

## O lotação e a internet

Gustavo H. B. Franco

Pelo menos trinta anos se passaram desde o desaparecimento do lotação no Rio de Janeiro. Era um ônibus pequeno e lembro-me das pessoas reclamando. O lotação obedecia a uma rota, como qualquer ônibus, mas não tinha ponto. Não andava muito devagar, mas as pessoas ficavam olhando as vitrines e o movimento nas calçadas. Era um fenômeno social, uma espécie de "Las Ramblas" de Barcelona e outros lugares (as pessoas indo e vindo, desfilando, só para se divertir em observar o outro), só que móvel e tremendamente útil como transporte coletivo. Uma loja interessante, uma moça bonita, ou qualquer "site" interessante podia produzir várias puxadas na campainha para o lotação parar.

O leitor que viveu essa experiência geralmente tem filhos e netos que se movem na internet com inquietante naturalidade. O desenvolvimento tecnológico tem sido muito veloz. Eu mesmo conheci um senhor que era amigo de Santos Dumont e que ficou emocionado ao ver o homem pisar na Lua em 1969. Mas, aos que se sentem desajeitados com o novo ambiente virtual e com "hype" em torno da "web" (ou não entendem essas expressões), eu tenho a dizer que a tecnologia muda, mas as leis econômicas continuam valendo. O mundo já viveu muitas revoluções tecnológicas transformadoras, com seus respectivos episódios de "exuberância irracional" e "destruição criadora". Assim como muitos de nós já andaram de lotação. Os padrões são semelhantes, e educativos.

Vamos tomar como exemplo as reconhecidamente extraordinárias implicações da construção de ferrovias no século XIX. Os novos "caminhos de ferro" eram construídos sobre territórios inexplorados, "criando" terras (do ponto de vista econômico, é claro), exatamente como hoje a "superestrada da informação" cria novos espaços econômicos prontos para ser ocupados, os "sites" e "portais". O século XIX assistiu a inúmeros episódios de especulação com terras vizinhas às novas vias, ou às que poderiam ser criadas. Muitas dessas febres tinham lugar em volta das aglomerações urbanas florescendo a partir das estações e entroncamentos ferroviários. Eram centros naturais de negócios e de riqueza, como são hoje os "provedores de acesso". São os lugares por onde as pessoas entram na "rua do comércio", ou no "shopping center", mas

com uma diferença importante: o passageiro que pagou pelo loteamento (o computador) pode parar onde bem entender. Por isso mesmo o acesso à rede, em si, não tem lá muito valor econômico e tenderá a ser gratuito mesmo. Outra coisa é cobrar entrada para o "shopping center", para "Las Ramblas" ou para os "chats" mais populares. Isso tem valor porque existe aglomeração, ou espetáculo, e as pessoas gostam de interagir. Mas, com tanta gente circulando, a publicidade pode ser suficiente para que o consumidor não tenha de pagar. Na verdade, quase tudo na internet acaba ficando gratuito depois de algum tempo, o que não quer dizer que ninguém esteja ganhando dinheiro no processo, como é bastante evidente.

Mesmo o loteamento pode ser subsidiado, ou até grátis, desde que passe por certas rotas de interesse dos lojistas. Nos Estados Unidos já existem provedores que dão computadores de brinde. O comércio, ao fim das contas, é tudo – embora as coisas sejam um tanto diferentes para o consumidor nesse mundo do loteamento virtual. O consumidor se torna soberano e caprichoso. Obedecerá à lei da oferta e da procura apenas quando em seu favor, e será rigoroso ao extremo quanto aos "conteúdos" que deseja escolher. A estrada está repleta de lojas, de todos os tipos e formatos, todas disputando ferozmente a atenção do passageiro. São tantas que o passageiro reconhece a necessidade de ajuda não para escolher, mas para restringir a escolha. Por isso são incrivelmente populares os programas de busca (Yahoo! etc.), que selecionam as rotas para o loteamento passear. É quase como carro particular, com motorista e de graça, para o passageiro escolher os caminhos. É a vitória da demanda sobre a oferta: o consumidor pode recusar absolutamente tudo e selecionar no mais extremo detalhe o que pretende consumir. A Grande Rede, ao fim das contas, em vez de nos impingir uma nova cultura, eleva as possibilidades individuais e aproxima pessoas afins, o que não pode deixar de ser celebrado.