

Revolução é o cacete.

Existe um mito no ar.

O mito da revolução 2.0.

Querem convencer você que agora, finalmente, qualquer um pode participar de uma suposta mudança da mídia e da produção/venda da Cultura Pop.

“Agora, qualquer criança pode fazer um vídeo em casa e ficar famoso”, é o mote dessa gente.

Essa é a bobagem 2.0 difundida por todo canto.

A ideia sugere que foi aberta uma janela para o mundo que estava fechada no passado.

É bonito mas essa é só uma meia verdade.

Segundo essa teoria, Justin Bieber, por exemplo, só surgiu porque um produtor descobriu o garoto prodígio quando encontrou seu vídeo no YouTube.

Como se não tivesse existido nenhuma Boy Band, nenhuma estrela-mirim antes do Bieber.

Bobagem.

Um talento como Justin Bieber (talento tão questionável quanto qualquer outra Boy Band) teria estourado com ou sem YouTube. E se não fosse ele, seria outro, mas não se deixe convencer. Não acredite no mito de que agora ficou mais “fácil” conquistar a mídia.

Alias, falar mal dessa democratização é politicamente incorreto, porque muita gente ganha dinheiro iludindo agências e clientes.

Muita gente vive exatamente de superestimar a força das redes sociais e do 2.0.

Mas a real é que o fenômeno é muito mais simples do que se vende por aí.

No passado existia apenas um punhado de “geradores de conteúdo”.

Ninguém pensava em quanta informação o público poderia receber, porque não existia nenhuma possibilidade de sobrecarregar os canais existentes, com os poucos geradores de conteúdo da época.

Nego lia um livro, via um noticiário, assinava um jornal, lia algumas revistas e vivia a vida-lá-fora no resto do tempo que lhe sobrava.

O mundo mudou, mas muita gente ainda continua olhando só para o lado do gerador de conteúdo, sem se dar conta que passou a ser importante olhar também para a outra ponta, a do receptor-espectador-usuário-internauta e de como você e eu gerenciamos nosso tempo para tanta oferta de informação/conteúdo.

Descobrir como cada um gerencia seu Tempo é, sim, a grande arma nessa Revolução.

(E exatamente por isso, o Curador 2.0 ganhou importância, seja ele o sujeito que você segue no Twitter, seja uma marca que ajuda você na dura tarefa de filtrar o que é relevante)

Quando a oferta de conteúdo é ILIMITADA como a de hoje, a capacidade de absorção de informação não é mais irrelevante como era no passado.

Quando a gente acredita que cada um, hoje, é um produtor de conteúdo, esquecemos que do outro lado, para dar conta de tanta informação, o receptor-espectador-usuário-internauta tornou-se menos atento e muito, mas muito menos impressionável.

Por exemplo: se você, no passado, dava conta de descobrir, digamos, 5 bandas de rock por ano e agora descobre 56, uma a cada semana já que os canais se proliferaram, não se iluda. Sua atenção para cada banda foi reduzida a uma mera fração.

Todo mundo pode ficar famoso por 15 minutos, em 15 minutos. Do anonimato para a fama e da fama para o anonimato em apenas 15 minutos.

E essa é a pegadinha da Revolução 2.0

A família "Para Nossa Alegria" ficou famosa no YouTube, e com isso, não provou que os meios estão mais democráticos.

Nada disso.

Eles apenas ocuparam o espaço de uma bobagem semelhante, que seria divulgada pelo Raul Gil há 20 anos.

Só isso.

A possibilidade de você, que canta bem, gravar um YouTube e ser descoberto por um produtor, depois que seu vídeo tiver 2 milhões de acessos, parece realmente sugerir que você tem mais chance de explodir.

Mas não tem.

A chance de você conseguir dois milhões de likes dizendo que você canta bem é tão remota quanto era quando você mandava uma fita demo para 15 produtores, na esperança que algum "descobrisse" você.

Só que como todo mundo testemunhou o que aconteceu com os Para Nossa Alegria, ou com a Suzane Boyle, ficamos com essa sensação de que agora qualquer um de nós pode mudar o mundo.

Mas, infelizmente, não pode.

(Cabe aqui o parenteses do nicho. Este é um capítulo a parte e, sim, a democratização do online pode fazer a diferença. Taí o Jovem Nerd, por exemplo, que dificilmente teria encontrado sua audiência cativa há 20 anos. O problema é que, salvo honráveis exceções, como essa do exemplo, nem sempre é fácil ganhar dinheiro e sobreviver apenas com a receita gerada pelo nicho que você se dedicar)

O fato é que sua presença online não é mais relevante que sua presença offline.

A ilusão da importância deste alcance, desta cobertura, cria o tal mito da Revolução.

Veja meu caso, pobre de mim.

Tenho 168 mil followers no Twitter.

Aí minha filha pediu que eu twitasse sobre a fanpage que ela criou, pedindo likes.

Twitei 3 vezes.

Sabe quantos likes vieram?

5.

Provavelmente de quem é meu amigo, no off.

Por que?

Porque esses 168 mil followers são uma abstração. O tempo que eles dedicam a mim ou a qualquer outro assunto é muito menos do que uma fração de segundo.

Só que a gente adora números.

Então a gente se impressiona.

E acredita mesmo que existe a tal revolução.

Os números de followers, likes, clicks são absolutamente ilusórios e essa suposta cobertura, é uma ENORME falácia.

E pior.

Esses números criam uma angustia nos clientes que agência nenhuma conseguiu resolver.

O que estão falando de nós online?

Como monitorar e gerenciar esse discurso?

Que consequência terá tanto debate sobre minha marca?

Sinceramente?

Consequência quase nenhuma, quanto mais passa o tempo, mais me convengo.

Não é porque agora você testemunha que falam mal de você, que estão falando mais mal de você do que antes.

Exemplo:

Todo mundo sempre soube que boa parte das operadoras de celular são um lixo.

Que o sinal cai.

Que 3G não rola como deveria no Brasil.

Todo mundo sabe que sempre foram campeãs de reclamações no PROCON.

Não é porque estão falando mal de operadoras no twitter que alguma coisa vai mudar.

Um problema não é mais grave porque é mais comentado.

Poderia ser. Deveria ser. Mas não é.

Exatamente porque a crítica essa crítica 2.0 às operadoras - será diluída num caldo de par-nossa-alegria-fotos-da-famosa-pelada-críticas-a-provedores-fofocas-do-dia e etc. que levarão a tal crítica ao status de irrelevante aos olhos do usuário.

É só mais uma crítica.

É só mais um twit.

Volátil e sem importância.

É a Regra da Diluição: quanto mais informação, menos importante é a informação.

Pense nisso: o fato de todo mundo gerar conteúdo, não torna todo conteúdo criado importante. Pelo contrário. Torna cada um de nós um filtro mais e mais afiado, que não dá importância a quase nada.

Aí você dirá: mas as redes sociais criaram a possibilidade de uma Manifestação Articulada que mostre a força do consumidor.

É mesmo? Então cite um exemplo onde isso funcionou.
No churrasco de gente diferenciada?

Sério?

Não me entenda mal.

Não estou negando a importância das redes sociais.

Não estou querendo ignorar a importância do colaborativo, do conteúdo gerado por usuário, da mobilização online, do power to the people ao poder da segunda tela para as emissoras.

Estou apenas incomodado de ouvir um discurso que dá a entender que a Banda Mais Bonita da Cidade é filhote do 2.0, que - por consequência - o sucesso está ao alcance de qualquer um.

Não está.

A Banda Mais Bonita da Cidade não somou +1 na lista de sucessos da MPB.

Apenas tirou o lugar de uma outra banda qualquer, mais feia, mas que teria ocupado esse espaço valendo-se dos meios antigos.

Você e sua banda continuam tendo uma chance mínima de se destacar.

E a propósito, seguindo a Regra da Diluição aí de cima, onde foi mesmo parar a Banda Mais Bonita da Cidade?

Em resumo:

1. Entrar no radar da massa continua tão difícil quanto no passado. A cobertura democrática é só uma ilusão.
2. A aparente democratização do acesso ao espectador, apenas sobrecarregou o próprio espectador e deixou qualquer mensagem mais volátil do que antes.
3. Se de um lado, qualquer mané tem cobertura mundial, 99.9% desses manés continua sem nada relevante para dizer.
4. Se você faz sucesso a partir deste mundo online, desconfio que você teria também feito sucesso no mundo offline.
5. Sucesso, hoje, dura muito menos tempo, porque todo dia tem alguém ocupando a atenção do consumidor.
6. Apesar de sua suposta "cobertura global", sua chance aumenta quando você foca num nicho (e isso sim é novo: agora é possível focar em nichos que antes eram praticamente inacessíveis).

7. O resumo da ópera: não se deixe enganar. A Revolução 2.0 não torna o sucesso mais PROVÁVEL que no passado. Torna-o apenas POSSÍVEL.

E finalmente, mais do que nunca, vale a regra universal: você não se preocuparia tanto com o que pensam de você, se soubesse como pensam pouco em você.

Fonte: NCPM. [Blog]. Disponível em:

<<http://naocontepramamae.tumblr.com/post/22740766064/revolucao-e-o-cacete>>. Acesso em: 10 maio 2012.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.