

UPDATER NO GOOGLEPLEX

WALTER LONGO*



O Google organiza anualmente em sua sede, na Califórnia, um evento conhecido como Zeitgeist. Na última edição, esteve presente com 400 participantes de todo o mundo, convidados para discutir e analisar as tendências do universo digital, em meio a figuras conhecidas, como Steve Case (ex-AOL); Al Gore; o combativo correspondente da NBC Tom Brokaw; alguns líderes de grandes agências, como Hamish McLennan, da Young & Rubicam, e Maurice Levy, da Publicis; além dos criadores do Facebook e do Wikipedia e muitas outras estrelas do universo digital. Isso sem contar, é claro, com os três mosqueteiros do Google: Sergey Brin, Larry Page e Eric Schmidt.

Zeitgeist pode ser traduzido como "Espírito dos Tempos". É a referência que o evento busca trazer de atualidade e contemporaneidade. "Não estamos falando de futuro. Estamos tratando do agora", reafirma o coordenador do encontro.

Nesta terceira versão, tanto pelos convidados quanto pelos temas selecionados, a organização optou por propor uma tendência de análise mais humanista, generalista e pós-modernista. O tema central foi "Collaborate & Connect", numa alusão à capacidade de interação como

ferramenta de contribuição social e democratização da informação.

Wikipedia: Jimmy Wales quis deixar claro que seu projeto Wikipedia não é apenas uma ação benemerente, e sim um objetivo de vida. Apesar de não ter função lucrativa, acaba ganhando um bom dinheiro com sua empresa Wikia, que se dedica a modelos colaborativos na internet. Jimmy considera a Wikipedia apenas o começo de uma revolução nos meios digitais e aposta que o próximo grande sistema colaborativo será o de documentários, produzidos e editados por milhares de pessoas em todo o mundo simultaneamente.

Pepsico: Dawn Hudson, presidente e CEO da Pepsico North America, mostrou uma visão do marketing que espelha a modernidade e criatividade da empresa na área de comunicação. Para ela, marcas são performance com propósito, e a relação dos produtos com o público final tem de revelar essa missão implícita. É também uma evangelista do CGM (Consumer Generated Media) e da colaboração do consumidor em múltiplas áreas de atividade. Em 2008, por exemplo, todas as latas temáticas da Pepsi (e elas serão muitas) terão sua criação totalmente gerada pelos consumidores, por meio de

múltiplas promoções.

A vez dos publicitários: Rich Silverstein, co-chairman da Goodby, Silverstein & Partners, e Bob Greenberg, chairman da agência digital R/GA, travaram um dos debates mais aquecidos do evento. Para variar, Rich tentou mostrar que a publicidade nos meios tradicionais vai continuar reinando soberana por muito tempo.

Calmamente e sem histrionismos, Bob foi derrubando todos os argumentos de Rich e deixou claro que essa postura não evolutiva exige profunda revisão imediata. Mostrou com dados irrefutáveis que a internet já é o maior fenômeno de mídia da história. Dez anos depois de seu surgimento, a internet já alcança 9% do investimento geral de mídia nos EUA e as previsões para este ano indicam que esse número deve crescer 20%, enquanto a Big Media vai estacionar ou regredir por lá.

O novo conservador: Em sua palestra no Zeitgeist 2007, o "liberal" líder do Partido Conservador Inglês, David Cameron, autodefiniu-se como socialmente progressista e fiscalmente conservador.

Segundo ele, Max Weber foi o pai do estado burocrático defendendo a transição de um foco em vilas e famílias para um estado centralizado,

orientação que diminuiu a liberdade individual. David defende o surgimento de um Estado Pós-Burocrático, que devolve aos indivíduos, empresas e comunidades a responsabilidade sobre seus destinos, com a tecnologia digital em um papel central.

Essa visão também se aplica à forma de gestão das empresas, utilizando a internet como agente transformador para esta nova fase: transparência e accountability, em que cada cidadão ou funcionário é um auditor com poder de avaliar ações e influenciar decisões. David resume sua visão futura em: "small government, free enterprise and public responsibility". Se morasse na Inglaterra, eu votaria nele.

Larry e Sergey: A palavra final do evento coube, obviamente, aos principais responsáveis por tudo: os fundadores do Google, Larry Page e Sergey Brin. Muito além dos limites do universo digital, ambos demonstraram a obsessão por contribuir de alguma maneira para criar um mundo melhor, convidaram todos a fazer o mesmo e mostraram iniciativas que fazem a diferença.

Sergey Brin é o mais falante da dupla e atualmente está bastante dedicado ao tema da energia. Ele está estudando com profundidade tudo o

que é ligado ao universo da geração e consumo das alternativas energéticas. Já visitou usinas de etanol no Brasil, está subsidiando estudos para ampliar o tempo de carga das baterias, foi responsável pela implantação de energia solar no Googleplex etc.

Em resumo: Se fosse possível condensar tudo que essa participação no Zeitgeist 2007 nos inspira, algumas questões afloram nessa análise:

Devemos estabelecer o poder dos amadores: todos são criativos, todos podem fazer diferença e isso deve significar em nossa gestão empresarial o fim das hierarquias rígidas e fundamentalistas.

Precisamos implantar a transparência radical: não existe mais o conceito de segredos empresariais e níveis de informação disponibilizada. Todo mundo deve poder ter acesso a tudo. É o fim da confidencialidade explícita, e o surgimento da administração de portas e mentes abertas, mesmo que isso gere conflitos e até crises internas.

* mentor de estratégia e inovação do Grupo Newcomm e vice-presidente de planejamento da Young & Rubicam. É também sócio do Updaters, empresa de tendências e comunicação digital