

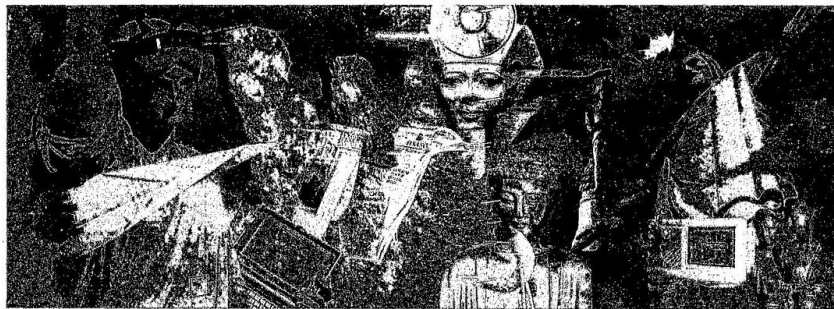
OPINIÃO/Internet

Propaganda: um assunto delicado

RICARDO RANGEL

De todas as formas de utilização comercial às quais pode ser sujeita a Internet, a mais polêmica é, sem sombra de dúvida, a veiculação de publicidade. Propaganda é algo execrado no ciberespaço, e não sem razão. A maior parte dos que usam a Net tem um tempo precioso e o acesso à rede costuma ser feito através de canais de estreita largura de banda, isto é, ninguém quer ler mensagens inúteis. Seja como for, por mais indignados que fiquem os puristas, o advento da publicidade na grande rede é líquido e certo. O melhor é nos prepararmos para enfrentar essa realidade e, de alguma forma, tentar fazer com que ela resulte positiva.

Redes cujo controle é centralizado, como a CompuServe, têm regras claras e firmes: publicidade é rigorosamente proibida, exceto em áreas específicas, de classificados, a que os usuários recorrem quando querem. A postagem de mensagens não solicitadas contendo publicidade pode provocar o desligamento sumário do agressor. O caso da Internet é mais complexo; como não é diretamente administrada por ninguém, é difícil impor sanções a quem se comporte mal. A única reprimenda possível, em boa parte dos casos, acaba sendo um flame, isto é,



centenas de mensagens fúribundas enviadas pelos que se sentem ofendidos.

Apesar de parecer indesejável (e mesmo nociva) à primeira vista, a propaganda tem uma boa chance de sair dessa história toda como heroína. Com o início da era comercial na Internet e a retirada dos subsídios do Governo americano, a grande rede passa a ser financiada por seus usuários. Pode parecer sacrilégio, mas a publicidade parece ser a única alternativa capaz de tornar os investimentos na rede mais palatáveis aos interessados. Isso é o que ocorre em muitos campos, como jornais, rádio e televisão, nos quais a propaganda paga boa parte da conta e é considerada um mal necessário (nem isso: muita gente gosta) há muitos anos.

Por enquanto, com exceção da WEB, ainda não existe uma cultura de publicidade na Net, e os anunciantes ainda fazem muita bobagem, como enviar material sem autorização. Isso faz lembrar a inundação de mala direta não solicitada (junk mail) que passou a ser transmitida quando aparece-

ram os primeiros aparelhos de fax. Com o tempo, as pessoas perceberam que essa não era uma boa estratégia de marketing. Hoje, está deixando de ser um problema trazido pelo fax.

No caso dos computadores, como há inteligência em ambas as pontas — ao contrário da TV, onde ela só existe numa delas (há quem discorde mesmo disso) —, o usuário terá a chance de decidir se aceita ou não a publicidade. Isso lhe conferirá poderes sobre que tipo de publicidade vai receber e, dessa forma, poderá controlar

quanto vai pagar pelo acesso à rede. Esse tipo de sistema já existe em redes como a CompuServe, quanto mais pesquisas de mercado você responde menos paga — e até em telefonia (se você tiver paciência de ouvir três mensagens gravadas, não paga a chamada). A utilização de agentes de interface — programas que conhecerão nossos hábitos e serão capazes de selecionar o que pode ou não nos interessar — fará com que a própria distinção entre informação e anúncios deixe de existir. Se você está pensando em comprar um

micro e recebe uma lista de modelos e preços de PCs, isto não é apenas propaganda, é também informação.

Enquanto esse admirável novo mundo não chega, cabe conviver de maneira civilizada no ciberespaço. Há pessoas tentando criar uma espécie de código de ética publicitária na rede, ou seja, garantir que você consiga vender seu produto sem ferir a netiqueta. Mensagens de anúncio puro e simples são sumariamente proibidas, mas você tem o direito de mencionar seu nome e empresa em quaisquer mensagens que envie. Você não tem o direito de incluir uma pessoa numa mailing-list sem que ela o tenha solicitado. Você tem o direito de enviar mensagens oferecendo seu produto para alguém que tenha manifestado interesse em algo similar aquilo que você vende (aproveite para oferecer a inclusão numa mailing-list). Você não tem o direito de vender suas mailing-lists. Você pode informar seus produtos e seus preços (se a pergunta for pública, pode responder publicamente), mas só se alguém perguntar.

Responda às perguntas sobre assuntos de sua área com frequência e você ficará famoso como especialista naquele campo; quanto mais conhecido ficar, maior a chance de vender seu produto. Seja gentil.

Não basta ter acesso, tem que ser gráfico!

Entre o que dizem e o que é, há uma grande diferença

CARLOS NEPOMUCENO

Trabalho na Rede Nacional de Pesquisa, a Internet acadêmica brasileira, alocado no AlterNex. Sou jornalista, e estou na parte de serviços de informação na rede. Montamos o primeiro centro de informações da Internet no Brasil voltado para organizações não-governamentais, um projeto conjunto da RNP/Ministério da Ciência e Tecnologia com o Ibmec.

Temos trabalhado muito em duas frentes: treinamento de usuários e facilitação de uso da Internet. É ao primeiro contato entre o novo usuário e a Internet definimos como "Frustração Madona". Que é o seguinte: o usuário fica sabendo da Internet, a maravilha do século XXI, e se prepara para o

show... dizem que a moça vai fazer loucuras no palco! Quando as luzes se acendem, ela, vestida até o pescoço, em russo! Ou seja, a Internet, menina no Brasil, ainda não está pronta para grandes performances.

Não vou falar aqui dos prazeres da Embratel, da falta de pontos de acesso, dos problemas das linhas telefônicas. Isto tem sido muito discutido. Vou tocar no outro assunto importante: a forma de interagir na rede. No Brasil, tirando os 300 primeiros usuários da Embratel, uns 600 no AlterNex e os privilegiados com uma estação SUN nas universidades, com janelas Unix, e mais alguns outros nos centros da RNP, o resto dos pioneiros no uso da Internet tem acesso a rede via teclado. Ou seja, a Internet Brasileira está ainda na idade das trevas. A idade do mouse para os usuários está começando a chegar. A Embratel já apontou para o acesso gráfico, e nós temos um kit experimental de domínio público no Centro de In-

formações da RNP no AlterNex. É de lá surgiu a frase na brincadeira: Não basta ter acesso, tem que ser gráfico! O acesso gráfico permite, entre outras coisas:

- trabalhar com softwares mais interativos, que facilitam enormemente o treinamento;

- realizar várias tarefas simultâneas dentro do Windows e som.

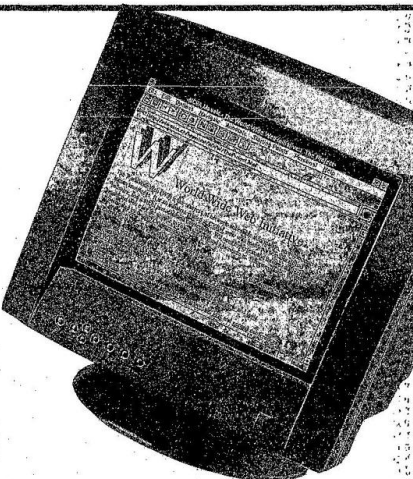
O mais interessante em tudo isto é que, dentro da filosofia da Internet, temos hoje na rede dezenas de programas de domínio público, alguns deles melhores do que qualquer outro vendido nas lojas do ramo. Estes programas se dividem entre os gratuitos (freeware) e os que pode se pagar depois (shareware).

Os gratuitos têm dois tipos de autores: as instituições de ensino e pesquisa ou analistas altruístas apaixonados pela Internet. É empresa, que colocam seus programas experimentais na rede para todos testarem e, quando ficam bons o suficiente, passam a ofere-

cer versões comerciais com melhorias que a versão pública não oferece. Entre os shareware, que usamos e pagamos depois, uns, simplesmente, travam depois de um certo tempo; outros lançam mensagens avisando que trata-se de uma cópia não registrada.


O casamento entre a Internet e o Windows começou com um programinha chamado Trumpet Winsock. Ele é o responsável por esta evolução. Mas isto fica para a próxima semana, quando pretendo falar, também, da paixão de todos nós pela Buda. Não, não se assustem: ela é o programa de correio eletrônico mais utilizado no mundo, um dos raros softwares, nos nossos micros machistas de toda noite, com nome de mulher.

Comentários, críticas, contribuições e bate-papos serão bem vindos no seguinte endereço: grafico@ci-ong.rnp.br Carlos Nepomuceno. Quem tiver dando acesso gráfico por aí, please: gostaria de um retorno para podermos sentir como anda este acesso pela rede, trocando experiências.



O

cérebro humano pode superar até mesmo o mais potente computador em um jogo de xadrez.



Então por que permitir que o seu computador imponha a maneira que você desempenha as suas atividades?

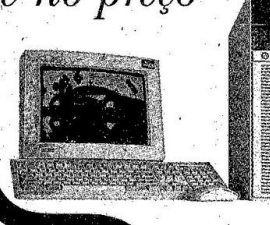
A vida não seria formidável se você pudesse operar os seus negócios sem ser limitado pelo seu sistema de informações? Na J. D. Edwards, nós desenvolvemos nosso software com a flexibilidade para evoluir com a sua companhia, mesmo que as suas operações sejam espalhadas pelo mundo inteiro. Então você pode se concentrar nos negócios enquanto o seu sistema de informações estará ao seu lado. Para descobrir como o software da J. D. Edwards pode auxiliar a sua companhia, ligue para nós hoje mesmo.

JDEdwards

SOFTWARE PARA UM MUNDO EM EVOLUÇÃO

XL SERVER

servidor 590 até no preço





- Microprocessador Pentium 90 MHz
- Memória RAM até 256 MB
- Memória Cache de 256 KB
- Controladora de disco PCI Fast e Fast-Wide SCSI "on board"
- Barramento EISA e PCI
- Suporta memória ECC
- Supera RAID
- Suporta software de gerenciamento e tolerância a falhas
- Interface enlanced IDE

- Interface paralela ECP/EPP
- Interface serial bufferizada
- Flash ROM Bios
- Vários níveis de senha
- Acompanha CD-ROM e CD com drives de configuração
- Certificados Novell, Windows NT, SCO, Pathworks, OS/2, etc.
- Acompanha MS-DOS e Windows for Workgroups
- Garantia de 3 anos on-site

Ideal para operar como servidor de redes que necessitem grande número de estações.

Possui arquitetura modular, o que possibilita facilidade na migração de processadores.

DIGIMICRO

Rua do Ovidor, 5077 andar - Centro - RJ - CEP: 20040-030
Tel.: (021) 252-0767/252-0716 - Telefax: (021) 242-0734

