

# joguinho da nuvem - symphonyinn.com

Autor: symphonyinn.com Palavras-chave: joguinho da nuvem

---

16 segundos deixados no relógio na Bercy Arena, Steph Curry pegou a bola **joguinho da nuvem** quadra central e 30 pés da borda do rim. E já caindo para trás o céu bloqueado por dois defensores franceses à **joguinho da nuvem** frente incapaz de ver uma cesta milissegundos correndo antes que ele perdesse controle perante gravidade se firmar dia fechando-se dentro dele...

De alguma forma, a partir dessa posição cega ele ainda lançou o baile **joguinho da nuvem** um arco duro e plano perfeito; O rugido da multidão dizendo Curry que tinha realmente atingido seu alvo invisível além das mãos flaming. Era uma notável peça de precisão morse-code no melhor dos tempos”.

Mas, nesse ponto Curry estava no meio de seu próprio momento frio e limpo da clareza: um homem brincando com uma espécie do brilho ao redor dele; neste processo impulsionando a equipe masculina dos EUA para o ouro que parecia ser sempre deles.

## Há uma vez, há muito tempo, o Google era realmente ótimo

Em tempos muito antigos, na internet - **joguinho da nuvem** 1998 - o Google era verdadeiramente ótimo. Dois jovens da Stanford University na Califórnia tiveram a ideia de construir um motor de busca que rastejasse a World Wide Web, criasse um índice de todos os sites nelas e as classificasse com base no número de links entrantes de outros sites. Em outras palavras, eles construíram um tipo de revisão peer-review automatizada para a web, e isso foi uma revelação para nós, que lutávamos há anos com o AltaVista e outros motores de busca.

O único problema era que o Google inicialmente não tinha um modelo de negócios (parcialmente porque os fundadores não gostavam de publicidade) mas **joguinho da nuvem** 2000 eles encontraram um. Ele envolveu registrar tudo o que os usuários fizeram na plataforma, analisar o fluxo de dados resultante para que seus *verdadeiros* clientes - os anunciantes - soubessem o que os usuários poderiam estar interessados.

O modelo veio a ser chamado de capitalismo de vigilância e o Google obteve grandes lucros com isso. Mas depois de um tempo, o processo conhecido como enshittification inevitavelmente se instalou, como aconteceu com todas as plataformas que se engajam nesse tipo de capitalismo. É um processo que acontece da seguinte forma: primeiro, você oferece serviços de alta qualidade para atrair usuários (como o Google fez), **joguinho da nuvem** seguida, você se desvia para favorecer os clientes comerciais (aumentando assim a lucratividade), antes de finalmente se concentrar **joguinho da nuvem** maximizar os lucros para os acionistas às custas dos usuários e clientes comerciais.

À medida que o enshittification se desenrola, a experiência dos usuários desafortunados de uma plataforma se deteriora gradualmente e inexoravelmente. Mas a maioria deles suporta isso por inércia e percepção da ausência de algo melhor. O resultado é que, mesmo enquanto o Google se deteriorava gradualmente, ele permaneceu o motor de busca dominante do mundo, com um monopólio **joguinho da nuvem** muitos mercados **joguinho da nuvem** todo o mundo; "Google" tornou-se um verbo, bem como um substantivo, e "Googling" agora é um sinônimo de pesquisar online **joguinho da nuvem** todos os contextos.

A chegada do ChatGPT e seus semelhantes ameaça abalar este carrinho lucrativo. Por um lado, ele certamente perturba o comportamento de pesquisa. Pergunte a um chatbot, como o Perplexity.ai, uma pergunta e ele lhe dá uma resposta. Procure o assunto no Google e ele lhe dá uma lista de sites (incluindo aqueles dos quais ele obtém receita) nos quais você então precisa clicar para fazer progressos.

Por outro lado, se os usuários se deslocarem para chatbots para informações, eles não serão

expostos (pelo menos por enquanto) a anúncios de pesquisa lucrativos, que representam uma parte significativa da receita do Google. E ao longo do tempo, a experiência com chatbots mudará as expectativas das pessoas sobre a pesquisa de informações online.

Sobre tudo isso, no entanto, paira o fato de que o [jack casa de apostas](#). De repente, a missão do Google - "organizar as informações do mundo e torná-las universalmente acessíveis" - parece uma tarefa muito mais formidável **joguinho da nuvem** um mundo **joguinho da nuvem** que a IA pode gerar conteúdos infinitos semelhantes aos humanos.

Uma pista intrigante sobre como o Google pode estar pensando no problema surgiu na semana passada. Vincent Schmalbach, um especialista respeitado **joguinho da nuvem** otimização de motores de busca (SEO), pensa que o Google decidiu que não pode mais aspirar a indexar todas as informações do mundo. Essa missão foi abandonada: **joguinho da nuvem** vez disso, a pesquisa do Google será regida por uma sigla: EAT - expertise, authoritativeness, trustworthiness.

## O Google já não tenta indexar toda a web

"O Google não está mais tentando indexar toda a web", escreve Schmalbach. "De fato, ele se tornou extremamente seletivo, recusando-se a indexar a maioria do conteúdo. Isso não é sobre criadores de conteúdo não atenderem a algum padrão de qualidade arbitrário. Em vez disso, é uma mudança fundamental no modo como o Google aborda seu papel como motor de busca." O padrão padrão agora será não indexar o conteúdo a menos que ele seja verdadeiramente único, autoritário e tenha "reconhecimento de marca".

"Eles podem indexar conteúdo que eles percebem como verdadeiramente único ou sobre tópicos que não são abordados **joguinho da nuvem** absoluto", diz Schmalbach. "Mas se você escrever sobre um tópico que o Google considerar remotamente abordado **joguinho da nuvem** outro lugar, eles provavelmente não o indexarão. Isso pode acontecer mesmo se você for um escritor respeitado com uma grande leitura."

Se isso realmente for o que o Google está fazendo, então você tem que se perguntar o que seus líderes têm fumado. Entre outras coisas, eles propõem construir máquinas que possam avaliar sensivelmente qualidades como expertise, authoritativeness e trustworthiness **joguinho da nuvem** um mundo online **joguinho da nuvem** que quase tudo é possível. Alguém poderia levá-los de lado e lembrá-los de que uma empresa de tecnologia tentou algo parecido **joguinho da nuvem** 1995 e fracassou. Era o Yahoo! Lembro? Eu também não.

## O que li

- **Relatório Waugh**

Putting the Boot In é um ensaio encantador de Robert Hutton sobre o jornalismo britânico, satirizado por Evelyn Waugh e personificado por Boris Johnson.

- **Causa e efeito**

Does Social Media Cause Anything? é um post fabuloso de Kevin Munger no blog Crooked Timber.

- **Máquinas de sonhos**

O Chips With Everything de Helen Beetham é um post quente no Substack sobre os sonhos de Tony Blair sobre a IA.

---

### Informações do documento:

Autor: symphonyinn.com

Assunto: joguinho da nuvem

Palavras-chave: **joguinho da nuvem** - symphonyinn.com

Data de lançamento de: 2024-08-18