

Weblogs de bolso: análise do impacto da mobilidade no cenário - publicações instantâneas na Web

Eduardo Campos Pellanda

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

Porto Alegre, Brasil

Av. Ipiranga 6681 - CEP 90619-900

Fone 55 51 3320 3530

Fax 55 51 3320 3619

Email: eduardo.pellanda@pucrs.br

eduardo@pellanda.com.br

Resumo

Com a expansão de tecnologias móveis como celulares o acesso ao conteúdo e edição de Blogs altera significativamente. A comunicação pervasiva, onde a conexão a Internet é feita no espaço físico onde os fatos ocorrem, altera o conteúdo e a forma dos Blogs. Estes se transformam em Moblogs e passam a serem vetores de um novo tipo de interação social em agentes em movimento. Nestes Moblogs há narrações cotidianas e esporádicas como na tragédia do tsunami na Ásia..

1. Texto

Com o ciberespaço envolvendo o espaço físico em uma metamorfose cada vez mais complexa, uma das perspectivas é a vinculação de pontos geográficos com informações na rede. Até este estado evolutivo da Internet concebe-se o virtual potencializando o mundo presente, como por exemplo buscar informações sobre filmes e cinemas para planejar uma atividade de lazer. A crescente popularização principalmente de aparelhos celulares (telemóveis) e também palmtops e outros modelos de aparatos portáteis para informações, Blogs passam a ser narrados em tempo real e no espaço físico onde acontecem as interações sociais que pautam os diários virtuais.

Com possibilidades de infra-estrutura proporcionada por redes sem-fio Wi-Fi ou de operadoras de celulares (telemóveis) a Internet ganha movimento e maior possibilidade de imersão no ciberespaço. Da mesma forma que o rádio teve todo o seu conteúdo modificado pela possibilidade da portabilidade na década de 50 a Internet

começa a mostrar que o acesso em movimento pode significar alterações profundas em suas linguagens de comunicação. O rádio foi para os automóveis, estádios de futebol e acompanhou o ouvinte em tarefas cotidianas. O conteúdo passou a refletir isso e tornou-se mais dinâmico e informativo tentando dar sentido ao novo tipo de consumo. A Internet começa a demonstrar tais mudanças, porém com outras dimensões que estão ligadas aos fatores de interatividade do meio. O usuário não somente consome a informação em movimento, mas também emite em um canal de retorno seu conteúdo que pode estar relacionado com a sua posição geográfica.

Na fase embrionária da rede, as páginas disponibilizavam informações e serviços que potencializavam a vida “além da Internet”. Buscava-se informações sobre o trânsito, programação cultural ou notícias da cidade e depois o internauta iria para as ruas em um ambiente off-line interagir com outras pessoas. Essa situação é amplificada no contexto da mobilidade. A interação social é paralela com a interação no ciberespaço. O indivíduo passa a contextualizar o ambiente físico em que está com as buscas e emissões de informação.

Transpondo esta questão para o ambiente dos Blogs temos uma mudança no conteúdo destes pela característica de conexão móvel. O relato do diário passa a ser a narração de conteúdos que estão sendo vivenciados em tempo real, e não mais experiências contadas somente quando se tem um computador disponível. Este conteúdo pode ser tanto de caráter pessoal como jornalístico. Diversos casos de Blogs que reportam eventos e acontecimentos começam a ser gerados de aparelhos com o laptops, celulares (telemóveis) ou palmtops. Este tipo de narração tem um novo conteúdo por estar sendo narrada e consumida em tempo real. Além da publicação a interação de comentários também se dá simultaneamente por

pessoas que podem estar no mesmo lugar físico da narração ou distantes.

Isto se dá em Blogs tradicionais ou em formatos específicos para aparelhos celulares (telemóveis) que foram batizados de “Moblogs”. Eles podem ser usados por aparelhos mais simples mas que possuam a capacidade de enviar mensagens de textos. A publicação acontece de forma simultânea. Alguns serviços oferecem a possibilidade do envio de fotos e vídeos juntamente com o texto criando uma possibilidade mais rica de narração dos fatos.

As portas para ciberespaço (LÉVY, 1994) parecem estar todas abertas e envolvendo o espaço físico. As conexões físicas entre os indivíduos são feitas na mesma dimensão da conexão virtual, a cibercultura passa para uma nova fase: A cibercultura [...] solta as amarras e desenvolve-se de forma onipresente, fazendo com que não seja mais o usuário que se desloque até a rede, mas a rede que passa a envolver os usuários e os objetos numa conexão generalizada (LEMOS, 2004, p.2).

O virtual se desloca no espaço físico e cria com ele uma relação complexa de cooperação. Esta alimentação acontece de maneira semelhante: como os meios de transportes alteraram as cidades, a cultura das ruas passa a ser a cibercultura também: O universo cultural, próprio dos seres humanos, estende ainda mais esta variabilidade dos espaços e das temporalidades. Por exemplo, cada novo sistema de comunicação e de transporte modifica o sistema das proximidades práticas, isto é, o espaço pertinente para as comunidades humanas (LÉVY, 1996, p.22).

A própria geografia da rede passa a não ser fixa. O fato de os nós estarem sempre em movimento e não mais estáticos faz com que o mapa da rede seja sempre mutante. Os dados não só trafegam pela rede como os próprios nós também se alteram até em função dos tipos de informação. William Mitchell, que vem da arquitetura, já

especulava, em 1995, sobre a questão da geometria da rede e como, mesmo ainda longe de ser móvel, a Internet pode ser percebida como ambiente:

A Internet nega as geometrias. Ao mesmo tempo em que ela tem uma topologia definida dos nós computacionais e irradia ruas de bits, e ao mesmo tempo a localidades dos nós e links podem ser registrados em mapas para produzir surpreendentes tipos de diagramas de Haussmann, ela é profundamente e fundamentalmente antiespacial. Nada parecida com a Piazza Navona ou a Coperly Square. Você não pode dizer ou falar para um estranho como chegar lá. A Internet é ambiente... (MITCHELL, 2003, p.8).

A afirmação de Mitchell sobre os nós poderem ser mapeados agora parece não mais proceder. Grupos envolvendo comunidades virtuais móveis podem estar dispersos fisicamente e subitamente estar unidos no mesmo espaço físico. Mitchell (2003) mostra que, à medida que redes Wi-Fi começaram a transportar a Internet de cubículos para espaços públicos, como livrarias, cafés e até parques, estes começaram a se transformar. A Internet começou a ser acessada em computadores centrais nas universidades, até o ponto em que a infra-estrutura das casas permitiu um acesso fora dos ambientes públicos. A tecnologia wireless está trazendo agora de volta este público para fora das casas, em um movimento cíclico.

Uma das características dos espaços físicos sendo permeados pela rede em um ambiente de mídia always on é a completude de um dos anseios humanos, a onipresença. Em típico quadro de vida cotidiana ocidental urbana é a divisão entre espaços de trabalho, entretenimento e residencial. A onipresença se dá pela possibilidade de estar conectado a vários espaços simultaneamente, com um mínimo de deslocamento físico. A barreira entre o espaço público e privado é outra linha que se torna menos nítida neste cenário. Isso ocorre tanto por pessoas que trabalham em casa como pelas que

estão em vários pontos da cidade em contato com sua residência. A questão de onde se está fisicamente não é mais a central, e sim qual o tipo de informação precisa-se trocar em um dado instante.

Pode-se transpor a questão para as comunidades virtuais móveis, ou SmartMobs, como denomina Rheingold (2003), onde não só o trabalho é o ponto chave da onipresença. Os grupos de adolescentes que “precisam” estar simultaneamente conectados a diversos integrantes da comunidade não diferenciam o fato de estarem em uma mesma sala de aula, ou em outra parte da cidade. De fato, nem mesmo a cidade parece ser limite da interação e pode ser o princípio de uma polis global, como indica Mitchell (2003), onde a limitação para a sociabilidade não é a praça pública, mas o ambiente de comunicação, como também ressalta Lemos (2004, p.4):

A era da conexão é a era da mobilidade. A Internet sem fio, os objetos sencientes e a telefonia celular de última geração trazem novas questões em relação ao espaço público e espaço privado, como a privatização do espaço público (onde estamos quando nos conectamos à Internet em uma praça ou quando falamos no celular em meio à multidão das ruas?), a privacidade (cada vez mais deixaremos rastros dos nossos percursos pelo cotidiano), a relação social em grupo com as smart mobs, etc.

Na era do ambiente de mídias always on proporcionado pelas tecnologias móveis e que alimentam esta “blossfera móvel” não há dúvida que dados trafegam entre indivíduos de maneira mais rápida e intensa. A questão é: até que ponto isso pode ser transformado em conhecimento? Se pensarmos na questão da desordem das partículas da água quando a esquentamos, quanto mais se esquentam mais há chance das partículas começam a se colidir para passar para outro estágio. Este exemplo não se aplica integralmente com o processo de conhecimento, mas pode ser um ponto de partida. Criar mais

conexões para que a informação possa ser trocada não garante por si só nem a ocorrência de comunicação e tampouco de geração de conhecimento. Mas, o aumento de conexões, em um primeiro momento e depois a busca pela sua organização, que precisa ser criada pelo meio e não imposta por padrões, podem encaminhar uma nova possibilidade de avanço de conhecimento.

A questão econômica que se impõe sobre a imagem da “sociedade da informação” é implícita nos casos de divulgação do produto wireless vendido pelas operadoras de telefonia móvel, mostrando a idéia da conexão potencializando a vida cotidiana. Isso é ressaltado na maioria dos discursos publicitários, por ser a maneira mais óbvia, no sentido de direta, para o entendimento do grande público. Esta fala é muito forte, justamente por não deixar de ter parte da razão. Com efeito, a conexão em si não traz conhecimento nem melhoria de vida. Não se pode aqui, de maneira nenhuma, olhar somente a superfície do discurso do mercado, que precisa necessariamente buscar novos públicos consumidores. Mas, pensando complexamente, não se pode esquecer casos em que a indústria tentou abrir mercados que não foram aceitos pelo público.

Com a integração da tecnologia GPS e/ou identificadores de bases de celular ou Wi-Fi é possível que haja pontos de URL que fazem um link entre metadados ligando a posição geográfica a informações na rede, como explica Levy (2004, p.64): “Um esquema chamado de GeoURL incentiva bloggers a fazer marcas de informações com os seus posts nos blogs”.

Isto se traduz em possibilidades, como estar em um cinema e obter várias informações relativas ao ambiente ou estar em algum ponto turístico e se conectar a vários Blogs de pessoas que já estiveram no local e escreveram suas experiências. Se os bookmarks ou favoritos nos programas de navegação na Web marcavam pontos

de localização, no ciberespaço estes pontos registram informações dos espaços físicos.

Pode-se fazer uma relação deste fato com os homens nômades que se abrigavam em cavernas e deixavam marcas em formas de desenhos reportando suas informações, como destaca Meyrowitz (2003). Mitchell (2003) mostra que, à medida que redes Wi-Fi começaram a transportar a Internet de cubículos para espaços públicos, como livrarias, cafés e até parques, estes começaram a se transformar. A Internet começou a ser acessada em computadores centrais nas universidades, até o ponto em que a infra-estrutura das casas permitiu um acesso fora dos ambientes públicos. A tecnologia wireless está trazendo agora de volta este público para fora das casas, em um movimento cíclico.

Da mesma maneira, os espaços de banhos coletivos foram substituídos por banhos em casa e depois as piscinas dos clubes ficaram populares por um fator de sociabilização. Os centros de música e cinema se tornaram "Home Theaters" e com o advento do Walkman, na década de 80, e dos cinemas com tecnologias avançadas de projeção e som, o movimento para os espaços públicos aumentou de novo.

Os espaços físicos não têm necessariamente o poder de agregar a sociabilização somente pelo fato da proximidade geográfica. A tecnologia de comunicação móvel tem o potencial de alterar o modo de interação entre pessoas nos espaços públicos, como explana Souza e Silva (2004, p.283):

As tecnologias nômades de comunicação reinventam espaços urbanos como ambientes multiusuários, significando que é agora possível se comunicar com indivíduos que não estão presentes fisicamente, ao mesmo tempo em que se move pelo espaço físico, que é também habitado por outras pessoas. É a implicação de contextos que cria a experiência de multiusuários.

Na medida em que computadores se tornam portáteis e sem-fio e telefones começam a ser substituídos por celulares, estas tarefas se dão em espaços públicos de convivência e, desta forma, Mitchell (2003) diz que o ambiente é transformado.

Nas sociedades nômades, espaços de sociabilidades eram escolhidos ao acaso ou por algum motivo estratégico como uma proteção a intempéries e predadores. Os lugares de sociabilização nos centros urbanos, como previamente discutido, são pontos fixos que independem de qualquer condição externa. Mitchell (2003) acrescenta que a comunicação wireless trouxe a possibilidade de uma terceira via onde lugares de encontros podem ser escolhidos ao acaso entre grupos. Se indivíduos ao se comunicarem evidenciam-se perto de algum ponto da cidade como um shopping, este marca dinamicamente este ponto para um encontro com alguns minutos de antecedência. Este tipo de comportamento foi observado por Rheingold (2003) ao analisar a comunicação de grupos de adolescentes.

Há um fenômeno de neonomadismo possibilitado pela comunicação móvel que começa a ser observado à medida que esta tecnologia se expande. Este novo tipo de nomadismo potencializa a movimentação e os pontos de encontros nas cidades. Fazendo um caminho inverso à virtualização, desta maneira potencializa o espaço físico e a sociabilidade. Porém, por outro lado, o espaço público também pode invadir lugares que antes não eram de sociabilidade, como os espaços privados. No momento em que um indivíduo deixava o local de trabalho ele estava também finalizando a jornada. Durante o período de férias, pela impossibilidade de comunicação, o trabalho era interrompido. Com a comunicação always on e pervasiva não existem lugares em que não haja comunicação e a distância entre o público e privado não é mais medida pelo tempo ou espaço.

Para Lévy (1999), o conceito de “nômade” atribuído aos aparatos de comunicação móvel são múltiplas portas de entrada no ciberespaço, tudo potencializado pela facilidade de interface que estes aparelhos possuem.

Telefones públicos eram pontos de comunicação estratégicos em uma grande cidade, e com a penetração de celulares na população eles perdem importância. Assim, acontece ainda hoje com os computadores em cyber-cafés, shoppings e outros pontos públicos que são utilizados para checar e-mails, obter informações na Web e trocar mensagens via instant messenger. Estes computadores podem ser substituídos por telefones celulares inteligentes que possam executar estas funções dos computadores, ocorrendo a mesma substituição observada nos telefones públicos.

Depois do trágico tsunami que se alastrou por quase toda a costa asiática do Oceano Pacífico, as pessoas se perderam por serem arrastadas pela água e destroços. As antenas de celulares, por estarem em regiões mais altas, puderam continuar operando, mas a quantidade de ligações era tão imensa que congestionou qualquer tipo de chamada de voz. Como anteriormente mencionado, o uso do SMS foi fundamental para que as pessoas pudessem se comunicar.

Empresas de telefonia no Sri Lanka mandaram mensagens SMS para a população, na tentativa de localizar sobreviventes. Vieram 2.321 respostas e algumas pessoas que estavam perdidas foram localizadas. Além do uso do SMS, milhares de sites e Blogs se reuniram no mundo inteiro em uma rede para ajudar a encontrar desaparecidos e proporcionar maneiras de enviar ajuda. Segundo pesquisa realizada por Lemos e Novas (2005), o uso de tecnologias SMS, Wi-Fi e Blogs foram peças fundamentais para os esforços pós-tragédia. Segundo os autores, doações foram feitas em vários países através das operadoras de telefonia móvel que disponibilizaram sistemas de SMS para o pagamento. Os Blogs foram fundamentais

para a divulgação das primeiras fotos e vídeos dos locais das tragédias. Também foram estes os primeiros locais de depoimentos das pessoas que sobreviveram às ondas. O Wi-Fi, como nos outros casos de desastres, foi fundamental para a implantação de redes de comunicação para os locais atingidos. A ONG “Telecom Sans Frontières” ajudou na construção de redes sem-fio em vários pontos onde não existiam formas de acessar a rede.

Em outra tragédia na sociedade ocidental, as bombas na cidade de Londres, em 7 de julho de 2005, os celulares desempenharam um papel fundamental no esclarecimento e investigação dos incidentes. Pessoas que estavam nas linhas de metrô e nas ruas perto do ônibus onde foi colocada uma das bombas, usaram a possibilidade de criar filmes digitais para registrar os acontecimentos.

Os quadros foram reproduzidos do vídeo que a BBC montou a partir de algumas mensagens recebidas pela empresa. A BBC manteve um número de acesso telefônico para que as pessoas que captaram imagens pudessem mandar seus vídeos. Cerca de 1.000 fotos e 20 vídeos chegaram à redação da BBC minutos após os acidentes. Uma das fotos enviadas pelo público foi o principal destaque da capa do site durante a maior parte do dia.

Os registros foram os únicos realizados nos locais dos acidentes minutos depois das explosões. Tanto do ponto de vista de material jornalístico como para investigações policiais, o material foi fundamental. A qualidade das imagens já é capaz de proporcionar detalhes importantes. As câmaras em celulares estão chegando neste ano a vários megapixels e o aumento de qualidade tende em alguns anos a se aproximar da qualidade de transmissão broadcast. Além disso, o número de vendas de celulares com câmera ultrapassou os aparelhos sem o recurso de captar imagens . Isso ampliará o poder que cada cidadão terá para registrar momentos como este. Mas, no caso de Londres, a qualidade ficou em segundo plano. O conteúdo

inédito e precioso foi o principal foco de ineditismo para o acontecimento.

A previsão de Gillmor (2004, p.35) estava correta com relação ao uso das câmeras conectadas: "Amanhã telefones móveis vão ser capazes de enviar informações para indivíduos e grupos, e publicar em páginas da Web perto do tempo real".

Sites que hospedam fotos enviadas por celulares gratuitamente, como o Flickr, foi também o destino final do material. A partir do Flickr, é possível também inserir as fotos em Blogs. Empresas como a BBC serviram como grande referência para as notícias, mas os usuários também tiveram a independência de publicar em seus próprios sites e Blogs.

Em relação ao tráfego de usuários da BBC, este bateu o recorde de acessos durante as 24 horas posteriores ao incidente: foram 115 milhões de page views. Este número representou 28,6% de todos os acessos do Reino Unido. Foi montado um esquema especial com a rede de distribuição de banda Akamai para que se pudesse dar conta de todo o fluxo de acesso.

A Internet foi responsável por grande parte do foco de atenções depois dos acidentes. O site Technorati, responsável por averiguar o movimento dos Blogs, detectou 1.300 posts sobre o incidente por volta das 10h:15min GMT. Além disso, um site islâmico colocou minutos depois que o al-Qaeda estava reivindicando o atentado. Estes acontecimentos foram também responsáveis pelos números de acessos ao site da BBC. As pessoas acompanhavam o desenrolar dos acontecimentos acessando várias vezes o site da empresa pública britânica.

Pode-se perceber neste caso que a Internet e os meios móveis estão desempenhando um novo papel neste mutante ambiente midiático. Em nenhum meio anterior era possível ter a versão dos dois lados de um conflito com relatórios oficiais e depoimentos de

cidadãos que vivenciaram o fato ou que querem se manifestar sobre o assunto.

O cidadão repórter (GILLMOR, 2004) agora capta e publica tudo o que vê. O jornal londrino The Guardian proclamou este acontecimento como “o verdadeiro nascimento do cidadão repórter” . A câmera no celular não é mais simplesmente a possibilidade de tirar fotos, mas sim uma máquina de publicação instantânea. Fotos e vídeos de amadores não são novidades, mas a coincidência de ter algum cidadão com uma câmera em um dado acontecimento tornou estes eventos raros no passado. As câmaras nos celulares estão se popularizando de modo a ser cada vez mais provável que quando aconteça algum incidente alguém possuir alguma forma de registrá-lo.

Com os Blogs sendo produzidos no mundo a uma taxa de criação de um a cada dois segundos, uma outra tendência desponta neste momento, na Internet: o de colocar o usuário no papel antes dedicado às empresas de mídia. Como afirmou Gillmor (2004), o movimento dos Blogs, Podcastings e outros meios de publicação de conteúdo está invertendo o papel tradicional dos mercados de comunicação. Os exemplos de Londres e do tsunami foram evidentes manifestações da publicação instantânea potencializadas por aparelhos celulares. O ambiente móvel tem amplificado esta tendência de usuários editores colocando a possibilidade de narração dos fatos vividos no ambiente real. Se os Blogs já potencializam diversos tipos de diálogos, os Blogs móveis, ou Moblogs, são narrações instantâneas de fatos com publicações instantâneas. O exemplo do caso de Londres mostra que grandes empresas de mídia, como a BBC, começam a possuir um outro papel em coberturas como essa. Antes detentoras de todos os aspectos relativos ao conteúdo e agora com a função de reunir “olhares” captados pelas pessoas que viveram o fato em questão.

Não somente os conteúdos dos Blogs passam a ser alterados pela situação de acesso à internet em ambiente móvel mas toda a relação de conversação geradas pelos posts e comentários. A questão espaço/tempo muda quando há a possibilidade de inserção no ciberespaço com o internauta presenciando o fato e não somente fazendo uma narração posterior.

Referências

- GILLMOR, Dan – We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People. O'Reilly, 2004.
- LEMOS, André & Novas, Lorena, Cibercultura e tsunamis: tecnologias de comunicação móvel, blogs e mobilização social, Revista da FAMECOS nº26, Porto Alegre, EDIPUCRS, 2005
- LEMOS, André. Cibercultura e mobilidade: A era da conexão. Salvador. Disponível em:
<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/cibercidades>.
Acesso em: 2004.
- LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo, Editora 34, 1999
- LÉVY, Pierre. O que é o virtual. São Paulo: Ed. 34, 1996.
- LÉVY, Pierre. Tecnologias da inteligência. São Paulo: Ed. 34, 1994.
- LEVY, Steven Making the Ultimate Map & A Future with Nowhere to Hide? , New York, Nesweek Magazine, Junho 2004
- MEYROWITZ, Joshua 2003. Global nomads in the digital veldt. In Nyíri (ed.) Mobile Democracy. Essays on Society, Self and Politics, 91—102. Vienna: Passagen Verlag.
- MITCHELL, William J. ME++, The Cyborg Self and the Networked City, Boston, MIT Press, 2003
- RHEINGOLD, Howard. Mobile Virtual Communities. Boston, MIT Press, 2001
- RHEINGOLD, Howard. Smart Mobs. Cambridge, Perseus Publishing, 2003
- RHEINGOLD, Howard. Moblogs Seen as a Crystal Ball for a New Era in Online Journalism, USC online
- SOUZA E SILVA, Adriana, Arte e Tecnologias Móveis: Híbridizando Espaços Públicos, in PARENTE, André (Org) Tramas da rede, Porto Alegre, Sulina, 2004