

Ambivalências de um tempo sem tempo

Notas sobre os novos rumos da informação sob o signo da velocidade

Catarina Moura

Universidade da Beira Interior

2002

“Todos os problemas da nossa época são problemas de ficção científica e conduzem-nos a três constantes: o ser humano, a máquina e as relações entre eles”.

Ray Bradbury

1. As grandes utopias e distopias da actualidade assentam na evidência de uma revolução informacional e tecnológica que estará a alterar profundamente os parâmetros sobre os quais assenta a experiência humana do e no mundo. Segundo Manuel Castells, a mente humana assume-se hoje, pela primeira vez na história, como força produtiva directa e não apenas como um dos elementos do sistema de produção. Uma das consequências mais imediatas desta mudança foi a racionalização da experiência contemporânea, potenciada pela crescente convergência tecnológica que desemboca na progressiva imaterialização das relações humanas.

Manuel Castells e Mark Poster são unânimes na crença de que o compasso actual é determinado por duas forças de acção: a *net* e o *self*, ou seja, a redes e a identidade. Há, no entanto, um terceiro elemento igualmente determinante que se impõe a estes dois: a velocidade, cuja influência, sob os contornos

das actuais tecnologias de informação e comunicação, veio fundar o culto do instantâneo, que se imprime agora em todos os poros do viver humano contemporâneo. De facto, tanto a rede como a identidade vão sendo progressivamente condicionadas pelo paradigma da velocidade – na *net*, o *self* é cada vez mais o produto de um tempo amputado do seu passado e do seu futuro. No fundo, da sua memória e dos seus sonhos.

Já não é novidade afirmar que a experiência do tempo na actualidade consiste sobretudo na consciência do momento em que nos encontramos, na vivência do hoje, do directo. Se, por um lado, como defende Paul Virilio, o aparecimento deste tempo mundial único se constitui como perda ao liquidar a multiplicidade dos tempos locais, por outro constitui-se também como descoberta de um universalismo que não deixará de nos definir como pessoas. “*Como nómadas telemáticos, libertámo-nos dos constrangimentos de uma coincidência histórica entre o tempo e o espaço*” – diz-nos Derrick de Kerckhove – “*e ganhámos o poder de estar em todo o lado sem sairmos do mesmo sítio*”¹, percorrendo

¹ KERCKHOVE, Derrick de (1997), *A Pele da Cultura*, Relógio d’Água, Lisboa

a incontornável fluidez de um espaço outro apenas concebível ao nível da nossa geografia mental. Fonte inesgotável de informação, o ciberespaço é o rizoma que nos enreda em relações desterritorializadas, como membros do que Rheingold descreve como “*tribos em tempo real*”². O sentimento de pertença possibilitado por estas *tribos* ou comunidades on-line é-nos dado pela identificação, pela comunhão de gostos e interesses, que se sobrepõe à partilha do espaço geográfico.

Este espírito comunitário é fonte de inspiração para a criação das mais diversas estruturas que, embora imbuídas da fluidez do meio de que são nativas, procuram ordenar o caos sem subverter a liberdade que o mesmo permite. O ordenamento a que se propõem parte da própria ideia de *tribo*, de uma espécie de *cluster* de interesses – e é, no fundo, como *clusters* que surgem os Weblogs, uma das áreas mais férteis, criativas e populares da Internet actual.

Os Weblogs – ou, simplesmente, blogs – são páginas pessoais de carácter remissivo, assentes num *software* muito particular, caracterizado pela inserção datada de informação a que qualquer leitor pode reagir, através de comentários e mensagens que surgem, depois, imbuídos como prolongamento do texto inicial. Os blogs caracterizam-se pelo carácter pessoal dos seus conteúdos, muitos deles funcionando como uma espécie de diário, cuja grande e determinante diferença em relação ao diário tal como é tradicionalmente concebido é, naturalmente, o facto de ser um espaço aberto a todos os que o queiram ler. Mas, além do tipo de conteúdos que

os constitui, outra das razões para o sucesso dos blogs é o seu carácter remissivo, pois a maioria destas páginas constitui-se como um directório personalizado de ligações (*links*) para os mais diversos *sites* ou artigos presentes na Web.

O primeiro blog é geralmente atribuído a Dave Winer e data de 1997. No entanto, é a partir de 1999 que este fenómeno começa a ganhar a popularidade que o institui como tal, com o lançamento dos *sites* Blogger, Weblogger e LiveJournal, que vieram transformar a auto-publicação numa nova e determinante característica não só da rede mas da Comunicação em geral. Hoje em dia, estima-se que existam cerca de 800 mil blogs nos *sites* de acolhimento principais, número particularmente significativo se considerarmos que, há apenas um ano atrás, não ultrapassavam os 200 mil. Uma das razões apontadas para este aumento exponencial é o *11 de Setembro de 2001*. Após esta data, os norte-americanos aderiram em força aos blogs, partilhando entre si e com o mundo as impressões ficadas daquela experiência que, directamente ou não, tocou tão fortemente as suas vidas e a sua identidade nacional. E se, até ao dia da tragédia, eram muitos os cépticos que se recusavam a aceitar a influência transformadora dos blogs sobre a difusão de informação, depois do *11 de Setembro* o cepticismo esbateu-se com a progressiva adesão de jornalistas a esta comunidade. No entanto, e eis aqui um dos aspectos principais a ponderar nesta questão, o facto de os jornalistas serem também *bloggers* permite, por si só, que os blogs que mantém, para já não falar da grande maioria dos que não são escritos por profissionais da área, possam ser vistos como um novo tipo de jornal e os seus conteúdos aceites como peças jornalísticas?

² RHEINGOLD, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Reading, MA: Addison-Wesley

Estes novos meios de comunicação, porque o são (desde logo pelo facto de integram esse novo *medium* que conhecemos por Internet), caracterizam-se antes de mais por fazerem de cada indivíduo um produtor de conteúdos, possibilitando a comunicação de muitos para muitos, instantaneamente e a nível global. Não tardou que se começasse a ver nos blogs o anúncio de uma nova era para a difusão de informação, marcada pela interactividade e pelo carácter pessoal e subjectivo das publicações, livres do que muitos classificam de “castração da imparcialidade”.

O debate actual sobre os blogs articula-se como um duelo entre velho e novo jornalismo, assente na afirmação dos blogs como espaços jornalísticos e na possibilidade de este novo tipo de “jornalismo” poder vir a ameaçar as velhas práticas noticiosas, pois no momento em que qualquer pessoa pode, potencialmente, assumir-se como “jornalista”, ao mimetizar a sua função de emissor de informação, há toda uma classe profissional a acusar e ressentir-se desta invasão.

Scott Rosenberg, colunista da Salon.com, conclui a este propósito que os blogs não representam a morte do jornalismo profissional, defendendo que a Internet se está a transformar num ecossistema simbiótico no qual as diferentes partes se alimentam umas das outras. “*Os weblogs expandem o universo dos media. Eles são uma forma de vida dos media que é nativa da web, e acrescentam algo válido, que não poderia ter existido antes da web.*”³

³ ROSENBERG, Scott, *Much ado about blogging*, in: Salon.com

É também no sentido desta simbiose que John Hiler, num artigo intitulado *Blogosphere: the emerging media ecosystem*, procura analisar e compreender a complexa relação entre *bloggers* e jornalistas. Ao analisar o tipo de metáforas utilizadas para descrever esta relação, deparou-se com uma bio-terminologia que, por exemplo, definia *bloggers* e jornalistas como parasitas e hospedeiros, respectivamente. Em consequência desta análise, Hiler conclui que ambos são parte integrante do que passa a designar como *blogosfera*, um ecossistema mediático que, na sua perspectiva, vive e respira tal como qualquer outro sistema biológico. Seguindo os padrões de todos os ecossistemas, também a *blogosfera* exibiria todos os padrões biológicos clássicos, tais como predadores e presas, emergência e evolução, selecção natural e adaptação.

A compreensão do novo ecossistema mediático depende da análise do antigo, a que se chega observando o ciclo de vida natural de uma notícia típica através da *cadeira alimentar* dos meios de comunicação. Este ciclo é orientado por três momentos essenciais: o furo (que corresponde à descoberta e revelação da notícia), a análise (que será o desenvolvimento da questão, normalmente através da reportagem) e o comentário/crónica/artigo de opinião, momentos estes dinamizados pelos participantes da *cadeira alimentar* mediática tradicional, na qual os jornalistas televisivos operariam como uma espécie de carnívoros (utilizando a comparação de Hiler), subsistindo através de uma saudável dieta de notícias da imprensa escrita. O número limitado de participantes e o seu comportamento mimético (também sublinhado por Ramonet) têm como consequência directa a pouca diver-

sidade de ideias e opiniões que caracteriza o *bias* dos *media* tradicionais. Não é, portanto, de estranhar que muitos vejam nos blogs uma nova esperança para a reanimação deste *bias*, impregnando-o da vitalidade que os caracteriza.

Os blogs representam uma nova *layer* na cadeia mediática – uma *layer* situada na base, na raiz, gerando um tipo de *alimentação* de que o novo ecossistema tem vindo a ficar crescentemente dependente. No entanto, também os blogs se transformam em predadores ao alimentar-se de artigos escritos por jornalistas, linkando para eles e acrescentando-lhes a sua própria perspectiva. É enquanto predadores que os blogs cumprem uma das suas mais preciosas e apreciadas funções: a de filtro, determinando assim, de entre a muita informação disponibilizada diariamente, aquela que vai sobreviver, pois muitos dos utilizadores da Web lêem apenas o que os seus blogs de confiança seleccionam. Tudo o resto, embora lá esteja, permanece invisível – logo, morto.

Para Hiler, a *blogosfera* é pioneira de uma nova forma de jornalismo interactivo assente em quatro etapas: numa primeira, os blogs fornecem os furos; num segundo momento, as melhores histórias são filtradas pelos *sites* que alojam os blogs e que, diariamente, as seleccionam e listam; o passo seguinte é dado pelos jornalistas, que se inspiram nas ideias fornecidas pelos blogs para escrever as suas peças; e, por fim, o ciclo recomeça, quando os *bloggers* estabelecem a sua teia de ligações para os artigos mais interessantes, comentando-os e corrigindo-os, se for caso disso.

Paul Andrews, *blogger* desde Novembro de 2001 e ex-colunista do *Seattle Times*, acredita que uma das principais razões para o

sucesso dos blogs e de outras formas de jornalismo on-line é o rápido declínio da credibilidade dos *media* tradicionais. A Web dá voz a vários pontos de vista alternativos, facto que, aliado à crescente facilidade de auto-publicação, a torna mais atractiva e até, na sua perspectiva, mais fiável.

Deborah Branscum, colaboradora da *Newsweek*, da *Wired* e da *PC World*, entre outras publicações, encontra quatro características nos blogs que considera muito interessantes: 1) liberdade criativa; 2) instantaneidade; 3) interactividade; e 4) ausência de constrangimentos de marketing. Destas, destaca a primeira, afirmando que para um jornalista não há maior luxo do que publicar um texto não editado.

Por sua vez, Glenn Fleishman, jornalista do *New York Times*, da *Wired* e da *Fortune* e também um *blogger*, considera que os blogs não são nem superiores nem inferiores ao jornalismo tradicional – apenas infinitamente mais fascinantes. O que o fascina é não só a possibilidade de publicar na primeira pessoa, mas sobretudo a cadeia de interacção que essas publicações desencadeiam. Sublinha ainda a vantagem de poder escrever sem limite de caracteres sobre qualquer assunto que o apaixone.

Como podemos constatar, muitos dos *bloggers* que integram a comunidade actual são jornalistas e consideram que esta sua “actividade paralela” é algo que complementa, ao invés de ameaçar ou substituir, as suas carreiras jornalísticas. O que os atrai para este novo espaço e veículo de escrita e informação é o facto de o processo editorial do blogs ter lugar entre os *bloggers*, em público e em tempo real. Os blogs constituem-se, acima de tudo, como alternativa, nomeadamente ao libertarem a voz dos leitores

– aí reside a sua força e o seu contributo, sublinhando-se ainda o facto de em muitos destes espaços surgirem prestações riquíssimas não só ao nível da qualidade da escrita como da especialização dos conteúdos, atingindo uma profundidade de análise tantas vezes impossível de obter no curso voraz do jornalismo tradicional.

Segundo Andrew Sullivan, longe de substituírem o jornalismo, os blogs estão a operar uma revolução no modo como este funciona na nossa cultura – o que, desde logo, se manifesta na possibilidade de escoamento de discursos pessoais, há muito inibidos pelos *mass media*, ao libertarem o pólo de emissão, abrindo-o ao utilizador comum, que até aqui se limitava a receber. É esta, no fundo, a raiz do *peer 2 peer*, conceito que remete para uma partilha de recursos que se oferece como meio para ultrapassar a até agora rígida e piramidal relação mantida pelos meios de comunicação de massa com os seus consumidores.

O *blogging* é um fenómeno que, segundo Lasica, colaborador da Online Journalism Review, poderá vir a criar as raízes necessárias “*para novas formas de jornalismo, discurso público, interactividade e comunidade on-line*”.⁴ No entanto, para muitos outros jornalistas profissionais os blogs estão muito longe de poderem ser considerados jornalismo: noticiar não é só encontrar links, defendem, é entrevistar pessoas, confirmar fontes, escavar em busca da verdade.

2. Outra das características sintomáticas dos blogs enquanto criaturas da rede é o facto

⁴ LASICA, *Blogging as a form of journalism*, in: Online Journalism Review

de estarem permanentemente *under construction*, assumindo essa característica viva, indeterminada, fragmentária e plena de dinamismo deste espaço de fluxos que se define pela total antítese do que entendemos como espaço.

E, no entanto, é nesse espaço – ou ciberespaço – que encontramos hoje infundáveis “armazéns de informação”, expressão com que António Fidalgo designa as actuais e potentes bases de dados. Num tempo em que tudo é potencialmente arquivável, o excesso de informação está a desembocar na desinformação por excesso. Marcondes Filho compara a situação ao que os gregos designavam por *Pharmakon*, que tanto significa preparo de remédios como de veneno, pois se em doses pequenas salva, em doses grandes aniquila. Do mesmo modo, o bombardeio informativo narcotiza o receptor, tornando-o indiferente ao que consome.

Na economia da atenção em que vivemos, a tónica é a distração. Esta ideia de a distração estar cada vez mais presente nas novas tarefas da percepção remonta ao ainda e sempre pertinente pensamento de Walter Benjamin⁵. Porque nos habituámos às imagens geradas pela técnica, porque nos adaptámos ao aparelho técnico que veio trabalhar a nossa percepção, a relação que temos com essas imagens permite a distração – ou seja, as imagens da técnica impõem um exercício de treino ao aparelho receptivo, progressivamente adaptado às novas exigências da percepção. Segundo Benjamin, se por um lado a técnica amputa os sentidos, por outro oferece soluções para o que retirou – substitui, assu-

⁵ BENJAMIN, Walter (1991), *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*, Relógio d'Água, Lisboa

mindando assim um carácter protésico que lhe vai ser sublinhado por muitos outros pensadores, entre os quais McLuhan, que anuncia os *media* como extensões do humano.

A experiência contemporânea parece então, no seguimento deste raciocínio, ser determinada por três categorias: atenção, distração e atracção – uma tríade que se explica pelo facto de a nossa relação com os *media* ser cada vez mais uma relação de fixação e atracção que tem como pano de fundo a distração. O sujeito actual move-se entre dois lugares de perigo: a sobre-excitação (ou hiperestímulo, na definição de Singer) e o entorpecimento, a anestesia, a apatia, lugares estes que se assumem como limites balizadores da experiência. Embora o ideal fosse conseguir habitar um meio-termo, a tendência humana presta-se com facilidade ao toque dos extremos. Consequentemente, gera-se a incapacidade de fazer sentido da experiência do mundo, progressivamente fragmentada pelo excesso de estímulos veiculados pela cultura mediática em que nos encontramos imersos e que torna mais simples, por vezes até involuntário, absorver e esquecer do que memorizar e reflectir.

Neste sentido, os jornalistas seriam agora mais necessários do que nunca, face à avalanche de informação caoticamente lançada na Internet, para seleccionarem, hierarquizar, descodificarem, contextualizarem e interpretar a informação disponível. No entanto, a valorização do instantâneo põe em causa o próprio sentido da mediação exercida pelo jornalista, pois a imediatez, a obsessão pela “última hora”, pelo “chegar primeiro”, impossibilita o distanciamento que a análise e a reflexão exigem, dificultando igualmente aspectos fundamentais para a qualidade da informação divulgada como o

são a investigação e verificação dos factos reportados.

Em consequência, o ideal iluminista de um espaço em que todos os indivíduos, em iguais condições, fazem uso público da razão através da publicação das suas ideias e da defesa e argumentação dos seus pontos de vista (e que muitos anteviam concretizado nas potencialidades oferecidas pela Internet), é completamente subvertido. Apesar de lhe serem dadas cada vez mais oportunidades de participar no espaço público universal, o sujeito contemporâneo, na sua maioria, permanece apático, vítima do choque anestésico provocado pelo excesso de informação.

Por outro lado, se no século XIX o jornalismo representou a esperança de formar um público esclarecido e racional, hoje em dia a crescente aceleração da difusão impede, muitas vezes, o próprio jornalista de fazer sentido daquilo que reporta. A máxima “o público tem o direito de saber” foi substituída pela que defende que “o público tem o direito de saber *agora*”. É inegável a tensão existente entre a velocidade da experiência contemporânea no e do mundo e a velocidade da produção do discurso jornalístico sobre este mesmo movimento, fazendo com que, segundo Franciscato, o jornalismo viva o risco permanente de que o sentido do tempo que traz no seu discurso se descole do tempo do mundo.

Sendo a velocidade o novo paradigma, o desafio que cabe, cada vez mais, aos profissionais da comunicação, é tentar vencer os paradoxos deste tempo sem tempo, dos quais o maior talvez seja este apontado por Luís Fernando Veríssimo: “*Vivemos num tempo maluco em que a informação é tão rápida que exige explicação instantânea e tão superficial que qualquer explicação serve*”.

Numa altura em que a velocidade ameaça comprometer tragicamente a decantada objectividade jornalística, a tranquila subjectividade dos *bloggers* é acolhida como uma lufada de ar fresco no universo informacional. Beneficiando da vantagem da desaceleração (algo anacrónica num ambiente de fluxos mas, ainda assim, uma possibilidade), os blogs assumem-se acima de tudo e cada vez mais como lugares de reflexão. Com tempo e espaço para a mesma.