



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Revista Fator Brasil
EDITORIA: Notícias	PÁGINA: http://www.revistafatorbrasil.com.br/ver_noticia.php?not=184612
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 11,5 x 16 cm



Rede Social Corporativa é desafio às empresas

Electrolux é um exemplo bem sucedido da eficácia desta ferramenta.

Uma pesquisa publicada pelo Instituto de Pesquisas Gartner mostra que as redes sociais vão movimentar 10,3 bilhões de dólares até o final de 2011 no mundo, um crescimento de 41,4% em relação a 2010. As companhias projetam investimentos no setor, mas não se sentem preparadas, ainda de acordo com a pesquisa.

Um case neste sentido é a Electrolux que desde 2009 trabalha com a rede social corporativa da Learnway, uma Cidade Virtual® chamada de Eluxcity, destinada à rede de colaboradores que atuam no pós venda da indústria. Concebida e desenvolvida pela Learnway, a Cidade Virtual® é uma rede social corporativa que agrega inúmeras ferramentas, como o CityBook, uma página pessoal que sugere amigos com base nas afinidades profissionais aos moldes do Facebook, manuais internos, circulares, dicas, revistas, vídeos informativos e motivacionais, a calçada da fama (reconhecimento aos colaboradores com as melhores práticas), galeria de artes, entre outros.

Segundo Ana Paula Liz, coordenadora de Treinamento da Electrolux, o objetivo da indústria ao buscar esta opção de rede social corporativa era de aumentar a frequência de acesso aos cursos de e-learning na rede pós venda, aproximar esses profissionais à marca e criar um canal interativo entre a indústria e a rede. "Após dois anos de uso da Eluxcity, a Electrolux percebeu um aumento de 325% na adesão dos cursos", afirma. Atualmente, 3.741 colaboradores estão cadastrados na Cidade Virtual, dos 4 mil que a Electrolux possui no país.

Cidadão na rede social-Para Giuseppe Mosello, diretor da Learnway, um dos principais pontos que difere a Cidade Virtual® de uma rede social corporativa é fato do usuário se sentir um "cidadão" o que determina o nascimento de um sentimento de pertencer à empresa, que é fonte direta e indireta de muitos outros benefícios. Outro elemento diferencial é a presença da Moeda Virtual. No caso da Eluxcity, o colaborador ganha moedas virtuais em campanhas periódicas que podem ser trocadas por mercadorias. "Este processo estimula uma maior participação na Cidade, o acesso a informações e a realização de cursos proporcionam a premiação", explica Mosello. Os cursos estão disponíveis na Universidade da Eluxcity onde é possível acessar aos modelos de e-learning e presenciais, além de controlar o aprendizado pela matriz de competências. "Com a Cidade Virtual® disseminamos rapidamente a informação em todo o território brasileiro, em todos os pontos de atendimento, criando uma comunicação mais estreita com o nosso parceiro", complementa Ana Paula.

Para 2012, a indústria projeta ainda mais investimentos na área, o que comprova a expectativa de que o crescimento mundial se mantenha em 2012. Especialistas projetam uma renda anual de 14,9 bilhões de dólares, podendo chegar a 29,1 bilhões em 2015.

A Cidade Virtual® é um produto registrado pela Learnway, que possui a exclusividade da sua comercialização no Brasil e no exterior.



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Pautas Incorporativa
EDITORIA: Notícias	PÁGINA: http://www.pautas.incorporativa.com.br/a-mostra-release.php?id=6080
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 17 x 24 cm

INCORPORATIVA

10:05

Rede Social Corporativa é desafio às empresas



Electrolux é um exemplo bem sucedido da eficácia desta ferramenta

Uma pesquisa publicada pelo Instituto de Pesquisas Gartner mostra que as redes sociais vão movimentar 10,3 bilhões de dólares até o final de 2011 no mundo, um crescimento de 41,4% em relação a 2010. As companhias projetam investimentos no setor, mas não se sentem preparadas, ainda de acordo com a pesquisa.

Um case neste sentido é a Electrolux que desde 2009 trabalha com a rede social corporativa da Learnway, uma Cidade Virtual® chamada de Eluxcity, destinada à rede de colaboradores que atuam no pós venda da indústria. Concebida e desenvolvida pela Learnway, a Cidade Virtual® é uma rede social corporativa que agrega inúmeras ferramentas, como o CityBook, uma página pessoal que sugere amigos com base nas afinidades profissionais aos moldes do Facebook, manuais internos, circulares, dicas, revistas, vídeos informativos e motivacionais, a calçada da fama (reconhecimento aos colaboradores com as melhores práticas), galeria de artes, entre outros.

Segundo Ana Paula Liz, coordenadora de Treinamento da Electrolux, o objetivo da indústria ao buscar esta opção de rede social corporativa era de aumentar a frequência de acesso aos cursos de e-learning na rede pós venda, aproximar esses profissionais à marca e criar um canal interativo entre a indústria e a rede. "Após dois anos de uso da Eluxcity, a Electrolux percebeu um aumento de 325% na adesão dos cursos", afirma. Atualmente, 3.741 colaboradores estão cadastrados na Cidade Virtual, dos 4 mil que a Electrolux possui no país.

Cidadão na rede social

Para Giuseppe Mosello, diretor da Learnway, um dos principais pontos que difere a Cidade Virtual® de uma rede social corporativa é fato do usuário se sentir um "cidadão" o que determina o nascimento de um sentimento de pertencer à empresa, que é fonte direta e indireta de muitos outros benefícios. Outro elemento diferencial é a presença da Moeda Virtual. No caso da Eluxcity, o colaborador ganha moedas virtuais em campanhas periódicas que podem ser trocadas por mercadorias. "Este processo estimula uma maior participação na Cidade, o acesso a informações e a realização de cursos proporcionam a premiação", explica Mosello. Os cursos estão disponíveis na Universidade da Eluxcity onde é possível acessar aos modelos de e-learning e presenciais, além de controlar o aprendizado pela matriz de competências. "Com a Cidade Virtual® disseminamos rapidamente a informação em todo o território brasileiro, em todos os pontos de atendimento, criando uma comunicação mais estreita com o nosso parceiro", complementa Ana Paula.

Para 2012, a indústria projeta ainda mais investimentos na área, o que comprova a expectativa de que o crescimento mundial se mantenha em 2012. Especialistas projetam uma renda anual de 14,9 bilhões de dólares, podendo chegar a 29,1 bilhões em 2015.

A Cidade Virtual® é um produto registrado pela Learnway, que possui a exclusividade da sua comercialização no Brasil e no exterior.



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: ADNews
EDITORIA: Notícias	PÁGINA: http://www.adnews.com.br/pt/artigos/eu-internet-os-robos-da-internet-que-decidem-por-nos.html
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 16,5 x 38 cm



Eu Internet - Os robôs que decidem por nós

Quem viu o filme "Eu Robô" lembra da VIKI, o mega cérebro virtual que comandava os robôs e tomava decisões a favor do homem tirando dele a liberdade por não ser capaz de vivê-la. Todos conhecem os robôs com os quais a ficção científica e as indústrias nos acostumaram. Mas existem alguns robôs invisíveis que poucos conhecem: aqueles da rede que estudam o nosso comportamento e decidem o que mostrar (podemos ver) para nós.

Os robôs que administram as pesquisas no Google, ou aqueles que determinam as notícias que aparecem no seu Facebook são dois exemplos. Se hoje pesquisamos algo no Google o número de informações que recebemos é realmente muito alto e quando temos muita informação é como não ter nenhuma. Gosto de imaginar que seja este o motivo pelo qual o Google começou a desenvolver robôs que permitissem estudar meu padrão de pesquisa e me oferecer informações "relevantes". Mas será que os robôs sabem o que é realmente relevante para mim? E quando?

Eli Pariser, diretor executivo da MoveOn.org, uma organização sem fins lucrativos afiliada ao partido democrático americano, tem no seu facebook várias amizades com democráticos e algumas também entre os republicanos. Eli comenta, em uma palestra do TED (*), que um dia, acessando seu facebook, descobriu que suas amigas republicanas tinham sumido da página. Os robôs as tinham eliminado autonomamente. A primeira impressão é que os robôs tomaram uma decisão sócio-política por conta do Eli.

Mas a verdade é que estes robôs fizeram apenas aquilo pelos quais foram programados: identificar um padrão de uso e priorizar as informações com base neste padrão. Naturalmente os contatos do Eli com os amigos democráticos eram mais frequentes do que aqueles com os amigos republicanos, portanto os robôs eliminaram os contatos menos acessados.

Sempre segundo Eli, também no Google os robôs agem segundo esta lógica. Mesmo que você não esteja "logado" existem bem 57 elementos que eles consideram para determinar o conteúdo da página de busca que vai aparecer, a partir do computador no qual você está, o tipo de navegador que você usa, e até a sua localização. Isso significa que a busca não é mais padrão, mas segue um padrão que ela decide na base do uso que nós fazemos da rede.

A Internet está nos mostrando aquilo que ela pensa que nós queremos ver, mas não necessariamente o que nos precisamos ver, afirma Eli. Amazon, Google, Facebook, Yahoo news, entre outros, têm robôs em ação para criar estes filtros em volta de cada um de nós. Estes filtros se reagrupam no que Eli chama de Bolha dos filtros, que é pessoal de cada um de nós. Representa o nosso padrão de uso da rede, o nosso universo pessoal e único de informações que vivemos na rede e na base do qual os filtros agem.

O que encontramos na nossa bolha depende de quem somos e do que nos fazemos. Se voltarmos a pensar na quantidade de informações na rede e na necessidade de uma seleção delas, a bolha até que faz sentido.

Mas a questão é que não somos nós a decidir o que deve estar na bolha e, mais importante, não temos conhecimento do que fica fora da bolha. Quem decide isso por nós, são os robôs.

O ideal seria que eles nos proporcionassem um correto equilíbrio entre as informações disponíveis. Mas o problema é que a seleção é feita na base do que clicamos por primeiro e isso pode comprometer este equilíbrio.

O sociólogo Manuel Castells no seu livro a "Galáxia da Internet", evidencia como o grupo de estudantes de pós-graduação da UCLA que nos anos 60 tiveram um papel decisivo no projeto Arpanet, do qual nasceu a Internet que

hoje conhecemos, eram impregnados dos valores de liberdade individual, do pensamento independente e da solidariedade e cooperação com seus pares, todos eles valores que caracterizavam a cultura do campus na década de 1960.

Esta cultura foi sempre uma diretriz importante para Internet. A sensação de ter acesso livre e descontrolado a todas as informações postadas na rede é um dos princípios da mesma rede.

A Internet se contrapôs à transmissão controlada de informações da televisão e da imprensa, transformando o espectador passivo em um ator ativo. Permitiu-nos conectarmos uns com os outros criando uma rede que Pierre Levy define maravilhosamente como o conjunto de milhares de pontos de vistas diferentes. Tudo isso com a certeza (e agora talvez apenas ilusão) do poder da escolha.

O que estamos vendo agora é uma passagem da lógica de informação distribuída da televisão e dos jornais à lógica dos algoritmos destes robôs. Com o agravante que estes robôs não possuem os princípios éticos que inspiraram no bem e no mal os mass media tradicionais.

Sabemos o quão importante é a qualidade da informação para um desenvolvimento social democrático e que a diminuição desta qualidade é diretamente ligada à diminuição da nossa liberdade e à caída da democracia.

Precisamos da rede como ela é. Uma conexão infinita entre almas, e não um universo bolha delimitado por robôs. Precisamos de uma inovação neste sentido. Precisamos de robôs capazes de nos mostrar as regras da filtragem para nós decidirmos quais dos milhares de pontos de vista diferentes que constituem a rede queremos ver.

Outra solução é responder à distribuição horizontal das informações na rede com a criação de pólos verticais de informações administrados por pessoas. Lugares específicos no espaço cibernético onde se encontram informações específicas. Informações selecionadas e publicadas não por robôs na base de uma pesquisa de relevância, mas por pessoas que usam critérios culturais, éticos e profissionais.

Pólos cibernéticos verticais com um capital social que dê crédito às informações publicadas e permita a tranquilidade de uma filtragem efetuada na base de critérios de qualidade da informação, por cibergestores que dominam estas informações.

Por Giuseppe Mosello, fundador da Learnway e criador da Cidade Virtual



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Observatório da Digitalização, Democracia e Diversidade (ODDD)
EDITORIA: Notícias	PÁGINA: http://observatorioddd.blogspot.com/2011/12/eu-internet-os-robos-que-decidem-por.html
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 15 x 44 cm



Eu Internet - Os robôs que decidem por nós



Quem viu o filme "Eu Robô" lembra da VIKI, o mega cérebro virtual que comandava os robôs e tomava decisões a favor do homem tirando dele a liberdade por não ser capaz de vivê-la. Todos conhecem os robôs com os quais a ficção científica e as indústrias nos acostumaram. Mas existem alguns robôs invisíveis que poucos conhecem: aqueles da rede que estudam o nosso comportamento e decidem o que mostrar (podemos ver) para nós.

Os robôs que administram as pesquisas no Google, ou aqueles que determinam as notícias que aparecem no seu Facebook são dois exemplos. Se hoje pesquisamos algo no Google o número de informações que recebemos é realmente muito alto e quando temos muita informação é como não ter nenhuma. Gosto de imaginar que seja este o motivo pelo qual o Google começou a desenvolver robôs que permitissem estudar meu padrão de pesquisa e me oferecer informações "relevantes". Mas será que os robôs sabem o que é realmente relevante para mim? E quando?

Eli Pariser, diretor executivo da MoveOn.org, uma organização sem fins lucrativos afiliada ao partido democrático americano, tem no seu facebook várias amizades com democráticos e algumas também entre os republicanos. Eli comenta, em uma palestra do TED (*), que um dia, acessando seu facebook, descobriu que suas amizades republicanas tinham sumido da página. Os robôs as tinham eliminado autonomamente. A primeira impressão é que os robôs tomaram uma decisão sócio-política por conta do Eli.

Mas a verdade é que estes robôs fizeram apenas aquilo pelos quais foram programados: identificar um padrão de uso e priorizar as informações com base neste padrão. Naturalmente os contatos do Eli com os amigos democráticos eram mais frequentes do que aqueles com os amigos republicanos, portanto os robôs eliminaram os contatos menos acessados.

Sempre segundo Eli, também no Google os robôs agem segundo esta lógica. Mesmo que você não esteja "logado" existem bem 57 elementos que eles consideram para determinar o conteúdo da página de busca que vai aparecer, a partir do computador no qual você está, o tipo de navegador que você usa, e até a sua localização.

Isso significa que a busca não é mais padrão, mas segue um padrão que ela decide na base do uso que nós fazemos da rede.

A Internet está nos mostrando aquilo que ela pensa que nós queremos ver, mas não necessariamente o que nos precisamos ver, afirma Eli. Amazon, Google, Facebook, Yahoo news, entre outros, têm robôs em ação para criar estes filtros em volta de cada um de nós. Estes filtros se reagrupam no que Eli chama de Bolha dos filtros, que é pessoal de cada um de nós. Representa o nosso padrão de uso da rede, o nosso universo pessoal e único de informações que vivemos na rede e na base do qual os filtros agem.

O que encontramos na nossa bolha depende de quem somos e do que nos fazemos. Se voltarmos a pensar na quantidade de informações na rede e na necessidade de uma seleção delas, a bolha até que faz sentido.

Mas a questão é que não somos nós a decidir o que deve estar na bolha e, mais importante, não temos conhecimento do que fica fora da bolha. Quem decide isso por nós, são os robôs.

O ideal seria que eles nos proporcionassem um correto equilíbrio entre as informações disponíveis. Mas o problema é que a seleção é feita na base do que clicamos por primeiro e isso pode comprometer este equilíbrio.

O sociólogo Manuel Castells no seu livro a "Galáxia da Internet", evidencia como o grupo de estudantes de pós-graduação da UCLA que nos anos 60 tiveram um papel decisivo no projeto Arpanet, do qual nasceu a Internet que hoje conhecemos, eram impregnados dos valores de liberdade individual, do pensamento independente e da solidariedade e cooperação com seus pares, todos eles valores que caracterizavam a cultura do campus na década de 1960.

Esta cultura foi sempre uma diretriz importante para Internet. A sensação de ter acesso livre e descontrolado a todas as informações postadas na rede é um dos princípios da mesma rede.

A Internet se contrapôs à transmissão controlada de informações da televisão e da imprensa, transformando o espectador passivo em um ator ativo. Permitiu-nos conectarmos uns com os outros criando uma rede que Pierre Levy define maravilhosamente como o conjunto de milhares de pontos de vistas diferentes. Tudo isso com a certeza (e agora talvez apenas ilusão) do poder da escolha.

O que estamos vendo agora é uma passagem da lógica de informação distribuída da televisão e dos jornais à lógica dos algoritmos destes robôs. Com o agravante que estes robôs não possuem os princípios éticos que inspiraram no bem e no mal os mass media tradicionais.

Sabemos o quão importante é a qualidade da informação para um desenvolvimento social democrático e que a diminuição desta qualidade é diretamente ligada à diminuição da nossa liberdade e à caída da democracia.

Precisamos da rede como ela é. Uma conexão infinita entre almas, e não um universo bolha delimitado por robôs. Precisamos de uma inovação neste sentido. Precisamos de robôs capazes de nos mostrar as regras da filtragem para nós decidirmos quais dos milhares de pontos de vista diferentes que constituem a rede queremos ver.

Outra solução é responder à distribuição horizontal das informações na rede com a criação de pólos verticais de informações administrados por pessoas. Lugares específicos no espaço cibernético onde se encontram informações específicas. Informações selecionadas e publicadas não por robôs na base de uma pesquisa de relevância, mas por pessoas que usam critérios culturais, éticos e profissionais.

Pólos cibernéticos verticais com um capital social que dê crédito às informações publicadas e permita a tranquilidade de uma filtragem efetuada na base de critérios de qualidade da informação, por cibergestores que dominam estas informações.

Por Giuseppe Mosello, fundador da Learnway e criador da Cidade Virtual



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Blog Jandira Feijó
EDITORIA: Notícias	PÁGINA: http://jandirafeijo.blogspot.com/2011/12/giuseppe-mosello-fundador-da-learnway-e.html
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 18 x 23 cm

Jandira Feijó

Múltiplos seres que se somam e se multiplicam numa criatura sedenta por aprender cada vez mais.

Eu Internet - Os robôs que decidem por nós

Giuseppe Mosello, fundador da Learnway e criador da Cidade Virtual

Quem viu o filme "Eu Robô" lembra da VIKI, o mega cérebro virtual que comandava os robôs e tomava decisões a favor do homem tirando dele a liberdade por não ser capaz de vivê-la. Todos conhecem os robôs com os quais a ficção científica e as indústrias nos acostumaram. Mas existem alguns robôs invisíveis que poucos conhecem: aqueles da rede que estudam o nosso comportamento e decidem o que mostrar (podemos ver) para nós.

Os robôs que administram as pesquisas no Google, ou aqueles que determinam as notícias que aparecem no seu Facebook são dois exemplos. Se hoje pesquisamos algo no Google o número de informações que recebemos é realmente muito alto e quando temos muita informação é como não ter nenhuma. Gosto de imaginar que seja este o motivo pelo qual o Google começou a desenvolver robôs que permitissem estudar meu padrão de pesquisa e me oferecer informações "relevantes". Mas será que os robôs sabem o que é realmente relevante para mim? E quando?

Eli Pariser, diretor executivo da MoveOn.org, uma organização sem fins lucrativos afiliada ao partido democrático americano, tem no seu facebook várias amizades com democráticos e algumas também entre os republicanos. Eli comenta, em uma palestra do TED (*), que um dia, acessando seu facebook, descobriu que suas amizades republicanas tinham sumido da página. Os robôs as tinham eliminado autonomamente. A primeira impressão é que os robôs tomaram uma decisão sócio-política por conta do Eli.

Mas a verdade é que estes robôs fizeram apenas aquilo pelos quais foram programados: identificar um padrão de uso e priorizar as informações com base neste padrão. Naturalmente os contatos do Eli com os amigos democráticos eram mais frequentes do que aqueles com os amigos republicanos, portanto os robôs eliminaram os contatos menos acessados.

Sempre segundo Eli, também no Google os robôs agem segundo esta lógica. Mesmo que você não esteja "logado" existem bem 57 elementos que eles consideram para determinar o conteúdo da página de busca que vai aparecer, a partir do computador no qual você está, o tipo de navegador que você usa, e até a sua localização.

Isso significa que a busca não é mais padrão, mas segue um padrão que ela decide na base do uso que nós fazemos da rede.

A Internet está nos mostrando aquilo que ela pensa que nós queremos ver, mas não necessariamente o que nos precisamos ver, afirma Eli. Amazon, Google, Facebook, Yahoo news, entre outros, têm robôs em ação para criar estes filtros em volta de cada um de nós. Estes filtros se reagrupam no que Eli chama de Bolha dos filtros, que é pessoal de cada um nós. Representa o nosso padrão de uso da rede, o nosso universo pessoal e único de informações que vivemos na rede e na base do qual os filtros agem.

O que encontramos na nossa bolha depende de quem somos e do que nos fazemos. Se voltarmos a pensar na quantidade de informações na rede e na necessidade de uma seleção delas, a bolha até que faz sentido.

Mas a questão é que não somos nós a decidir o que deve estar na bolha e, mais importante, não temos conhecimento do que fica fora da bolha. Quem decide isso por nós, são os robôs.

O ideal seria que eles nos proporcionassem um correto equilíbrio entre as informações disponíveis. Mas o problema é que a seleção é feita na base do que clicamos por primeiro e isso pode comprometer este equilíbrio.

O sociólogo Manuel Castells no seu livro a “Galáxia da Internet”, evidencia como o grupo de estudantes de pós-graduação da UCLA que nos anos 60 tiveram um papel decisivo no projeto Arpanet, do qual nasceu a Internet que hoje conhecemos, eram impregnados dos valores de liberdade individual, do pensamento independente e da solidariedade e cooperação com seus pares, todos eles valores que caracterizavam a cultura do campus na década de 1960.

Esta cultura foi sempre uma diretriz importante para Internet. A sensação de ter acesso livre e descontrolado a todas as informações postadas na rede é um dos princípios da mesma rede.

A Internet se contrapôs à transmissão controlada de informações da televisão e da imprensa, transformando o espectador passivo em um ator ativo. Permitiu-nos conectarmos uns com os outros criando uma rede que Pierre Levy define maravilhosamente como o conjunto de milhares de pontos de vistas diferentes. Tudo isso com a certeza (e agora talvez apenas ilusão) do poder da escolha.

O que estamos vendo agora é uma passagem da lógica de informação distribuída da televisão e dos jornais à lógica dos algoritmos destes robôs. Com o agravante que estes robôs não possuem os princípios éticos que inspiraram no bem e no mal os mass media tradicionais.

Sabemos o quão importante é a qualidade da informação para um desenvolvimento social democrático e que a diminuição desta qualidade é diretamente ligada à diminuição da nossa liberdade e à caída da democracia.

Precisamos da rede como ela é. Uma conexão infinita entre almas, e não um universo bolha delimitado por robôs. Precisamos de uma inovação neste sentido. Precisamos de robôs capazes de nos mostrar as regras da filtragem para nós decidirmos quais dos milhares de pontos de vista diferentes que constituem a rede queremos ver.

Outra solução é responder à distribuição horizontal das informações na rede com a criação de pólos verticais de informações administrados por pessoas. Lugares específicos no espaço cibernético onde se encontram informações específicas. Informações selecionadas e publicadas não por robôs na base de uma pesquisa de relevância, mas por pessoas que usam critérios culturais, éticos e profissionais.

Pólos cibernéticos verticais com um capital social que dê crédito às informações publicadas e permita a tranquilidade de uma filtragem efetuada na base de critérios de qualidade da informação, por cibergestores que dominam estas informações.



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Clipping Comercial
EDITORIA: Notícias	PÁGINA: http://clippcomercial.blogspot.com/2011/12/eu-internet-os-robos-que-decidem-por.html
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 13 x 46,5 cm

clipping**Comercial**

Eu Internet - Os robôs que decidem por nós

Quem viu o filme "Eu Robô" lembra da VIKI, o mega cérebro virtual que comandava os robôs e tomava decisões a favor do homem tirando dele a liberdade por não ser capaz de vivê-la. Todos conhecem os robôs com os quais a ficção científica e as indústrias nos acostumaram. Mas existem alguns robôs invisíveis que poucos conhecem: aqueles da rede que estudam o nosso comportamento e decidem o que mostrar (podemos ver) para nós.

Os robôs que administram as pesquisas no Google, ou aqueles que determinam as notícias que aparecem no seu Facebook são dois exemplos. Se hoje pesquisamos algo no Google o número de informações que recebemos é realmente muito alto e quando temos muita informação é como não ter nenhuma. Gosto de imaginar que seja este o motivo pelo qual o Google começou a desenvolver robôs que permitissem estudar meu padrão de pesquisa e me oferecer informações "relevantes". Mas será que os robôs sabem o que é realmente relevante para mim? E quando?

Eli Pariser, diretor executivo da MoveOn.org, uma organização sem fins lucrativos afiliada ao partido democrático americano, tem no seu facebook várias amizades com democráticos e algumas também entre os republicanos. Eli comenta, em uma palestra do TED (*), que um dia, acessando seu facebook, descobriu que suas amizades republicanas tinham sumido da página. Os robôs as tinham eliminado autonomamente. A primeira impressão é que os robôs tomaram uma decisão sócio-política por conta do Eli.

Mas a verdade é que estes robôs fizeram apenas aquilo pelos quais foram programados: identificar um padrão de uso e priorizar as informações com base neste padrão. Naturalmente os contatos do Eli com os amigos democráticos eram mais frequentes do que aqueles com os amigos republicanos, portanto os robôs eliminaram os contatos menos acessados.

Sempre segundo Eli, também no Google os robôs agem segundo esta lógica. Mesmo que você não esteja "logado" existem bem 57 elementos que eles consideram para determinar o conteúdo da página de busca que vai aparecer, a partir do computador no qual você está, o tipo de navegador que você usa, e até a sua localização.

Isso significa que a busca não é mais padrão, mas segue um padrão que ela decide na base do uso que nós fazemos da rede.

A Internet está nos mostrando aquilo que ela pensa que nós queremos ver, mas não necessariamente o que nos precisamos ver, afirma Eli. Amazon, Google, Facebook, Yahoo news, entre outros, têm robôs em ação para criar estes filtros em volta de cada um de nós. Estes filtros se reagrupam no que Eli chama de Bolha dos filtros, que é pessoal de cada um nós. Representa o nosso padrão de uso da rede, o nosso universo pessoal e único de informações que vivemos na rede e na base do qual os filtros agem.

O que encontramos na nossa bolha depende de quem somos e do que nos fazemos. Se voltarmos a pensar na quantidade de informações na rede e na necessidade de uma seleção delas, a bolha até que faz sentido.

Mas a questão é que não somos nós a decidir o que deve estar na bolha e, mais importante, não temos conhecimento do que fica fora da bolha. Quem decide isso por nós, são os robôs.

O ideal seria que eles nos proporcionassem um correto equilíbrio entre as informações disponíveis. Mas o problema é que a seleção é feita na base do que clicamos por primeiro e isso pode comprometer este equilíbrio.

O sociólogo Manuel Castells no seu livro a “Galáxia da Internet”, evidencia como o grupo de estudantes de pós-graduação da UCLA que nos anos 60 tiveram um papel decisivo no projeto Arpanet, do qual nasceu a Internet que hoje conhecemos, eram impregnados dos valores de liberdade individual, do pensamento independente e da solidariedade e cooperação com seus pares, todos eles valores que caracterizavam a cultura do campus na década de 1960.

Esta cultura foi sempre uma diretriz importante para Internet. A sensação de ter acesso livre e descontrolado a todas as informações postadas na rede é um dos princípios da mesma rede.

A Internet se contrapôs à transmissão controlada de informações da televisão e da imprensa, transformando o espectador passivo em um ator ativo. Permitiu-nos conectarmos uns com os outros criando uma rede que Pierre Levy define maravilhosamente como o conjunto de milhares de pontos de vistas diferentes. Tudo isso com a certeza (e agora talvez apenas ilusão) do poder da escolha.

O que estamos vendo agora é uma passagem da lógica de informação distribuída da televisão e dos jornais à lógica dos algoritmos destes robôs. Com o agravante que estes robôs não possuem os princípios éticos que inspiraram no bem e no mal os mass media tradicionais.

Sabemos o quão importante é a qualidade da informação para um desenvolvimento social democrático e que a diminuição desta qualidade é diretamente ligada à diminuição da nossa liberdade e à caída da democracia.

Precisamos da rede como ela é. Uma conexão infinita entre almas, e não um universo bolha delimitado por robôs. Precisamos de uma inovação neste sentido. Precisamos de robôs capazes de nos mostrar as regras da filtragem para nós decidirmos quais dos milhares de pontos de vista diferentes que constituem a rede queremos ver.

Outra solução é responder à distribuição horizontal das informações na rede com a criação de pólos verticais de informações administrados por pessoas. Lugares específicos no espaço cibernético onde se encontram informações específicas. Informações selecionadas e publicadas não por robôs na base de uma pesquisa de relevância, mas por pessoas que usam critérios culturais, éticos e profissionais.

Pólos cibernéticos verticais com um capital social que dê crédito às informações publicadas e permita a tranquilidade de uma filtragem efetuada na base de critérios de qualidade da informação, por cibergestores que dominam estas informações.

Por Giuseppe Mosello, fundador da Learnway e criador da Cidade Virtual



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Paranashop
EDITORIA: Opinião Pessoal	PÁGINA: http://www.paranashop.com.br/colunas/colunas_n.php?op=opiniao&id=21152
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 15 x 42 cm



OPINIÃO PESSOAL

Eu Internet - Os robôs da internet que decidem por nós

Quem viu o filme Eu Robô lembra da VIKI, o mega cérebro virtual que comandava os robôs e tomava decisões a favor do homem tirando dele a liberdade por não ser capaz de vivê-la. Todos conhecem os robôs com os quais a ficção científica e as indústrias nos acostumaram. Mas, existem alguns robôs invisíveis que poucos conhecem: aqueles da rede que estudam o nosso comportamento e decidem o que mostrar (podemos ver) para nós.

Os robôs que administram as pesquisas no Google, ou aqueles que determinam as notícias que aparecem no seu Facebook são dois exemplos. Se hoje pesquisamos algo no Google o número de informações que recebemos é realmente muito alto e quando temos muita informação é como não ter nenhuma. Gosto de imaginar que seja este o motivo pelo qual o Google começou a desenvolver robôs que permitissem estudar meu padrão de pesquisa e me oferecer informações “relevantes”. Mas será que os robôs sabem o que é realmente relevante para mim? E quando?

Eli Pariser, diretor executivo da MoveOn.org, uma organização sem fins lucrativos afiliada ao partido democrático americano, tem no seu facebook várias amizades com democráticos e algumas também entre os republicanos. Eli comenta, em uma palestra do TED (*), que um dia, acessando seu facebook, descobriu que suas amigas republicanas tinham sumido da página. Os robôs as tinham eliminado autonomamente. A primeira impressão é que os robôs tomaram uma decisão sócio-política por conta do Eli.

Mas a verdade é que estes robôs fizeram apenas aquilo pelos quais foram programados: identificar um padrão de uso e priorizar as informações com base neste padrão. Naturalmente os contatos do Eli com os amigos democráticos eram mais frequentes do que aqueles com os amigos republicanos, portanto os robôs eliminaram os contatos menos acessados.

Sempre segundo Eli, também no Google os robôs agem segundo esta lógica. Mesmo que você não esteja “logado” existem bem 57 elementos que eles consideram para determinar o conteúdo da página de busca que vai aparecer, a partir do computador no qual você está, o tipo de navegador que você usa, e até a sua localização.

Isso significa que a busca não é mais padrão, mas segue um padrão que ela decide na base do uso que nós fazemos da rede.

A [Internet](#) está nos mostrando aquilo que ela pensa que nós queremos ver, mas não necessariamente o que nos precisamos ver, afirma Eli. Amazon, Google, Facebook, Yahoo news, entre outros, têm robôs em ação para criar estes filtros em volta de cada um de nós. Estes filtros se reagrupam no que Eli chama de Bolha dos filtros, que é pessoal de cada um de nós. Representa o nosso padrão de uso da rede, o nosso universo pessoal e único de informações que vivemos na rede e na base do qual os filtros agem.

O que encontramos na nossa bolha depende de quem somos e do que nos fazemos. Se voltarmos a pensar na quantidade de informações na rede e na [necessidade](#) de uma seleção delas, a bolha até que faz sentido.

Mas a questão é que não somos nós a decidir o que deve estar na bolha e, mais importante, não temos conhecimento do que fica fora da bolha. Quem decide isso por nós, são os robôs.

O ideal seria que eles nos proporcionassem um correto equilíbrio entre as informações disponíveis. Mas o problema é que a seleção é feita na base do que clicamos por primeiro e isso pode comprometer este equilíbrio.

O sociólogo Manuel Castells no seu livro a “Galáxia da Internet”, evidencia como o grupo de estudantes de pós-graduação da UCLA que nos anos 60 tiveram um papel decisivo no projeto Arpanet, do qual nasceu a Internet que hoje conhecemos, eram impregnados dos valores de liberdade individual, do pensamento independente e da solidariedade e cooperação com seus pares, todos eles valores que caracterizavam a cultura do campus na década de 1960.

Esta cultura foi sempre uma diretriz importante para Internet. A sensação de ter [acesso](#) livre e descontrolado a todas as informações postadas na rede é um dos princípios da mesma rede.

A Internet se contrapôs à transmissão controlada de informações da televisão e da imprensa, transformando o espectador passivo em um ator ativo. Permitiu-nos conectarmos uns com os outros criando uma rede que Pierre Levy define maravilhosamente como o conjunto de milhares de pontos de vistas diferentes. Tudo isso com a certeza (e agora talvez apenas ilusão) do poder da escolha.

O que estamos vendo agora é uma passagem da lógica de informação distribuída da televisão e dos jornais à lógica dos algoritmos destes robôs. Com o agravante que estes robôs não possuem os princípios [éticos](#) que inspiraram no bem e no mal os mass media tradicionais.

Sabemos o quão importante é a qualidade da informação para um desenvolvimento social democrático e que a diminuição desta qualidade é diretamente ligada à diminuição da nossa liberdade e à caída da democracia.

Precisamos da rede como ela é. Uma conexão infinita entre almas, e não um universo bolha delimitado por robôs.

Precisamos de uma [inovação](#) neste sentido. Precisamos de robôs capazes de nos mostrar as regras da filtragem para nós decidirmos quais dos milhares de pontos de vista diferentes que constituem a rede queremos ver.

Outra solução é responder à distribuição horizontal das informações na rede com a criação de pólos verticais de informações administrados por pessoas. Lugares específicos no espaço cibernético onde se encontram informações específicas. Informações selecionadas e publicadas não por robôs na base de uma pesquisa de relevância, mas por pessoas que usam critérios culturais, éticos e profissionais.

Pólos cibernéticos verticais com um capital social que dê crédito às informações publicadas e permita a tranquilidade de uma filtragem efetuada na base de critérios de qualidade da informação, por cibergestores que dominam estas informações.

*Giuseppe Mosello é italiano de formação Humanística com foco em Sociologia e Ciência da Comunicação, trabalhou durante 20 anos em empresas de TI na Europa e nos EUA. No Brasil desde 2005, fundou a Learnway e criou a Cidade Virtual: a primeira rede corporativa do Brasil.

(*) http://www.ted.com/talks/lang/en/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles.html



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Artigos e Notícias
EDITORIA: Artigos	PÁGINA: http://www.artigosnoticias.com.br/?p=4803&preview=true
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 14 x 49,5 cm

Artigos e Notícias

SEU DIRETÓRIO DE ARTIGOS E NOTÍCIAS RECENTES

Eu Internet - Os robôs da internet que decidem por nós

***Giuseppe Mosello

Quem viu o filme Eu Robô lembra da VIKI, o mega cérebro virtual que comandava os robôs e tomava decisões a favor do homem tirando dele a liberdade por não ser capaz de vivê-la. Todos conhecem os robôs com os quais a ficção científica e as indústrias nos acostumaram. Mas, existem alguns robôs invisíveis que poucos conhecem: aqueles da rede que estudam o nosso comportamento e decidem o que mostrar (podemos ver) para nós.

Os robôs que administram as pesquisas no Google, ou aqueles que determinam as notícias que aparecem no seu Facebook são dois exemplos. Se hoje pesquisamos algo no Google o número de informações que recebemos é realmente muito alto e quando temos muita informação é como não ter nenhuma. Gosto de imaginar que seja este o motivo pelo qual o Google começou a desenvolver robôs que permitissem estudar meu padrão de pesquisa e me oferecer informações "relevantes". Mas será que os robôs sabem o que é realmente relevante para mim? E quando?

Eli Pariser, diretor executivo da MoveOn.org, uma organização sem fins lucrativos afiliada ao partido democrático americano, tem no seu facebook várias amizades com democráticos e algumas também entre os republicanos. Eli comenta, em uma palestra do TED (*), que um dia, acessando seu facebook, descobriu que suas amizades republicanas tinham sumido da página. Os robôs as tinham eliminado autonomamente. A primeira impressão é que os robôs tomaram uma decisão sócio-política por conta do Eli.

Mas a verdade é que estes robôs fizeram apenas aquilo pelos quais foram programados: identificar um padrão de uso e priorizar as informações com base neste padrão. Naturalmente os contatos do Eli com os amigos democráticos eram mais frequentes do que aqueles com os amigos republicanos, portanto os robôs eliminaram os contatos menos acessados.

Sempre segundo Eli, também no Google os robôs agem segundo esta lógica. Mesmo que você não esteja "logado" existem bem 57 elementos que eles consideram para determinar o conteúdo da página de busca que vai aparecer, a partir do computador no qual você está, o tipo de navegador que você usa, e até a sua localização.

Isso significa que a busca não é mais padrão, mas segue um padrão que ela decide na base do uso que nós fazemos da rede.

A Internet está nos mostrando aquilo que ela pensa que nós queremos ver, mas não necessariamente o que nos precisamos ver, afirma Eli. Amazon, Google, Facebook, Yahoo news, entre outros, têm robôs em ação para criar estes filtros em volta de cada um de nós. Estes filtros se reagrupam no que Eli chama de Bolha dos filtros, que é pessoal de cada um nós. Representa o nosso padrão de uso da rede, o nosso universo pessoal e único de informações que vivemos na rede e na base do qual os filtros agem.

O que encontramos na nossa bolha depende de quem somos e do que nos fazemos. Se voltarmos a pensar na quantidade de informações na rede e na necessidade de uma seleção delas, a bolha até que faz sentido.

Mas a questão é que não somos nós a decidir o que deve estar na bolha e, mais importante, não temos conhecimento do que fica fora da bolha. Quem decide isso por nós, são os robôs.

O ideal seria que eles nos proporcionassem um correto equilíbrio entre as informações disponíveis. Mas o problema é que a seleção é feita na base do que clicamos por primeiro e isso pode comprometer este equilíbrio.

O sociólogo Manuel Castells no seu livro a "Galáxia da Internet", evidencia como o grupo de estudantes de pós-graduação da UCLA que nos anos 60 tiveram um papel decisivo no projeto Arpanet, do qual nasceu a Internet que hoje conhecemos, eram impregnados dos valores de liberdade individual, do pensamento independente e da solidariedade e cooperação com seus pares, todos eles valores que caracterizavam a cultura do *campus* na década de 1960.

Esta cultura foi sempre uma diretriz importante para Internet. A sensação de ter acesso livre e descontrolado a todas as informações postadas na rede é um dos princípios da mesma rede.

A Internet se contrapôs à transmissão controlada de informações da televisão e da imprensa, transformando o espectador passivo em um ator ativo. Permitiu-nos conectarmos uns com os outros criando uma rede que Pierre Levy define maravilhosamente como o conjunto de milhares de pontos de vistas diferentes. Tudo isso com a certeza (e agora talvez apenas ilusão) do poder da escolha.

O que estamos vendo agora é uma passagem da lógica de informação distribuída da televisão e dos jornais à lógica dos algoritmos destes robôs. Com o agravante que estes robôs não possuem os princípios éticos que inspiraram no bem e no mal os *mass media* tradicionais.

Sabemos o quão importante é a qualidade da informação para um desenvolvimento social democrático e que a diminuição desta qualidade é diretamente ligada à diminuição da nossa liberdade e à caída da democracia.

Precisamos da rede como ela é. Uma conexão infinita entre almas, e não um universo bolha delimitado por robôs.

Precisamos de uma inovação neste sentido. Precisamos de robôs capazes de nos mostrar as regras da filtragem para nós decidirmos quais dos milhares de pontos de vista diferentes que constituem a rede queremos ver.

Outra solução é responder à distribuição horizontal das informações na rede com a criação de pólos verticais de informações administrados por pessoas. Lugares específicos no espaço cibernético onde se encontram informações específicas. Informações selecionadas e publicadas não por robôs na base de uma pesquisa de relevância, mas por pessoas que usam critérios culturais, éticos e profissionais.

Pólos cibernéticos verticais com um capital social que dê crédito às informações publicadas e permita a tranquilidade de uma filtragem efetuada na base de critérios de qualidade da informação, por *cibergestores* que dominam estas informações.

Giuseppe Mosello é italiano de formação Humanística com foco em Sociologia e Ciência da Comunicação, trabalhou durante 20 anos em empresas de TI na Europa e nos EUA. No Brasil desde 2005, fundou a Learnway e criou a Cidade Virtual: a primeira rede corporativa do Brasil.

(*) http://www.ted.com/talks/lang/en/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles.html



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Pautas Incorporativa
EDITORIA: Notícias	PÁGINA: http://www.pautas.incorporativa.com.br/a-mostra-release.php?id=6151
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 16,5 x 55,5 cm



Eu Internet - Os robôs da internet que decidem por nós

***Giuseppe Mosello

***Giuseppe Mosello

Quem viu o filme Eu Robô lembra da VIKI, o mega cérebro virtual que comandava os robôs e tomava decisões a favor do homem tirando dele a liberdade por não ser capaz de vivê-la. Todos conhecem os robôs com os quais a ficção científica e as indústrias nos acostumaram. Mas, existem alguns robôs invisíveis que poucos conhecem: aqueles da rede que estudam o nosso comportamento e decidem o que mostrar (podemos ver) para nós.

Os robôs que administram as pesquisas no Google, ou aqueles que determinam as notícias que aparecem no seu Facebook são dois exemplos. Se hoje pesquisamos algo no Google o número de informações que recebemos é realmente muito alto e quando temos muita informação é como não ter nenhuma. Gosto de imaginar que seja este o motivo pelo qual o Google começou a desenvolver robôs que permitissem estudar meu padrão de pesquisa e me oferecer informações “relevantes”. Mas será que os robôs sabem o que é realmente relevante para mim? E quando? Eli Pariser, diretor executivo da MoveOn.org, uma organização sem fins lucrativos afiliada ao partido democrático americano, tem no seu facebook várias amizades com democráticos e algumas também entre os republicanos.

Eli comenta, em uma palestra do TED (*), que um dia, acessando seu facebook, descobriu que suas amizades republicanas tinham sumido da página. Os robôs as tinham eliminado autonomamente. A primeira impressão é que os robôs tomaram uma decisão sócio-política por conta do Eli.

Mas a verdade é que estes robôs fizeram apenas aquilo pelos quais foram programados: identificar um padrão de uso e priorizar as informações com base neste padrão. Naturalmente os contatos do Eli com os amigos democráticos eram mais frequentes do que aqueles com os amigos republicanos, portanto os robôs eliminaram os contatos menos acessados.

Sempre segundo Eli, também no Google os robôs agem segundo esta lógica. Mesmo que você não esteja “logado” existem bem 57 elementos que eles consideram para determinar o conteúdo da página de busca que vai aparecer, a partir do computador no qual você está, o tipo de navegador que você usa, e até a sua localização.

Isso significa que a busca não é mais padrão, mas segue um padrão que ela decide na base do uso que nós fazemos da rede.

A Internet está nos mostrando aquilo que ela pensa que nós queremos ver, mas não necessariamente o que nos precisamos ver, afirma Eli. Amazon, Google, Facebook, Yahoo news, entre outros, têm robôs em ação para criar estes filtros em volta de cada um de nós. Estes filtros se reagrupam no que Eli chama de Bolha dos filtros, que é pessoal de cada um nós. Representa o nosso padrão de uso da rede, o nosso universo pessoal e único de informações que vivemos na rede e na base do qual os filtros agem.

O que encontramos na nossa bolha depende de quem somos e do que nos fazemos. Se voltarmos a pensar na quantidade de informações na rede e na necessidade de uma seleção delas, a bolha até que faz sentido.

Mas a questão é que não somos nós a decidir o que deve estar na bolha e, mais importante, não temos conhecimento do que fica fora da bolha. Quem decide isso por nós, são os robôs.

O ideal seria que eles nos proporcionassem um correto equilíbrio entre as informações disponíveis. Mas o problema é que a seleção é feita na base do que clicamos por primeiro e isso pode comprometer este equilíbrio.

O sociólogo Manuel Castells no seu livro a "Galáxia da Internet", evidencia como o grupo de estudantes de pós-graduação da UCLA que nos anos 60 tiveram um papel decisivo no projeto Arpanet, do qual nasceu a Internet que hoje conhecemos, eram impregnados dos valores de liberdade individual, do pensamento independente e da solidariedade e cooperação com seus pares, todos eles valores que caracterizavam a cultura do campus na década de 1960.

Esta cultura foi sempre uma diretriz importante para Internet. A sensação de ter acesso livre e descontrolado a todas as informações postadas na rede é um dos princípios da mesma rede.

A Internet se contrapôs à transmissão controlada de informações da televisão e da imprensa, transformando o espectador passivo em um ator ativo. Permitiu-nos conectarmos uns com os outros criando uma rede que Pierre Levy define maravilhosamente como o conjunto de milhares de pontos de vistas diferentes. Tudo isso com a certeza (e agora talvez apenas ilusão) do poder da escolha.

O que estamos vendo agora é uma passagem da lógica de informação distribuída da televisão e dos jornais à lógica dos algoritmos destes robôs. Com o agravante que estes robôs não possuem os princípios éticos que inspiraram no bem e no mal os mass media tradicionais.

Sabemos o quão importante é a qualidade da informação para um desenvolvimento social democrático e que a diminuição desta qualidade é diretamente ligada à diminuição da nossa liberdade e à caída da democracia.

Precisamos da rede como ela é. Uma conexão infinita entre almas, e não um universo bolha delimitado por robôs.

Precisamos de uma inovação neste sentido. Precisamos de robôs capazes de nos mostrar as regras da filtragem para nós decidirmos quais dos milhares de pontos de vista diferentes que constituem a rede queremos ver.

Outra solução é responder à distribuição horizontal das informações na rede com a criação de pólos verticais de informações administrados por pessoas. Lugares específicos no espaço cibernético onde se encontram informações específicas. Informações selecionadas e publicadas não por robôs na base de uma pesquisa de relevância, mas por pessoas que usam critérios culturais, éticos e profissionais.

Pólos cibernéticos verticais com um capital social que dê crédito às informações publicadas e permita a tranquilidade de uma filtragem efetuada na base de critérios de qualidade da informação, por cibergestores que dominam estas informações.

Giuseppe Mosello é italiano de formação Humanística com foco em Sociologia e Ciência da Comunicação, trabalhou durante 20 anos em empresas de TI na Europa e nos EUA. No Brasil desde 2005, fundou a Learnway e criou a Cidade Virtual: a primeira rede corporativa do Brasil.

(*) http://www.ted.com/talks/lang/en/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles.html



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Artigonal
EDITORIA: Notícias	PÁGINA: http://www.artigonal.com/internet-artigos/eu-internet-os-robos-da-internet-que-decidem-por-nos-5485295.html
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 21 x 37,5 cm



Eu Internet - Os robôs da internet que decidem por nós

****Giuseppe Mosello*

Quem viu o filme Eu Robô lembra da VIKI, o mega cérebro virtual que comandava os robôs e tomava decisões a favor do homem tirando dele a liberdade por não ser capaz de vivê-la. Todos conhecem os robôs com os quais a ficção científica e as indústrias nos acostumaram. Mas, existem alguns robôs invisíveis que poucos conhecem: aqueles da rede que estudam o nosso comportamento e decidem o que mostrar (podemos ver) para nós.

Os robôs que administram as pesquisas no Google, ou aqueles que determinam as notícias que aparecem no seu Facebook são dois exemplos. Se hoje pesquisamos algo no Google o número de informações que recebemos é realmente muito alto e quando temos muita informação é como não ter nenhuma. Gosto de imaginar que seja este o motivo pelo qual o Google começou a desenvolver robôs que permitissem estudar meu padrão de pesquisa e me oferecer informações "relevantes". Mas será que os robôs sabem o que é realmente relevante para mim? E quando?

Eli Pariser, diretor executivo da MoveOn.org, uma organização sem fins lucrativos afiliada ao partido democrático americano, tem no seu facebook várias amizades com democráticos e algumas também entre os republicanos. Eli comenta, em uma palestra do TED (*), que um dia, acessando seu facebook, descobriu que suas amizades republicanas tinham sumido da página. Os robôs as tinham eliminado autonomamente. A primeira impressão é que os robôs tomaram uma decisão sócio-política por conta do Eli.

Mas a verdade é que estes robôs fizeram apenas aquilo pelos quais foram programados: identificar um padrão de uso e priorizar as informações com base neste padrão. Naturalmente os contatos do Eli com os amigos democráticos eram mais frequentes do que aqueles com os amigos republicanos, portanto os robôs eliminaram os contatos menos acessados.

Sempre segundo Eli, também no Google os robôs agem segundo esta lógica. Mesmo que você não esteja "logado" existem bem 57 elementos que eles consideram para determinar o conteúdo da página de busca que vai aparecer, a partir do computador no qual você está, o tipo de navegador que você usa, e até a sua localização.

Isso significa que a busca não é mais padrão, mas segue um padrão que ela decide na base do uso que nós fazemos da rede.

A Internet está nos mostrando aquilo que ela pensa que nós queremos ver, mas não necessariamente o que nos precisamos ver, afirma Eli. Amazon, Google, Facebook, Yahoo news, entre outros, têm robôs em ação para criar estes filtros em volta de cada um de nós. Estes filtros se reagrupam no que Eli

chama de Bolha dos filtros, que é pessoal de cada um nós. Representa o nosso padrão de uso da rede, o nosso universo pessoal e único de informações que vivemos na rede e na base do qual os filtros agem.

O que encontramos na nossa bolha depende de quem somos e do que nos fazemos. Se voltarmos a pensar na quantidade de informações na rede e na necessidade de uma seleção delas, a bolha até que faz sentido.

Mas a questão é que não somos nós a decidir o que deve estar na bolha e, mais importante, não temos conhecimento do que fica fora da bolha. Quem decide isso por nós, são os robôs.

O ideal seria que eles nos proporcionassem um correto equilíbrio entre as informações disponíveis. Mas o problema é que a seleção é feita na base do que clicamos por primeiro e isso pode comprometer este equilíbrio.

O sociólogo Manuel Castells no seu livro a "Galáxia da Internet", evidencia como o grupo de estudantes de pós-graduação da UCLA que nos anos 60 tiveram um papel decisivo no projeto Arpanet, do qual nasceu a Internet que hoje conhecemos, eram impregnados dos valores de liberdade individual, do pensamento independente e da solidariedade e cooperação com seus pares, todos eles valores que caracterizavam a cultura do *campus* na década de 1960.

Esta cultura foi sempre uma diretriz importante para Internet. A sensação de ter acesso livre e descontrolado a todas as informações postadas na rede é um dos princípios da mesma rede.

A Internet se contrapôs à transmissão controlada de informações da televisão e da imprensa, transformando o espectador passivo em um ator ativo. Permitiu-nos conectarmos uns com os outros criando uma rede que Pierre Levy define maravilhosamente como o conjunto de milhares de pontos de vistas diferentes. Tudo isso com a certeza (e agora talvez apenas ilusão) do poder da escolha.

O que estamos vendo agora é uma passagem da lógica de informação distribuída da televisão e dos jornais à lógica dos algoritmos destes robôs. Com o agravante que estes robôs não possuem os princípios éticos que inspiraram no bem e no mal os *mass media* tradicionais.

Sabemos o quão importante é a qualidade da informação para um desenvolvimento social democrático e que a diminuição desta qualidade é diretamente ligada à diminuição da nossa liberdade e à caída da democracia.

Precisamos da rede como ela é. Uma conexão infinita entre almas, e não um universo bolha delimitado por robôs.

Precisamos de uma inovação neste sentido. Precisamos de robôs capazes de nos mostrar as regras da filtragem para nós decidirmos quais dos milhares de pontos de vista diferentes que constituem a rede queremos ver.

Outra solução é responder à distribuição horizontal das informações na rede com a criação de pólos verticais de informações administrados por pessoas. Lugares específicos no espaço cibernético onde se encontram informações específicas. Informações selecionadas e publicadas não por robôs na base de uma pesquisa de relevância, mas por pessoas que usam critérios culturais, éticos e profissionais.

Pólos cibernéticos verticais com um capital social que dê crédito às informações publicadas e permita a tranquilidade de uma filtragem efetuada na base de critérios de qualidade da informação, por *cibergestores* que dominam estas informações.

Giuseppe Mosello é italiano de formação Humanística com foco em Sociologia e Ciência da Comunicação, trabalhou durante 20 anos em empresas de TI na Europa e nos EUA. No Brasil desde 2005, fundou a Learnway e criou a Cidade Virtual: a primeira rede corporativa do Brasil.

(*) http://www.ted.com/talks/lang/en/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles.html



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Revista Fator Brasil
EDITORIA: Notícias	PÁGINA: http://www.revistafatorbrasil.com.br/ver_noticia.php?not=185256
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 11 x 35 cm



Eu Internet - Os robôs da internet que decidem por nós

Quem viu o filme Eu Robô lembra da VIKI, o mega cérebro virtual que comandava os robôs e tomava decisões a favor do homem tirando dele a liberdade por não ser capaz de vivê-la. Todos conhecem os robôs com os quais a ficção científica e as indústrias nos acostumaram. Mas, existem alguns robôs invisíveis que poucos conhecem: aqueles da rede que estudam o nosso comportamento e decidem o que mostrar (podemos ver) para nós.

Os robôs que administram as pesquisas no Google, ou aqueles que determinam as notícias que aparecem no seu Facebook são dois exemplos. Se hoje pesquisamos algo no Google o número de informações que recebemos é realmente muito alto e quando temos muita informação é como não ter nenhuma. Gosto de imaginar que seja este o motivo pelo qual o Google começou a desenvolver robôs que permitissem estudar meu padrão de pesquisa e me oferecer informações "relevantes". Mas será que os robôs sabem o que é realmente relevante para mim? E quando?

Eli Pariser, diretor executivo da MoveOn.org, uma organização sem fins lucrativos afiliada ao partido democrático americano, tem no seu facebook várias amizades com democráticos e algumas também entre os republicanos. Eli comenta, em uma palestra do TED (*), que um dia, acessando seu facebook, descobriu que suas amizades republicanas tinham sumido da página. Os robôs as tinham eliminado autonomamente. A primeira impressão é que os robôs tomaram uma decisão sócio-política por conta do Eli.

Mas a verdade é que estes robôs fizeram apenas aquilo pelos quais foram programados: identificar um padrão de uso e priorizar as informações com base neste padrão. Naturalmente os contatos do Eli com os amigos democráticos eram mais frequentes do que aqueles com os amigos republicanos, portanto os robôs eliminaram os contatos menos acessados.

Sempre segundo Eli, também no Google os robôs agem segundo esta lógica. Mesmo que você não esteja "logado" existem bem 57 elementos que eles consideram para determinar o conteúdo da página de busca que vai aparecer, a partir do computador no qual você está, o tipo de navegador que você usa, e até a sua localização.

Isso significa que a busca não é mais padrão, mas segue um padrão que ela decide na base do uso que nós fazemos da rede.

A Internet está nos mostrando aquilo que ela pensa que nós queremos ver, mas não necessariamente o que nos precisamos ver, afirma Eli. Amazon, Google, Facebook, Yahoo news, entre outros, têm robôs em ação para criar estes filtros em volta de cada um de nós. Estes filtros se reagrupam no que Eli chama de Bolha dos filtros, que é pessoal de cada um nós. Representa o nosso padrão de uso da rede, o nosso universo pessoal e único de informações que vivemos na rede e na base do qual os filtros agem.

O que encontramos na nossa bolha depende de quem somos e do que nos fazemos. Se voltarmos a pensar na quantidade de informações na rede e na necessidade de uma seleção delas, a bolha até que faz sentido.

Mas a questão é que não somos nós a decidir o que deve estar na bolha e, mais importante, não temos conhecimento do que fica fora da bolha. Quem decide isso por nós, são os robôs.

O ideal seria que eles nos proporcionassem um correto equilíbrio entre as informações disponíveis. Mas o problema é que a seleção é feita na base do que clicamos por primeiro e isso pode comprometer este equilíbrio.

O sociólogo Manuel Castells no seu livro a “Galáxia da Internet”, evidencia como o grupo de estudantes de pós-graduação da UCLA que nos anos 60 tiveram um papel decisivo no projeto Arpanet, do qual nasceu a Internet que hoje conhecemos, eram impregnados dos valores de liberdade individual, do pensamento independente e da solidariedade e cooperação com seus pares, todos eles valores que caracterizavam a cultura do campus na década de 1960.

Esta cultura foi sempre uma diretriz importante para Internet. A sensação de ter acesso livre e descontrolado a todas as informações postadas na rede é um dos princípios da mesma rede.

A Internet se contrapôs à transmissão controlada de informações da televisão e da imprensa, transformando o espectador passivo em um ator ativo. Permitiu-nos conectarmos uns com os outros criando uma rede que Pierre Levy define maravilhosamente como o conjunto de milhares de pontos de vistas diferentes. Tudo isso com a certeza (e agora talvez apenas ilusão) do poder da escolha.

O que estamos vendo agora é uma passagem da lógica de informação distribuída da televisão e dos jornais à lógica dos algoritmos destes robôs. Com o agravante que estes robôs não possuem os princípios éticos que inspiraram no bem e no mal os mass media tradicionais.

Sabemos o quão importante é a qualidade da informação para um desenvolvimento social democrático e que a diminuição desta qualidade é diretamente ligada à diminuição da nossa liberdade e à caída da democracia.

Precisamos da rede como ela é. Uma conexão infinita entre almas, e não um universo bolha delimitado por robôs.

Precisamos de uma inovação neste sentido. Precisamos de robôs capazes de nos mostrar as regras da filtragem para nós decidirmos quais dos milhares de pontos de vista diferentes que constituem a rede queremos ver.

Outra solução é responder à distribuição horizontal das informações na rede com a criação de pólos verticais de informações administrados por pessoas. Lugares específicos no espaço cibernético onde se encontram informações específicas. Informações selecionadas e publicadas não por robôs na base de uma pesquisa de relevância, mas por pessoas que usam critérios culturais, éticos e profissionais.

Pólos cibernéticos verticais com um capital social que dê crédito às informações publicadas e permita a tranquilidade de uma filtragem efetuada na base de critérios de qualidade da informação, por cibergestores que dominam estas informações.

.Por: Giuseppe Mosello, italiano de formação Humanística com foco em Sociologia e Ciência da Comunicação, trabalhou durante 20 anos em empresas de TI na Europa e nos EUA. No Brasil desde 2005, fundou a Learnway e criou a Cidade Virtual: a primeira rede corporativa do Brasil. [http://www.ted.com/talks/lang/en/eli_paiser_beware_online_filter_bubbles.html].



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Momento Psy
EDITORIA: Notícias	PÁGINA: http://www.momentopsi.com.br/jornal/index.php?pg=noticia&id=493
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 16,5 x 11 cm



NOTÍCIAS

Cidade Virtual Corporativa é tema de estudo de caso

Ferramenta criada pela Learnway usa representação simbólica do real



A Learnway, empresa especializada em ensino e comunicação web, coloca no mercado a terceira geração da WEB, a Cidade Virtual. Inovação em treinamento corporativo, esta ferramenta permite disponibilizar: informação, comunicação e treinamento no mesmo ambiente.

A novidade é uma aliada para empresas que precisam otimizar tempo no treinamento de colaboradores que encontram-se em diversas regiões do Brasil e do Mundo. Na Cidade Virtual as informações são propostas de forma intuitiva, simples e divertida.

Ao acessar um endereço web, o colaborador pode navegar em uma verdadeira cidade produzida em desenho. Este ambiente é alegre e convidativo, possuindo biblioteca, clubes, bancas de revistas, lan house, escola, galeria de artes, mercado, etc. Na escola, por exemplo, os colaboradores podem assistir às aulas on-line à distância e os professores podem administrar todas as fases do aprendizado no treinamento.

Giuseppe Mosello, diretor da Learnway, destaca que foram realizados vários estudos para colocar no mercado esta ferramenta inovadora, e enfatiza que o grande diferencial da cidade virtual é a possibilidade de interação à distância com os departamentos de interesse de uma empresa. Interação que muitas vezes não acontece, simplesmente pela falta de tempo e recursos, o que acaba prejudicando os resultados da empresa.

A Kraft Food Brasil foi à primeira empresa a experimentar as vantagens desta nova forma de comunidade web, pois a Learnway criou exclusivamente a Promotópolis, a cidade dos promotores e vendedores da equipe de vendas e merchandising da empresa.

Com a utilização desta poderosa ferramenta a Kraft alcançou 88% dos promotores e equipes de vendas com acesso a internet obtendo, mais de 15.000 acessos em apenas seis meses. Através da Promotópolis, a Kraft Food Brasil consegue compartilhar entre os colaboradores informações, treinamento e comunicação eficaz com a empresa e os colegas distantes geograficamente.

CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Portal Making Of
EDITORIA: Tecnologia	PÁGINA: http://www.momentopsi.com.br/jornal/index.php?pg=noticia&id=493
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 14,5 x 15 cm

<http://revistamakingof.com.br/26,45801-cidade-virtual-corporativa-%C3%A9-tema-de-estudo-de-caso.htm>

► Tecnologia

📍 Cidade Virtual Corporativa é tema de estudo de caso



AMPLIAR

Na contemporaneidade as pessoas cada vez mais interagem por meio da internet e para entender como esta ferramenta está interferindo no ambiente corporativo, Sandra C. Machado, graduanda em Psicologia, realizou para o seu trabalho de conclusão de curso a pesquisa: "Cidade Virtual: Estudo de caso sobre uma Comunidade Virtual Corporativa". Recentemente apresentada no 16º. Encontro Nacional da ABRAPSO de Psicologia Social e Social Comunitária, em Recife/PE, a pesquisa foi impulsionada pelo anseio de lançar um olhar da Psicologia para as novas formas de comunicação, com o intuito de entender a influência das redes sociais nas relações interpessoais.

Foram dois anos pesquisando a respeito da Cidade Virtual®, um produto pioneiro registrado pela Learnway, empresa que possui a exclusividade da sua comercialização no Brasil e no exterior. "Precisamos sempre atentar para os movimentos sociais, organizacionais e o reflexo destes nas formas de relações interpessoais nos ambientes coletivos. Neste sentido, posso dizer que a criação da Cidade Virtual® foi uma iniciativa inovadora e baseada em uma sensibilidade aguçada entre a demanda do mercado e as possibilidades que a tecnologia pode oferecer. Este conjunto de fatores gerou uma ótima ferramenta", diz Sandra.

A pesquisadora explica que a Cidade Virtual® é inovadora porque não utiliza padrões estéticos de portais, mas sim réplicas de ambientes reais. Cada serviço oferecido encontra-se em concordância com os locais onde estaria no ambiente real, o que segundo ela é importante, pois propicia o desenvolvimento de um sentimento de pertença, "onde cada usuário se reconhece como cidadão, compartilha valores em comum e também faz a troca de mensagens pessoais envolvendo questões particulares do cotidiano".

Sentimento de pertença

Para o desenvolvimento da pesquisa foram coletados dados por meio das mensagens postadas pelos 1,5 mil usuários da ferramenta, com idade entre 18 e 45 anos, de ambos os sexos, distribuídos em todo território nacional brasileiro. As mensagens foram analisadas diariamente, durante seis meses. Ela cita que através dos símbolos de cidadania presentes na comunicação foi observada a existência do sentimento de pertença, ou seja, o sentimento de pertencer à empresa. "Constatai que inúmeras mensagens utilizaram-se da autodenominação como 'cidadãos' e trataram o ambiente compartilhado utilizando termos como 'nossa cidade', além da referência espontânea aos colegas como 'família'."

Sandra enfatiza que o momento vivenciado nas redes sociais já faz parte do ambiente organizacional, mas que existe uma grande diferença entre a empresa estar na rede ou possibilitar uma rede para seus colaboradores, pensando em privacidade e segurança. "É importante oferecer um espaço de compartilhamento, de difusão da cultura organizacional, mas sem dispersão do foco de trabalho."

Além disso, ela também identificou o aparecimento de uma nova figura profissional, o ciber gestor, ou seja, um mediador da comunicação nas redes sociais corporativas, sensível às manifestações dos participantes, no reconhecimento das necessidades singulares do indivíduo. "Onde houver a atuação de um ciber gestor que proporcione o modelo para o desenvolvimento do sentimento de pertença haverá uma verdadeira comunidade virtual e todos os benefícios pessoais e organizacionais que o mesmo acarreta para todos os sujeitos envolvidos", complementa.



CLIENTE: Learnway	VEÍCULO: Paranashop
EDITORIA: Geral	PÁGINA: http://www.paranashop.com.br/colunas/colunas_n.php?id=33188&op=notas&PHPSESSID=583f0566c969fa5af57bf1a76e43c885
DATA: dezembro de 2011	PERIODICIDADE: diário
TIRAGEM:	CM: 15 x 29 cm



Geral

Cidade Virtual Corporativa é tema de estudo de caso



Na contemporaneidade as pessoas cada vez mais interagem por meio da internet e para entender como esta ferramenta está interferindo no ambiente corporativo, Sandra C. Machado, graduanda em Psicologia, realizou para o seu trabalho de conclusão de curso a pesquisa: “Cidade Virtual: Estudo de caso sobre uma Comunidade Virtual Corporativa”. Recentemente apresentada no 16º. Encontro Nacional da ABRAPSO de Psicologia Social e Social Comunitária, em Recife/PE, a pesquisa foi impulsionada pelo anseio de lançar um olhar da Psicologia para as novas formas de comunicação, com o intuito de entender a

influência das redes sociais nas relações interpessoais.

Foram dois anos pesquisando a respeito da Cidade Virtual®, um produto pioneiro registrado pela Learnway, empresa que possui a exclusividade da sua comercialização no Brasil e no [exterior](#). “Precisamos sempre atentar para os movimentos sociais, organizacionais e o reflexo destes nas formas de relações interpessoais nos ambientes coletivos. Neste sentido, posso dizer que a criação da Cidade Virtual® foi uma iniciativa inovadora e baseada em uma sensibilidade aguçada entre a demanda do mercado e as possibilidades que a tecnologia pode oferecer. Este conjunto de fatores gerou uma ótima ferramenta”, diz Sandra.

A pesquisadora explica que a Cidade Virtual® é inovadora porque não utiliza padrões estéticos de portais, mas sim réplicas de ambientes reais. Cada serviço oferecido encontra-se em concordância com os locais onde estaria no ambiente [real](#), o que segundo ela é importante, pois propicia o desenvolvimento de um sentimento de pertença, “onde cada usuário se reconhece como cidadão, compartilha valores em comum e também faz a troca de mensagens pessoais envolvendo questões particulares do cotidiano”.

Sentimento de pertença

Para o desenvolvimento da pesquisa foram coletados dados por meio das mensagens postadas pelos 1,5 mil usuários da ferramenta, com idade entre 18 e 45 anos, de ambos os sexos, distribuídos em todo território nacional brasileiro. As mensagens foram analisadas diariamente, durante seis meses. Ela cita que através dos símbolos de cidadania presentes na comunicação foi observada a existência do sentimento de pertença, ou seja, o sentimento de pertencer à empresa. “Constatai que inúmeras mensagens utilizaram-se da autodenominação como ‘cidadãos’ e trataram o ambiente compartilhado utilizando termos como ‘nossa cidade’, além da [referência](#) espontânea aos colegas como ‘família’.”

Sandra enfatiza que o momento vivenciado nas redes sociais já faz parte do ambiente organizacional, mas que existe uma grande diferença entre a [empresa](#) estar na rede ou possibilitar uma rede para seus colaboradores, pensando em privacidade e segurança. “É importante oferecer um espaço de compartilhamento, de difusão da cultura organizacional, mas sem dispersão do foco de trabalho.”

Além disso, ela também identificou o aparecimento de uma nova figura profissional, o cibergestor, ou seja, um mediador da comunicação nas redes sociais corporativas, sensível às manifestações dos participantes, no reconhecimento das necessidades singulares do indivíduo. “Onde houver a atuação de um cibergestor que proporcione o modelo para o desenvolvimento do sentimento de pertença haverá uma verdadeira comunidade virtual e todos os benefícios pessoais e organizacionais que o mesmo acarreta para todos os sujeitos envolvidos”, complementa.
