

Em cartaz: o jornalismo do futuro

Claudia Quadros* e Itanel Quadros*

Resumo:

Insights da ficção sempre anunciaram como seria a comunicação do futuro. Neste artigo, selecionamos alguns filmes para observar qual era perspectiva de seus roteiristas para os meios de comunicação antes e após a Internet. Tentamos depreender a técnica, o design, a rotina produtiva e a forma de distribuição desses meios, contrastando com as atuais aplicações do ciberjornalismo. Algumas dessas ofertas, presentes atualmente no mercado jornalístico, apareciam no cinema e na televisão como um fato futurístico ou, segundo Bauman (2005), uma promessa de satisfação de desejos nunca atendidos por qualquer outra sociedade. A Internet pareceu resolver os problemas tecnológicos para realizar esses desejos, mas os produtos existentes continuam a gerar insatisfação e expectativas.

Palavras-Chave: cinema; jornalismo; ciberjornalismo.

Abstract:

Fiction insights have always predicted how communication in the future would be. In this article, we have selected some films in order to observe what kind of approaches script writers have shown before and after the Internet. We have tried to depict the techniques, design, productive routine and distribution ways of the press media, counterpointing them with the contemporary applications of ciberjournalism. Some offerings, such as the news upon request and in spontaneous way, had already been perceived in attempts of journalism market and, even before that time, had appeared as futuristic fact in cinema and television. According to Bauman (2005), consumerist society needs desire satisfaction promises never before fulfilled by any other society. The Internet seems to solve technological problems to fulfill these desires, but existing models cannot perform satisfactorily, causing more complaints and expectancies.

Keywords: movies; journalism; journalism online

* Claudia Quadros, doutora em Comunicação pela ULL/Espanha, professora do Programa de Mestrado em Comunicação e Linguagens da UTP, claudiaquadros@hotmail.com.

** Itanel Bastos de Quadros Júnior, doutor em Comunicação pela ULL/Espanha, professor do Departamento de Comunicação da UFPR, iquadros@hotmail.com.

1. Introdução

Insights da ficção sempre buscaram antever como seria a comunicação do futuro. Neste trabalho foram selecionados alguns filmes para analisar a perspectiva de seus escritores e roteiristas para os meios de comunicação antes e após a Internet. A intenção foi inferir como seria a tecnologia, o design, a rotina produtiva e a forma de distribuição desses meios, contrastando com as atuais aplicações do chamado ciberjornalismo. Para tanto, foram examinados estudos do jornalismo digital e filmes de ficção científica. Tanto na ciência como na arte é possível notar narrativas que ora beiram a crítica, ora a promessa de um meio de comunicação muito melhor. Embora seja na distopia, mais intensa na ficção científica realizada a partir do século XX, que são revelados os possíveis desenvolvimentos perniciosos da sociedade contemporânea. Conhecida também como utopia negativa, “a distopia está muito mais baseada nas utopias clássicas. Não parte da razão ou de princípios morais para elaborar um modelo ideal, mas deduz um mundo futuro de pesadelos a partir da extrapolação das realidades presentes.” (KELLER, 1991). Estudos sobre relações entre a ficção científica e o cinema, abordados por Amaral (2006), apontam que muitas vezes os referidos gêneros seguem caminhos paralelos na estrada da utopia ou da distopia. Ainda que apresentem diferenças, ambos são formas de comunicação que influenciam e são influenciadas por outras. “No cinema, como todas as produções significantes, não existe conteúdo que seja independente da forma através da qual se expressa.” (AMOUNT E MARIE, 1993: 132 apud AMARAL, 2006:1999). No entanto, é importante salientar que o estudo em tela não tem a pretensão de aprofundar estudos sobre ficção científica e muito menos analisar a linguagem cinematográfica. Com o objetivo de destacar a evolução do jornalismo digital, o cinema é observado como uma forma de registrar previsões sobre tecnologias que marcaram uma época.

Algumas ofertas, como a notícia sob demanda e de modo instantâneo, já eram percebidas em intentos do mercado jornalístico com a evolução dos meios no Século XX, e, muito antes, apareciam como um fato futurístico no cinema e na televisão. Segundo Bauman (2005), a sociedade de consumo precisa de promessas de satisfação de desejos nunca antes atendidos por qualquer outra sociedade, ainda que o poder de sedução permaneça no inatingível dessas promessas. A rede mundial de computadores pareceu resolver os problemas tecnológicos para realizar esses desejos, mas os seus produtos continuam a gerar insatisfações e

expectativas. Como aponta Kepler, a tecnologia chegou e não trouxe a felicidade prometida. A distopia, relacionada principalmente com a política da ciência, não apresenta a mesma confiança nos avanços tecnológicos como a utopia. “Na utopia clássica a ciência vai aportar a base material que permite o desenvolvimento feliz dos homens, acabando com a escassez, solucionando todo tipo de problemas, proporcionando prazeres...” (1991:10).

É certo que a partir da segunda metade do século XIX a ciência e a tecnologia propiciaram mudanças profundas na produção industrial, nos mercados e nas operações financeiras. Assim, a Revolução Industrial também despertou a curiosidade sobre o futuro relacionado a essas mutações, como destaca Isac Isamov (1984) ao descrever o nascimento da ficção científica nesse período. A energia gerada pelo vapor, o aperfeiçoamento das máquinas e dos métodos de fabricação industrial, os novos químicos, as invenções e as inovações tecnológicas conduziram essa transformação. E, no centro desse processo, destacam-se três invenções: a estrada de ferro, o telégrafo e o telefone. À medida que o tempo entre os espaços físicos diminuía, aumentava a velocidade de circulação de notícias. Antes da invenção do telégrafo, por exemplo, era difícil obter informações. No caso do jornalismo, o envio de notícias de lugares distantes estava subordinado aos correios, considerados dispendiosos e demorados. Estes, por sua vez, dependiam da eficiência de transportes terrestres e marítimos. Foi preciso a melhoria das linhas férreas, das estradas e da navegação para a correspondência chegar mais rápida e segura no seu destino. (FRANCISCATO, 2005).

O telégrafo, que surgiu na primeira metade do século XIX, foi responsável pela mudança na forma de transmitir e receber informação. Para Don Tapscott e David Ticoll (2003), “este simples meio elétrico prenunciou as maravilhas da web global de hoje – interatividade, comunicação um para um e a compressão do tempo e do espaço.” (TAPSCOTT e TICOLL, 2003). Esse sistema de comunicação, em pouco tempo, foi responsável por mudanças socioeconômicas e culturais. “Os mercados financeiros e de produtos, o transporte, as indústrias de varejo, os jornais, o trabalho da polícia e as comunicações pessoais mudaram quase da noite para o dia.” (idem).

A produção jornalística se adaptou ao novo recurso tecnológico. Se antes o problema estava em fazer a notícia chegar de um lugar distante por meio de correios lentos, com o telégrafo a questão passa a se concentrar na fragmentação

do conteúdo jornalístico pelo alto custo desse sistema de comunicação. “O telégrafo, ao acelerar a velocidade das notícias e tornar possível sua transmissão contínua, fragmentou o relato de eventos noticiosos em desenvolvimento em segmentos menores e mais freqüentes.” (BLONDHEIM apud FRANCISCATO, 2005: 45).

Tapscott e Ticoll (2003) observam que, a partir da implantação do telégrafo nos Estados Unidos, os corretores da bolsa adotaram a referida tecnologia para enviar as cotações de mercado aos seus clientes. O telégrafo vai ajudar a expandir o mercado de ações, tornando mais acessíveis as informações. Esse fato pode ser visto em filmes que tratam da crise da bolsa de Nova Iorque em 1929 (*Crack*), quando investidores se atiravam de janelas dos arranha-céus após terem recebido a informação da queda das ações por meio de aparelhos de telégrafo instalados em seus escritórios. Essas cenas revelam, ainda que de forma funesta, a oferta de informação sob demanda, já com a possibilidade de interação entre os usuários no início do século XX. Elas retratam um período histórico, mas o cinema também trabalha com o imaginário de um futuro nem sempre melhor. Nos Estados Unidos, “a crise de 1929 estimulou a realização de filmes que expressassem a consciência social de seus diretores. Na Europa alguns foram influenciados pelos documentaristas.” (BRIGGS e BURKE, 2004: 178).

2. Metropolis: vídeos interativos

Este é o caso do clássico *Metropolis* (Alemanha, 1927), de Fritz Lang, que mostra uma cidade futurística no ano de 2026. O filme, ainda mudo, evoca diversos avanços tecnológicos nas suas imagens para anunciar um futuro onde diferenças entre as classes são cada vez maiores. Nessa cidade, operários escravizados em subterrâneos operam as máquinas mantenedoras da boa vida de uma classe dominante que vive em arranha-céus em sua superfície. Ainda traz uma visão de desenvolvimento de uma futura tecnologia da informação ao apresentar um sistema de vídeo que monitora as atividades dos trabalhadores e um aparelho de videoconferência pelo qual personagens interagem por meio da voz e da imagem. Mais do que apresentar possíveis inventos do futuro, Lang criticava a ênfase dada à tecnologia. O escritor H. G. Wells, na época da estréia do filme, tinha mais de sessenta anos. Na opinião dele, Lang buscou inspiração na obra “A Máquina do Tempo”, que lançou em 1895. (*Scientific American*, 2005). Wells é considerado um

dos pioneiros da ficção científica e, de fato, influencia muitos autores, diretores e roteiristas de cinema e desenvolvedores de jogos eletrônicos. Para Keller (1991), H.G. Wells é responsável pela bifurcação da utopia. Suas obras estão entre a tradicional visão otimista, própria da época em que começa a escrever, e a utopia pessimista. Embora suas últimas obras sejam mais animadoras, “o surpreendente, tratando-se de um socialista, é que, tanto em suas distopias como em suas obras mais otimistas, resulta patente o pessimismo acerca da evolução da humanidade e inclusive sobre a própria condição humana.” (idem:11).

No período da realização do filme *Metropolis*, o rádio vivia a sua fase de novo meio de comunicação. A televisão já tinha sido inventada¹, mas ainda era considerada um experimento e não uma mídia. O cinema discutia, segundo Briggs e Burke, a necessidade de ter o rádio como modelo no lugar do gramofone. No jornalismo, nos Estados Unidos, o rádio construía a sua linguagem para viver na década de 30 a sua época de ouro. Ainda “predominava o material publicado nos jornais do dia” (MOREIRA, 1998: 102), mas logo as notícias tomariam mais espaço da programação radiofônica, adquiririam características próprias do veículo, como a cobertura ao vivo, e seriam vistas como um negócio lucrativo. “Edições da época [anos 30] da revista *Broadcasting* registravam que possuir e administrar uma estação de rádio havia se transformado em um negócio rentável o suficiente para ajudar a manter algumas empresas proprietárias de jornais” (idem). E as escolas norte-americanas de jornalismo, segundo Nelson Traquina (2004), no final dos anos 20, ensinavam com maior ênfase formas sistemáticas de observar, registrar e analisar o mundo.

As tecnologias da comunicação do período e as renunciadas por Fritz Lang provocaram atração e repulsão no público, sem contar com o debate acirrado entre aqueles que temiam e os que celebravam os avanços tecnológicos. Nesse sentido, se os sistemas de comunicação, como apontava o cineasta, intimidavam e colocavam medo em trabalhadores que viviam em constante ameaça, eles também poderiam representar um sonho irrealizável. Segundo os preceitos de Zygmunt Bauman, a tecnologia renunciada no filme de Lang só poderia continuar sedutora se o desejo continuasse irrealizado. Desde a década de 90, a videoconferência é realizada em várias atividades, do ensino aos negócios. Com o desenvolvimento da Internet, adquire novas formas e novas promessas de satisfação aos consumidores. “A *não-satisfação* dos desejos e a crença firme e eterna de que cada ato visando a

satisfazê-los deixa muito a desejar e pode ser aperfeiçoado – são esses os volantes da economia que tem por alvo o consumidor.” (BAUMAN, 2007: 106).

Os estudos de Bauman também podem ser aplicados ao ciberjornalismo, que teve seu *boom* em meados dos anos 90. No início, o jornalismo na Internet seduziu o público pela novidade e pela promessa de se tornar um meio de comunicação interativo, descentralizador. Porém, com mais de dez anos de existência do webjornalismo, a promessa de satisfazer o consumidor/leitor/usuário/produtor não foi totalmente cumprida. É claro que houve avanços. O diário digital deixa de ser uma simples transposição de versões impressas na rede, para explorar recursos próprios do meio. Nesse momento, em diversas partes do mundo, as redações do jornalismo digital vivem uma nova fase ao aderir aos vídeos elaborados por jornalistas e cidadãos, embora a interação prenunciada, em 1927, por Fritz Lang, não ocorra com frequência. Os vídeos, em sua maioria, não interagem até mesmo com os demais conteúdos do diário na web; são usados como complementos de notícias e podem ser vistos, por quem quiser, como um meio de mão única.

No entanto, a promessa de um webjornalismo melhor persiste entre profissionais e acadêmicos. Para o jornalista Julián Gallo² (2007), os profissionais não devem pensar mais de forma isolada, há necessidade de criar uma linguagem a partir da simbiose do texto, do áudio e da imagem. O aumento da participação do público no webjornalismo, impulsionado pelos blogs, também reforça a promessa de um meio interativo e é utilizado como um fenômeno para atrair mais consumidores. Segundo Rosental Alves (2007), a comunicação colaborativa aponta para uma revolução que pode ser comparada aos tipos móveis de Gutenberg. Nesse sentido, a renovação da promessa cria mais expectativas e, por que não, transformações. Por exemplo, a rápida expansão dos meios digitais exige uma formação diferenciada dos futuros jornalistas, por isso escolas de comunicação discutem se é necessário ou não pensar num profissional multimídia no momento de rever seus currículos, muitas vezes, ultrapassados. Para alguns teóricos, como Jose Alberto García Avilés (2006), a convergência de meios não passa de um discurso imposto pelo mercado para reduzir o quadro de profissionais. Outros, no entanto, acreditam na convergência como evolução dos meios. (BOCZKOWISKI, 2006).

3. Uma odisséia no espaço: agentes inteligentes

Em *2001: Uma odisséia no espaço* (*2001: A Space Odyssey*. EUA, 1968), filme dirigido por Stanley Kubrick e que foi inspirado num conto de Arthur C. Clarke, o cérebro da nave Discovery é HAL, um computador inteligente que parece ser mais humano que as próprias pessoas a bordo. É a máquina pretensamente infalível – detentora do conhecimento - criada pelo homem e que se volta contra ele por uma falha em sua programação.

Nesse período, a mídia divulgava a tecnologia, que também levava o homem para o espaço, como um fator positivo para o dia-a-dia do público. Nos jornais da época, há mais ilustrações fantásticas do que fotos objetivas sobre esses avanços científicos. Além disso, a publicidade reforçava o benefício da tecnologia na vida cotidiana. (LABRIOLA, 2003). Por outro lado, a preocupação com os possíveis efeitos da tecnologia tem estado presente entre pensadores de diferentes períodos da história. No final dos anos 40, por exemplo, Norbert Wiener cria a teoria cibernética e observa a comunicação como um princípio de (re) organização social. Todas as máquinas cibernéticas tentam imitar o cérebro humano e o comportamento dos seres vivos. Dessa forma, destaca Francisco Rüdiger (2003), Wiener tentou estabelecer conexões entre o nascimento de uma nova tecnologia e a sociedade. Lemos (2002) recorda que foi forte a influência da teoria cibernética na construção dos primeiros computadores. Depois disso, ainda que parte do vocabulário utilizado na referida teoria faça parte até hoje da informática, esta última logo se preocupou em apenas automatizar a informação enquanto a cibernética refletia sobre a ética e o uso dessas ferramentas da comunicação.

A ficção científica quase sempre busca inspiração na ciência. “Quanto mais a ciência e a tecnologia (...) afetam a experiência cotidiana das pessoas, mais os artistas se voltam para temas, objetos e esferas do imaginário conectado com as possibilidades criativas, mas também os perigos e riscos apresentados por essas novas tecnologias.” (KRULL, 2004:12 apud AMARAL,2006:184). Não foi diferente com Arthur Clarke, que também foi físico e matemático, em *2001: uma odisséia no espaço*. Foram muitas as mudanças provocadas, em diferentes áreas, com a utilização dos computadores. Então, por que não sensibilizar as pessoas sobre essas transformações e possíveis conseqüências? No jornalismo, o uso do computador começa nos anos 50. Foi na década de 60, no entanto, que nasce o

Jornalismo de Precisão. Ele vai empregar técnicas das ciências sociais na apuração de uma notícia. De acordo com Elias Machado, essa corrente “estimulou um modelo de aplicação destinado a equipes especializadas para a elaboração de reportagens.” (MACHADO, 2003: 21). O primeiro grande uso do computador no jornalismo foi na eleição presidencial dos Estados Unidos, em 1956, e ajudou na velocidade de apuração dos votos. “Esse fato introduz a era das Reportagens Assistidas por Computador (Computer-Assisted Reporting, ou CAR).” (LIMA apud TOGNOLI, 2003). Mas, como bem destaca Machado, quando o computador entrou na redação, nos anos 80 no Brasil, ocupava uma posição secundária ao ser utilizado apenas como processador de textos.

Em meio à contracultura, ainda na década de 60, surge outra forma de retratar os fatos sociais, com o Novo Jornalismo. Por meio de técnicas jornalísticas e literárias, profissionais que aderiram a essa corrente fazem uma cobertura mais profunda dos fatos e abrem espaço para diferentes vozes. Para isso, rompem com a narrativa convencional ao abandonar lides e a mecânica da estrutura textual jornalística. No Brasil, “os padrões de objetividade jornalísticos impostos pelas rotinas produtivas [também] passaram a ser questionados por parcela considerável de profissionais da comunicação [...]” (FAUSTO apud SANTOS, 2007: 113).

Nos anos 70, surge a micro-informática, que vai resultar no incremento da globalização da comunicação. A idéia era compartilhar informações e tornar o computador acessível a todos, e não apenas às universidades, forças armadas e ao governo. O primeiro PC (*Personal Computer*) foi lançado na década de 80 e o *boom* da comunicação em rede chegou aos anos 90 com a popularização da Internet. Com o uso desse novo sistema de comunicação, o jornalista passa a explorar outros recursos do computador conectado em rede, fato que possibilitou o desenvolvimento do webjornalismo. A base de dados é encarada como uma metáfora cultural do jornalismo. “A base de dados acaba se tornando a nova forma cultural que estrutura todo o processo criativo, considerando que um objeto da nova mídia consiste de uma ou mais interfaces a uma base de dados de material multimídia.” (MANOVICH apud MACHADO, 2006: 22). Os atuais diários na rede mundial de computadores, portanto, têm parcela de responsabilidade na odisséia do ciberespaço. Por meio da base de dados, o público também participa do processo de classificação de um conteúdo. O uso da folksonomia (folk + taxonomia) tem ajudado, por exemplo, o público da *BBC* a encontrar o conteúdo desejado e assuntos relacionados a ele.

Não existe um HAL nos meios jornalísticos, mas a presença de agentes inteligentes que podem ser representados por personagens, caixas de diálogo, navegador na web ou documento de texto tem provocado muitas discussões (JOHNSON, 2001) em diversos campos. No jornalismo, por exemplo, um agente pode monitorar notícias no ciberespaço durante 24 horas e empurrar (tecnologia *push*) apenas as informações que considere relevantes para o usuário. Não precisar buscar informação (tecnologia *pull*) e poder receber notícias personalizadas chega a ser atraente. No entanto, como destaca Steven Johnson, ser monitorado por um agente que se instala no seu disco rígido para conhecer as suas preferências também pode ser algo assustador. “É o risco de baboseira, entulho, poluição informacional personalizados se fazerem passar por nossos novos melhores amigos.” (JOHNSON, 2001: 138). Para o autor, a discussão sobre o tema é importante, mas recorda que sempre haverá efeitos lamentáveis e animadores. “Novas tecnologias raramente falam com uma só voz – esta é uma das razões por que nos cativam tanto. O certo, contudo, é que os efeitos dessas novas tecnologias serão muito mais profundos do que agora supomos.” (idem,133). Nesse sentido, o discurso de Johnson gera mais expectativas e nos remete uma vez mais à teoria de Bauman de que a sedução permanece viva enquanto não é possível alcançar o objeto de desejo, pelo menos não em sua forma plena.

4. *Minority Report*: diário flexível em tempo real

O filme *Minority Report* (EUA, 2002) se passa na cidade de Washington em 2054, onde três mutantes (*precogs*) antevêm crimes e uma polícia especial (*precrime*) prende seus autores antes que possam cometê-los. É dirigido por Steven Spielberg e baseado, como *Blade Runner*, num conto do escritor Philip K. Dick, escrito na década de 50. Spielberg integrou na sua visão cinematográfica do futuro uma série de tecnologias já experimentadas na atualidade. Entre estas, *gadgets* como carros movidos à indução eletromagnética, que na película se deslocam velozmente por pistas e, inclusive, paredes de edifícios; robôs inteligentes na forma de pequenas aranhas mecânicas; projetores holográficos; *scanners* de retinas que identificam automaticamente todos os cidadãos. O cientista John Underkoffler, que foi consultor técnico do filme, destaca que Dick “sempre esteve interessado nas conseqüências da tecnologia e da ciência, mas ele ia além quando a maioria das pessoas parava,

porque ele era um dos poucos que entendia que a boa ficção científica é, na verdade, ficção científica social.” (apud AMARAL, 2006:121).

É certo que *Minority Report* foi produzido quando o ciberjornalismo já era uma realidade na web e, em algumas cenas, indica como seria o diário daqui a cinquenta anos: um suporte leve, flexível e portátil. Provavelmente inspirado no projeto *Flat Panel* de Roger Fidler (QUADROS E QUADROS, 2004), essa folha de “papel” digital onde o usuário recebe imagens, vídeos e textos com atualizações contínuas e sem a sua intervenção direta (*off-demand*). A cena demonstra, portanto, que no futuro o ciberjornalismo poderia estar contribuindo ativamente para a “síndrome da fadiga da informação” com uma oferta “empurrada” (*push*) e sem fim de notícias. No livro *Ansiedade de informação* (1991), anterior ao *boom* da Internet, Richard S. Wurman já definia esse estado mórbido como um vazio entre os dados e o conhecimento, que acontece quando a informação não nos diz o que desejamos saber, ou necessitamos saber. Essa alteração comportamental pode ser motivada pela carência ou pelo excesso de informação, que no caso de *Minority Report* é impulsionada pela grandeza de dados disponibilizados. Outros autores, como Paul Virilio (1993), Jean Baudrillard (1991) e Dominique Wolton (2003), atentaram muito antes aos possíveis efeitos nefastos da enorme quantidade de informações disponíveis ao usuário da sociedade tecnologizada.

Quando o filme *Minority Report* estreou, em 2002, o *boom* de diários na web completava seis anos. Nesse período, muito se discutiu sobre o impacto deles no jornalismo, a ineficiência no momento de explorar as potencialidades do novo meio, desenho de jornais digitais, rotinas produtivas na rede etc. Marcos Palacios e membros do *GJOL – Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online* – observaram, de modo sistemático, quarenta e quatro diários digitais brasileiros com versões impressas. Cinco aspectos foram considerados no momento de avaliar esses diários na web: interatividade, memória, personalização, multimídia e hipertextualidade. Ao final da pesquisa, os investigadores apontaram que “os jornais brasileiros apresentam fortes características das publicações em papel. Ou seja, constituem-se ainda em metáforas que não exploram de forma satisfatória as possibilidades oferecidas pelo ambiente digital para o desenvolvimento de produtos jornalísticos”. (PALACIOS et. al., 2002: 12).

A instantaneidade da notícia também tem sido tema recorrente entre acadêmicos e profissionais. Zélia Leal Adghirni analisa a obsessão pela velocidade nos meios de

comunicação, com ênfase no jornalismo digital. Inspirada em Ignacio Ramonet, a pesquisadora questiona se o jornalista (analista do dia) não é na verdade um instantaneísta (analista do instante) da notícia. Para a autora, o tempo real, ou quase real ao considerar o *delay*, “produz um excesso de informação sem sentido, priorizando a velocidade e a quantidade em detrimento da qualidade.” (ADGHIRNI, 2002: 313). Silvia Moretzsohn também descreve o fetiche da velocidade, que incide sobre o produto jornalístico. “O ritmo veloz da produção [...] obriga o repórter a divulgar informações sobre as quais não tem certeza; reduz, quando não anula, a possibilidade de reflexão de produção da notícia.” (MORETZSHON, 2002: 70). A autora complementa que o tempo quase real inserido na rotina produtiva do jornalista também aumenta a probabilidade de erro, limita a possibilidade de ângulos diferentes sobre o assunto e impossibilita a ampliação de fontes.

O debate sobre o tempo ganha novo impulso com a discussão do jornalismo de fonte aberta, que conta com a participação e o monitoramento de cidadãos. O fluxo de informações contínuo também anuncia que a notícia, ali disponibilizada, pode ser alterada ou acrescentada. Do ponto de vista de Bauman, por mais que os habitantes do mundo líquido se esforcem, é difícil encontrar um porta-voz confiável, uma referência. Por isso, aceitam substitutos notoriamente não-confiáveis, que podem se apresentar de variadas formas. No mundo desprovido de permanentes, a regulação normativa dá lugar a ofertas tentadoras de autoridade-notoriedade e as celebridades desvanecem rapidamente da ribalta. Bauman ainda aponta outros dispositivos móveis, entre eles os assuntos voláteis e as “manchetes à velocidade de um raio.” (BAUMAN, 2007: 45).

5. Considerações finais

O artigo em tela mostra que a ficção-científica no cinema reflete muito mais a época em que um filme foi produzido, apesar de tentar projetar o futuro. Aqui foram observadas apenas três películas, mas houve consulta a outras obras clássicas do cinema como *Blade Runner* (EUA, 1982), *1984* (Inglaterra, 1984) e *Brazil* (EUA, 1985), bem como ao seriado de televisão *A Super Máquina - (Knight Rider)*, (EUA, 1982), que revelam a possibilidade de contextualizar o jornalismo nos períodos dessas produções para debater a evolução do campo, discutir sobre o que estimulava e amedrontava a sociedade de então e, inspirados na ficção-científica, projetar cenários para o jornalismo do futuro.

Para J. Alkio (2006) a inovação do jornalismo está em relatar as possibilidades do amanhã para um público que vive ciente de um futuro cheio de incertezas. O autor acredita que os escritores de ficção científica devem servir de modelo para os jornalistas. É evidente que não se pretende aqui incentivar a criação de notícias falsas, mas mostrar que, a partir da contextualização de um fato, é possível projetar o futuro, indicar ao leitor alguns caminhos e, assim, agregar valor ao que foi noticiado.

A proposta poderia soar para Bauman como mais uma forma de renovar promessas de um objeto de desejo inatingível, mas é importante frisar que a insatisfação também impulsiona a evolução. A influência dos games, por exemplo, é percebida na narrativa das infografias tridimensionais que podem, sim, seduzir o leitor, mas também oferecem outras formas de contar um fato. A partir da experiência de variadas formas de comunicação, impossibilitadas de funcionar independentemente e estabelecer seu próprio espaço cultural de modo separado (BOLTER e GRUSIN, 1999), que a mídia evolui. Nesse sentido, a reflexão sobre os efeitos da tecnologia na sociedade retratada nos filmes de ficção científica também pode ser apresentada como uma importante forma de comunicação para repensar o jornalismo do futuro.

6. Referências bibliográficas

ADGHIRNI, Zélia. Jornalismo On-line: em Busca do Tempo Real, pp 304 a 317. In Hohfeldt, Antonio e Barbosa, Marialva. Jornalismo no Século XXI: A Cidadania. Mercado Aberto, Porto Alegre, 2002.

ALKIO, J. How to Write About the Future. In The Third Conference on Innovation Journalism Vol.3 No.4 May 29, 2006. Disponível em <<http://innovationjournalism.org/archive/INJO-3-4/Alkio.pdf> >. Acesso em 18/07/2007.

ALVES, Rosental Mudanças na Formação e Atuação do Jornalista. In I Seminário Internacional de Jornalismo Online, de 12 a 14 de junho de 2007, São Paulo. 2007. Disponível em < http://www.mediaon.com.br/mediaon/index.php?page_id=3>. Acesso em 16/07/2007.

AMARAL, Adriana. Visões Perigosas. Porto Alegre, Insulina, 2006.

ASIMOV, Isaac. No mundo da ficção científica. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1984.

LEMOS, André . Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea, Sulina, Porto Alegre, 2002.

ÁVILES, José Alberto García. Desmistificando la convergencia periodística. Chasqui: número 94, Equador 2006, pp 34-39.

BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e simulações, Relógio d'água, Lisboa, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. Vida Líquida. Zahar, Rio de Janeiro, 2007.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. Remediation: understanding new media. The MIT Press. Cambridge, 1997.

BOCZKOWISKI, Pablo J. Digitalizar las noticias. Inovación en los diarios online. Buenos Aires: Manantial, 2006.

BRIGGS, Asa. BURKE, Peter. Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à Internet. Zahar, Rio de Janeiro, 2004.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo A Fabricação do Presente. Editora UFS, Aracaju, 2005.

JOHNSON, STEVEN. Cultura da Interface. Zahar, Rio de Janeiro. 2001.

GALLO, Julián A Construção do Conteúdo e o Jornalismo Colaborativo. In I Seminário Internacional de Jornalismo Online, de 12 a 14 de junho de 2007, São Paulo. 2007. Disponível em <http://www.mediaon.com.br/mediaon/index.php?page_id=3>. Acesso em 16/07/2007.

KELLER, E. LÓPEZ. Distopia: otro final da utopia. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, número 55, Madrid, 1991, páginas 7-23.

LABRIOLA, Rodrigo F. Da Divulgação Científica à Utopia da Mídia: As Publicações de Ficção-científica na associação entre a tecnologia e os mass media. In anais do I Encontro Nacional da Rede Carlos de Carvalho, de 1 a 5 de junho de 2003, Rio de Janeiro.

MACHADO, Elias. O Ciberespaço como Fonte para Jornalistas. Calandra, Salvador, 2003.

MACHADO, Elias. O Jornalismo Digital em Base de Dados. Calandra, Florianópolis, 2006.

MOREIRA, Sônia Virginia. O Rádio nos Anos 30 nos EUA: O Entorno de A Guerra dos Mundos. In MEDITSCH, Eduardo. Rádio e Pânico. Insular, Florianópolis, 1998.

MORETZSHON, Sylvia. Jornalismo em Tempo Real – O Fetiche da Velocidade. Renavam, Rio de Janeiro, 2002.

PALACIOS, Marcos. MIELNICZUK, Luciana. BARBOSA, Suzana et. al. Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro. Trabalho apresentado no REDECOM 2002, Salvador, UFBA. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/jol>. Acesso em 20 de maio de 2007.

QUADROS, C. I. ; QUADROS JR, I. B. Jornalismo na web: desenho e conteúdo. In: Anais do VI LUSOCOM, 2004, Covilhã.

Rüdiger, Francisco. Introdução às teorias da cibercultura. Porto Alegre, Sulina, 2003.

SANTOS, Marielle. A Arte Narrativa na Rede das Redes: Quando o Jornalismo Digital se aproxima do Novo Jornalismo. Dissertação de Mestrado defendida no Programa Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2007.

Scientific American. Exploradores do Futuro. H.G. Wells: as novas metrópolis. Editora Dueto, São Paulo, 2005.

TAPSCOTT, Don e David Ticoll. History's Long Wave of Transparency, 2003. Disponível em <<http://www.nakedcorporation.com/outtakes.html>>. Acesso em 8/05/2007.

TOGNOLLI, Cláudio J. Novas funções para o jornalista. Observatório de Imprensa, 2003. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/eno140520031.htm>>. Acesso em 20 de maio de 2007.

TRAQUINA, Nelson. (2004) Teorias do Jornalismo – Volume I. Insular, Florianópolis.

VIRILIO, Paul. O espaço crítico e as perspectivas do tempo real. Tradução de Paulo Roberto Pires. Ed. 34, Rio de Janeiro, 1993.

WOLTON, Dominique. Internet e depois? Editora Sulina, Porto Alegre, 2000.

WURMAN, Richard Saul. Ansiedade de informação, Cultura Editores Associados, São Paulo, 1991.

Filmes:

GILLIAM, Terry. Brazil. EUA, 1985.

KUBRICK, Stanley. 2001: A Space Odyssey. EUA, 1968.

LANG, Fritz (1927). Metropolis. Alemanha, 1927.

RADFORD, Michael. 1984. Inglaterra, 1984.

SCOTT, Ridley. Blade Runner. EUA, 1982.

SPIELBERG, Steven. Minority Report. EUA, 2002.

Notas

¹ A primeira transmissão da televisão foi em 26 de fevereiro de 1926 para pesquisadores da Academia de Ciências Britânicas, em Londres. (IBGE Teen, 2008)

² Julián Gallo é jornalista argentino especializado em tecnologia e meios interativos; também edita o blog Mira!.