**A EVOLUÇÃO DA INTERNET 1.0 A 3.0**

**Welton Rodrigues Vaz[[1]](#footnote-1)**

**Resumo**: Atualmente, a internet não é mais considerada um simples passatempo, são incríveis as mudanças que essa ferramenta digital sofreu nos últimos anos, e principalmente as alterações que provocou em nosso modo de vida. Num primeiro momento, a internet surgiu sem maiores ambições, era apenas mais um mecanismo de comunicação para ser usado, tal qual o telefone, nem seu grande defensor Martin Cooper na década de 80 poderia adivinhar que após 35 anos ela se tornaria uma das principais ferramentas de comunicações dos dias atuais. Grande parte das pessoas no mundo acessa a internet pelo menos 1 vez ao dia, seja para ver seus e-mails, acessar redes sociais, ler notícias, conversar com amigos ou familiares, postar artigos, e principalmente, para trabalhar. Navegamos pela internet, através de equipamentos eletrônicos como celulares, notebooks e diversas outras ferramentas, mas será que sabemos em qual internet nós estamos? A internet é dividida, na teoria em internet 1.0, internet 2.0 e internet 3.0. Este artigo pretende ser uma definição ampla dos desafios que levam as pessoas a pensar o que significa essas versões. Uma vez que estas são palavras de ordem e não termos claramente definidos, pensar nisso como uma tentativa de fornecer uma visão panorâmica dos leigos em constante mudança na terra da internet. A Internet está cada vez mais presente no dia a dia das pessoas, pessoas que estão à procura de informações até realização de compras online. Devido ao grande fluxo de dados, foram surgindo novos mecanismos de busca e interatividade, facilitando o processo para os usuários. Muitos acreditam que esses termos formam diferentes versões e /ou atualizações da nossa rede mundial de computadores, a internet, mas a questão é que, a maior rede de computadores do mundo sempre foi a mesma, contudo o que mudou ao passar destes anos na verdade foi o comportamento de seus usuários.

*Assim passamos a incorporar estes recursos em nossas vidas, de forma bem transparente, sem que precisemos conhecer suas características técnicas. Precisamos apenas escolher os recursos que melhor se adequem às nossas necessidades de comunicação, de acesso à informação, de lazer e aprendizado, sendo este processo dinâmico, pois cada vez existem mais recursos disponíveis no nosso entorno. (Silva, 2009, p.27)*

**Palavras-chave**: Evolução, Internet 1.0, Internet 2.0, Internet 3.0.

**1 INTRODUÇÃO**

Para comparar as diferenças entre tais versões e/ou atualizações é de suma importância pensar primeiramente que elas possuem atributos diferentes. Possuem diferenças básicas tanto tecnológicas (permitir ou não a interação com o usuário) quanto sociais (surgimento de comunidades virtuais), além da estrutura diferenciada (layout).

A principal diferença está basicamente na abordagem. Enquanto os usuários da 1.0 eram apenas consumidores de conteúdo, incapazes de alterá-lo ou produzir novas versões, na internet 2.0 o objetivo principal permeia a construção do conteúdo. Ou seja, usuários podem agora contribuir para o alastramento da World Wide Web. Mas a evolução não parou por aqui. Já tem gente que pensa na web 3.0.

A Década de 90 e o ano 2000 marcaram o surgimento dos grandes portais como Aol, Uol ,Yahoo, Bol, Geocities entre outros. Eles marcaram a chegada da web 1.0, a primeira geração de internet comercial. Em 1994, existiam apenas pouco mais de 10 mil websites e somente os administradores e com um grau de conhecimento na área de tecnologia podiam colocar informação na web.

Nos dias atuais utilizamos nas áreas de tecnologia expressões que descrevem uma internet antiga de meados de 1990 e uma totalmente voltada para uma realidade moderna e ampla. Expressões comuns que chamamos de “Internet 2.0” e “internet 3.0” e todas as suas modificações, tais como uma nova web 3.0, usuários 3.0, alunos 3.0, consumidores 3.0, sites 3.0 e várias outras alterações que essa nova realidade trouxe como benefício ou talvez até prejudicial.

Muitos acreditam que esses termos nomeiam diferentes versões ou atualizações da nossa rede mundial de computadores, a internet, mas o fato é que a internet sempre foi a mesma, na prática não foi sua tecnologia que mudou e sim o comportamento de seus usuários.

Quanto a essas “expressões” ou “nomenclaturas” populares que estão presentes em diversas campanhas de marketing e publicitárias, estão sendo mal interpretadas pela grande parte dos usuários, gerando muita confusão no seu entendimento e no fim acaba sendo difícil entender o que realmente é um ou outro.

No dia a dia, grande parte dos usuários da nossa internet se depara com questões que nos causam várias dúvidas e conflitos de informações, o que exatamente é essa internet 2.0 e a nova 3.0? Existe alguma diferença entre elas?

Desde o surgimento da nossa internet tivemos classificações que foram diretamente influenciadas a forma como a internet é utilizada, tanto pelos usuários domésticos, como pelas empresas de pequeno, médio e grande porte, ou seja, a diferença entre elas garante mudanças nos padrões e do público em relação a essa rede de “grande porte”.

Para entendermos essas classificações e saber diferenciar suas características, vamos detalhar as propriedades de cada uma delas.

**2 A Internet 1.0**

A fase inicial da internet é relacionada como a “internet das empresas”, onde os consumidores que são chamados de usuários tinham o poder de apenas consumir a informação colocada pelas empresas. Nesta época, não havia comunicação entre os dois lados ou seja entre o cliente e marca.

Período em que a internet ainda estava se popularizando, aproximadamente entre os anos de 1998 a 2003, quando o número de usuários ainda era inexpressivo.

Podemos assimilar a “internet 1.0″ com apenas uma expressão: “baixa interatividade”, Ou seja, empresas utilizavam a internet como uma televisão, apenas publicando conteúdos e informações de seu universo, ou notícias, sem se preocupar muito com a opinião do usuário, que por sua vez, se comportava como um espectador passivo, sem poder contar com canais adequados de interação.

Durante esta época, era muito comum ver que websites de grandes empresas ainda apresentavam a mensagem “em construção”. As maiores interações disponíveis eram os e-mails, tendo como mais popular no Brasil a BOL, e o chat on-line MSN, porém ainda pouco utilizados e difundidos. Os sites de busca ainda utilizavam motores simplistas, que não ajudavam muito na navegação pela web, quando os mais populares eram o Geocities, Altavista, Cadê, Yahoo! e, aquele que se tornaria um gigante nesta área, o Google.

**2 A Internet 2.0**

Com o crescente número de usuários utilizando a web, foi muito natural que suas necessidades influenciassem diretamente a maneira como as empresas utilizariam seus recursos e ferramentas. Essas mudanças forçaram o surgimento de um novo ambiente, cuja principal característica é a alta interatividade, que foi classificada como “internet 2.0″.

*Segundo Brady Forrest (2007) esse termo se popularizou à partir de 2004 pela empresa americana O'Reilly Media, marcando uma nova fase em que o internauta havia se conscientizado do poder de criação, interação e formação de opinião que a web lhe proporcionava, e com isso, não se comportaria mais como um espectador passivo diante de uma marca, empresa ou instituição. Pelo contrário, a “internet 2.0″ é marcada principalmente pela participação direta do internauta como um gerador de conteúdo, que popularizou ferramentas e serviços como os blogs, chats online, sites para publicação de vídeos, redes sociais e wikis.*

Para Tim Berners-Lee (2007), “o inventor da World Wide Web (WWW), alegam que o termo carece de sentido, pois a Web 2.0 utiliza muitos componentes tecnológicos criados antes mesmo do surgimento da Web”.

Além disso, houve uma grande evolução nos mecanismos de busca, liderada pelo Google, que se tornaram mais inteligentes, aumentado a organização das informações, facilitando para o usuário compreender a “grande rede” e encontrar o que deseja.

Esta mudança no comportamento, nas necessidades e no nível de exigência do internauta motivou a criação de ferramentas como: Youtube, Orkut, Facebook, Flickr, Wikipédia, Picasa, Twitter e muitas outras que apresentam como principais características a participação direta do usuário e amplos canais de interação.

A seguinte comparação entre a Web 1.0 e Web 2.0, feita por De la Torre (2006, p. 7) “enfatiza a participação do usuário como produtor e consumidor de conteúdo, em um ambiente dinâmico que é a Web 2.0.”

**3 Internet 3.0**

A movimentação gerada à partir da interação nas mídias digitais gerou em poucos anos uma quantidade absurda de informações sobre o próprio usuário/consumidor, que tratam-se de patrimônios valiosos do ponto de vista das empresas de marketing e das estratégias de negócios nos mais variados setores.

A “internet 3.0″ se relaciona principalmente pela organização dessas informações sobre o próprio usuário/consumidor, especialmente para que as máquinas possam compreender melhor as tendências e otimizar as experiências deste usuário na web. Ou seja, os sistemas se mostram mais preparados para entender melhor o que o usuário deseja e para ajudá-lo com mais eficiência.

Por exemplo: Nos dias atuais, se o usuário/consumidor faz uma pesquisa no site Google a procura por “notebooks”, começará a ser exibido para ele, nos sites que frequenta, peças publicitárias para venda de notebooks. Ou seja, o sistema compreendeu que aquele usuário está interessado na compra de um notebook e utiliza esta informação para oferecer aos fornecedores de notebook uma publicidade com alto índice de aproveitamento. Afinal, o seu anúncio será exibido para quem está provavelmente querendo comprar um notebook.

Além disso, atualmente todas as informações que são disponibilizadas nas redes sociais, como, preferências, locais onde trabalhou/estudou, livros que leu, filmes que assistiu, viagens que fez, rede de amigos, nível de reputação, dentre outros dados, são diretamente utilizadas nas estratégias publicitárias e na otimização das ferramentas utilizadas pelo usuário.

Dessa forma, trata-se de uma ferramenta que está cada vez mais próxima de uma inteligência artificial, que conhece cada vez mais o seu usuário/consumidor, e com isso, tem mais possibilidades de prever tendências e traçar estratégias de ação.

Outra característica que marca a internet 3.0 é o aumento no tempo de conexão por parte dos usuários, que subiu radicalmente a partir da popularização de plataformas móveis, como smartphones e tabletes. Ou seja, o consumidor está cada vez mais conectado à “grande rede”, desenvolvendo atividades diversas, nas muitas áreas da sua vida.

**4 CONCLUSÃO**

Nos dias de hoje, é impossível imaginar o sistema de informação do século XXI sem a “rede das redes”, pois sem ela as informações que precisamos todos os dias seria reduzida consideravelmente e insustentável nossas funções no trabalho ou em nossas vidas pessoais

Uma das conclusões mais interessantes sobre o conceito por trás da internet 1.0, 2.0 e 3.0, está a compreensão de que o usuário foi o grande motivador de todas essas mudanças, a partir das suas necessidades e gostos. E que, se manter atendo ao comportamento desse público é uma fantástica ferramenta para acompanhar as tendências e os caminhos que a internet está tomando.

Além disso, neste atual mercado conectado, qualquer planejamento de marketing precisa levar em consideração essas novas características e comportamentos do público, que não apenas vem mudando a maneira como se relaciona com a internet, mas também a maneira como consome e toma decisões.

**REFERÊNCIAS**

Brady Forrest. Controversy about our "Web 2.0" service mark (em inglês). Visitado em 4 de junho de 2013. Disponivel em: <http://radar.oreilly.com/2006/05/controversy-about-our-web-20-s.html>.Acesso em 5º out. 2014.

DE LA TORRE, A. Web Educativa 2.0. In: Edutec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa, n. 20, 2006. Disponível em: <http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec20/anibal20.pdf>. Acesso em: 1º out. 2014.

Scott Laningham. developerWorks Interviews: Tim Berners-Lee (em inglês). Visitado em 4 de junho de 2014.

SILVA, S. Blog como recurso educacional na web 2.0. In: Revista Iluminart, v. 1, n. 3, dez. 2009. Disponível em: <http://www.cefetsp.br/edu/sertaozinho/revista/iluminart.htm>. Acesso em: 17 Julho. 2014.

1. Docente da Faculdade Montes Belos (FMB) – Especialista em Docência Universitária e Web e Sistemas de Informação (FMB), Graduado em Administração em Analise de Sistemas pela Faculdade Montes Belos, – weltonrodrigues504@hotmail.com. [↑](#footnote-ref-1)