

Rastros e Estrelas

Marcos Cavalcanti

"A porta do barraco era sem trinco
Mas a lua furando nosso zinco
Salpicava de estrelas nosso chão
E tu pisavas nos astros distraída..."

Chão de Estrelas – Orestes Barbosa

Quando minha filha fez 14 anos fomos a um shopping comprar seu presente. Entramos em cinco lojas até que ela se decidiu por uma camiseta bem original e bonita. O único rastro que deixamos deste nosso périplo foi na última loja, quando paguei a compra com meu cartão de crédito.

Nossa passagem pelas outras quatro lojas não foi registrada por ninguém. Para muitos esta informação (as lojas em que entramos e não compramos nada) não tem valor. Será? Se eu fosse o dono de alguma destas lojas me interessaria saber quem entrou em minha loja e não comprou. Por quê não comprou? O que eu preciso para conquistar este cliente?

Rastros digitais

No mundo físico nossos caminhos não deixam rastros, mas no mundo digital é diferente: cada página que visitamos é registrada e guardada pelos robôs que nos vigiam. E eles sabem não apenas que passamos por lá, mas o que fizemos, quanto tempo ficamos por lá e para onde fomos depois.

Esta possibilidade de guardar nossos rastros e todas as ações que fazemos é uma das características essenciais que diferenciam o mundo digital do mundo físico.

E este "detalhe" (os rastros) faz toda a diferença. Todos nós deixamos, sem perceber, mas

de forma explícita, dezenas de rastros digitais todos os dias: e-mails; mensagens no whatsapp; posts, curtidas e comentários no facebook (mas também as dezenas de posts que não curtimos e não comentamos...); fotos no Instagram, vídeos do Youtube.

Mas muitos rastros além de inconscientes são implícitos: quando mandamos mensagens no *whatsapp* estamos informando também o local de onde enviamos a mensagem; quando visitamos uma página nossa passagem fica registrada (é por isto que os sites de vendas de passagem cobram mais caro na segunda visita que você faz...); quando nos logamos em algum wifi através da nossa conta do Facebook estamos autorizando o provedor de internet a acessar nossa conta e saber quem são nossos amigos por lá...

Mesmo uma informação aparentemente inútil para os outros, como o percentual que ainda resta de nossa bateria no nosso celular, é passada para os aplicativos.

E o Uber, por exemplo, já descobriu que quando nosso percentual de bateria está baixo, nos dispomos a aceitar a tarifação dinâmica, na ânsia de conseguir logo um carro para nos levar...

E todos estes rastros digitais individuais somados podem revelar muitos detalhes de nossas vidas - incluindo o que não conhecemos de nós mesmos.

Rastros e estrelas

Mas não são só os rastros digitais que estão promovendo esta verdadeira revolução na economia e na sociedade. As estrelas também...

Uma segunda característica essencial do mundo digital é o processo de feedback.

Segundo John H. Holland, professor da Universidade de Michigan:

“One important characteristic of the CAS (Complex Adaptative Systems) is how the intelligent agents learn: with loops and feedback.

The activities of semi-autonomous agents are only partially controlled by current input.

...
The agents learn with the feedback from the users”

(Holland, John H, Complexity: a very short introduction, Oxford University Press, Oxford, 2014.)

Se um vendedor, no Mercado Livre, não entrega seu produto conforme esperado pelo consumidor, este pode avaliá-lo mal (dar menos “estrelas”) e com isto o vendedor tem sua visibilidade reduzida e, no limite, fica fora do negócio. Da mesma forma, um motorista do Uber mal avaliado pelos usuários tem seu trabalho comprometido. Esta forma simples de feedback está transformando as relações entre clientes, empresas e, futuramente, os governos.



II SINS (Simpósio Internacional Network Science)

Este segundo SINS (Simpósio Internacional Network Science) foi dedicado ao tema “Transformação Digital”. Queríamos entender o que os acadêmicos estão pensando sobre o assunto mas, sobretudo, queríamos compreender como esta revolução está afetando nossas vidas. Assim, o Simpósio é um evento anual que conta com palestrantes nacionais e internacionais e está aberto às comunidades acadêmica e científica e à sociedade em geral.

A Network Science é um campo de estudo que usa uma nova abordagem para compreender e atuar em problemas complexos de qualquer domínio do conhecimento.

Os textos que vocês lerão nesta revista são um exemplo desta multidisciplinariedade e diversidade de abordagens. Acreditamos fortemente que esta é a melhor abordagem para tratarmos de problemas complexos.

Boa leitura

Marcos Cavalcanti

Doutor em Informática pela Université de Paris XI, é coordenador do CRIE – Centro de Referência em Inteligência Empresarial da Coppe/UFRJ e dos cursos de pós-graduação em Gestão do Conhecimento e Inteligência Empresarial MBKM (Master on Business and Knowledge Management) e WIDA (Web Intelligence e Análítica de Dados), da COPPE/UFRJ. É membro do Board do New Club of Paris, editor da Revista Inteligência Empresarial e co-autor dos livros O Conhecimento em Rede, Gestão de Empresas na Sociedade do Conhecimento, Gestão Eletrônica de documentos e Que ferramenta devo usar.