

A opressão do Google

Uma pesquisa aponta que mais de 70% das pessoas que fazem compras em supermercados consideram essa atividade um pé no saco. Tem outra que diz que a maioria das pessoas vai às compras com a lista, ou parte dela – inclusive de marcas – decidida.

O suplício tem muitos motivos: orçamento apertado, mau humor do cônjuge, histeria infantil, luz gelada, fila, gente feia e a constatação de que todo esse tempo e dinheiro estraga a dieta. Compras de supermercado: se não matam, engordam.

Mas quando você tem a chance (ou o azar) de ir às compras sem obrigação, é possível isolar um indizível motivo de sofrimento: a liberdade de escolha. Colocar pesos e medidas, racionais e emocionais, entre tanta oferta é fator de insegurança. Fora a tentação pecaminosa do supérfluo. Liberdade uma ova.

Excesso de escolha aprisiona.

Um rebelde caçador na savanas africanas costumava lembrar-se dos elefantes em disparada quando encontrava-se na cadeia. Uma tropa de paquidermes sem freio era sua metáfora de liberdade salvadora.

Será mesmo que a Internet é nossa Meca de liberdade? Conceitualmente talvez, na prática nem um pouco.

A Internet peca por opressão de abundância e a falsa sensação de livre arbítrio.

E se os motores de busca fossem tiranos disciplinadores? E se os indecifráveis algoritmos de relevância, monetizados ou não, premeditados ou não, fossem obscuros inquisidores?

E se o Google fosse o HAL-9000 de “2001 – Uma odisséia no espaço”?

A Rede Globo era o grande irmão? Sei não.

Obra original disponível em:

<http://www.overmundo.com.br/banco/a-opressao-do-google>