

O futuro do grátis

Luli Radfahrer

HÁ MOMENTOS em que é difícil imaginar, hoje que boa parte da informação consumida é gratuita, que nem sempre foi assim. Fala-se tanto das mídias sociais que fica ainda mais difícil pensar que essa época de riqueza e relevância de conteúdo gratuito está para acabar.

Não pela riqueza, nem pelo gratuito, mas por sua relevância. O motivo é óbvio: à medida que a internet se populariza e, com ela, dá voz a multidões, o ambiente on-line fica cada vez mais parecido com o mundo "lá fora", em que todo mundo tem uma opinião para dar a respeito de qualquer coisa. O difícil é saber a quem escutar.

No princípio da internet comercial, a informação disponível era pouca, muitas vezes restrita a bases de dados fechadas ou escritas em linguagem técnica. O surgimento dos portais trouxe mais conteúdo para a rede e consolidou sua relevância. Até o começo do século, uma consulta ao Google e ao computador de uma boa biblioteca só eram diferentes em escala.

Daí veio a web 2.0. Com ela, o Flickr, os blogs, a Wikipédia e tantos outros serviços multiplicaram a informação gerada pelos fóruns. A biblioteca foi para a rua, e ninguém tinha dúvidas que colocar a liberdade de expressão em prática era muito bom.

O movimento só tinha um problema que poucos quiseram ver: o da qualidade da informação. Os primeiros usuários a alimentar a internet pertenciam a uma elite cultural, postar conteúdo não era fácil e era caro. Com esse filtro de entrada, fica fácil entender por que no começo a busca era relevante, mesmo que não gerasse muitos resultados.

Hoje já não é tão simples. Se o fosse, não existiria a profissão de "marketing de mecanismos de busca". Não acredito que demore a chegar o dia em que o custo da busca -em horas, em erros, em riscos- se torne insuportável. Por mais que a informação esteja disponível e gratuita, o esforço para procurar pela fonte "correta" vai ser tamanho que provavelmente não valerá a pena.

É uma ironia: pelo excesso de informação, voltaremos aos tempos em que ficávamos no escuro por falta dela.

A imprensa que sobreviver às pragas dos apocalípticos vai ressurgir, revigorada, como curadora de conteúdo. Seu valor, como o dos professores e autores de livros, não estará mais na novidade da informação, mas em sua experiência.

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 23 jun. 2010, Tec, p. F8.