

Não seja uma Google (pelo menos em alguns pontos)

Leonardo Franco

Antes de começar, se pelo título você achou que sou um xiita anti-Google, gostaria de dizer que é extremamente alta a possibilidade de eu conhecer, gostar e usar o Google bem antes de você. Fui apresentado ao serviço de buscas no começo do ano 2000 por um ex-professor que havia virado um cliente e que, particularmente, sempre considerei um cara à frente do seu tempo.

Na hora em que ele me mostrou o site de buscas (e a Google era só isso naquela época), a primeira coisa que chamara a atenção foi o visual da mesma: muito sem graça e aparentemente mal formatada se você comparasse com os serviços de busca mais top da época: 'Altavista', 'Yahoo!' e 'Cadê?'. O visual clean praticado pela empresa hoje nem de longe era utilizado, e o leiaute era o típico das páginas html simples da época (parecia em muito com as páginas feitas quase que artesanalmente e que ostentavam no rodapé a então honrosa frase "Made with Notepad").

Todavia a filosofia por trás da engine de busca, que elencava uma página não pela quantidade de vezes em que apresentava um termo (como era usado até então), e sim pela quantidade de links/relacionamentos de páginas que apontavam para ela (o que realmente indicava uma maior importância) era sensacional. Realmente tornou muito mais fácil o trabalho de localizar aquilo que você estava procurando.

À duras custas, consegui catequisar e levar gente para usar o serviço, o que levava bastante tempo: as pessoas tinham o velho costume de usar apenas os sites já amplamente conhecidos e estavam até mesmo acostumadas a talvez passar por várias páginas de resultados, visitando alguns dos sites indicados até realmente achar o que se pretendia. E esqueça qualquer pensamento de otimização de tempo: este trabalho todo fazia parte do que considerávamos 'usar', ou melhor, 'estar na internet' como dizíamos. Como o acesso em geral era lento, alguns segundos ou minutos perdidos nas buscas não faziam assim tanta diferença.

Por "n" motivos aprendi a realmente gostar da empresa Google e torcer para que crescesse. Mas eu sempre tive a idéia de que gostar ou amar algo significa também saber perceber o que de errado aquilo te oferece: os anos se passaram, a companhia cresceu, e começou, ao meu ver, a se desvirtuar um pouco do papel de "A Companhia Ideal", "Referência" para as empresas de softwares e sistemas.

Não digo que a empresa não tenha feito coisas boas, e com certeza gosto muito de algumas apresentadas por eles ao mundo: o ambiente corporativo mais sociável e priorizador da criatividade (que levamos a sério implementar em nossa empresa), e, principalmente do Buzz e do Reader, apenas para elencar algumas coisas.

O ponto a que quero me ater é que, infelizmente, com o passar do tempo e a expansão da empresa digamos que começaram a aparecer certas manchas de gordura no vidro impecavelmente transparente que era a empresa. E considero que essas manchas são coisas que nenhuma empresa de software deveria 'aprender'.

Se você acha que começarei pela mudança na filosofia inicial da empresa, que era 'fazer apenas uma coisa, mas fazê-la bem', infelizmente você está errado. Temos de ser maduros o suficiente para entender que uma empresa cresce e, com o tempo, pode mudar suas idéias.

Me refiro à outras coisas, as quais penso não serem uma simples mudança, soando quase que como uma traição aos seguidores da empresa, e cito abaixo:

1. A empresa distorce totalmente o termo Beta:

A coisa que mais me incomoda nos produtos da Google é a insistência que a empresa tem em considerar seus produtos, em muitos casos já há anos em utilização pelo cliente, como sendo Beta.

Ora, Beta é uma versão de testes, preliminar, de algum produto desenvolvido e, mais do que isso, com um período pequeno para durar, até que venha a versão final.

E a Google deixa seus produtos em beta por anos, e utiliza isso como desculpas (esfarrapadas) junto aos usuários para quaisquer erros ocorridos até recentemente. O próprio Gmail ficou 5 (cinco) anos nessa situação, e a empresa provavelmente só o tirou do Beta para atrair mais empresas para usarem o serviço (eu mesmo conheço algumas empresas que só passaram a usar o e-mail corporativo do Gmail depois da mudança, pois não acreditavam no produto antes.

Tente fazer isto com um produto seu no "mundo do desenvolvimento real". É isso aí: não podemos.

2. A empresa preza por não fazer o mal, mas querendo ou não manipula os resultados de pesquisa:

Não importa o quanto o Google diga que não faça isso, a verdade é que o próprio ato de te mostrar os resultados com base no seu histórico de pesquisa e comportamento, bem como o botão '+1' perpetuam a manipulação de resultados. Sei que na maioria das vezes isto vem para te ajudar, mas se você estava procurando ter uma visão 'do outro lado' do que está procurando, diferente da que já tem, isto acabará por ser feito de uma forma bem mais difícil. Talvez você até desista.

3. A empresa preza por não fazer o mal, mas a população acha que o serviço oferecido é gratuito, e eles não fazem por onde mudar isso:

Que fique uma coisa bem clara: você 'paga' o Google fornecendo aquilo que, na Era da Informação é a coisa mais cara: a própria informação (sobre seus hábitos, costumes e gostos). Não jogar limpo com o cliente (o usuário), informando a ele que as informações coletadas lhe ajudam a ganhar dinheiro não é uma atitude ética. Tudo bem que eu e você já sabíamos disso, mas não é o suficiente.

4. A empresa e seus atos traem a filosofia que ela diz combater:

Uma das coisas que considero grandes cartadas do Google foi a forte aproximação da comunidade de software livre. Todavia, esta comunidade e o próprio Google combatem a Microsoft, apenas para citar um exemplo, por não primar pela inovação, mas esquecem-se que alguns dos maiores produtos da Google (Youtube, Orkut, Android e o codec WebM que ela está tentando emplacar) foram desenvolvidos por terceiros e só depois adquiridos pelo Google que apenas os melhorou. E a Google ainda acusa a Microsoft e a Apple de atitudes desleais na guerra de patentes mas, num belo dia, comprou toda a divisão de celulares de uma das maiores fabricantes mundiais.

Começando a finalizar, sei que são só 4 pontos, e que não são capazes de ofuscar a grandiosidade e a importância que esta empresa tem para o mercado, até pelo ponto que nem preciso elencar as coisas boas que a empresa trouxe para o mercado, posto que já são amplamente divulgadas e conhecidas. Apenas, como disse, quis ressaltar pontos da mesma que, penso, não seria bom copiarmos para nossas corporações.

Espero que tenham gostado. Até o próximo.

Fonte: iMasters, 13 set. 2011. [Portal]. Disponível em: <<http://imasters.com.br>>. Acesso em: 14 set. 2011.