

De Aracne à Web – Mitos da Sociedade da Informação

João Aparício Professor bibliotecário

1. INTRODUÇÃO Conta-se que uma bela jovem que vivia na Lídia¹, de nome Aracne, bordava com tal perfeição que impressionava qualquer um com a sua arte. A tal ponto que ousou desafiar a deusa Atena para uma competição pública de tecelagem, confiante na sua mestria. Imprudente, retratou os deuses com os seus defeitos e características, como se estivessem vivos sobre a tela, atitude que causou a irritação do Olimpo. A vitória de Aracne provocou a fúria e a inveja de Atena, que lhe rasgou a tapeçaria em mil pedaços e a feriu com a naveta. Humilhada e arrependida, Aracne fugiu para o bosque e enforcou-se numa árvore, pendurando-se num fio. Então Atena, compassiva, perdoou-lhe a arrogância e salvou-a tocando no seu corpo, que encolheu até se transformar numa aranha, para que continuasse a tecer, só para si, uma teia miraculosamente fina, delicada e transparente.

É provável que o mito da aranha, a vingança de Atena contra Aracne, esteja relacionado com rivalidades de cunho comercial, que opôs atenienses a outros povos com indústria têxtil florescente (cf. Pinheiro, 2007, p. 253) mas também pode ser entendido como uma metáfora sobre os perigos do orgulho e deslumbramento pelo domínio da técnica, a ilusão da forma enquanto meio de comunicação, por oposição ao sentido e substância do conteúdo da obra. Na actual era da informação, de que Atena é a deusa emblemática, não basta desenvolver formas cada vez mais eficientes e democráticas de produzir e aceder à informação, particularmente através do uso das novas tecnologias, antes é indispensável ao cidadão o domínio de competências que lhe permitam não só aceder mas também seleccionar, gerir, compreender e avaliar informação que lhe é endereçada, nos mais diversos suportes, constituindo a transformação da informação em conhecimento um saber e um requisito indispensável para a sua qualidade de vida, nas esferas profissional, social e pessoal.

¹ Antiga cidade grega na zona da actual Turquia

A *teia* de Aracne, a conjugação de fios que emolduram e se interligam de forma radial e concêntrica, se é expressão da mestria e habilidade de quem tece, também está marcada pela ideia de labirinto, de armadilha, de fatalidade para quem se enreda nela. É, nos dias de hoje, o termo que melhor define o ambiente informacional em que vivemos à escala planetária, a Rede, a Web, da designação original surgida na década de 90 do século passado, a World Wide Web, resultante da união do sistema hipertexto com a Internet, ela própria uma agregação de redes de computadores.

2. A INFORMAÇÃO COMO MITO Vivemos num mundo, pelo menos nos países democráticos, onde as desigualdades no acesso à informação passaram a ser entendidas mais como do ponto de vista intelectual, dadas as facilidades no acesso físico proporcionadas pelos meios de comunicação social e pelas novas tecnologias da informação e comunicação. Verifica-se, até, não um défice ou carência de matéria informativa mas um excesso, uma saturação do fluxo comunicacional que coloca inclusivamente as dificuldades ao nível da gestão e integração pessoal dos dados informativos.

A crença de que a evolução dos sistemas de comunicação e a generalização do uso de computadores produziria automaticamente um mundo melhor, foi vulgarizada nos inícios da década de 80 pelos entusiastas da tecnologia. Para muitos, no entanto, tal não é mais do que uma fantasia utópica (cf. Winner, 1986). Com a massificação do uso dos computadores e a criação da Internet, previram-se grandes transformações ao nível da sociedade, uma “revolução” da informação com impacto provavelmente superior ao da Revolução Industrial. A riqueza das nações deixaria de depender da terra, do trabalho e do capital e passaria a depender da informação, do conhecimento, da inteligência. As condições de trabalho seriam melhoradas, suprimindo-se as tarefas rotineiras e mecânicas pelo uso de máquinas, possibilitando o trabalho à distância e aumentando os tempos de lazer. O consumo de informação e bens culturais aumentaria também, elevando o índice de desenvolvimento humano. As novas formas de comunicação permitiriam o acesso ilimitado a fontes de informação, aumentariam as oportunidades de trabalho, a liberdade individual e a sociabilização. As redes de computadores trariam a possibilidade de grupos desfavorecidos adquirirem os laços sociais necessários para a sua inclusão na sociedade. Os meios técnicos revitalizariam a participação democrática e a comunicação entre os cidadãos e os seus representantes. As supostas características libertárias dos computadores e das telecomunicações constituíram-se como uma moda.

A revista Time elegeu o computador como o seu “homem do ano” em 1982. Jornais e revistas, livros e programas televisivos foram descrevendo a magnitude das inovações tecnológicas e os seus efeitos ao nível da organização da sociedade. A opinião pública, mais dos que os meios académicos e científicos, cultivou e cultiva ainda a expectativa pelo que virá a seguir, em termos novas tecnologias e *gadgets*, abdicando de saber se esse caminho produzirá efeitos positivos ou negativos no futuro.

E nos dias de hoje, passadas mais de duas décadas, o que podemos dizer sobre a razoabilidade estas expectativas? Que crenças se mantêm? Estaremos perante um mito da informação?

Para o professor universitário Longdon Winner (1986), a utilização da metáfora de revolução informática é manifestamente exagerada, uma vez que não é possível identificá-la com uma convulsão social drástica, do tipo das revoluções políticas e sociais que ocorreram na Europa ao longo dos séculos XIX e XX. Seria de esperar que tal fenómeno envolvesse mudanças no poder, que estivesse comprometido com uma ideologia ou um conjunto particular de ideias, que implicasse um conflito entre classes sociais e a vitória de uma classe sobre a outra. Estas questões, contudo, raramente estão presentes no mundo da ciência, da engenharia e do marketing ligados às novas tecnologias, ou entre os administradores das empresas ligadas à produção e venda de computadores e equipamento electrónico. Estes definem as suas próprias metas: a posição dominante no mercado, o salário elevado, o prazer de apresentar ou utilizar novos produtos electrónicos topo de gama. Mais do que tentar encontrar *insights* políticos e sociais, “a revolução informática é conspicuamente silenciosa sobre os seus fins” (Winner, 1986).

Se é verdade que novas tecnologias da informação e da comunicação têm provocado mudanças significativas na sociedade, ninguém poderá afirmar, com propriedade, que tais mudanças se reflectem inequivocamente num aumento da participação democrática, na igualdade social e na revitalização cultural. Talvez que os grandes beneficiários sejam, em vez disso, as grandes empresas transnacionais, que procurarão explorar o máximo de produtividade e de controlo. Aqueles que já dispunham de algum poder, o poder autêntico, “que não dirá jamais o seu *nome*” (Lourenço, 1998) e que releva da esfera económica, verão os seus poderes reforçados. Outros beneficiários serão as entidades que gerem grandes volumes de informação digital, como a administração pública, as forças militares e os serviços de informação e segurança. O cidadão comum verá, também, a sua vida do dia-a-dia afectada, com a possibilidade de usufruir, confortavelmente e sem sair de casa, de serviços electrónicos para a realização de operações bancárias, a liquidação de impostos, realização de todo o tipo comunicações, a aquisição de bens e serviços, a organização da agenda pessoal e do trabalho e a exploração de novas formas de entretenimento e diversão doméstica. Será, também, um “ávido

consumidor de *hardware*, *software* e serviços de informação, pois os produtos para computadores precisam de um mercado” (Winner, 1986).

Ainda segundo o mesmo autor, estaria ainda por demonstrar que o acesso à informação equivale a um aumento do conhecimento e que este, por sua vez, induz automaticamente uma melhoria no nível de participação democrática. Trata-se de uma crença romântica em torno da informática idêntica à fé, nos séculos XIX e XX, de que a abundância material geraria liberdade, democracia e justiça.

3. A EDUCAÇÃO E OS MEDIA Desde a década de 80 que outros pensadores e instituições têm dedicado especial atenção à relação do cidadão com informação e os media, considerando-a um elemento chave para a qualidade de vida, para cultura e para o desenvolvimento económico e social. Um dos primeiros documentos, de grande impacto, a enunciar os princípios inspiradores da educação para os media foi a Declaração de Grünwald (UNESCO, 1982), subscrita pelos representantes dos 19 países participantes num simpósio realizado nessa cidade alemã. Começa por constatar que vivemos num mundo onde os media estão omnipresentes e que, por exemplo, as crianças passam mais horas por dia a ver televisão do que na escola. Impõe-se, portanto:

Mais do que condenar ou justificar o inquestionável poder dos *media*, é preciso aceitar o seu significativo impacto e difusão pelo mundo, como facto irreversível, e ao mesmo tempo reconhecer sua importância como forma de cultura. O papel da comunicação e dos media no processo de desenvolvimento não pode ser subestimado, assim como a sua função enquanto instrumentos ao serviço da participação activa dos cidadãos. Os sistemas político e educativo devem reconhecer as respectivas obrigações na promoção de uma compreensão crítica do fenómeno da comunicação entre os seus cidadãos. (UNESCO, 1982) Se o problema da educação para os media é colocado já nesta altura, com maior pertinência se viria a colocar no futuro, face aos avanços que se anteviam em termos de tecnologias da informação e comunicação. Se os responsáveis educativos não podiam ignorar esta realidade, também as famílias, os responsáveis ligados à comunicação social e os dirigentes políticos são chamados a desempenhar o seu papel no desenvolvimento duma maior consciência crítica entre os ouvintes, leitores e telespectadores. É também aconselhado que as autoridades competentes de cada país dêem início a programas de educação para os media nas escolas, desde o pré-escolar até ao ensino superior.

A “aldeia global”, a galáxia da informação, as auto-estradas da comunicação não resolve o direito de informar e de ser informado, nem a transparência comunicacional, a capacidade de discernimento e de apreensão do sentido mais profundo da comunicação, para além da sua “aparência”. Afinal, “que reclamaríamos, ou de que nos queixaríamos, quando não só a nossa capacidade de acesso a fontes de conhecimento parece sem limites, mas a solicitude de infinitos meios de comunicação nos sussurram continuamente aquilo que é útil saber em todas as ordens, desde a económica, à financeira, à política, à da prevenção viária e de saúde, à melhor maneira de manter a forma, de cultivar a juventude eterna?” (Lourenço, 1998, p.32). O fluxo de comunicação social, que tem imagem como base, e de que a televisão continua a ser um dos

principais veículos, segue uma lógica da “rentabilidade económica” que tem como finalidade intrínseca “vender-se”, sem se assumir com instrumento manipulador. A televisão, inserida na lógica do capitalismo, tem o seu lado de “hipermercado disfarçado de Disneylândia”. Por isso, para Eduardo Lourenço, a questão que se coloca, a verdadeira questão é: “quem é o senhor das imagens?” Seja ele qual for, será também “o senhor do mundo”. E nesta matéria, a supremacia americana é indiscutível. Até porque, com a universalização do modelo cultural americano, “televisivamente, todos somos já americanos” e, enquanto europeus, resta-nos, “de um ponto vista estético, sermos os consumidores aristocratas da nossa mitologia europeia sem alcance universal” (Lourenço, 1998, p. 38)

“Como Circe, a televisão tem o poder de nos reduzir à escravidão voluntária dos companheiros de Ulisses. Ela pensa, sente, è feliz, por nós.” (Lourenço, 1998, p. 40).

Por outras palavras, “o telespectador è colocado dentro do mundo mas ao mesmo tempo acima dele, como se o vivesse não o vivendo” (Gil, 2004, p. 8). Não por acaso, os conceitos de literacia mediática e de educação para os *media* têm estado no topo da sua agenda política, ao nível internacional e, em particular, na União Europeia. O que se entende por literacia mediática? Na Comunicação ao Conselho da Europa “Uma abordagem europeia da literacia mediática em ambiente digital” (Comissão Europeia, 2007) a literacia mediática é definida como “a capacidade de aceder aos *media*, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos *media* e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos.” Especifica como níveis de literacia mediática:

- Estar à vontade com todos os tipos de *media*, desde jornais a comunidades virtuais;
- Utilizar activamente os *media*, nomeadamente através da televisão interactiva, dos motores de pesquisa da Internet ou da participação em comunidades virtuais, e explorar melhor as potencialidades dos *media* para entretenimento, acesso à cultura, diálogo intercultural, aprendizagem e aplicações quotidianas (p. ex., através de bibliotecas, *podcasts*, publicação de conteúdos audiovisuais na Internet)); Ter uma visão crítica dos *media* tanto no que respeita à qualidade como ao rigor do conteúdo (p. ex., ser capaz de avaliar a informação, saber lidar com a publicidade nos diversos *media*, utilizar motores de pesquisa de forma inteligente); Utilizar criativamente os *media*, atendendo a que a evolução das tecnologias dos *media* e a presença crescente da Internet como canal de distribuição permitem que um número crescente de europeus crie e difunda imagens, informação e conteúdos; Compreender a economia dos *media* e a diferença entre pluralismo e propriedade dos *media*;
- Estar consciente das questões dos direitos de autor, essenciais para uma “cultura da legalidade”, em especial para os mais novos, na sua dupla qualidade de consumidores e produtores de conteúdos. (p. 4)

Hoje, na era do digital, será que a educação para os *media* e o desenvolvimento de novas literacias constituirão a chave para o sucesso da revolução informática, idealizada com o aparecimento das primeiras redes de computadores? Estaremos próximos de uma sociedade mais livre e igualitária, com o reforço do poder e participação dos cidadãos?

4. DOIS NOVOS MITOS DA SOCIEDADE MEDIÁTICA A evolução tecnológica continua a alimentar novos mitos, novos heróis e também grandes incertezas. O aparecimento de redes sociais, como o Facebook e o Twitter, fez nascer novos deuses no Olimpo das celebridades mediáticas, seguindo a lógica do sonho americano do “self-made-man”. Heróis jovens, que tiveram em Bill Gates um dos seus primeiros ícones. O criador do Facebook, Mark Zuckerberg, o “rapaz sem amigos”, criou, no mundo da Internet, o maior clube de amigos que se possa imaginar, com um número de pessoas interligadas que equivale a todo um continente. “Criou o maior o mais poderoso buraco da fechadura do mundo” (Alves, 2010), ficou rico em poucos meses e, aos 20 anos, “tornou-se o nº1 do ranking da “Vanity Fair”. O Facebook “tornou-se uma peça indispensável da Net, porque levou a Net do virtual para o real. Não serve, à partida para criar novas ligações humanas, mas para transferir para o virtual as que já existem no real”, é a opinião de um investigador em informática e design (cf. Margato, 2010). De novo, o mito de Aracne e a hábil criação de um mundo de identidades virtuais que põem a descoberto a essência, não já dos deuses, mas do próprio ser humano, nas suas qualidades e defeitos. A génese do Facebook tem uma história, também ela, pouco edificante: ao zangar-se com a sua namorada, Zuckerman decidiu ridicularizá-la e difamá-la na Net, com calúnias e insultos, alguns de natureza sexual (uma difamação “que não é escrita a lápis e fica para sempre”, como refere a personagem do filme “A Rede Social” (2010), de David Fincher, inspirado em factos reais). De seguida, com a ajuda de um amigo, decide piratear os “facebook”, os livros de curso universitários, e cria o Facebook para disponibilizar as fotos das caras femininas, agrupando-as aos pares para as sujeitar à apreciação e votação online por parte dos rapazes. Foi este o princípio do que viria a ser um “novo padrão de comunicação e comportamento” (Alves, 2010). Julian Assange, o líder do sítio WikiLeaks, vem acrescentar um novo capítulo ao mito da relação entre a tecnologia e a política. O WikiLeaks foi lançado em 2006 com o objectivo de divulgar documentos secretos. “Depois dos diários das guerras do Afeganistão e do Iraque, que deram conta de violações dos direitos humanos, a organização começou, desde finais de 2010, a colocar na Internet 250 mil telegramas de embaixadas americanas. Verdade e transparência, elogiam uns. Bisbilhotice e

terrorismo, criticam outros” (Cordeiro, 2010). O facto è que o conflito entre a WikiLeaks e os poderes internacionais configura uma guerra, uma ciberguerra, que tem por palco a Net (novamente, a rede ou a teia como labirinto e armadilha...), desenvolvendo-se por outros meios e expandindo-se num território virtual que è uma esfera pública global. A ciberguerra è de tal forma preocupante que Julian Assange tornou-se o “inimigo nº1” dos Estados Unidos, chegando a ser objecto de incitamento à morte. A WikiLeaks promete continuar a revelar segredos. Juliam Assange: herói da verdade ou inimigo da sociedade aberta?

Referências

- Alves, Clara Ferreira (Novembro de 2010). Facebooked, só para homens. *Expresso*, 13/11/2010.
- Comissão Europeia (2007). Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: uma abordagem europeia da literacia mediática em ambiente digital. Disponível em:
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0833:FIN:PT:PDF>
(Acedido em 24/01/2011)
- Cordeiro, Pedro (Dezembro de 2010). Assange: o denunciador. *Expresso*, 11/12/2010.
- Gil, José (2004). Portugal, Hoje: o Medo de Existir. Lisboa: Relógio d'Água
- Lourenço, Eduardo (1998). O Esplendor do Caos. Lisboa: Gradiva.
- Margato, Cristina (Novembro de 2010). O mundo a seus dedos. *Expresso*, 6/11/2010.
- Pinheiro, Maria P. Futre (2007). Mitos e Lendas: Grécia Antiga. Lisboa: Livros e Livros.
- Winner, Langdon (1986). The Whale and the Reactor: A Search for Limits in an Age of High Technology. Chicago: University of Chicago Press.