

## Imprimir

*Clemente Nobrega / Inovação*

# É pagar ou pegar

## O que será ou não gratuito no mercado digital irá muito além do que Chris Anderson propõe em Free, seu novo livro

*Clemente Nobrega\**



A economia do grátis, tema do livro *Free*, de Chris Anderson, suscita perguntas assim: os livros vão acabar mesmo? O que vai ser do médico? O professor vai desaparecer ou é a escola que vai? Tentamos adivinhar o futuro, mas *Free* é sobre uma tendência econômica, não responde a casos particulares. O que responderia? Marketing. A lei número 1 do marketing é eterna. Diz que só pagamos por algo (digital ou não) que nos ajude a realizar uma “tarefa” (um job to be done, como diz Clayton Christensen, especialista em inovação). Nós é que decidimos as “tarefas” que queremos realizar. Havendo uma, a primeira pergunta do comprador da solução é: “isso realiza a tarefa mesmo?”. Pense nos primeiros telefones celulares: pesados, sinal ruim, bateria anêmica, mas a “tarefa” (“quero me comunicar de onde estiver”) era realizada. A funcionalidade era ruim, mas era a que havia.

A competição força a melhora da funcionalidade e, quando isso ocorre, a pergunta do comprador muda: “ok, funciona, mas é confiável? Não vou me aporrinhar depois?”. O *Viagra* percorreu rapidamente essas duas fases. Sim, realizava a “tarefa”. Não, não tinha efeitos colaterais. O comprador passa então a buscar comodidade (conveniência) para comprar, usar e obter suporte. O celular fica fácil de manusear. Compra-se *Viagra* por telefone, sem receita. Processos amigáveis (venda e pós venda) é que decidem a compra. A *Dell* liderou em PCs enquanto foi mais “conveniente” em compra-entrega-suporte. Preço só fica decisivo quando funcionalidade,

confiabilidade e conveniência estão amplamente disponíveis para a “tarefa” a realizar. Tudo o mais sendo igual, compro o mais barato.

Voltemos ao Free. Qual a “tarefa” que um livro realiza? Depende. Para a enciclopédia Britannica, supostamente era: “preparar meus filhos para o futuro”. Os filhos raramente a abriam, mas, comprando a Britannica, os pais aplacavam sua culpa (a verdadeira “tarefa” que queriam realizar, diferentemente do que verbalizavam). PCs executam essa tarefa muito melhor, e a Britannica quebrou assim que eles surgiram.

Ouvir música é tarefa sempre executável de forma funcional, confiável, conveniente e de graça. Adeus, CD

Quem tem “tarefa” centrada em “conteúdo” (equivalente a funcionalidade + confiabilidade) pirateia, xeroca e busca o grátis. Mas se a tarefa é “ajude-me a otimizar meu tempo”, é conveniência que comanda. Um resumo em áudio será pago, mas o livro inteiro não interessará nem de graça. Haverá nichos para tudo, incluindo livros capa dura para exibir como decoração. Se a tarefa em educação é “quero aprender”, haverá conteúdos pedagógicos gratuitos – sistemas pagos vão customizar esse conteúdo para sua forma individual de aprender. Professor, como profissão, só particular. Caro e raro. Muitas tarefas médicas serão resolvidas “via internet”. Tchau, doutor. “Ouvir música” é tarefa sempre executável de forma funcional, confiável, conveniente – e de graça. Adeus, CDs. A propósito, o livro Free é grátis em versão digital completa, mas um resumo em áudio custa quase US\$ 8. Quem quer conteúdo (funcionalidade + confiabilidade) não paga. Quem quer conveniência, tem de pagar.

*\* Clemente Nobrega é físico, escritor, consultor de empresas e autor do Blog Ideias e Inovação no site de Época NEGÓCIOS*