



## **PRODUTOS DIGITAIS (INFOPRODUTOS)**

### **DEFINIÇÃO, PROCESSOS CRIATIVOS, MERCADO**

Carlos Henrique Machado

#### **Resumo:**

Os constantes avanços tecnológicos nos permitiram vislumbrar novas perspectivas de inovação em praticamente todas as áreas do conhecimento humano. Com o desenvolvimento exponencial da tecnologia computacional e a contínua ascensão da internet, atualizamos um mundo antes completamente analógico e mecânico, para um mundo digital e virtual, dos softwares e aplicativos, permitindo assim que produtos, serviços e informações fossem acessados e adquiridos através de dispositivos conectados à internet.

Neste mundo digital, surgiram os produtos digitais, também conhecidos como infoprodutos, que oferecem recursos, serviços e conteúdos que podem ser adquiridos a preços atrativos e até mesmo de maneira gratuita, bastando para isso um simples download.

Mas o que são os infoprodutos?

Este trabalho aborda o tema e apresenta uma definição clara para os produtos digitais bem como técnicas criativas utilizadas durante seu desenvolvimento e o que podemos esperar deste mercado.

**Palavras-chave:** Produtos Digitais, Infoprodutos, Digital, Criatividade, Inovação, Mercado



## 1 INTRODUÇÃO

Desde que iniciei os trabalhos, estudos e pesquisas no campo tecnológico tenho observado, enquanto sociedade, o quanto nos tornamos dependentes de ferramentas e recursos desenvolvidos através de décadas de investimentos em estudos e pesquisas científicas, porém uma grande parcela da sociedade permanece completamente alheia aos avanços e inovações tecnológicas e como elas afetam profundamente suas vidas.

Carl Sagan, famoso astrônomo, disse no início da década de 90 que *“Vivemos em uma sociedade intensamente dependente da ciência e tecnologia, em que quase ninguém sabe algo sobre ciência e tecnologia.”* (SAGAN, 1990), embora passadas quase três décadas, esta frase ainda é surpreendentemente atual.

Dentro deste paradigma tecnológico, os produtos digitais ou infoprodutos como também são conhecidos, estão presentes no cotidiano da sociedade moderna. Utilizamos diariamente recursos, serviços, ferramentas e facilidades que nos são oferecidas por eles, tornando-os partes fundamentais de nossa cultura.

Segundo KOTLER (2006) *“um produto pode ser entendido como tudo que puder ser oferecido a um mercado para satisfazer seu desejo ou necessidade”*. A compreensão dos produtos digitais em relação aos produtos tradicionais é de imensurável importância para uma sociedade intimamente dependente deles, segundo PEDRO (2017) *“Infoprodutos são materiais de informação que são criados e distribuídos, de forma paga ou gratuita, em formato digital.”*, diferentes dos produtos físicos, os produtos digitais são intangíveis e dependentes, em sua maioria, de dispositivos eletrônicos com acesso à internet para que sejam consumidos, como por exemplo os smartphones que hoje estão nas mãos de 62% dos brasileiros, estes números somente do ano de 2017, segundo pesquisa da Google realizada anualmente junto a empresa de pesquisas Kantar TNS (FOLHA, 2017).

A produção de um infoproduto está profundamente relacionada aos processos criativos utilizados durante sua ideação, transformar uma ideia ou problema em um produto ou serviço que será adquirido, utilizado ou consumido por diversas pessoas ao redor do mundo é um grande desafio e responsabilidade para desenvolvedores, produtores e designers, por isso o uso de técnicas e ferramentas específicas para identificar problemas, trabalhar ideias e apresentar soluções são necessárias, como por exemplo o Design Thinking, que definido por um dos maiores especialistas no assunto, Charles Burnette em seu currículo no IDESIGN (em inglês) *“é um processo de pensamento crítico e criativo que permite organizar informações e ideias, tomar decisões, aprimorar situações e adquirir conhecimento.”* (BURNETTE 2005), o brainstorm (tempestade de ideias), as personas, a jornada do usuário, a modelagem e a prototipagem, dentre diversas outras.



Podemos dizer que estamos em um momento histórico para a humanidade, nunca antes as pessoas se comunicaram tanto e de tantas formas diferentes, a tecnologia nos trouxe os computadores e a internet, ferramentas que se tornaram fundamentais para a sociedade moderna, hoje possuímos dispositivos móveis com capacidades incríveis e que nos conectam ao mundo através de um toque, a partir disso desenvolvemos diversas outras ferramentas, como os aplicativos que facilitam nossas vidas na hora de enviar mensagens, realizar chamadas, traçar rotas, chamar um taxi, pesquisar preços, comprar produtos, entre outros.

Esta evolução transformou a maneira como nos comportamos, mudou completamente nossos padrões de consumo e alterou as definições clássicas de produtos, design, marketing e formas de comercialização.

Para compreender o quão gigantesca têm sido estas mudanças, precisamos entender o conceito de produtos em geral, segundo ROCHA (1999) *“Produto é qualquer coisa que possa ser objeto de troca entre indivíduos ou organizações.”*, PETER (2000) acrescenta a seguinte definição: *“O produto envolve muito mais do que bens e serviços, mas também marcas, embalagens, serviços aos clientes e outras características que acrescentam valor para os clientes.”*, a partir destas definições podemos dizer que um produto é algo de valor que pode ser trocado ou comercializado, porém está longe de ser simplesmente um bem material ou serviço em si, o produto depende de um conjunto de outras características como identidade visual, marca e estilo, que faz com que os clientes se identifiquem com as soluções oferecidas, sejam elas tangíveis ou não, e que sintam representatividade, confiança e segurança nos produtos consumidos.

ARMSTRONG (2007) define muito bem a ideia de produto, que corrobora e acrescenta nas ideias citadas anteriormente, ele afirma que: *“Definimos um produto como algo que pode ser oferecido a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e que pode satisfazer um desejo ou necessidade. Produtos incluem mais do que apenas bens tangíveis. Definindo amplamente, incluem objetos físicos, serviços, eventos, pessoas, lugares, organizações, ideias ou um misto de todas essas entidades.”*, com esta definição podemos compreender que os produtos podem ser representados em diversas formas de acordo com as necessidades e nichos específicos.



Já os infoprodutos, segundo PEDRO (2017) CEO da Hotmart, hoje considerada uma das maiores fornecedoras de infoprodutos do Brasil, podem ser definidos da seguinte maneira: “*são materiais de informação que são criados e distribuídos, de forma paga ou gratuita, em formato digital.*”, por ser digital possuem formatos diversos que vão desde e-books, vídeos e podcasts a aplicativos multiplataformas e com uma vantagem enorme em relação aos custos de produção, já que estes produtos podem ser desenvolvidos através de um computador comum e distribuídos em diversos canais que abrangem todo o mundo, canais estes acessíveis a qualquer pessoa que possua acesso à internet.

A produção de infoprodutos passa por diversas fases criativas, além de uma preocupação especial com o design, mais especificamente os conceitos de UI Design (User Interface Design)<sup>1</sup> e UX Design (User Experience Design)<sup>2</sup>, que pode significar o sucesso ou fracasso de um infoproduto.

Ainda dentro do quesito “Design”, podemos citar o conceito de Design Emocional, o qual possui um grande apelo quando tratamos de produtos digitais, que por sua intangibilidade precisam trabalhar o lado emocional da relação do usuário com o produto ou serviço oferecido.

NORMAN (2008) em seu livro “Design Emocional”, frisa muito bem o conceito ao dizer que: “*Os objetos em nossas vidas são mais que meros bens materiais. Temos orgulho deles por causa dos significados que eles trazem para nossas vidas. Um objeto favorito é um símbolo.*”.

O mercado dos produtos digitais está em ebulição, como este modelo de negócio e produtos têm como base o capital intelectual e o baixo custo de produção se comparado a produtos e serviços convencionais, a quantidade de empreendedores produzindo seus próprios infoprodutos para nichos diversificados e disponibilizando, muitas vezes de maneira independente através de plataformas de distribuição e vendas online, têm aumentado de maneira excepcional, e este fato tem ligação direta com a popularização da tecnologia e a inclusão digital.

---

<sup>1</sup> UI Design, do inglês User Interface Design (Design de Interface do Usuário), é o meio pela qual um usuário interage e controla um dispositivo, software ou aplicativo. Esse controle pode ser feito por meio de botões, menus e qualquer elemento que permita uma interação entre o dispositivo e o usuário.

<sup>2</sup> UX Design, do inglês User Experience (UX) (Experiência do Usuário), é o conjunto de elementos e fatores relativos à interação do usuário com um determinado produto, sistema ou serviço cujo resultado gera uma percepção positiva ou negativa.



Os objetivos desta pesquisa visam definir o que são os produtos digitais (infoprodutos), quais os processos criativos comumente utilizados durante o desenvolvimento destes produtos e o que podemos esperar deste mercado.

Para se chegar as conclusões aqui apresentadas foi realizada uma pesquisa de campo utilizando uma metodologia de pesquisa empírica e pura, objetivando a análise conceitual da temática abordada com foco nos produtores e suas definições de infoprodutos, além de conhecimentos relacionados ao uso ou não de técnicas criativas durante os processos de desenvolvimento e suas opiniões sobre mercado.

A pesquisa se deu de maneira qualitativa, com amostra não probabilística, coletada através de questionário online (denominado “Entrevista”), direcionado a empresas, startups, freelancers e afins, dentro de um ecossistema regional de empreendedorismo e inovação, utilizando a ferramenta Google Form para coletar os resultados e gerar métricas que foram a base para a conceitualização deste trabalho.

## **2 A PESQUISA**

Optei por realizar a pesquisa / entrevista de maneira online, buscando enfatizar como o meio digital tornou-se uma ferramenta de grande importância acadêmica e científica, possibilitando grande abrangência, direcionamentos precisos e resultados em tempo real, sendo possível utilizar ferramentas totalmente seguras e gratuitas, como o Google Form, para coletar dados e gerar as métricas da pesquisa.

O foco da entrevista foram os produtos digitais, com questões de múltipla escolha, escala linear e abertas, relacionadas ao entendimento dos entrevistados sobre o tema infoprodutos e o conhecimento e uso de técnicas criativas durante a ideação e produção, acrescidas de uma visão sobre distribuição, mercado e consumo.

A entrevista foi direcionada a startups de base tecnológica, empresas tradicionais que produzem ou têm interesse em produzir infoprodutos, freelancers, desenvolvedores, designers e afins.

Será apresentado neste trabalho os dados de maior relevância para o tema.

### **2.1 TIPOS DE PRODUTOS**

Existe uma enorme variedade de produtos e serviços que podem ser convertidos em produtos digitais, a gama de plataformas e formatos de arquivos permitem transformar ideias e conhecimentos em vídeo aulas, podcasts, aplicativos para smartphones e tablets, sites, e-books, etc. Tudo depende da visão de mercado e do nicho escolhido pelo produtor.



O mercado dos cursos online, por exemplo, tem se expandido muito nos últimos anos, de treinamentos em vídeo e tutoriais a cursos livres de design, idiomas e programação, até mesmo cursos superiores de graduação e pós-graduação de universidades de renome.

Entre os entrevistados 16,7% trabalham com educação. Várias pesquisas recentes mostram um crescimento real do mercado EAD, em uma matéria da REVISTA EXAME (2018) com o título: *“Cursos EAD estão crescendo no Brasil”* revela que: *“a oferta dessa modalidade cresceu 51% nas instituições privadas brasileiras de 2011 a 2015, de acordo com o mais recente Censo EAD.BR, realizado pela Associação Brasileira de Educação a Distância (Abed) e publicado neste ano. O estudo revelou também que 31% das 341 instituições entrevistadas tinham planos de aumentar seus investimentos em formações totalmente online em 2017.”*, já a REVISTA EDUCAÇÃO (2017) diz que: *“A educação a distância vive bom momento com a expansão do número de matriculados”* e informa um dado interessante que demonstra uma grande vantagem em relação ao investimento de infoprodutos como cursos superiores EAD: *“O desenvolvimento tecnológico barateou a operação. Se há quatro anos uma instituição de ensino precisava de R\$ 5 milhões para criar cursos a distância, hoje esse valor gira em torno de R\$ 150 mil a R\$ 200 mil.”*, este dado se deve ao fato da tecnologia e mão de obra especializada estarem mais acessíveis, além da desburocratização do MEC para instituições de ensino superior.

O crescimento não está somente nos cursos superiores EAD, mas também nos cursos livres, segundo senso da ABED (2015): *“Os cursos livres corporativos e não corporativos foram os que mais receberam matrículas, segundo as instituições respondentes do Censo EAD.BR 2015. Os destaques ficaram para a iniciação profissional e treinamento operacional, com 1.880.165 e 1.001.819 matrículas, respectivamente”*.

Outro mercado em franca expansão é o de aplicativos mobile, também conhecidos por apps, que são distribuídos através de lojas virtuais como Play Store (para sistemas Android) e App Store (para sistemas iOS), podem ser gratuitos ou pagos e adquiridos de maneira simples através de downloads em diversos dispositivos, como smartphones e tablets.

## **2.2 ANÁLISE DE DADOS DA ENTREVISTA**

Do total dos entrevistados, 70% representaram empresas tradicionais, 20% startups e 10% freelancers e afins, os ramos de atuações foram bem variados como educação, consultoria, marketing, publicidade e propaganda, serviços, desenvolvimento de hardwares e softwares, produção audiovisual, design digital, web design e seguros.

Segundo os dados da entrevista, 50% dos entrevistados trabalham somente com produtos digitais, enquanto 41,7% também trabalham com produtos ou serviços não digitais, este dado nos

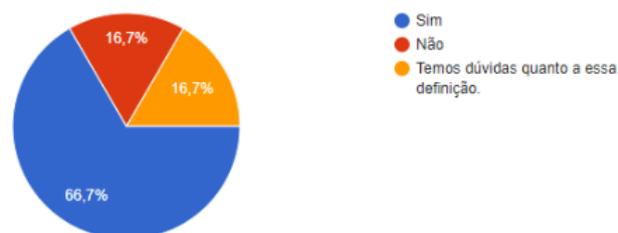
mostra um real crescimento na atuação das empresas e startups no mercado digital, alguns ainda permanecem com produtos físicos, enquanto buscam migrar para o digital, ou até mesmo preferem trabalhar com ambos os formatos, porém ao que tudo indica, a ascensão dos infoprodutos é uma realidade que abala os diversos produtos e serviços tradicionais, um bom exemplo são os serviços de streaming, responsáveis pela queda nos contratos de TV por assinatura e audiência dos canais de TV aberta e rádios.

Transformar qualquer produto ou serviço tradicional e físico em digital não é uma tarefa simples, nem todos os tipos de produtos e serviços se encaixam no modelo digital, já outros se adaptam bem ou podem até mesmo ser híbridos, comumente uma grande parcela dos produtos digitais vem atrelada a serviços digitais também conhecidos como infoserviços, (tema que poderá ser tratado em um futuro trabalho). É fato que é necessária uma boa análise de mercado antes de realizar uma migração para o meio digital.

Estamos em meio a um crescimento exponencial dos produtos digitais e mesmo diante de toda esta turbulência, comum em todo princípio de inovação, muitas empresas, produtores e usuários de tecnologias digitais encontram dificuldade em definir o que é um infoproduto e como caracterizar seus produtos como digitais. Este gráfico mostra que 66,7% dos entrevistados definem seus produtos como digitais, enquanto somente 16,7% têm dúvidas quanto a esta definição ou não definem por outros motivos.

#### A empresa / startup identifica seus produtos ou serviços como produtos digitais (infoprodutos)?

12 respostas



A definição e a conscientização de que os produtos digitais são produtos reais e de valor agregado é muito importante do ponto de vista econômico, eles possuem lugar de destaque, respeito e crescimento no mercado atual.

## 2.3 DISTRIBUIÇÃO DOS PRODUTOS DIGITAIS

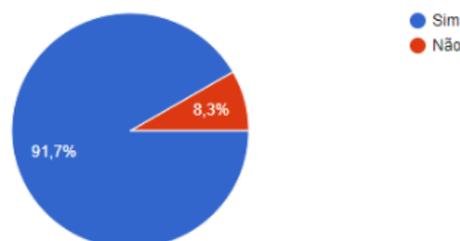
Todo produto necessita de um meio de exposição e distribuição, sejam em gôndolas, bancas ou sites e os produtos digitais não se diferem quanto a isso, eles ainda possuem vantagens sobre os produtos tradicionais, como por exemplo os produtos digitais não tem a necessidade de logísticas de distribuições e entregas físicas por correios ou transportadoras, estão disponíveis 24h por dia e 365 dias por ano, são conectados a sistemas de pagamentos automatizados e confiáveis, não necessitam de vendedores ou atendentes localmente e muito menos dependem da locação de ambientes físicos, sem contar com uma maior abrangência de público através da internet.

Nas décadas passadas, enquanto a internet ainda estava se consolidando e tornando-se acessível ao público, os produtos digitais eram distribuídos por meio de mídias físicas como disquetes, CDs e DVDs, eram vendidos em lojas especializadas, bancas de jornais e revistas ou através de simples e-commerces e enviados via correio para a casa dos compradores. Hoje esta realidade mudou, a internet se tornou uma ferramenta acessível e possibilitou as pessoas a fazerem suas compras online, baixando seus produtos digitais através de downloads diretos, eliminando assim a distribuição destes produtos em mídias defasadas e que geram resíduos poluentes, o que possibilitou o aumento da quantidade de plataformas disponíveis para hospedagem e distribuição destes produtos.

Dos entrevistados, 91,7% oferecem seus infoprodutos por meio digital, e somente 8,3% não o fazem por motivos específicos, como por exemplo, produtos que precisam ser instalados diretamente em computadores por técnicos especializados, prática que já se tornou antiquada e inviável, mas ainda assim utilizada por empresas de nichos específicos, que enviam seus profissionais ao local ou realizam instalações remotamente.

### Os produtos ou serviços são disponibilizados por meio digital?

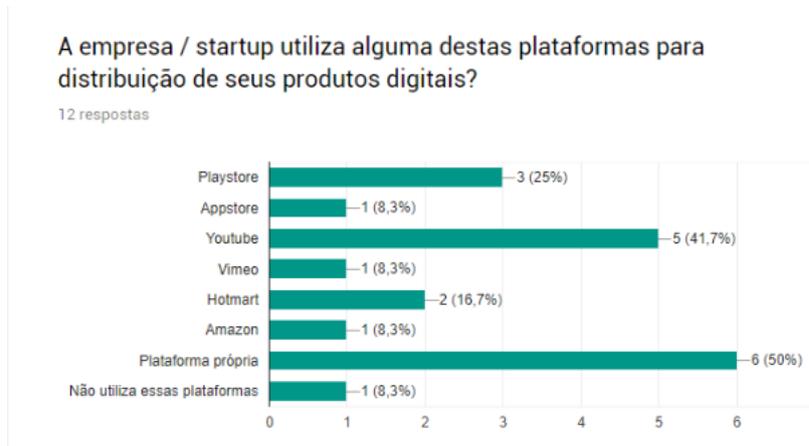
12 respostas



Como citado anteriormente, existem diversas plataformas de distribuição de infoprodutos pela internet, gratuitas, pagas ou proprietárias e 50% dos entrevistados utilizam plataformas



proprietárias para venda e distribuição de seus produtos digitais, como sites e e-commerces, enquanto 41% utilizam plataformas de terceiros.



Existem muitas vantagens em utilizar plataformas de terceiros, mas é necessária uma boa análise dos termos de uso, distribuição, pagamentos e segurança antes de contratar o serviço. Estas plataformas cobram mensalidades ou taxas por cada venda realizada e costumam ser mais seguras menos onerosas e com suporte direto para os vendedores e clientes, além de serem responsáveis pelas transações realizadas, já as plataformas gratuitas não costumam contar com um suporte aberto e não se responsabilizam caso tenha algum problema com seu produto digital. As plataformas proprietárias são interessantes do ponto de vista do produtor que deseja controlar cada passo de seu infoproduto e as ferramentas implementadas na distribuição e pagamentos, porém costumam ter alto custo por estarem atreladas ao trabalho de programadores, designers e agências de desenvolvimento.

## 2.4 TÉCNICAS CRIATIVAS

O desenvolvimento de um produto digital está diretamente ligado a capacidade criativa do produtor ou equipe que fará parte do projeto, normalmente um infoproduto é baseado em capital intelectual, uma ideia que precisa se transformar em uma ferramenta, recurso ou serviço digital para um público e nicho específico, o que demanda muita pesquisa de mercado, conhecimentos de novas tecnologias e mão de obra especializada.

Existem diversas técnicas criativas disponíveis para utilização no mercado, com uma simples busca na internet é possível encontrar cursos online e materiais gratuitos para estudo, uma das características dos produtos digitais é o baixo orçamento de produção em comparação aos produtos tradicionais, e estas técnicas são um trunfo para conseguir produzir um infoproduto de qualidade e que atinja as metas estabelecidas, o uso das técnicas em projetos permitem a economia de tempo e de investimento financeiro.



As técnicas criativas mais utilizadas por equipes de produtores digitais são:

- **Design Thinking**

Conjunto de técnicas, métodos e processos que permitem organizar informações, ideias e tomar decisões durante a abordagem de um problema. Esta técnica é utilizada por grandes empresas de tecnologia e startups, e já está sendo assimilada por escolas e universidades pela forma criativa, rápida e econômica de solucionar problemas.

- **Design Sprint**

É um processo de Design Express, onde um grupo se reúne por alguns dias para responder questões de grande importância para os negócios, utilizando design, prototipagem e validando ideias com usuários de produtos.

Esta técnica criativa foi desenvolvida pela Google Ventures, um braço da Google focado em acelerar ideias que estão em estágio inicial de desenvolvimento.

- **Brainstorm (Tempestade Ideias)**

Técnica de dinâmica em grupo que visa potencializar a criatividade dos indivíduos para um foco pré-determinado, permitindo encontrar soluções em meio a ideias inusitadas.

- **Criação de Personas**

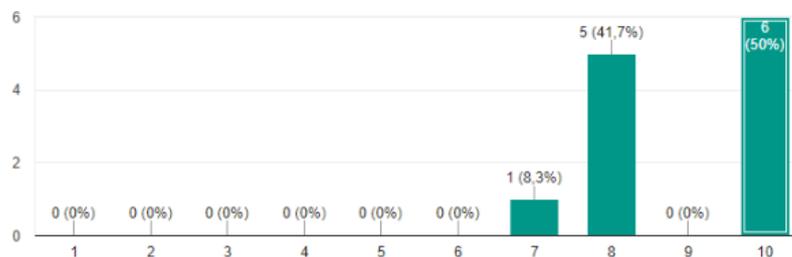
Criação de um personagem semifictício que ajuda equipes a entender qual o público alvo ideal para seus produtos, normalmente uma persona é definida após uma pesquisa de mercado e a análise dos dados coletados.

Existem inúmeras outras técnicas, algumas recentes e outras que vão sendo moldadas de acordo com a necessidade e a experimentação das equipes que as utilizam, permitindo alcançar novos níveis de conhecimentos e expertises agregadas, porém a escolha das técnicas é algo bastante particular e são fundamentais para qualquer projeto digital.

Dos entrevistados, todos conhecem ou já experimentaram alguma técnica criativa das citadas anteriormente, já que a entrevista foi direcionada a atores de um ecossistema de inovação e empreendedorismo e o uso de técnicas criativas têm forte presença nestes ambientes, destes 50% consideram muito importante o uso de alguma destas técnicas na produção de um infoproduto.

Em uma escala de 0 a 10, qual a importância da utilização de técnicas criativas para ideação e modelagem de produtos digitais?

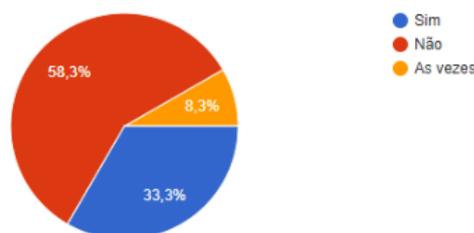
12 respostas



Porém quando questionados sobre a utilização de técnicas durante o desenvolvimento de um produto digital, 58,3% dos entrevistados disseram não utilizar nenhuma técnica criativa.

A empresa / startup utiliza ou já utilizou a técnica de Design Thinking para o desenvolvimento de um produto digital?

12 respostas



Esta diferença pode representar falta de conhecimento para a aplicação das técnicas em equipes ou a necessidade de suporte especializado, como mentores para implementar uma cultura criativa. Estas técnicas devem ser vistas como aliadas no processo de ideação e produção dos produtos digitais. É importante que empresas e startups produtoras de infoprodutos busquem treinamentos através de workshops, palestras ou até mesmo contratando especialistas da área para identificar as melhores técnicas para implementar em suas equipes.

## 2.5 MERCADO

O mercado dos produtos digitais está aquecido e deverá se manter assim, os infoprodutos exigem foco em nichos específicos de atuação, o que pode causar certa saturação, porém tudo depende do tipo de produto, público alvo, oferta, marketing e claro inovação, que é o grande diferencial de um produto sobre os concorrentes.

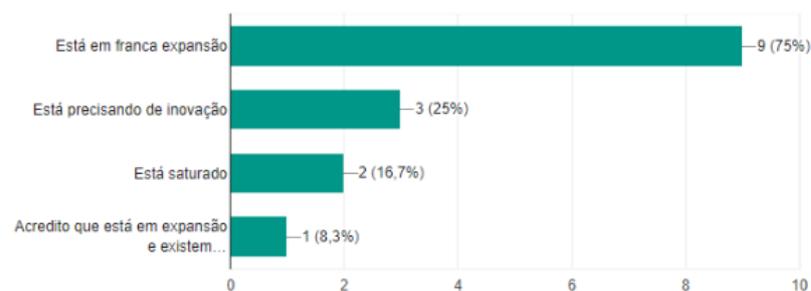
Conhecer bem o nicho e o mercado, realizar pesquisas de campo, validar ideias e lançar um MPV (Mínimo Produto Viável – MVP em inglês)<sup>3</sup> são fundamentais para o mercado dos produtos digitais. Este é um mercado de constante inovações e conquistar uma parcela de clientes demanda muito trabalho e dedicação, assim como mantê-los fiéis ao seu infoproduto.

O plágio e a pirataria são duas grandes preocupações do mercado digital, já que um infoproduto consiste de conteúdos e códigos que podem ser reproduzidos de maneira relativamente fácil, por isso é importante o apoio jurídico e conhecimento de ferramentas e técnicas para minimizar estes problemas, buscar assessoria jurídica especializada na área digital é indispensável.

Dos entrevistados, 75% acreditam que o mercado está em franca expansão e 25% que o mercado necessita de inovação, a falta dela pode ocasionar a saturação de um nicho.

### Qual sua opinião sobre o mercado de produtos digitais

12 respostas



O mercado digital já está consolidado, é novo e adaptável, com muito espaço para inovar. Observar e desvendar quais produtos, conteúdos e serviços as pessoas estão buscando demanda muito tempo e dedicação.

---

<sup>3</sup> MVP - Minimum Viable Product ( Produto Mínimo Viável) - Um MVP é uma versão mínima do produto, apenas com as funcionalidades necessárias para que ele cumpra a função para a qual foi planejado. A partir do MVP testa-se a eficiência do produto, sua usabilidade, aceitação no mercado, comparação com a concorrência, entre outras formas de validar.



### 3 CONCLUSÕES

Com base na pesquisa realizada, na comparação entre autores relacionados ao tema, produtores de infoprodutos e experiência pessoal, concluo que um Produto Digital ou Infoproduto é qualquer produção com forte base criativa e intelectual que utiliza a tecnologia digital e a internet como plataformas de criação e meio distribuição destes produtos, eles podem se apresentar em diversos formatos como áudios, vídeos, aplicativos, jogos, e-books, sites, dentre outros. Com grande escalabilidade e adaptação para novas tecnologias, os infoprodutos dependem das tecnologias já existentes, como gadgets, computadores e dispositivos IoT<sup>4</sup>, isto faz com que os produtos digitais sejam constantemente revisados e que busquem sempre inovação para se manterem no mercado. Neste projeto, foram mencionados os infoserviços, estes estão atrelados aos produtos digitais e serão a base para uma futura pesquisa, bem como os conceitos de Design UX, UI e Design Emocional.

O mundo digital permitiu algo incrível, podemos atuar como consumidores e produtores de conteúdos e tecnologias ao mesmo tempo. As informações e conhecimentos estão acessíveis, programar aplicativos, gravar e editar vídeos, áudios, escrever livros e disponibilizar estes materiais online se tornou algo corriqueiro, graças a internet e as tecnologias digitais pela primeira vez, na história humana moderna, nos tornamos independentes de grandes empresas e corporações na produção e consumo de conteúdos, produtos e serviços. Hoje podemos frequentar universidades à distância, comprar roupas, calçados e eletrônicos, pagar contas, assistir filmes, ler livros e nos atualizarmos com novos cursos sem sair de casa. A tecnologia melhorou nossa qualidade de vida, transformou nossas formas de comunicação, compartilhamentos e relacionamentos sociais.

A tecnologia e os produtos digitais possibilitaram uma sociedade mais democrática onde as pessoas têm acesso aos mesmos conteúdos e serviços, podem ter voz, opinião e fazer escolhas, claro que ainda há muito o que se fazer e melhorar, mas já estamos

---

<sup>4</sup> IoT, do inglês, Internet of Things (Internet das Coisas), é uma rede de objetos físicos, veículos, prédios e outros que possuem tecnologia embarcada, sensores e conexão em rede capaz de coletar e transmitir dados.



caminhando a passos largos neste quesito. A educação também está sendo profundamente atualizada por toda esta inovação e estamos presenciando o crescimento do que chamamos de “cultura da economia de compartilhamento”, por exemplo hoje o maior hotel do mundo não possui nenhum prédio ou quarto, este é o Airbnb, e a maior frota de táxi não possui nenhum carro, este é o UBER, tudo isso foi possível graças as tecnologias digitais e aos produtos digitais em conjunto com a internet, que possibilitaram que pessoas comuns utilizassem recursos próprios para oferecerem produtos e serviços.

Dentre as maiores empresas do mundo, muitas já são digitais como Google, Netflix e Amazon, e existe a possibilidade de surgir uma nova empresa deste porte a cada dia já que o mundo digital é muito relativo e veloz, um aplicativo hoje pode ter milhares de usuários e amanhã pode desaparecer ao surgir outro que irá tomar seu lugar, isso parece preocupante, ainda mais para quem está acostumado com a segurança da zona de conforto, porém esta imprevisibilidade permite a inovação, responsável pela evolução exponencial da tecnologia e da humanidade.

Nos tópicos digitais, todo o mundo está conectado através da internet, computadores e gadgets. Ainda há muito o que inovar e descobrir, diversas ferramentas e serviços irão substituir ou eliminar os já habituais e a readaptação digital será uma constante em nossas vidas, é interessante observar que a humanidade retornou ao nomadismo, mas agora ele é digital.

Os Millennials<sup>5</sup>, ou Geração Y são os coautores de grande parte destas mudanças de paradigmas, eles não se identificam com a cultura ultrapassada que venera o acúmulo de bens materiais e nem compactuam com a filosofia arcaica do “viver para trabalhar”, eles estão construindo um mundo mais leve, simples, livre, e compartilhado e a tecnologia digital em conjunto com a criatividade estão sendo a base para estas mudanças que nos fazem levantar e caminhar, que nos permitem avançar e evoluir dia após dia, e que nos tornam únicos, humanos.

---

<sup>5</sup> Millennials (também conhecida por geração do milênio, geração da internet, ou geração Y) é um conceito em Sociologia que se refere, segundo alguns autores, como Don Tapscott, à corte dos nascidos após 1980 e, segundo outros, do início da década de 1980 até meados da década de 1990, sendo sucedida pela geração Z.



## REFERÊNCIAS

SAGAN, Carl. **Skeptical Inquirer**. 1990, Volume 14.3. Artigo (*Why We Need To Understand Science*).

KOTLER, P. KELLER, K. L. 2006. **Administração de marketing**. 12. Ed. São Paulo: Pearson Hall. 750p.

PEDRO, João. 2017. **Aprenda o que são infoprodutos e conheça 8 formatos que você pode criar para trabalhar na internet!** Disponível em: <https://blog.hotmart.com/pt-br/produtores/tipos-criar-infoprodutos/>. Acesso em: 15/11/17.

FOLHA. 2017. **Smartphones estão nas mãos de 62% dos brasileiros, diz Google**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2017/02/1862362-smartphones-estao-nas-maos-de-62-dos-brasileiros-diz-google.shtml> / Acesso em: 22/04/18.

CHARLES, Burnette. 2005. **What is Design Thinking?** Disponível em: <http://idesignthinking.com/01whyteach/01whyteach.html> Acesso: 11/07/18.

EXAME. 2016. **11 tendências de consumo que irão mudar os próximos 5 anos**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/marketing/11-tendencias-de-consumo-que-irao-mudar-os-proximos-5-anos/> Acesso em: 15/11/17.

ROCHA, A. CHRISTENSEN, C. **Marketing. Teoria e prática no Brasil**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1999. 284p.

PETER, J. P. JR, G. A. C. **Marketing, Criando valor para os clientes**. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2000. 626 p.

ARMOSTRONG, G. KOTLER, P. **Princípios de Marketing**. 12. Ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007. 600 p.

NORMAN, DAVID A. **Design Emocional - Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. 1. Ed: Rocco, 2008. 26 p



EXAME. 2018. **Cursos EAD estão crescendo no Brasil.** Disponível em: <https://exame.abril.com.br/carreira/cursos-ead-estao-crescendo-no-brasil/>. Acesso em 03/06/2018.

ENSINO SUPERIOR. **Educação a distância vive bom momento com a expansão do número de matriculados.** Disponível em: <http://www.revistaeducacao.com.br/educacao-distancia-vive-bom-momento-com-expansao-do-numero-de-matriculados/>. Acesso: 03/06/2018.

ABED. 2015. **Censo EAD Brasil 2015.** Página 44. Disponível em: [http://abed.org.br/arquivos/Censo\\_EAD\\_2015\\_POR.pdf](http://abed.org.br/arquivos/Censo_EAD_2015_POR.pdf). Acesso: 03/06/2018.

Design Collective Brasil. **Google Design Sprint: como funciona e como aplicar no seu projeto.** Disponível em: <https://brasil.uxdesign.cc/google-design-sprint-como-funciona-e-como-aplicar-no-seu-projeto-279107363659>. Acesso em: 03/06/18.