

As mídias e a ressignificação do conceito de tempo na sociedade

*Emmerson Aguilar*¹

Faculdade Estácio de Sá | Maceió-AL

Resumo

Este artigo apresenta os principais resultados obtidos através de uma pesquisa conduzida nos anos de 2015 e 2016, que originou a dissertação “*It’s always six o’clock now: as gerações de 30, 60 e 90 sob a ótica da prensa, das acelerações do tempo e dos diferentes momentos da evolução das tecnologias da comunicação*”. O desenvolvimento do trabalho propõe reflexões sobre a percepção do tempo na sociedade em diferentes momentos da evolução das tecnologias da comunicação: (1) período do predomínio dos jornais, revistas, rádio e cinema, (2) período de expansão da televisão no Brasil e (3) período que compreende a expansão do uso da internet e do surgimento das transmissões via satélite. Discute, assim, a percepção do tempo, traduzida pelas práticas sociais em três décadas distintas: a de 1930, a de 1960 e a de 1990. A base empírica do trabalho consiste em nove entrevistas realizadas de acordo com as técnicas da História Oral, uma proposta teórico-metodológica que agregou novas possibilidades às técnicas já conhecidas e largamente aplicadas nas investigações conduzidas nas Ciências da Comunicação, proporcionando novos horizontes, devido à revalorização de experiências únicas e individualizando vozes em um período histórico onde a “globalização” fortalece o conceito de massas.

Palavras-chave:

Teorias da Comunicação. Mídias. Disjunções do tempo e do espaço. Percepção do tempo.

¹ Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal de Alagoas, especialista em Comunicação Empresarial pelo Centro de Estudos Superiores de Maceió – CESMAC e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia – PPgEM da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Professor da graduação em Administração de Empresas e das pós-graduações em Gestão de Projetos, Gestão Empresarial e Gestão de Pessoas na Faculdade Estácio em Maceió-AL. E-mail: emmersonaguilar@hotmail.com.

Abstract

This article shows the main results obtained through a research held in 2015 and 2016, which led to the dissertation “*It’s always six o’clock now: the generations of the 30’s, the 60’s and the 90’s through the perspective of hurry, time accelerations and the different moments of the communication technologies evolution*”. The development of the paper proposes reflections about time perception in our societies in different moments of the evolution of the communication technologies, which are: (1) the period of newspapers, magazines, radio and the cinema predominance, (2) the period of the television expansion in Brazil and (3) the period that consists in the expansion of the use of internet and the advent of satellite transmissions. Thus, it discusses the perception of time through the social practices related to hurry in three different decades: the 1930's, the 1960's and the 1990's. The empirical basis of the research consisted of nine interviews which were held according to the Oral History techniques, a theoretical-methodology proposal that added new possibilities to the already known techniques and are widely applied in researches conducted by the Communication Sciences, providing new horizons, due to the revaluing of single experiences and individualizing voices in a historical period where “globalization” fortifies the mass concept.

Key-words:

Communication Theories. Media. Time and space disjunction. Time perception.

1 *It’s always six o’clock now*

2015. Neste ano celebramos os 150 anos do lançamento do livro *Alice’s Adventures in Wonderland*², de Lewis Carroll. A obra é repleta de referências sobre as questões do tempo e do espaço. Um episódio do livro, porém, despertou nossa atenção de uma forma diferenciada. No capítulo sete, a Rainha de Copas decreta uma sentença ao Chapeleiro, prendendo-o dentro de um recorte espaço-tempo: “São sempre seis horas da tarde agora!”³ (CARROLL, 2015, p.60). Uma associação com os dias atuais foi inevitável. As ruas dos centros urbanos mostram

² Na língua portuguesa, o livro foi lançado com o nome *Alice no País das Maravilhas*.

³ No original: “*It’s always six o’clock now*”. Tradução nossa.

seus usuários em um ritmo acelerado, em uma corrida contra o tempo, em uma tentativa de acompanhar o ritmo acelerado das imagens que refletem novos desejos, necessidades e expectativas em telas agora chamadas de inteligentes. Uma analogia possível, seria considerarmos um espelhamento da hora do *rush* – aquele período próximo às seis horas da tarde, marcado por um fluxo intenso e rápido de pessoas e veículos – em todas as horas que correspondem a um dia. Estas reflexões impulsionaram o desenvolvimento da pesquisa “*It’s always six o’clock now: as gerações de 30, 60 e 90 sob a ótica da prensa, das acelerações do tempo e dos diferentes momentos da evolução das tecnologias da comunicação*”, concluída em 2017 no Programa de Pós-graduação em Estudos das Mídias da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN.

A pesquisa, que foi apresentada como requisito parcial para a conclusão de um mestrado, tinha como objetivo identificar práticas sociais associadas à percepção do tempo acelerado; verificar a relação destas práticas com o surgimento e a expansão das principais tecnologias da Comunicação Social e das Mídias nos séculos XX e XXI; investigar a construção e a representação que as tecnologias e as mídias fazem no processo da percepção do tempo, e, por fim, verificar experiências da percepção do tempo, construídas e estabelecidas através de uma relação com as tecnologias da Comunicação Social e das Mídias. Assim, com as categorias disjunção espaço-temporal, percepção do tempo, prensa, memória, mídias e tecnologias, partimos em busca de descobrirmos como três gerações distintas (1930, 1960, 1990) vivenciaram o tempo na sua cotidianidade, a partir da construção e da representação da comunicação e da mídia.

2 Ruas: espelhos das telas

Antes da invenção das tecnologias eletrônicas para a medição do tempo, o ritmo das sociedades era regido pelos movimentos dos planetas, que demarcavam as estações do ano e, conseqüentemente, as práticas sociais, traduzidas em ritos e em atividades como, por exemplo, plantar, colher e estocar. Na Idade Média, apesar do surgimento dos relógios, a força da tradição era mais forte, em detrimento dos sons dos sinos instalados em torres de igrejas.

Não é tanto a sua utilidade que conta: o relógio instalado nos espaços públicos, geralmente nas torres das igrejas e nas sedes dos municípios, conferia aos senhores das pequenas cidades notoriedade e prestígio [...]. O tempo da Idade Média era religioso e agrícola, e a divisão do trabalho, mesmo entre os comerciantes, não era ainda pautada pelo ritmo da contabilidade burguesa. Para a maioria das pessoas, o tempo de trabalho não era medido, ele *seguia os limites traçados pela tradição* (ORTIZ, 2015, p.69, grifo nosso).

A força da tradição, entretanto, não resistiu à força do motor a vapor, que foi aperfeiçoado no Século XVIII por James Watt. O mundo passa a conhecer um período de grandes alterações nas sociedades, cujas cidades incorporaram características diferenciadas. Estas características foram provocadas pelo considerável aumento na quantidade de pessoas que partiam do campo e iam em direção aos centros urbanos, e também por uma nova percepção do tempo.

O tempo-trabalho industrial estende seus efeitos sobre a urbe e a experiência de tempo cíclico cede espaço para o tempo das horas de trabalho nas fábricas, para o pequeno tempo de descanso diário e para os dias da semana (AGUILAR, 2016, pp.5-6).

Esta “nova” percepção do tempo é reforçada ainda por novas configurações de medidas do tempo e do espaço. Até mesmo porque, antes do advento das locomotivas a vapor e do encurtamento das distâncias proporcionados pelas estradas de ferro, as distâncias eram percorridas a pé ou com a utilização de animais.

A estrada de ferro não introduziu movimento, transporte, roda ou caminhos na sociedade humana, mas acelerou e ampliou a escala das funções humanas anteriores, criando tipos de cidades, de trabalho e de lazer totalmente novos (MCLUHAN, 2000, p.22).

Os últimos anos do Século XIX representam um período de expansão do uso da eletricidade. O mundo começa a ser influenciado, agora de uma forma bem mais intensa, pelos efeitos do encurtamento das distâncias e da aceleração dos fluxos de temporalidade.

Com o desenvolvimento dos novos meios de transporte e comunicação, aliado à sempre mais intensiva expansão da economia capitalista orientada para a rápida movimentação de capital e de bens, a importância das barreiras espaciais vem declinando à medida que o ritmo da vida social se acelera (THOMPSON, 2009, p.40).

Um retorno ao nosso período das seis horas da tarde nos dias atuais traria para a nossa discussão palavras como velocidade, instantaneidade, imediatismo, simultaneidade e

acessibilidade. É impraticável a tentativa de desarticularmos o dia-a-dia das sociedades atuais, e aqui nos referimos aos centros urbanos, destes conceitos. As ruas espelham a velocidade do movimento das telas, em uma busca contínua pelo atendimento de novas expectativas que se renovam e se retroalimentam com a força do fenômeno da “globalização”.

Acelerada pelo crescimento da tecnologia eletrônica, a velocidade da sociedade aumenta cada vez mais depressa. À medida que os seus instrumentos se aproximam cada vez mais da velocidade da luz, a própria sociedade é arrastada para a alta velocidade da luz, como se obedecesse a nível social àquele princípio da dinâmica dos fluidos conhecido por Lei de Bernoulli (BERTMAN, 1998, pp.178-179).

Em 1923, Hopkins (1966) afirmava que “as pessoas estão sempre com pressa” (p.45). Noventa e quatro anos depois, não podemos alterar a afirmação do autor. Pelo contrário, reforçaremos sua conclusão, conforme veremos a seguir.

3 I shall be too late⁴

As nove entrevistas que constituíram a base empírica da pesquisa foram feitas na cidade de Maceió-AL, no último trimestre do ano de 2016. Os critérios para a seleção foram o ano de nascimento, que deveria corresponder às décadas investigadas no trabalho, e o acesso ou o uso das tecnologias analisadas. O quadro abaixo apresenta uma visão geral destas fontes:

	Entrevistado	Ano de nascimento	Formação
Década de 1930	ROF	1938	Graduação em Ciências Contábeis
	ETR	1938	Técnico em Contabilidade
	MESF	1939	Técnico em Contabilidade
Década de 1960	MGLR	1960	Graduação em Direito
	FDFM	1962	Graduação incompleta em Administração
	LFFTL	1967	Graduação em Administração e Pedagogia
Década de 1990	DFTJ	1991	Graduação em Relações Públicas e Jornalismo
	YFA	1996	Graduação em andamento de Educação Física
	MECFU	1998	Graduação em andamento de Gastronomia

Tabela 1: Distribuição dos entrevistados por década, ano de nascimento e formação (AGUILAR, 2017, p.63)

⁴ Frase proferida pelo Coelho Branco, um dos personagens de *Alice's Adventures in Wonderland*, de Lewis Carroll (2015). Em português: Eu devo estar atrasado demais. Tradução nossa.

O modelo que serviu como base para o planejamento e tratamento das informações coletadas nas entrevistas foi a abordagem hermenêutica proposta por Michel de Certeau, no livro “A escrita da história” (2010)⁵. O primeiro pilar desta proposta refere-se ao lugar social, que é a relação existente entre a pesquisa historiográfica e um lugar de produção sócio-econômico, político e cultural. Em outras palavras, é um sistema de referências que oferecem balizadores para a produção da história, reafirmando que ela ocorre de acordo com o lugar social ocupado pelo pesquisador, de uma posição econômica, de referenciais políticos e de uma vivência cultural. Assim, e no contexto da pesquisa desenvolvida, o mapeamento das mídias existentes em cada década investigada tornou-se fundamental. O quadro abaixo apresenta uma visão das informações obtidas neste mapeamento:

	Revistas	Jornais	Rádios	Cinema	Televisão	Internet
Década de 1930	A Novidade	O Semeador, Gazeta de Alagoas, A Imprensa, A Notícia, A Província, Diário de Maceió, Jornal de Alagoas, Jornal de Hoje, O Estado e o Momento.	-	Cine Florianópolis e Cine Capitólio.	-	-
Década de 1960	Feira literária	Correio de Maceió e Diário de Alagoas	Rádio Difusora de Alagoas, Rádio Gazeta AM, Rádio Jornal e Rádio Educadora Palmeiras de Alagoas.	Cine São Luiz, Ideal, Lux, Rex e Cine Plaza.	-	-
Década de 1990	Última palavra	Tribuna de Alagoas, O Jornal e O Repórter.	Rádio Educativa FM, Rádio Gazeta FM, Jovem Pan, Rádio Jornal de Hoje FM, Rádio Pajuçara FM e Rádio Manguaba de Pilar.	Cine Pajuçara e Cine Iguatemi	TV Alagoas, TV Gazeta de Alagoas, TV Pajuçara e TV Educativa de Alagoas.	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas - FAPEAL

Tabela 2: Amostragem das mídias alagoanas disponíveis em Maceió-AL por década (AGUILAR, 2017, p.66)

⁵ O título original do livro é *L'Écriture de l'histoire*, publicado em 1975. A primeira edição brasileira foi em 1982, pela Editora Forense Universitária. Neste trabalho utilizamos a terceira edição, de 2010.

Um dos principais balizadores para a escolha dos entrevistados foi a utilização ou o acesso às tecnologias da comunicação. A primeira mídia pesquisada foram as revistas. Quatro dos cinco colaboradores responderam que faziam a leitura com frequência. Porém, em relação aos jornais, a segunda mídia escrita do escopo da pesquisa, apenas um dos entrevistados afirmou fazer leituras frequentes.

O rádio surge como a terceira mídia avaliada no grupo. Seis confirmaram sua audição diária. Quando abordados sobre a televisão, a resposta foi unânime: todos possuem a TV como fonte de entretenimento e acesso às informações. Seu uso é diário, várias vezes ao dia, e por várias horas.

O cinema teve expressão apenas para os três entrevistados da década de 1990. As salas não são mais utilizadas pelos nascidos nas décadas de 1930 e 1960.

A internet, a última mídia que precisávamos investigar o uso e / ou acesso, não foi uma unanimidade. Sete dos nove entrevistados responderam afirmativamente. As não utilizações tiveram representações apenas na década de 1930.

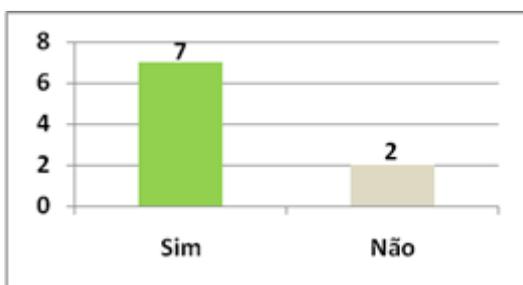


Tabela 3: Visão geral do uso da internet (AGUILAR, 2017, p.70)

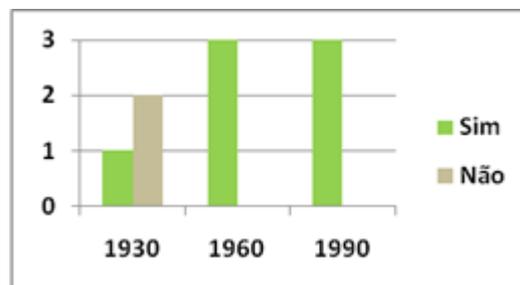


Tabela 4: Visão por década do uso da internet (AGUILAR, 2017, p.70)

Conhecermos os números que apresentam o acesso e a utilização das mídias entre os entrevistados foi fundamental para a etapa seguinte da pesquisa, na qual foram introduzidas as perguntas e reflexões sobre a percepção do tempo.

Diante desta questão, não surgiram dúvidas ou momentos de hesitação em nenhum dos nove entrevistados. Todos foram categóricos quando disseram que, na percepção deles, o tempo está passando rápido. A palavra “rápido”, inclusive, foi dita em todas as entrevistas. Um advérbio de intensidade, como “muito rápido” ou “mais rápido”, foi acrescentado em sete afirmações.

Restava-nos saber, após investigarmos a relação dos entrevistados com as tecnologias e com as mídias, e depois de sabermos a percepção destes em relação ao tempo, se havia uma associação destas tecnologias e mídias, com a percepção dos entrevistados sobre o tempo e, conseqüentemente, com o fenômeno das acelerações. Sete entrevistados afirmaram que existia uma relação entre as revistas, os jornais impressos, o rádio, a televisão, o cinema e a internet com a percepção que eles possuíam de que o tempo estava passando rápido.

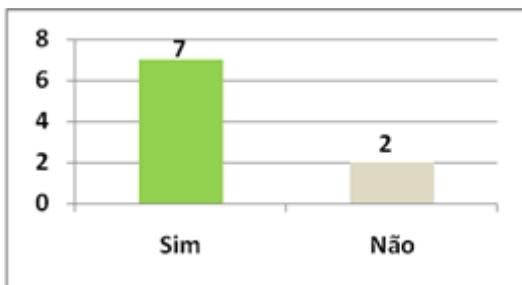


Tabela 5: Visão geral da associação da percepção da passagem do tempo com as tecnologias (AGUILAR, 2017, p.73)

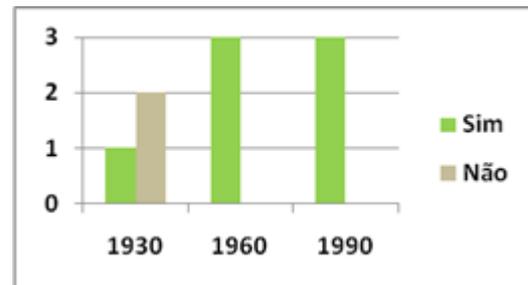


Tabela 6: Visão, por década, da associação da percepção da passagem do tempo com as tecnologias (AGUILAR, 2017, p.73)

Uma das últimas perguntas do roteiro da entrevista era a respeito da prensa. O objetivo principal era investigar a presença, ou não, da prensa na rotina diária dos entrevistados. O resultado apontou que ela era mais presente dentre aqueles mais expostos às mídias, principalmente à internet, mídia que mais apresentou divergência entre as décadas pesquisadas.

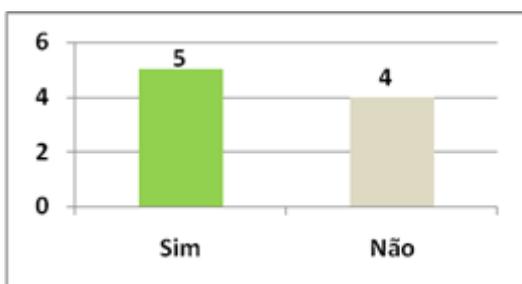


Tabela 7: Visão geral sobre a prensa (AGUILAR, 2017, p.75)

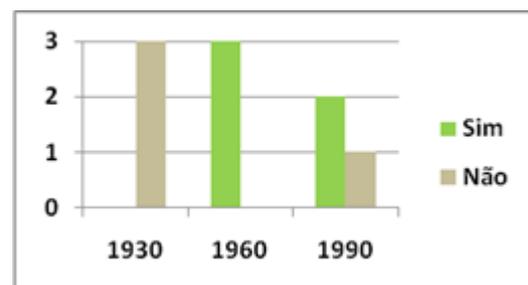


Tabela 8: Visão por década sobre a prensa (AGUILAR, 2017, p.75)

A percepção que temos do mundo é construída e fortalecida através da nossa relação com o aquilo que o constitui. Assim, se o mundo a nossa volta é impregnado dos conceitos de velocidade, acessibilidade, mobilidade, acesso e instantaneidade, a percepção dos entrevistados não se constituiu uma surpresa. Segundo Merleau-Ponty, “o mundo é aquilo que nós

percebemos” (1999, p.14). E, claro, também dos esforços que são feitos para acompanharmos este mundo percebido.

4 Considerações finais

O desenvolvimento da pesquisa apresentada neste artigo nos conduziu para conclusões sólidas em relação aos questionamentos que balizaram a sua execução. Diante de categorias como tecnologias e mídias, percepção e memória, os resultados apresentaram a existência de uma relação da percepção do tempo acelerado nos dias atuais com as tecnologias da Comunicação Social.

Um outro ponto importante demonstrado foi o reforço da categoria “pressa” durante as sessões de entrevistas. Houve, de uma forma consistente, o destaque da necessidade da execução apressada das rotinas que compõem o dia-a-dia dos entrevistados. Isto nos colocou diante de um cenário de uma possível “Cultura da Pressa” na contemporaneidade. Esta elaboração foi fruto das nossas observações durante o desenvolvimento da dissertação, e possivelmente será trabalhada em um segundo momento, em uma pesquisa em nível de doutorado.

Ao chegarmos ao final da referida pesquisa, também refletimos sobre o tipo de produto e/ou serviço que estamos entregando para a sociedade. Foi inevitável não questionarmos sobre a nossa contribuição, como profissionais, pesquisadores e educadores das Ciências da Comunicação, na qualidade de vida dos seus integrantes. Afinal, até onde desenvolvemos uma reflexão crítica sobre esta necessidade de acompanharmos este mundo que passa velozmente diante dos nossos olhos? Até onde contribuiremos para o empoderamento deste manto chamado “globalização” que transforma indivíduos únicos em massas, espaços em não-espaços e tempo em velocidade do carregamento de imagens nas telas de *smart phones* e *tablets*? Temos um longo caminho diante de nós, e a opção apresentada por Gitlin, “afunde ou nade” (2003, p.161), não soa como um desafio diante deste cenário, pelo contrário, reforça a ditadura das forças produtivas deste nosso tempo.

A concepção mecanicista do mundo e da vida sociocultural não foi uma moda intelectual, esteve, e está, profundamente condicionada e sustentada pelas revoluções tecnológicas e pela transformação concreta da vida social produzida pelos novos

sistemas tecnológicos nos séculos XVIII e XIX, que configuraram novas *forças produtivas* na produção de bens materiais e simbólicos (MALDONADO, 2006, p.287, grifo do autor).

De longas distâncias percorridas a pé ou no lombo de um animal até a invenção da roda, das máquinas a vapor até o Maglev⁶. O desenvolvimento das tecnologias tem exigido reformulações no que entendemos por tempo e por espaço, ressignificações que acompanham e descrevem este cenário da revolução das imagens em movimento. E por ser esta uma revolução em andamento, acreditamos que estamos diante de categorias densas e generosas em proporcionar novas profundas discussões nas pesquisas da Comunicação Social.

Referências

AGUILAR, Emmerson. **It's Always six o'clock now: as gerações de 30, 60 e 90 sob a ótica da prensa, das acelerações do tempo e dos diferentes momentos da evolução das tecnologias da comunicação.** Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

AGUILAR, Emmerson. A disjunção do tempo e do espaço: o século XIX sob a perspectiva das tecnologias. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 18., 2016, Caruaru. **Anais eletrônicos...** Caruaru: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016.

BERTMAN, Stephen. **Hipercultura: o preço da prensa.** Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

CARROLL, Lewis. **Alice's adventures in wonderland.** New York: Barnes & Noble, 2015.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da história.** 3.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

GITLIN, Todd. **Mídias sem limites: Como a torrente de imagens e sons domina nossas vidas.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

HOPKINS, Claude. **A ciência da propaganda.** 3.ed. São Paulo: Cultrix, 1966.

MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos.** Porto Alegre: Sulina, 2006.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 2000.

⁶ *Magnetic levitation transport.* Trata-se de um trem impulsionado pelas forças do magnetismo. Pode atingir até 603 km/h.



MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ORTIZ, RENATO. **Universalismo e diversidade**: contradições da modernidade-mundo. São Paulo: Boitempo, 2015.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 11 ed. Petrópolis: Vozes, 2009.