

## **Google aposta em computação em nuvem**

*Roberta Prescott*

Ninguém duvida da transformação que o Google representou para a internet. O mecanismo revolucionou de tal maneira a web que virou sinônimo de busca de informação. Em seus poucos mais de dez anos - completados em setembro último -, o Google mostrou que não medirá esforços para manter o seu nome na vanguarda da tecnologia. Seus cerca de 21 mil funcionários são estimulados a pensar o novo.

Desde agosto no posto de diretor-geral do Google Brasil, Alex Dias, 37 anos, absorveu bem a cultura e discorre com desenvoltura sobre o impacto da companhia para a internet, a aposta em computação em nuvem, plataformas abertas, mobilidade, o modelo de negócio, as políticas de segurança. O executivo falou à ITMídia sobre esses e outros assuntos.

### **Gazeta Mercantil - O Google tem conseguido crescer e conquistar espaço oferecendo serviços gratuitos. Até quando este modelo se sustenta?**

Uma coisa que nos diferencia, por mais óbvio que pareça, é o foco no usuário. Por exemplo, muitas redes sociais na Rússia ou em países da Ásia começaram a cobrar por pelos serviços. Isso é impensável. O nosso foco no usuário é um grande diferenciador prático, e não apenas um slogan de marketing. Um segundo ponto super relevante: somos uma empresa de engenharia, de infraestrutura tecnológica - e não de conteúdo. Então, realmente, nos esforçamos para ter o melhor produto possível. Se, às vezes, tocamos um pouco no conteúdo, é para dar um empurrãozinho no mercado.

### **Gazeta Mercantil - O segredo foi manter o foco?**

Isto representou uma diferenciação muito grande da concorrência. Do ponto de vista friamente de negócio, gerou escala e inovação no momento certo para, por exemplo, mergulhar no modelo de publicidade. Você pode perguntar se a geração usuária de conteúdo veio com o Google ou o Google com ela? Uma coisa levou a outra, e foram várias ferramentas se proliferando para chegar a este mundo totalmente transformado pela geração e gestão de conteúdo. O Google está muito bem posicionado e atento a estes movimentos.

### **Gazeta Mercantil - Qual foi a fórmula para o Google sobreviver ao estouro da bolha da internet?**

Apostar em uma tecnologia vencedora e não perder o foco da empresa. Mudou o foco da empresa de 2000 para 2009? Não. O Google vive e respira busca. Na época do IPO, em 2004, ninguém sabia que faturaria tanto. Mas é uma tecnologia que começou a ser investida em 2000 e 2001, quando os links patrocinados, de uma maneira geral, começaram pela mão do nosso competidor Yahoo. Mas o Google trabalhou um monte de tecnologias? É verdade, porém, sempre dentro da regra de 70% do tempo das pessoas voltado para ferramentas de buscas, 20% para correlatos e 10% para novas ideias.

### **Gazeta Mercantil - Isto funciona na prática?**

Sim, funciona muito bem. Mas tem por trás um modelo de gestão forte.

### **Gazeta Mercantil - Como você avalia o impacto da empresa para a sociedade?**

O Google, pelo fato de ter gerado tecnologia ao redor do tema "organizar informação", trouxe muita relevância primeiro para o consumidor e, agora, ingressamos cada vez mais no universo corporativo com novas tecnologias, como computação em nuvem, e plataformas abertas. São ferramentas que visam a gerar mais valor e atendem ao que o mundo mais carece: produtividade. A tecnologia veio para ajudar e não ameaçar.

**Gazeta Mercantil - O Google é um dos grandes entusiastas da computação em nuvem. Porém, esse modelo ainda assusta as corporações. Como fazer com que as companhias o adotem?**

Será como ocorreu com a publicidade online, que começou pela mão das pequenas e médias empresas por uma questão econômica e de escala. É preciso entender que o histórico das grandes empresas vem de uma arquitetura fechada, mas estão cada vez mais expandindo com a preocupação de capacidade, de desenvolvimento tecnológico e de gerenciamento de processo. Hoje, para fazer upgrade de um ERP a empresa tem de treinar os funcionários, passar por todos os ciclos, enquanto que a nuvem fornece micro mudanças no dia-a-dia.

**Gazeta Mercantil - Mas você acredita realmente que as empresas vão passar sistemas mais robustos para nuvem?**

O Google não tem interesse em oferecer este serviço, mas em fornecer aplicativos. Acreditamos que várias empresas vão se beneficiar desta tendência como modelo de negócio. Mas é natural que exista uma certa resistência, porque não há casos de sucesso preparados, há preocupações com relação à segurança ainda não respondidas e experiências boas e ruins sobre o nível de serviço. Os diretores de tecnologia da informação são cautelosos.

**Gazeta Mercantil - Esta cautela também está na alta cúpula, preocupada, principalmente, com a segurança dos dados.**

Sim, mas é controverso, pois os executivos andam com os notebooks com todos os dados pelas perigosas ruas de São Paulo e tem medo da segurança do datacenter? Pegue as estatísticas...

**Gazeta Mercantil - A companhia pisou no freio em relação às aquisições e anunciou demissões. De que forma a crise chegou ao Google?**

Esta redução do crescimento econômico chegou para todo mundo. Ela nos faz questionar se não avançamos rápido demais em algumas coisas. No passado, com uma taxa de crescimento muito alta, você podia contratar uma pessoa brilhante para determinado produto que, se depois tivesse o crescimento diminuído, esta pessoa ficaria a mais. O que fazer hoje com este profissional brilhante? Nós estamos primeiro dando oportunidade de se realocar internamente. Se não der, sai da empresa. É um momento de ajuste. No ano passado recrutamos 5 mil pessoas.

**Gazeta Mercantil - Quais são os planos para o Android?**

É uma aposta de uma plataforma aberta que gera escala, permite que empresas se foquem e que a tecnologia se desenvolva pelas mãos daqueles que têm de estar focados nela. O Google aposta no Android como sendo uma grande plataforma para os smartphones. Acreditamos que ele oferecerá a experiência que ainda não se viu nem no SMS nem no WAP.

**Gazeta Mercantil - E quanto às expectativas com relação ao Chrome?**

O browser hoje é um elemento muito importante na estratégia de computação em nuvem, e o Chrome vem com a proposta de interagir com o usuário, criar uma plataforma aberta. Ele tem o efeito de atrair por ser rápido, eficiente, com várias funcionalidades... É esta dinâmica que queremos imprimir para esta indústria que estava meio parada. É mais um papel de fomentador do que de querer abraçar o segmento de browser. Não ganhamos nada com ele, mas achamos estratégico fornecer ao usuário uma melhor experiência na web, porque com isto ele fica mais tempo conectado e usa mais serviços.

**Gazeta Mercantil - Há muita discussão com relação a como o Google trata a segurança das informações de seus clientes. Como garantir a privacidade?**

Primeiro, temos de ser transparentes: todos os detalhes de nossa política estão claros e acessíveis para quem quiser acessar. Segundo: levamos este assunto super a sério; caso não levássemos, estaríamos mortos. O armazenamento por indexação de informação é feito por robôs, são algoritmos baseados no comportamento, não existe ninguém olhando individualmente.

**Gazeta Mercantil - O Google completou dez anos em setembro de 2008. Qual balanço você faz da internet nesses anos e o que podemos esperar para a próxima década?**

Eu acho que existem duas formas de pensar. A mais cartesiana ou binária e a mais imaginativa. Tomando estas duas dimensões, do ponto de vista binário, foi um avanço enorme, os números das informações e a quantidade de servidores, de buscas, de vídeos e de conteúdo estão aí para confirmar. Do ponto de vista imaginativo, começamos uma revolução, que será gigantesca. Daqui a cinco anos a postura dos diretores de tecnologia da informação terá de abranger desde a segurança à privacidade, ao processo de inovação e às novas tecnologias.

**Gazeta Mercantil - Para onde caminhamos?**

Acho que estamos indo para o poder na mão do usuário, uma pulverização gigantesca da geração de conteúdo, computação em nuvem e os impactos dela na infraestrutura. Uma coisa é falar de computação em nuvem e outra é implementá-la! E tem também a questão da plataforma aberta. Se você analisar as empresas que tiveram sucesso, verá que o grau maior ou menor do sucesso está de acordo com uma maior ou menor taxa de adaptação delas.

**Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 19 maio 2009, Empresas & Negócios, p. C7.**