

O RG vira IP

Leandro Burti

Um país com conectividade total, onde o acesso à internet em banda larga está nas tomadas elétricas de cada casa. Esse é um cenário mais do que possível para o Brasil dentro de 15 anos. Com fácil acesso à tecnologia e qualquer um ligado à rede, surge a primeira grande questão: O que muda nas pessoas?

Talvez não tenhamos mais documentos como o RG ou até mesmo o CPF. Possivelmente, todos os seres humanos sejam identificados pelo seu IP e nele constem informações completas e detalhadas sobre o indivíduo. Obviamente, isso vai muito além de sistemas que mapeiam o comportamento ou os anseios das pessoas que navegam em sites de comércio eletrônico ou fazem parte de grupos segmentados nas redes sociais.

O que parece um sonho para governos e autoridades pode ser também uma deliciosa fantasia para aqueles que têm como missão transmitir uma mensagem, uma ideia e vender um produto ou serviço.

Mas nem tudo é céu de brigadeiro para a comunicação do futuro. Se, por um lado, agências e anunciantes terão um leque de ferramentas sem precedentes para atingir o público-alvo, com um nível de especificidade jamais visto, aparece também o que deve ser o maior dilema do futuro para o mundo do marketing: a relação comunicação possível x privacidade x comunicação desejável.

Nesse cenário nem tão perto nem tão distante, velocidade será a palavra-chave para quem quiser fazer a melhor leitura de cenário e se posicionar da maneira adequada. As mudanças serão cada vez mais rápidas, como serão também aceleradas as transformações do público consumidor. Quem tem 15 anos hoje terá 30 em 2025. Isso significa dizer que quem agora tem sonhos de consumo, amanhã estará com o poder de decisão de compra nas mãos. Em ritmo acelerado acontecerão as mudanças tecnológicas, mas também a relação de cada indivíduo com as inovações. A velocidade da mudança de perfis será tão crescente quanto a multiplicidade de canais de acesso à informação.

Longe de ser um enredo de ficção científica, a soma de todos esses fatores apresentará um novo panorama para a propaganda e o marketing. A velocidade também será a tônica da comunicação. Grandes ideias nascem em um milissegundo, com a rapidez da transmissão de um impulso elétrico pelo sistema nervoso. Mais importante do que esse fluxo que ocorre quase que como um flash instantâneo, será a velocidade do processamento desta ideia.

No futuro, a produção publicitária ocorrerá em um ritmo alucinante, pois assim será a demanda. A necessidade de transformar a ideia em conteúdo e adaptá-lo aos múltiplos canais será uma atividade muito complexa. Este panorama transformado em realidade favorecerá a atuação de verdadeiras boutiques criativas, pois a produção publicitária será infinitamente mais customizada. Apenas por esse caminho será possível a junção entre qualidade e eficácia, atendendo a prazos limitadíssimos.

Embora seja uma visão não muito animadora em primeira análise, esses rumos oxigenarão a produção da forma como a temos hoje. Emerge desse panorama o embrião de uma nova ordem que vai privilegiar o talento em detrimento da comoditização dos serviços relacionados ao segmento. Esse modelo será a base de sustentação da relação que vai nortear a cadeia produtiva da comunicação: talento x conteúdo x meio.

Também ganham espaço nessa configuração fornecedores que proporcionem praticidade, funcionalidade e inteligência aos clientes. A oferta de serviços verticalizados, bem como de sistemas de controle e integração dos envolvidos no fluxo de trabalho do processo produtivo, além de ferramentas que auxiliem a produção, se constituirão no braço direito das "boutiques criativas". Essa vertente também fomentará a inovação constante em todos os elos da cadeia para a manutenção do modelo produtivo.

Essa estruturação da forma de se fazer comunicação e marketing coloca o talento e a inovação no centro das atenções, conduzidos em caminhos trilhados pelas evoluções e revoluções tecnológicas. Bits, byte, criatividade e produtividade serão elementos indissociáveis, unidos como nunca antes. Já começamos a seguir essa trilha na Burti. Transformamos grandes ideias em pixels, que geram uma boa imagem e, conseqüentemente, bons negócios e resultados. Essa tônica é multimeios, pois funciona para todas as plataformas e será cada vez mais forte.

Como toda mudança, essa também não vai transcorrer facilmente e, não fosse pela imposição da tecnologia, talvez nem acontecesse. No entanto, esse ciclo que está sendo concebido neste exato momento, enquanto você lê este texto, tem tudo para ser um dos mais sustentáveis já vividos pela indústria da comunicação.

Fonte: Propmark, São Paulo, 27 set. 2010, p. 11.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais