valores • 77
- 3 Empreender em Fogo • 81
- 4 O Verdadeiro Papel e Dimensão das PMEs • 85
- 5 Duas ou Três Coisas que Eu Sei Delas • 89
- 6 Bol(h)a de Cristal • 92
- 7 Aumentando a Produtividade em 500% • 97
- 8 Como Medir e Exercer a Tal da Criatividade • 102
- 9 Como Empreender com Baixo Risco num
Momento Delicado da Economia • 105

PARTE IV

O Brasil, Você e a Internet

- 1 Me Serve, Vadia • 113
- 2 Brasil, País do Passado • 117
- 3 Crescimento Sustentável e Ignorância • 120
- 4 Ocupar a Internet Brasil • 124
- 5 Comunicação Tecnológica no Brasil • 128
- 6 A Copa de 2014: Oportunidades e Alertas • 132
- 7 Os Grandes Eventos de Massa • 138

PARTE V
A Crise da Tecnologia: Fim de uma Era

- 1 Acabou-se o que Era Doce • 143
- 2 Chegou a Hora dos e-Livros? • 147
- 3 Você É o que Você Fala • 150
- 4 Consumidor: Ai se Eu te Pegar! • 154
- 5 Você e a Internet:
Parceiros ou Apenas Conhecidos? • 159
- 6 Três Dicas de Enriquecimento • 163
- 7 O Tempo e os Ventos • 167
- 8 2014 Está Chegando: Previsões Inéditas • 171

PARTE I

O Mundo Pós-Digital



A Sociedade Pós-Digital

Há um uso corrente da palavra GLOBALIZAÇÃO e uma definição histórica e antropológica para o verbete.

Em geral, no uso corrente, é usada em um discurso político sobre a prevalência econômica norte-americana na segunda metade do século 20 e seus efeitos sobre o mundo. Na América Latina, começa a ser usada como sinônimo da penetração econômica brasileira em países vizinhos.

No uso histórico, a reflexão é um pouco diferente: trata-se de estudar e refletir sobre um mundo em expansão econômica e concentração social, cultural e comportamental. Diversos aspectos dessa concentração podem ser listados.

As Religiões:

Dos deuses múltiplos da mitologia ao Deus único da sociedade após a Idade Média. O universo judaico/cristão/islamita: Abraão e seus filhos inquietos. Centenas de ritos, sistemas de crenças, cerca de 2 mil formas de devoção ao desconhecido e ao sagrado desapareceram nesse longo caminho.

As Línguas:

Dialetos incontáveis vão se amalgamando até chegar hoje a quatro línguas gerais faladas por cerca de 75% da humanidade: inglês, mandarim, hindi e árabe.



Espanhol, francês, alemão e português são línguas acosadas, mas ainda respondem por cerca de 15% dos falantes do planeta. Cerca de 250 outras línguas são ainda faladas por 10% da humanidade. Estima-se que mais de 4 mil dialetos e sistemas de linguagem foram extintos ou massacrados nos últimos 3 mil anos, entre eles pelo menos uma centena em território brasileiro e suas fronteiras.

Grafia e Agrafia:

5 milhões de anos contra 3.500 anos

Em 5 milhões de anos de presença na Terra, os descendentes do *Homo erectus* criaram milhares de linguagens sem alfabetos e sem sistemas gráficos, existentes apenas na comunicação oral. Todas elas, ou sua avassaladora maioria, foram dizimadas pelas linguagens gráficas, em apenas 3.500 anos.

Os Povos:

Heráclito, considerado o primeiro historiador assim considerado, em sua magnífica obra *História*, e Xenofonte, que no seu *Ciropédia* contava a história de Ciro, o Persa, falavam da existência de mais de 700 povos apenas na região hoje conhecida como Oriente Médio.

Medas, farsis, hititas, caldeus, assírios, fenícios, etruscos, bororos, cadivéus, sioux, galegos e gaélicos deixaram apenas marcas históricas de suas presenças. Hoje, europeus, chineses, indianos, norte-americanos, russos, brasileiros e mais uma dezena de nacionalidades aglomeram e dão nome a 90% da população da Terra.

As Matemáticas:

Há mais ou menos 2 mil anos, o sistema baseado em frações de 10 era considerado como um sistema rudimentar e pouco sofisticado para a compreensão do mundo matemático, dominado pelos sistemas de 12 dígitos e pelo de 36. A Inglaterra, com a sua moeda, a libra, manteve o sistema duodecimal até bem pouco tempo. A matemática decimal dominou o mundo, extinguindo os demais sistemas de contagem. Uma só matemática para um só mundo numericamente conectado.

Os Sistemas Culturais e Comportamentais:

Há prevalência, a partir do século 16, dos valores centro-europeus (e depois norte-americanos), a partir das invenções (inovação organizada), das navegações (colonização e conquistas organizadas), das universidades (saber organizado), dos exércitos (forças de dominação organizadas), das tecnologias (ciência e metodologias organizadas), das religiões (crenças organizadas e estruturadas), das ideias de crescimento, progresso, dominação pela força e pela cultura.

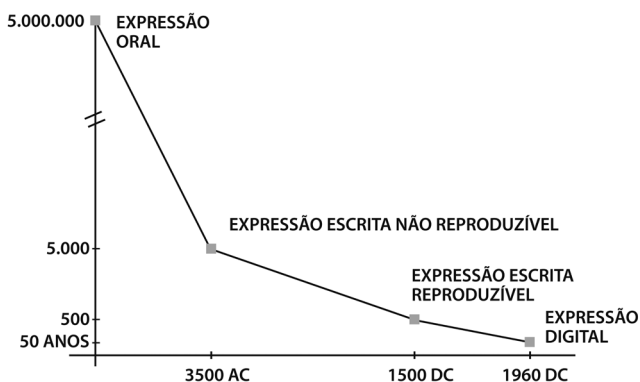
O relógio, a pólvora, a impressão, o vapor e a industrialização não são invenções ocidentais, mas sim aplicados e sedimentados nessa parte do mundo.

No final do século 20, esse sistema cultural dominante chegou até a China, o Japão, os demais países asiáticos, a Índia, a América Latina e a África, aculturando bilhões de humanos ainda fora desse sistema até a metade do século 20.

O Brasil, segundo Darcy Ribeiro, foi, desde a chegada dos portugueses, um subsistema cultural europeu, caracterizado pela miscigenação e incorporação de diferentes povos e crenças, o que não aconteceu em países da América Latina.



COMPRESSÃO DA CURVA DAS MUDANÇAS DE LINGUAGEM



A história do homem é a história das tecnologias de arquivamento e recuperação de dados. Da comunicação oral passamos para a invenção da escrita, numa pequena cidade chamada Uruk, na Mesopotâmia, há cerca de 3.500 anos. Daí pulamos, 3 mil anos depois, para as máquinas de reprodução de textos e a *leiturização* da sociedade, com Gutenberg e seu prelo móvel.

O novo corte histórico nos encontra quase 500 anos depois, com a tecnologia digital e seus arquivos de múltiplas utilizações. Para onde iremos depois da dominação tecnológica digital?

Observando os prazos de vencimento de cada fase de globalização da comunicação humana, vemos uma curva achatada, que vai dos quase 5 milhões de anos de oralidade para os 3 mil anos de escrita sem reprodução e daí para os 500 de escrita reproduzida. Os tempos encurtam.

A sociedade pós-digital poderá perfeitamente surgir entre 50 e 100 anos da consolidação da era digital.

Quem viver verá.

PARTE II

Adeus, Facebook. Bom Dia, Futuro



Adeus, Facebook

Nos idos de 2009, escrevi um artigo em que afirmava que o Orkut (lembra-se dele?), na época a mais importante rede social, brevemente perderia seu lugar. Orkutianos fanáticos me responderam com delicados insultos, pois consideravam a afirmação um despropósito, uma espécie de campanha negativa. Como sempre faço nesses casos, não respondi, apenas me lembrei mais uma vez, com saudade, do Altavista, do Yahoo!, do Geocities, do Second Life e de tantos outros.

A hora do adeus ao Facebook como rede social dominante está chegando. As razões são várias. Começo por um artigo escrito pelo jornalista Nick Foley, no jornalão americano *USA Today*. Segundo ele, os adolescentes americanos já estão migrando para novos sites. O crescimento do Face é cada vez menor, e o questionamento sobre os números divulgados é cada vez maior. Segundo Nick, os meninos estão em busca de algo mais atual. Jake Katz, arquiteto-chefe do site YPulse, afirma que o Face virou “um apelo de massas para que multidões incluam seus filhos e familiares como amigos, criando uma conversa familiar, e não uma rede social”. Jake produz então uma frase de efeito, de grande força: “Há um novo sabor de gratificação pessoal na procura de novas redes, papel que o Face já não pode mais cumprir.” Segundo pesquisa de mercado do YPulse, cerca de 18% dos teens americanos preferem

“check-in” no Foursquare, e 10% dizem que o Pinterest é um site melhor para navegar. São números já hoje importantes, e sua tendência é de crescimento.

Outro dado importante é a redução acentuada do crescimento do Face. Segundo a empresa de pesquisas ComScore, o Face, que afirma ter quase 900 milhões de membros, teve, em abril de 2012, *apenas* 158 milhões de visitantes únicos, o que corresponde a um crescimento de 5% sobre os números de abril de 2011. Chama atenção o fato de que o crescimento entre abril de 2010 e abril de 2011 foi de 89%.

O Facebook tenta reagir, com diversas iniciativas e mudanças no site, mas a história da internet, a curta e fulminante história da internet, é implacável: um céu de estrelas brilha sempre enquanto logo abaixo um cemitério de gigantes caídos emite fogos-fátuos, bruxuleando agonias. O último fato que chama a atenção na história recente é a forma equivocada como a empresa preencheu seus formulários para a Oferta Pública de Ações (IPO). Números que não se confirmam e projeções duvidosas. Esse assunto, no entanto, deve ser observado com mais atenção por todos, especialmente por você, caríssimo leitor, empreendedor ou profissional. Estamos assistindo estarrecidos, aqui mesmo no Brasil, a esse fato se repetir, desta vez com as maiores empresas do país. A atual presidente da Petrobras, Graça Foster, foi a público afirmar que nos últimos anos a empresa viveu num mundo de fantasia, com planejamentos e propostas longe da realidade. Uma refinaria que seria construída com investimento de US\$ 3,7 bilhões não ficará em pé com menos de 20. E a OGX, empresa líder do grupo de Eike Batista, que afirmava

que seus primeiros dois poços de petróleo teriam uma produção de 12 a 15 mil barris por dia já admite, depois do relatório de um grande banco americano, que esse

A hora do adeus ao Facebook como rede social dominante está chegando.

número não passará de 5 mil barris. Como assim? Onde foram parar os outros 10 mil barris diários? Rumores de que a mesma situação se repetirá brevemente com a Vale inquietam os investidores. Tome cuidado com o que você lê, reflita, compare fontes, desconfie de números estratosféricos, que nos dão a sensação de que também podemos reproduzi-los e que se não o fazemos é porque não temos “ousadia”, “foco” e “crescimento acelerado”.

Viver, meus amigos, é um pouquinho mais complicado e, se o seu empreendimento se consolida lentamente, tenha certeza: você faz parte da grande, da imensa maioria de brasileiros que batalham para fazer suas empresas chegarem ao futuro.

Comecei com o Facebook e acabei com a Petrobras, a OGX e a Vale.

E você, onde está, montado em ilusões ou com os pés no chão, que às vezes é atoleiro, mas quase sempre é ponto de apoio?

PARTE III

Empreendedores e Empresas



Missão, Visão e Valores

É comum encontrar nas salas de recepção de grandes e médias empresas belas molduras que contêm, sempre com vários itens, “missão, visão e valores” daquela instituição.

Esse hábito, mais comum na década passada, ainda tem forte importância, especialmente entre as grandes corporações, onde não há “patrões” por perto e a lembrança do destino comum tem de estar presente em letras garrafais.

A humanidade, desde sempre, teve seus compromissos claramente afixados a cada fase de nossa existência. Os mais longevos e influentes são os Dez Mandamentos, que estão em pleno vigor há quase cinco milênios.

Pois muito bem, imagino que sua empresa deva ter — afixada na parede ou não — sua “missão, visão e valores”. Mas e você, a pessoa, o humano, o empreendedor, qual a sua missão e quais os seus valores? Em que parte do seu corpo físico ou emocional estão afixadas suas escolhas?

Olhando a história, podemos encontrar diversos exemplos de dísticos, frases simples com poucas palavras, que guiaram destinos e marcaram projetos de vida.

Qual desses exemplos estará mais próximo da sua construção pessoal?

Quem sabe, ao final dessas referências, você não estará pronto para definir sua “missão, visão e valores”, escolhendo entre tantos o que mais se aproxima de seu futuro imaginado?



1: Se começarmos por Roma, impossível não lembrar de Júlio César, em 47 a.C., retornando depois de uma fieira de vitórias militares: “Vim, vi e venci.” Que tal o 3V? Um pouco arrogante? Ou adequado ao seu projeto de vida? Nos anos 90, a Apple, em um de seus encontros, distribuiu ao público uma camiseta com a frase latina “*veni, vidi, codi!*”, ou seja, “vim, vi e codifiquei!”. Até hoje a camiseta é uma raridade disputada a tapa no e-Bay.

2: A Igreja Católica, há muito tempo, usa a expressão “fé, amor e caridade” como uma espécie de resumo de sua missão no mundo. Quantas dessas qualidades estão entre suas opções?

3: Nenhuma frase marcou tanto, de maneira tão forte, a civilização ocidental quanto a criação dos burgueses franceses ao expulsar do poder seus adversários aristocratas: “Liberdade, igualdade, fraternidade.” Já imaginou uma empresa tendo esses conceitos como “missão, visão e valores”? Qual dos direitos burgueses cabe, como luvas, em suas mãos empreendedoras? Segundo os franceses, só era possível comerciar e enriquecer em um ambiente com aquelas características: “*Liberté, égalité, fraternité.*”

4: Os socialistas de Lênin, em meio à revolução bolchevique, na Rússia do começo do século 20, tiveram tempo para

Conheça e misture lemas históricos para escolher o que melhor combina com a construção da sua figura de empreendedor.

cunhar o fortíssimo “paz, pão e terra”. Pão com o sentido de sobrevivência física para todos, e terra como garantia de propriedade dos meios de produção. Paz, uma lembrança eterna. Que tal o projeto de

sua “bakery”, ou a velha padaria da esquina, recuperar a frase, com um sentido moderno e de preservação ambiental?

5: Finalmente, se fôssemos hoje cunhar uma nova fórmula de expressar nosso mundo conturbado, eu apostaria em muitas frases. Que tal “felicidade, agilidade e longevidade”? Ou quem sabe “identidade, modernidade e fragilidade”?

Terminado esse passeio histórico, que deixou de fora outras tantas fórmulas, sugiro ao prezado leitor criar um *puzzle* com as 18 palavras e aos poucos ir montando seu projeto pessoal de “missão, visão e valores”. Dezoito palavras, três a três, permitem, como afirma a velha matemática, gerar centenas de resultados diferentes.

Que tal “paz, liberdade e longevidade”? Ou quem sabe “fê, fraternidade e paz”?

Deixei para o final, por respeito e cautela, as incômodas lembranças dos velhos gregos, que lá do fundo, com seus deuses e titãs, tudo veem.

Deles é a junção de três palavras: moira = destino; húbris = arrogância e prepotência; e nêmesis = decadência como punição dos deuses, fazendo o arrogante ser devolvido à sua condição original de simplicidade, obscuridade e anonimato.

Onde estarão centenas de protagonistas de capas de revistas e de matérias de destaque que você leu nos últimos anos, que, no caminho, confundiram sucesso com soberba? Ou que sequer chegaram ao sucesso, mas apenas aos seus 15 minutos de suposta fama?

O famoso historiador inglês Arnold Toynbee chegou a cunhar a expressão “nêmesis da criatividade”, que se aplicaria aos países que subitamente fracassam em sua história social



e econômica após demonstrações precipitadas de soberba e arrogância. Conheço muitos empreendedores, artistas, atletas, políticos e celebridades eventuais (entre eles os famosos gregos Édipo, Prometeu e Jasão) que deveriam ter, em sua cabeça, além de “missão, visão e valores”, o melhor e mais antigo de todos os avisos: “Moira, húbris, nêmesis.”

PARTE IV

O Brasil, Você e a Internet



Ocupar a Internet Brasil

Cresce a cada dia o movimento de insatisfação que ocupa ruas em todo o mundo. Em cada país, as mobilizações têm nomes diferentes, mas começamos a ver como registro de referência o movimento nova-iorquino conhecido como Ocupar Wall Street. Os comportamentos pessoais, o ativismo e as manifestações levam a imprensa a estabelecer paralelos com os movimentos de rua dos anos 60 e 70. Deles emergiu uma gigantesca mudança de comportamentos que tem como herança diversas conquistas sociais, de gênero, de atitude e de direitos de terceira onda. Respeito a direitos de minorias, revisão do papel social de mulheres e crianças, alteração do tecido social no que ele tem de mais profundo. Obama é fruto daquelas ruas. A internet, também, e talvez esse seja o mais interessante resultado prático operacional que aquela geração legou ao mundo. Sim, amigo, a internet é filha direta da contestação, e não do conformismo, da mediocridade e da mesmice. O Vale do Silício não nasceu no Meio-Oeste americano, mas sim na ensolarada e libertária Califórnia.

Está na hora de Ocupar a Internet Brasil.

Vivemos um momento muito delicado da nossa história, em que comportamentos sociais degenerados passam a ser referência e inspiração para muitos. Infelizmente, a internet, que não é um gueto ou uma ilha, vem se perfilando com essa tendência. Em função do meu trabalho, analiso regularmente

muitos sites, novos ou já com uma certa história, e infelizmente encontro, com frequência cada vez maior, erros graves e equívocos éticos e empresariais. Vamos a alguns deles:

1. Releases para a imprensa informando sobre o faturamento passado e futuro da empresa. A maioria é fantasia ou má-fé, e depois de publicados viram *teaser* publicitário do site, que não cita a si mesmo como

fonte, mas ao veículo, que apressadamente reproduz informações não checadas. Um mercado de faz de conta forma-se a cada mês, sendo substituído logo em

Que tal iniciar um movimento para exigir mais criatividade e ousadia, e menos banalidade na web?

seguida por outro. Há casos conhecidos de empresas que informam o valor vendido num mês quando sua geração de caixa é apenas a comissão sobre essas vendas. A aparência de sucesso é apenas uma pequena malandragem para encobrir operações deficitárias ou mesmo insolventes.

2. Agregar a currículos, levemente, visitas a empresas ou participação em workshops como parte de sua formação profissional. São comuns currículos com graduação numa faculdade brasileira e, logo em seguida, genericamente, o nome de uma universidade ou empresa americana (MIT, Wharton ou Apple), como se essa visita ou workshop fosse um degrau a mais de formação.

3. Lista de prêmios em sites, como se fossem um diferencial da empresa. Não conheço nenhum site de sucesso (em termos de acessos ou faturamento) que tenha lista de prêmios em suas páginas. Prêmios são importantes, são reconhecimentos

da imprensa ou de associações, mas não agregam ao site nem vendas nem acessos. Sem falar nos prêmios de entidades e periódicos de origem duvidosa. Recentemente, uma entidade bem conhecida concedeu ao editor de um jornal do Pará o prêmio Inovação Tecnológica pela edição digital do jornal. Por isonomia, centenas e centenas de periódicos no Brasil afora deveriam também ostentar o mesmo prêmio. Em tempo: o jovem e premiado editor do jornal leva o nome de seu pai, conhecido político do estado.

4. Acessos contabilizados a sites são outra forma de manipular a boa-fé dos leitores ligeiros: números sem qualquer referência são sacados como se fossem pistolas de festim, ou seja, sem qualquer risco de avaliação ou checagem. O mercado brasileiro de internet é muito concentrado, e um pequeno número de empresas é responsável por 90% das vendas de produtos e de acessos. Há vários instrumentos para checar esses dados, em diversos sites de consulta. Não engula qualquer coisa como se tudo, por estar na internet, fosse verdade.

5. O fraco desempenho criativo do mercado brasileiro de sites e aplicativos. Os grandes sites brasileiros de conteúdo são os dos tradicionais veículos de comunicação e dos grandes portais de provimento de acesso. Onde estão o nosso Facebook, o nosso Huffington Post, o nosso Twitter? Na China, na Índia e na Rússia, nossos parceiros na já conhecida sigla BRIC, sites locais fazem mais sucesso do que os mencionados anteriormente. Experimente Baidu.com e reflita sobre o seguinte: que tal variar um pouco e imitar sites russos, chineses e indianos em vez de copiar sempre (ou pior, utilizar sempre) sites norte-americanos?

Que tal então iniciar o movimento Ocupar a Internet Brasil, acampando nas ruas da web e exigindo mais criatividade, mais ousadia, menos egotrips, menos banalidade e sites *by the book*?

Comece procurando sites inusitados e criativos e espalhando viralmente pela rede seus encontros com o inesperado, e teremos grandes chances de pular o muro da mesmice. Ao sugerir a atitude, começo a lista de sugestões: perca parte de sua vida clicando revistabula.com.

Todos às ruas, sempre vale a pena.

PARTE V

A Crise da Tecnologia: Fim de uma Era



Chegou a Hora dos e-Livros?

Antes de conversar sobre o assunto, um pequeno acordo entre autor e leitores: nem e-book, a versão inglesa, nem livro eletrônico, expressão esdrúxula e desagradável. Prefiro a opção e-livro, pelo formato simples e mais cordial.

Três fatos recentes nos levam a acreditar que a hora do e-livro pode ter chegado. Não como perspectiva para o futuro, com ressalvas e dúvidas, mas sim como realidade palpável, para já, para ontem. Prepare-se: o e-livro chegou definitivamente. No Brasil, a Amazon anunciou o início de suas atividades para os primeiros meses de 2013, inclusive com a venda de seus Kindles localmente, e fabricados no país.

Vamos aos fatos:

1. Em 19 de maio de 2011, a Amazon divulgou um número histórico, numa data que no futuro será conhecida como Dia Internacional do Livro — que hoje é comemorado no dia 23 de abril, data da morte de Shakespeare. Naquele dia, a Amazon vendeu mais cópias de e-books do que cópias de livros em papel. Para cada 100 livros tradicionais, foram 105 eletrônicos. Um Kindle, que já custou US\$ 350, hoje tem versões de até US\$ 114. Apenas quatro anos separam esse marco histórico do dia do lançamento do primeiro Kindle. Mais de 500 anos de livros de papel nos separam da Bíblia de Gutenberg. A significativa redução dos preços dos e-livros e de seu conteúdo, num momento de crise econômica nos países desenvolvidos,

A crescente venda das publicações em formato eletrônico e a possibilidade de inclusão da plataforma na rede pública de ensino mudam as perspectivas para o futuro.

aponta para uma tendência de crescimento exponencial dessa plataforma. A própria Amazon prevê que, dentro de 12 meses, estará vendendo 200 e-livros para cada 100 livros de papel.

2. Reunidos no final de julho de 2011, os editores brasileiros vieram a público anunciar que preveem a debandada geral de editoras brasileiras para a educação digital. Os editores brasileiros de livros didáticos iniciaram uma corrida para se adequar ao Livro Didático Digital, iniciativa já sinalizada pelo governo federal para ser implantada nos próximos dois anos.

Gastamos por ano R\$ 1,2 bilhão em livros didáticos. Os editores estimam que o custo desses livros cairá para R\$ 240 milhões por ano com a introdução do Livro Didático Digital, ou seja, uma diferença de R\$ 960 milhões. Temos hoje cerca de 24 milhões de alunos na rede pública de ensino fundamental e 2,45 milhões no ensino médio. Sem qualquer despesa acessória, o governo federal poderá adquirir das (14!!!) fábricas brasileiras cerca de 4,8 milhões de tablets no primeiro ano dessa nova política, para fornecê-los gratuitamente a todos os jovens brasileiros de 9 a 18 anos que frequentam a rede pública de ensino. A partir daí, haverá quase R\$ 1 bilhão a menos de gasto por ano nesse programa, e a possibilidade de abastecer, a qualquer momento, esses tablets com a quantidade de livros que quiserem.



Em vez das velhas discussões sobre como melhorar ou ampliar as bibliotecas brasileiras, serão 4,8 milhões de bibliotecas a mais no país. Transformação, mudança, revolução é o nome desse jogo. Escolham o que quiserem.

Imaginem o impacto emocional e social dessa medida. O que farão esses jovens com um tablet nas mãos a partir dos 9 anos, podendo estabelecer padrões de alfabetização intensiva que deixam no passado os atuais resultados regulares de leitura?

Menos gráficas, menos celulose, menos tinta, menos transporte, menos movimento para os Correios e toda a infra que se segue. Imaginem as possibilidades desse mercado para jornais, livros e revistas.

Ou será que nada vai mudar e continuaremos lendo e-livros como lemos livros?

Nada, muito pouco, quase nada. Será que no Brasil tablets serão apenas telas para download de imagens, games e redes sociais?