

Andrew Keen

O culto do amador

Como blogs, MySpace, YouTube
e a pirataria digital estão destruindo
nossa economia, cultura e valores

Tradução:

MARIA LUIZA X. DE A. BORGES



ZAHAR

Rio de Janeiro

PARA ELIAS, ZARA E BETSY

Título original:
The Cult of the Amateur
(*How Today's Internet Is Killing Our Culture*)

Tradução autorizada da primeira edição norte-americana,
publicada em 2007 por Doubleday,
um selo de The Doubleday Broadway Publishing Group,
uma divisão da Random House, Inc.,
de Nova York, EUA

Copyright © 2007, Andrew Keen

Copyright da edição brasileira © 2009:
Jorge Zahar Editor Ltda.
rua México 31 sobreloja
20031-144 Rio de Janeiro, RJ
tel.: (21) 2108-0808 / fax: (21) 2108-0800
e-mail: jze@zahar.com.br
site: www.zahar.com.br

Todos os direitos reservados.

A reprodução não-autorizada desta publicação, no todo
ou em parte, constitui violação de direitos autorais. (Lei 9.610/98)

Projeto gráfico e composição: Mari Taboada
Capa: Bruna Benvegnu

CIP-Brasil. Catalogação-na-fonte
Sindicato Nacional dos Editores de Livros, RJ.

Keen, Andrew
K34c O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria
digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores / Andrew
Keen; tradução, Maria Luiza X. de A. Borges. — Rio de Janeiro: Jorge
Zahar Ed., 2009.

Tradução de: The cult of the amateur
Inclui índice
ISBN 978-85-378-0125-3

1. Internet – Aspectos sociais. 2. Internet – Aspectos econômicos. 3.
Mudança social. 4. Sociedade da informação. 5. Auto-editoração. I. Título.

CDD: 303.4833
CDU: 316.422

09-0170

Sumário

<i>Introdução</i>	7
1. A grande sedução	15
2. O nobre amador	37
3. Verdade e mentiras	64
4. O dia em que a música morreu [lado a]	94
5. O dia em que a música morreu [lado b]	109
6. Desordem moral	134
7. 1984 (versão 2.0)	154
8. Soluções	172
<i>Notas</i>	193
<i>Agradecimentos</i>	198
<i>Índice remissivo</i>	200

e MySpace eram segredos bem guardados no Vale do Silício. Hoje, estamos assistindo a 100 milhões de clipes por dia no YouTube, e o MySpace, fundado em julho de 2003, tem mais de 98 milhões de perfis. Existe agora um número quase infinito de redes sociais online para adolescentes, pré-adolescentes, pós-adolescentes e, como veremos, até falsos adolescentes.

Os blogueiros e os *podcasters* assumiram o comando de nossos computadores, nossos telefones celulares com acesso à internet, nossos iPods. O que foi outrora apenas um culto extravagante do Vale do Silício agora está transformando os Estados Unidos.

Num cartum publicado em *The New Yorker* em 1993, dois cachorros estão ao lado de um computador. Um está com a pata no teclado; o outro olha para ele intrigado.

“Na internet”, diz o cachorro que está usando o teclado, tranqüilizando seu amigo canino, “ninguém sabe que você é um cachorro”.

Isso é mais verdadeiro que nunca. Na internet da autopublicação de hoje, ninguém sabe se você é um cachorro, um macaco ou o Coelhoinho da Páscoa. Isso porque todos os outros estão ocupados demais *egocasting*,* imersos demais na luta darwiniana por notoriedade para dar ouvidos a qualquer outra pessoa.

Mas não podemos lançar a culpa por esse triste estado de coisas em alguma outra espécie. Nós, seres humanos, monopolizamos as luzes da ribalta nesse novo palco da mídia democratizada. Somos simultaneamente seus escritores, seus produtores, seus técnicos amadores e, sim, seu público amador.

Chegou a hora do amador, e agora é a platéia quem está dirigindo o espetáculo.

Metáfora

* Do verbo *egocast*, neologismo inglês: ler, assistir e ouvir unicamente mídia que reflita os próprios gostos e opiniões. (N.T.)

O nobre amador

Toda revolução é celebrada em nome de alguma abstração aparentemente nobre. E a revolução da Web 2.0 não é diferente. A nobre abstração por trás da revolução digital é a do *nobre amador*.

Ouvi essa expressão pela primeira vez em 2004, durante um café-da-manhã com um “Amigo de O’Reilly”. Brandindo sua xícara de café, ele me disse que esses “nobres amadores” iriam democratizar o que ele chamou de “a ditadura da expertise”. A Web 2.0 era a consequência mais “espantosamente” democrática da revolução digital, afirmou. Ela mudaria o mundo para sempre.

“Então em vez de uma ditadura de especialistas, vamos ter uma ditadura de idiotas”, eu poderia ter respondido. Seu ideal do “nobre amador” parecia mais uma conversa fiada do Vale do Silício, apenas mais um disparate irracional exuberante.

Mas o ideal do nobre amador não tem nada de engraçado. Acredito que ele reside no cerne da revolução cultural da Web 2.0 e ameaça virar nossas tradições e instituições culturais de cabeça para baixo. Em certo sentido, é uma versão digitalizada do bom selvagem de

Rousseau, representando o triunfo da inocência sobre a experiência, do romantismo sobre a sabedoria do senso comum do Iluminismo.

Que me seja permitido, portanto, começar esta viagem ao centro do mundo digital com uma definição. O sentido tradicional da palavra “amador” é muito claro. Um amador é quem cultiva um hobby, podendo ser culto ou não, alguém que não ganha a vida com seu campo de interesse, um leigo a quem faltam credenciais, um diletante. George Bernard Shaw disse uma vez, “O inferno está cheio de músicos amadores”, mas isso foi antes da Web 2.0. Hoje, o inferno de Shaw teria acesso de banda larga e estaria infestado de blogueiros e *podcasters*.

Para uma definição mais empírica e objetiva, o *Shorter Oxford English Dictionary* (OED) define “amador” como:

1. Alguém que gosta de alguma coisa; alguém que tem inclinação por alguma coisa. 2. Alguém que pratica alguma coisa, esp. uma arte ou jogo, somente como passatempo; um jogador ou executante não remunerado (op. *professional*), também (*depreciativo*) um diletante.

O *Shorter OED*, claro, é um exemplo típico do que o amigo de O'Reilly chamaria de “ditadura da expertise”. Publicado pela Oxford University Press e atualmente na sua quinta edição, é um dicionário de 4 mil páginas, em dois volumes, editado por uma equipe de 16 lexicógrafos profissionais e uma legião especializada de outros pesquisadores e consultores. É um livro em que dois mais dois é sempre igual a quatro.

Na internet de hoje, no entanto, o amadorismo, não a expertise, é celebrado e até reverenciado. Hoje, o *OED* e a *Encyclopaedia Britannica*, dois volumes de referência fidedignos, com os quais contamos por muito tempo como fonte de

informação, estão sendo substituídos pela Wikipédia e outros recursos gerados pelo usuário. O profissional está sendo substituído pelo amador, o lexicógrafo pelo leigo, o professor de Harvard pelo populacho sem instrução.

A Wikipédia se autodefine como “a enciclopédia livre que qualquer pessoa pode editar”. O site afirma obedecer a princípios “democráticos”, pois seus 200 mil editores anônimos são voluntários não remunerados. Diferentemente do *OED*, elaborado por uma equipe cuidadosamente avaliada e selecionada de profissionais experientes, a Wikipédia permite que absolutamente qualquer pessoa acrescente e edite verbetes em seu site.

Mas o que há de errado com esse sistema “democratizado”? Não é o ideal da democracia que todos tenham voz? Não é isso que torna os Estados Unidos tão atraentes? (Embora eu mesmo não tenha nascido neste país, vivo aqui desde o início dos anos 1980, sou casado com uma mulher do Alabama e criei minha família na Califórnia. Sou um exemplo clássico do empresário imigrante que veio para os Estados Unidos em busca de maior liberdade econômica e cultural.)

Embora isso seja verdadeiro em se tratando de eleições, uma cultura radicalmente democrática dificilmente conduziria ao conhecimento erudito ou à criação de saber. A realidade é que vivemos atualmente numa sociedade extremamente especializada, em que a excelência é recompensada e na qual os profissionais gastam anos de formação para realizar apropriadamente seus trabalhos, seja como médicos ou jornalistas, cientistas ambientais ou designers de roupas. Em *A riqueza das nações*, o economista Adam Smith nos lembra que a especialização e a divisão do trabalho são, de fato, as realizações mais revolucionárias do capitalismo.

Defesa da meritocracia.

Mas a internet é fruto desse merito-
cracia!

O maior desenvolvimento das capacidades produtivas da mão-de-obra e a maior parte da habilidade, destreza e julgamento com que ela é dirigida ou aplicada em qualquer lugar parecem ter sido efeitos da divisão do trabalho.

No século XXI, essa divisão do trabalho não se refere apenas à decomposição de tarefas numa fábrica manufatureira ou numa linha de montagem. Ela inclui o trabalho daqueles que escolhem uma profissão ou campo, adquirem educação ou treinamento, ganham experiência e desenvolvem suas habilidades dentro de uma meritocracia complexa. Todos eles têm o mesmo objetivo: adquirir expertise.

Numa seção famosa de *A ideologia alemã*, Karl Marx tentou seduzir o leitor com um mundo pós-capitalista idílico onde todo mundo pode “caçar de manhã, pescar de tarde, criar gado ao entardecer e criticar após o jantar”. Mas se todos nós podemos ser simultaneamente caçadores, pescadores, criadores de gado e críticos, pode algum de nós realmente sobressair em alguma coisa, seja na caça, na pesca, na criação de gado ou na crítica? Num mundo em que todos nós somos amadores, não há especialistas.

Na Web 2.0, percebe-se que esse talvez seja o ideal sonhado. O verbete da Wikipédia para a palavra “amador” — emendado por outros editores mais de 50 vezes desde junho de 2001 — define-o tanto como um “virtuose” quanto como um “*connaissanceur*”:

Nas áreas da programação de computador e de fonte aberta, bem como na astronomia e na ornitologia, vários amadores dão contribuições significativas, que equivalem ou excedem às dos profissionais. Para muitos, a qualificação de amador está perdendo seu sentido negativo e representa na realidade um distintivo de honra.

O culto do amador

Embora o verbete da Wikipédia não use a palavra “nobre”, não é preciso ser um erudito para ler nas entrelinhas. Os editores da Wikipédia ostentam seu distintivo de amador com orgulho. O problema? Como Marshall Poe o expressou numa conversa recente:

“Não é exatamente conhecimento especializado; é conhecimento comum ... quando você consulta “reator nuclear” na Wikipédia, obtém não um verbete de enciclopédia, mas o conhecimento de pessoas que sabem um pouco sobre reatores nucleares e o que elas pensam que pessoas comuns podem compreender. Ela constantemente leva as pessoas a se equivocarem, e elas pensam, bem, se isto é uma enciclopédia, por que não posso citá-la; por que não posso ... confiar nela? E não se pode; simplesmente não se pode confiar nela dessa maneira.”¹

Os editores da Wikipédia aceitam e festejam o caráter comum de seu conhecimento. Mas, como diz o adágio, um pouco de conhecimento é uma coisa perigosa. Porque na Wikipédia dois mais dois por vezes é igual a cinco.

No número de julho de 2006 de *The New Yorker*, Stacy Schiff escreveu: “A Wikipédia talvez seja a *vanity press** mais ambiciosa do mundo.”² Mas é uma editora com uma espécie particular de vaidade, elevando o amador a uma posição de proeminência que supera a dos especialistas assalariados que trabalham por dinheiro. A Wikipédia afirma estar reunindo o maior cabedal de conhecimento do mundo, e ainda assim seus leitores parecem apreciar exatamente sua falta de autoridade.

* Editora especializada na publicação de livros à custa dos autores. (N.T.)

Retórica do autor

Mais uma vez a questão da remuneração.

O nobre amador

Essa vaidade do simplório foi sublinhada pelo fundador, Jimmy Wales, que, ao comentar a identidade dos autores da Wikipédia, disse: “Para mim, o decisivo é acertar. Não me importa que eles sejam garotos do ensino médio ou professores de Harvard.” Ou, ao que parece, um garoto do ensino médio *fazendo-se passar* por um professor de Harvard. De fato, em março de 2007, Stacy Schiff, da revista *The New Yorker*, descobriu que “Essjay”, um ávido colaborador da Wikipédia a quem entrevistou para um artigo recente, editou milhares de verbetes sob uma falsa identidade. Revelou-se que “Essjay” não era um professor titular de teologia com quatro diplomas acadêmicos, como afirmava seu perfil, mas sim um rapaz do Kentucky de 24 anos e ensino médio completo chamado Ryan Jordan, sem nenhuma credencial acadêmica ou profissional. O pior é que, quando confrontado com a trapaça flagrante perpetrada por um de seus mais destacados colaboradores (“Essjay” não era apenas um editor freqüente de verbetes, tinha também privilégios administrativos na Wikipédia e recentemente obtivera um emprego na companhia com fins lucrativos Wikia, que Wales também ajudou a fundar), Wales não se mostrou muito contrito: “Vejo isso como um pseudônimo e realmente não tenho nenhum problema com isso”, disse ele ao *The New Yorker*.

O próprio Wales abandonou cursos de graduação na Universidade do Alabama e na Universidade de Indiana.³ O problema é: como ele sabe quem está certo? Muitas vezes, precisamos de um especialista para nos ajudar a descobrir isso.

Wales disse a Schiff, da *The New Yorker*: “Na verdade sou um sujeito típico do Iluminismo.” Mas o contrário é realmente verdadeiro — ele é um sujeito típico do *contra*-Iluminismo, um romântico crédulo, seduzindo-nos com o ideal do nobre amador. Então quem é Jimmy Wales? Educado numa escola de um só cômodo em Huntsville, no Alabama, Wales

descobriu a internet quando adolescente, com jogos de fantasia Multi-User Dungeon (MUD) como Zork, Myst e The Scepter of Goth. Depois, como aluno de graduação na Universidade do Alabama, converteu-se ao idealismo libertário esposado por Ayn Rand, uma filosofia de auto-realização inflexível que se opõe à tradição e à autoridade estabelecida.

Na economia de estilo Velho Oeste que caracterizava a internet em meados dos anos 1990, Wales co-fundou um diretório na web chamado Bomis. Descrito pela revista *The Atlantic* como “A *Playboy* da internet”, Bomis fornecia a tecnologia não-hierárquica para unir sites sobre Pamela Anderson e Anna Kournikova. O que Wales havia aprendido quando adolescente jogando videogames e reaprendeu com sua experiência com Bomis, foi o poder da rede, o valor do que se tornou conhecido como tecnologia “distribuída”. Em janeiro de 2000, ele contratou Larry Sanger, um aluno de doutorado em filosofia, com a instrução de montar um projeto de enciclopédia de fonte aberta. Isso floresceu na Nupédia, uma enciclopédia livre que consistia em artigos produzidos por especialistas e estudiosos e revistos por pares. Contudo, embora muitos especialistas tenham abraçado a Nupédia, o site foi rejeitado por utopistas digitais porque seus padrões editoriais rigorosos iam contra seus princípios “democráticos”. Assim, um ano depois, Wales e Sanger acrescentaram tecnologia wiki, que permite a qualquer pessoa adicionar conteúdo a um site comunal sem a aprovação de uma autoridade central.⁴ A presunção por trás dessa experiência se transformaria, mais tarde, na idéia de que um coletivo de entusiastas anônimos, voluntários, poderia agregar seu conhecimento à soma total da sabedoria humana.

Em conseqüência, na ideologia não tão oculta do experimento coletivo da Wikipédia, a voz de um garoto do ensino médio tem o mesmo valor que a de um erudito da Ivy League

Porque
não?

O nobre amador

O culto do amador

ou de um profissional formado. Essa se tornou a grande idéia de Jimmy Wales. Elogiado na lista das “100 principais pessoas que moldam nosso mundo” da revista *Time*, em 2006, como um “defensor do igualitarismo na internet”, Wales acredita que o especialista nasce feito, em vez de ser preparado e que o talento pode ser encontrado nos lugares mais inesperados. É um conceito metafísico cuja origem pode ser encontrada em suas raízes libertárias. Para Wales, nem nossas reputações nem nossas qualificações têm qualquer valor intrínseco. Em seu mundo ideal, a mesma voz deveria ser dada a qualquer pessoa independentemente de seu título, conhecimento ou realizações intelectuais ou acadêmicas.

Jimmy Wales e Larry Sanger lançaram a Wikipédia em janeiro de 2001. “Faça-me um agrado”, escreveu Larry Sanger a todos os seus amigos. “Vá lá e adicione um pequeno artigo. Isso não lhe tomará mais que cinco ou dez minutos.” Bem, milhões de wikipedianos amadores agradaram a Sanger e Wales mais do que eles jamais poderiam ter imaginado. No culto do amador, porém, os que sabem mais podem ser perseguidos pelos que sabem menos. *Intellectual vítima.*

O dr. William Connolley, um modelador climático no British Antarctic Survey em Cambridge, especialista em aquecimento global e autor de muitas publicações profissionais, recentemente entrou em confronto direto com um editor da Wikipédia particularmente agressivo em torno do verbete “aquecimento global” do site. Após tentar corrigir imprecisões que percebera no verbete, foi acusado de “impor fortemente seu ponto de vista, com a remoção sistemática de todo ponto de vista que não coincida com o seu”.

Connolley, que não estava impondo nada além da precisão factual, foi submetido a restrições editoriais pela Wikipédia e limitado a fazer apenas uma adição por dia. Quando contestou a decisão, o comitê de arbitragem da Wikipédia

Confronto: Especialista x Amadores

não deu nenhum peso à sua expertise, tratando-o, um especialista internacional em aquecimento global, com a mesma deferência e atribuindo-lhe o mesmo nível de credibilidade que a seu adversário anônimo — o qual, pelo que se sabia, podia ser um pingüim na folha de pagamento da Exxon Mobil.

As conseqüências dessa rejeição de especialistas tradicionais credenciados em sites como Wikipédia são arrepiantes e absurdas. Pode um assistente social em Des Moines realmente ser considerado digno de crédito ao discutir com um físico formado sobre a teoria das cordas? Pode um mecânico de automóveis ter um “ponto de vista” tão fundamentado quanto um geneticista formado sobre a natureza das doenças genéticas? Podemos acreditar que um fundamentalista religioso sabe mais sobre as origens da humanidade que um Ph.D. em biologia evolucionária?

Lamentavelmente, a revolução da Web 2.0 ajuda a fomentar esses absurdos. Autorizando o amador, estamos minando a autoridade dos especialistas que contribuem para um recurso tradicional como a *Encyclopaedia Britannica* — especialistas que, ao longo dos anos, incluíram pessoas como Albert Einstein, Marie Curie e George Bernard Shaw. Na verdade, o que define “as melhores mentes” existentes, quer sejam críticos culturais, quer sejam especialistas científicos, é sua capacidade de ir além da “sabedoria” das massas e da opinião pública dominante e nos proporcionar os benefícios de seu conhecimento arduamente conseguido.

Ao solapar o especialista, a onipresença do conteúdo gerado pelo usuário e gratuito ameaça o próprio cerne de nossas instituições profissionais. A Wikipédia de Jimmy Wales, com seus milhões de editores amadores e conteúdo não confiável, é o 17º site mais acessado da internet; Britannica.com, com seus 100 ganhadores do Prêmio Nobel e 4 mil colaboradores especialistas, está em 5.128º lugar.

Especialista
lista
rejeitados

Mas pq
n'ã amam?
Tava a
enciclo.
pédia dos
especialistas
na internet?

A remuneração como fator em jogo

Lutar contra o gratuito é difícil, se não impossível. A companhia Britannica, por exemplo, emprega hoje mais de 100 editores e verificadores de fatos profissionais e remunera seus 4 mil colaboradores. A Wikipédia, em contraposição, não paga por nada de seu conteúdo e tem apenas um punhado de empregados remunerados. A Britannica, com seus 232 anos de idade, passou por uma série de penosas demissões em 2001 e 2002, cortando seu staff de 300 pessoas nos Estados Unidos quase pela metade; com o advento da Wikipédia, sem dúvida mais demissões estão por vir.⁵

Que ganhamos então em troca de conteúdo amador gratuito? Ganhamos, é claro, aquilo por que pagamos. Ganhamos o que o grande pensador e escritor Lewis Mumford chamou de “um estado de debilitação e depauperação que dificilmente pode ser distinguido de ignorância bruta”. Os editores, técnicos e guardiões da cultura — os especialistas num imenso número de campos — são necessários para nos ajudar a distinguir o que é importante do que não é, o que é verossímil do que não merece crédito, aquilo com que vale a pena gastarmos nosso tempo do que é ruído branco que pode ser seguramente ignorado. Assim, embora os profissionais — os editores, os estudiosos, as empresas editoriais — sejam certamente as vítimas de uma internet que reduz seu valor e tira seus empregos, as maiores vítimas de tudo isso somos nós, os leitores da Wikipédia, dos blogs e de todo o conteúdo gratuito que está insistentemente chamando a nossa atenção. E quando a informação incorreta se espalha, somos nós, o povo, que sofremos as consequências. Porque o triste fato é que enquanto o dr. William Connolley pode ser capaz de distinguir os delírios equivocados de *moonbats**

* *Moonbat* é usado para designar adeptos do pensamento esquerdista que tendem para o irracionalismo. (N.T.)

(termo que Eric Raymond, um respeitado pioneiro da fonte aberta, usou para descrever a comunidade da Wikipédia) da sabedoria dos especialistas, o usuário médio da internet não é. A maioria de nós supõe que a informação que obtém é digna de crédito.

Mas quando a informação é criada por amadores, isso raramente acontece. E a ironia disso tudo é que a mídia democratizada acabará nos forçando a todos a nos tornarmos críticos e editores amadores. Com uma quantidade cada vez maior da informação online não editada, não verificada e não comprovada, não teremos outra escolha senão ler tudo com ceticismo. (Foi por isso que, em fevereiro de 2007, o departamento de história do Middlebury College proibiu os alunos de citar a Wikipédia como fonte de trabalhos de pesquisa.) A informação gratuita de fato não é gratuita; todos nós acabamos pagando por ela de uma maneira ou de outra com o mais valioso de todos os recursos — nosso tempo.

Jornalistas-cidadãos

A Wikipédia está longe de estar sozinha em sua celebração do amadorismo. Os “jornalistas-cidadãos” também — os analistas, repórteres, comentadores e críticos amadores na blogosfera — empunham a bandeira do nobre amador na Web 2.0. De fato, jornalismo cidadão é um eufemismo para o que você ou eu poderíamos chamar de “jornalismo feito por não-jornalistas”, ou, como Nicholas Lemann, decano da Escola de Pós-Graduação de Jornalismo da Universidade de Columbia,⁶ os descreveu em *The New Yorker*: pessoas que não são empregadas por uma organização jornalística mas desempenham uma função similar. Os jornalistas profissionais adquirem sua habilidade através da formação e da expe-

riência em primeira mão com as atividades de relatar e editar as notícias sob o olhar atento de outros profissionais. Em contraposição, os jornalistas-cidadãos, não tendo nenhum aprendizado formal ou expertise, oferecem opinião como fato, boato como reportagem e palpite como informação. Na blogosfera, publicar nosso próprio “jornalismo” é grátis, não exige esforço e está a salvo de restrições éticas irritantes e conselhos editoriais importunos.

A simples posse de um computador e de uma conexão com a internet não transforma uma pessoa num bom jornalista, assim como o acesso a uma cozinha não faz de ninguém um bom cozinheiro. Mas milhões de jornalistas amadores pensam que faz. De acordo com um estudo realizado em julho de 2006 pelo Pew Internet and American Life Project, 34% dos 12 milhões de blogueiros nos Estados Unidos consideram que seu “trabalho” online é uma forma de jornalismo.⁷ Isso equivale a milhões de “jornalistas” inábeis, despreparados, não remunerados e desconhecidos — um crescimento de mil vezes entre 1996 e 2006 — vomitando (des)informação no ciberespaço.

Em sua maioria, os jornalistas amadores são pretensos Matt Drudges — um exército de escritores de pijama anônimos e auto-referentes que existe não para transmitir notícias, mas para espalhar boatos, alardear escândalos políticos, exibir fotos embaraçosas de figuras públicas e apresentar links para matérias sobre tópicos fantasiosos, como visões de OVNI ou teorias conspiratórias sobre o 11 de Setembro. Drudge — que uma vez escreveu que “a net dá a mesma voz para um fissurado em computador de 13 anos como eu e para um CEO ou para um porta-voz do Congresso. Todos nos tornamos iguais”⁸ — é a personificação do movimento do jornalista-cidadão, exibindo seu emblema do amadorismo como um cruzado medieval brandiria uma espada.

Esses 4 milhões de pretensos Drudges deleitam-se em seu amadorismo com toda a hipocrisia moral dos guerreiros religiosos. Ostentam sua falta de formação e de qualificações formais como prova de sua vocação, sua paixão e sua busca altruística da verdade, afirmando que seu status amador lhes permite nos dar uma imagem menos tendenciosa, menos filtrada do mundo que a que obtemos de jornais tradicionais. Na realidade isso não acontece.

Em 2005, após a passagem do furacão Katrina, por exemplo, muitos dos relatos iniciais dos danos vieram de jornalistas-cidadãos, pessoas que estavam no local escrevendo sobre o caos em seus blogs e fotografando a devastação com as câmeras de seus telefones celulares. Mas, como se verificou depois, esses relatos iniciais ajudaram a disseminar boatos infundados — números de vítimas inflados e notícias errôneas sobre estupros e atos de violência praticados por gangues no Superdome, o estádio multiesportivo de Nova Orleans para aonde foram levados os desabrigados do furacão — que foram mais tarde desmascarados pela mídia tradicional. Os relatos mais precisos e objetivos, em contraposição, vieram de repórteres profissionais de jornais que nos trouxeram fotografias de alta qualidade e informação proveniente de fontes-chave como a polícia de Nova Orleans, os encarregados dos resgates, o Corpo de Engenheiros do Exército dos EUA, bem como relatos em primeira mão dos próprios cidadãos e vítimas.

Os jornalistas-cidadãos simplesmente não têm os recursos necessários para nos trazer notícias confiáveis. Falta-lhes não somente expertise e formação, mas relações e acesso à informação. Afinal, um CEO ou um político pode se recusar a colaborar com o cidadão médio, mas seria um tolo caso se recusasse a atender ao telefonema de um repórter ou editor do *Wall Street Journal* em busca de um comentário sobre uma notícia extraordinária.

Jornalismo amador como vocação.

Um destacado defensor do jornalismo cidadão, Dan Gillmor, autor do militante *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People* (*Nós, a mídia: origens populares do jornalismo pelo povo e para o povo*), afirma que o noticiário deveria ser uma *conversa* entre cidadãos comuns e não uma preleção que devemos aceitar cegamente como verdadeira. Mas a responsabilidade de um jornalista é nos informar, e não conversar conosco.

Se você quiser simplesmente conversar com um jornalista, convide-o para tomar alguns drinques em seu bar preferido. Foi exatamente isso que fiz no outono de 2006, quando passei uma noite com Al Saracevic, subeditor de negócios do *San Francisco Chronicle*.

No meio da conversa, chegamos ao assunto do jornalismo amador. “A seu ver, o que distingue os blogueiros dos jornalistas profissionais?” perguntei-lhe.

Eu esperava que Saracevic focalizasse a qualidade do produto final. Esperava que me dissesse que relatos amadores sobre eventos recentes como os atentados a bomba em Londres em 7 de julho de 2005 ou Nova Orleans depois do Katrina não alcançavam os padrões do verdadeiro jornalismo porque não eram cuidadosamente examinados por editores competentes ou não eram corroborados por múltiplas fontes. Mas estava errado. Talvez Saracevic concordasse com isso, mas o que tinha em mente era outra coisa.

“Nos Estados Unidos, blogueiros não vão para a cadeia por causa de seu trabalho”, disse-me ele. “Essa é a diferença entre profissionais e amadores.”⁹

Saracevic referia-se a Lance Williams e Mark Fainaru-Wada, seus colegas no *Chronicle*, a dupla de repórteres de beisebol que acabara de ser condenada a 18 meses de prisão por se recusar a revelar a identidade da pessoa por cujo intermédio haviam tomado conhecimento do teste-

munho secreto dado por Barry Bonds* ao ser levado ao *grand jury*.**

Na visão de Saracevic, a blogosfera é um espetáculo secundário, pura ostentação e nenhuma relevância, um jogo de pôquer com fichas falsas. Blogueiros muito raramente são processados porque o governo e as empresas não parecem se importar realmente com o que dizem. Em consequência, não são considerados responsáveis por seu trabalho da mesma maneira que repórteres profissionais.

Em contraposição, o jornalismo profissional importa. Empresas processam jornais, e repórteres são mandados para a cadeia. O jornalismo profissional é jogo duro. Ele tem importância — para os jornalistas, para as empresas, para o governo e, principalmente, para todos nós. É por isso que ainda são somente os jornalistas e os jornais convencionais que possuem a organização, a força financeira e a credibilidade para obter acesso às fontes e relatar a verdade. Como Saracevic me escreveu mais tarde num e-mail:

É como se a lei da calúnia tivesse tirado umas breves férias para que jornalistas-cidadãos possam praticar um pouco, ao mesmo tempo em que depreciam a mídia convencional por “não dizer a verdade ao poder”, como diz Craig Newmark [o criador do Craigslist]. Bem, dizer a verdade ao poder requer dinheiro. Dinheiro para pagar advogados. Muitos advogados. Diga o que quiser sobre a mídia convencional, somente grandes companhias com um compromisso com o verdadeiro

* Jogador de beisebol recordista em *home runs*, e que foi envolvido num escândalo de doping e acusado de perjúrio. (N.T.)

** Júri convocado em sessão privada para ouvir denúncias contra pessoas acusadas de crime e determinar se as evidências justificam seu indiciamento. (N.T.)

Dinheiro e força como verdade

Da qualidade para a penitência.

jornalismo investigativo podem enfrentar grandes instituições com alguma esperança de sobreviver.

Compare isso com uma outra conversa que tive, alguns meses antes, com Dan Gillmor, o defensor do jornalismo cidadão que apresentei antes. Perguntei a Gillmor o que o jornalismo cidadão pode fornecer que não possamos obter da mídia convencional.

A resposta refletiu o egocentrismo do jornalista amador típico. Ele me disse que o real valor do jornalismo cidadão era sua capacidade de tratar de mercados de nicho que são ignorados pela mídia convencional.

Quando lhe pedi um exemplo, Gillmor mencionou os carros híbridos. Para ele, uma prova do valor do jornalismo cidadão estava em novos blogs sobre o Toyota Prius. Deixe as guerras para os repórteres de verdade, era o que estava sugerindo. A responsabilidade dos amadores era relatar as mais recentes avaliações do Prius. Mas escrever sobre seu carro favorito é realmente jornalismo? Segundo Gillmor, é.

Se isso é jornalismo? Eu diria que sim; é uma conversa, sem dúvida, mas é uma síntese coletiva do que as pessoas sabem, e quando alguém posta alguma coisa que não é verdade, outras pessoas pulam em cima e dizem, bem, isso está errado.¹⁰

Em outras palavras, jornalistas profissionais podem ir para a cadeia por dizer a verdade; os amadores conversam sobre seus carros.

Lamentavelmente, a internet está inchada com a conversa fiada desses jornalistas amadores. Apesar de seu grande

número de leitores, até os blogueiros da A-List não têm nenhuma formação jornalística formal. E de fato, grande parte das notícias reais que seus blogs contêm foi copiada (ou composta a partir) das próprias organizações jornalísticas que pretendem substituir. *Fonte e plágio*

Não surpreende, portanto, que esses blogueiros proeminentes não tenham nenhuma formação profissional na coleta de notícias. Afinal, quem precisa ser formado em jornalismo para postar um hiperlink num site? Markos Moulitsas Zúniga, por exemplo, o fundador do Daily Kos, um site de tendência esquerdista, chegou ao blog político através da indústria tecnológica e das forças armadas. Glenn Reynolds, que pende para a direita, foi professor de direito e produtor musical amador antes de saltar sobre sua tribuna digital. Drudge era um aluno medíocre que chegou ao ramo de negócios da mídia por meio de um emprego como gerente da loja de presentes dos estúdios da CBS. Esses amadores tratam a publicação de blogs como uma vocação moral, não uma profissão submetida a padrões aceitos; orgulhosos de sua falta de formação, de padrões e de códigos éticos, eles se definem como os assassinos dos gigantes da mídia, como irreverentes Davis que sobrepujam os Golias da indústria de coleta de notícias.

Na primeira revolução da internet, o valor de um site era determinado pelo número de seus visitantes; na época da Web 2.0, o valor é determinado pelo número de vozes amadoras que acumula. Em agosto de 2006, conversei com a produtora de mídia digital Arianna Huffington (cujo Huffington Post é um dos blogs mais visitados na internet), que se gabou para mim dos modos como seu blog planejava incorporar vozes não ouvidas tradicionalmente na mídia convencional. Enquanto jornais como o *Los Angeles Times* ou o *Washington Post* esforçam-se por manter uma voz singular, altamente confiável, pelo jornalismo competente que ofere-

cem, Huffington afirmava que seu site era mais verdadeiro que a mídia tradicional graças à sua tapeçaria mais rica de pontos de vista amadores. O problema é que essas vozes frequentemente distorcem as notícias, transformando a música em ruído (embora, no momento em que este livro foi para a gráfica, Huffington estivesse planejando acrescentar coberturas originais a seu blog).

Lemann, da *The New Yorker*, salienta que “a sociedade cria estruturas de autoridade para produzir e distribuir conhecimento, informação e opinião”.¹¹ Para quê? Para que saibamos que podemos confiar naquilo que lemos. Quando um artigo se apresenta sob a bandeira de um jornal respeitado, sabemos que foi examinado por uma equipe de editores tarimbados e com anos de aprendizado, confiado a um repórter qualificado, pesquisado, verificado, editado, revisto e apoiado por uma organização de notícias fidedigna que dá testemunho de sua veracidade e precisão. Se esses filtros desaparecem, nós, o público geral, ficamos diante da tarefa impossível de esquadrihar e avaliar um mar interminável de conjecturas confusas de amadores.

Os blogs tanto de esquerda quanto de direita aperfeiçoaram a arte do extremismo político. Diferentemente dos jornais ou revistas profissionalmente editados, onde a inclinação do jornal fica restrita à página de opinião, a maioria dos blogs faz afirmações radicais, de alcance geral sem evidências ou comprovação. Os blogs mais populares são os que oferecem as teorias conspiratórias sedutoras e platitudes *antiestablishment* sensacionalistas pelas quais os leitores anseiam. Como Lemann observa, até “os blogs mais ambiciosos, considerados em conjunto, funcionam como uma forma de panfletagem ágil, cheia de remissões recíprocas — um fórum aberto para todas as opiniões concebíveis que não conseguem chegar até a grande mídia, ou ... simplesmente a visão de mundo de um indivíduo”.¹²

O aspecto negativo de toda essa “democracia”, que Robert Samuelson, do *Washington Post*, descreveu como “a maior explosão de exibicionismo em massa na história humana”,¹³ é o comprometimento da integridade de nosso discurso político. O jornalismo amador banaliza e corrompe o debate sério. Ele é o maior pesadelo dos teóricos políticos através das eras, de Platão e Aristóteles a Edmund Burke e Hannah Arendt — a degeneração da democracia sob a ditadura das massas e do boato.

Em 1961 o dramaturgo Arthur Miller, ganhador do Prêmio Pulitzer, escreveu que “um bom jornal é uma nação falando consigo mesma”. Cinquenta anos mais tarde, numa nação em que os jornais profissionais estão perdendo leitores para uma torrente aparentemente infindável de blogs e sites baseados em opinião, essa conversa tomou um rumo perturbador. Em vez de começar nossas conversas sobre política, economia e relações exteriores a partir de uma perspectiva informada comum, os blogueiros amadores discorrem sobre assuntos triviais como sua marca de cereais matinais, de carro, ou personalidade de *reality show* favorita.

O que Miller veria hoje no mundo da Web 2.0 é uma nação tão digitalmente fragmentada que não é mais capaz de debate informado. Em vez disso, usamos a web para confirmar nossas próprias idéias partidárias e nos aliar a outros com as mesmas ideologias. Os blogs estão formando atualmente comunidades agregadas de jornalistas amadores da mesma opinião — em sites como Townhall.com, HotSoup.com e Pajamasmedia.com —, onde eles se reúnem em grupos autocongratatórios. Eles são os equivalentes digitais dos condomínios fechados onde todas as pessoas têm idéias idênticas e toda a conversa é espelhada de uma maneira tranquilizadora e familiar. É uma forma perigosa de narcisismo digital:

Nosso de quem??

Medo das massas.

Mas pq se incomoda com isso?

Comunidades de semelhantes.

O nobre amador

Afirmar após sem evidências.

O culto do amador

as únicas conversas que queremos ouvir são as que temos com nós mesmos e com os que se parecem conosco.

Recentemente, Jürgen Habermas, um dos pensadores mais influentes da Europa, falou sobre a ameaça que a Web 2.0 representa para a vida intelectual no Ocidente.

O preço que pagamos pelo crescimento do igualitarismo oferecido pela internet é o acesso descentralizado a artigos não editados. Nesse meio, as contribuições de intelectuais perdem seu poder de criar um foco.¹⁴

Nesse ambiente igualitário, qualquer intelectual — seja ele George Bernard Shaw, Ralph Waldo Emerson ou o próprio Habermas — é apenas mais uma voz estridente na cacofonia.

Não só podemos publicar nosso próprio jornalismo, por mais medíocre que seja, como podemos publicar nossos próprios trabalhos literários também (uso a palavra “literário” frouxamente). Os serviços de impressão por demanda estão transformando romancistas amadores em Gutenbergs de nossos dias, permitindo a qualquer pessoa publicar qualquer coisa, seja qual for sua qualidade, mediante pagamento. Blurb.com, por exemplo, vende uma tecnologia de autopublicação que permite a escritores, fotógrafos e blogueiros inéditos transformar seus blogs online em livros físicos. Com Lulu, outro serviço de publicação por encomenda, basta você transferir seus arquivos, escolher uma encadernação e uma capa, e um livro publicado aparece magicamente.

Blurb e Lulu não passam na verdade de versões mais baratas, mais acessíveis, das *vanity presses*, onde os desprovidos de talento vão para comprar a falsa aparência da publicação.

Até hoje, Lulu teve pouco impacto sobre os editores de livros profissionais. Mas a quem esses sites estão beneficiando? Com 40 mil novos livros publicados a cada ano por grandes editoras — um número que a maioria dos editores concordaria que é excessivo —, precisamos realmente fazer escolhas em meio aos esforços embaraçosos de centenas de milhares de romancistas, historiadores e memorialistas não publicados ou autopublicados? Segundo John Sutherland, presidente do comitê do Man Booker Prize de 2005, “precisaríamos de aproximadamente 163 vidas para ler toda a ficção disponível, a um clique do mouse, na Amazon.com”.¹⁵ E esses são apenas os romances profissionalmente selecionados, editados e publicados. Precisamos realmente chapinhar em meio à inundação de obras amadoras de autores que nunca foram profissionalmente escolhidos para publicação?

A biblioteca líquida

Kevin Kelly, mais um utópico do Vale do Silício, quer a completa extinção do livro — bem como dos direitos de propriedade intelectual de escritores e editores. De fato, quer reescrever a própria definição de livro, digitalizando todos os livros num único hipertexto universal de fonte aberta e gratuito — como uma imensa Wikipédia literária. Num “manifesto” publicado em maio de 2006 na *New York Times Magazine*, Kelly descreve isso como a “versão líquida” do livro, uma biblioteca universal em que “cada livro está interconectado, agrupado, citado, resumido, indexado, analisado, anotado, remixado, reagrupado, e mais profundamente inserido na cultura do que nunca”.¹⁶ E, para Kelly, não tem a menor importância que o colaborador para essa utopia hipertextual seja Dostoiévski ou um dos sete anões.

A perda do "poder dos intelectuais"

{ os autores lixos que são selecionados? }

{ os fotógrafos amadores }

“Depois de digitalizados”, diz Kelly, “os livros podem ser desemaranhados em páginas únicas ou ser ainda mais reduzidos até retalhos de página. Esses retalhos serão remixados em livros reordenados em estantes de livros virtuais.” É o equivalente virtual de arrancar as páginas de todos os livros do mundo, rasgá-las linha por linha e colá-las de volta em infinitas combinações. Nessa concepção, isso resulta numa “teia de nomes e numa comunidade de idéias”.¹⁷ Na minha, pressagia a morte da cultura.

Para qualquer pessoa com a noção mais elementar da santidade do livro e respeito pelo trabalho árduo do autor, as implicações do que Kelly sugere são, eu diria, obscenas. *Crime e castigo* ainda seria *Crime e castigo* se você removesse a cena em que Raskólnikov assassina a agiota? Deveria eu estar autorizado a remixar *Moby Dick* de modo que Ahab localize a baleia no início da viagem? *A República* de Platão ainda seria o mesmo livro se contivesse um capítulo de Locke e um parágrafo de Kant? Um livro acabado não é uma caixa de Legos a serem recombinados e reconstruídos a nosso bel-prazer.

A visão 2.0 de Kelly talvez seja o objetivo supremo do nobre amador. Em sua versão do futuro, a escrita individual será distribuída gratuitamente online. Os escritores não mais receberão *royalties* por seu trabalho criativo, mas terão de recorrer a palestras e à venda de acessórios para ganhar a vida.

O resultado: escritores amadores e conteúdo amador — todos são Drudges e ninguém é Dostoiévski. Sem um modelo de empresa editorial viável, a biblioteca universal de Kelly degeneraria numa *vanity press* universal — uma confusão hipertextual de lixo não editado, ilegível. Livrarias e editoras desaparecerão. Tudo o que nos restará para ler serão nossas versões de nossas próprias histórias.

No mundo da música, astros do rock como Beck estão cantando a mesma música que Kevin Kelly. Como Kelly,

Jimmy Wales e os outros utópicos da Web 2.0, Beck está convencido da sedutora nobreza do amador. Sua grandiosa idéia é permitir a seus fãs criar versões personalizadas de sua música — permitir-lhes projetar sua própria capa, escrever suas próprias letras, criar seus próprios *mixes* eletrônicos. Beck substituiria de bom grado seus próprios capistas profissionais, letristas e engenheiros de gravação pelo entusiasta amador. Como ele declarou à revista *Wired*:

Eu adoraria lançar um álbum que você pudesse editar e mixar diretamente no iTunes. Fizemos um projeto de remixagem num site alguns anos atrás, em que colocávamos um rastro numa música e deixávamos as pessoas fazerem suas próprias versões. A diversidade e a qualidade da música que as pessoas nos devolveram foram bastante inspiradoras. Num mundo ideal, eu encontraria uma maneira de deixar as pessoas interagirem verdadeiramente com os discos que lanço — não apenas remixar as músicas, mas talvez tocá-las como um videogame.¹⁸

De maneira semelhante, a popular banda de Toronto Barenaked Ladies promoveu recentemente um concurso de “remixagem”, permitindo aos fãs baixarem as músicas de seu último álbum e remixá-las e reeditá-las em novas versões, a melhor das quais seria finalmente lançada num CD. É mais ou menos como um grande *chef* que, em vez de fazer uma excelente refeição, fornecesse os ingredientes brutos para o jantar. Ou o cirurgião que, em vez de realizar a cirurgia, deixasse o amador na sala de operação com alguns instrumentos cirúrgicos e breves instruções.

Sendo eu mesmo um fã de música profundamente desprovido de musicalidade, certamente não consigo imaginar Johann Sebastian Bach lançando uma versão tosca de seus Concertos de Brandenburgo para ser remixada ou recom-

O livro como obra de arte. A obra do autor.

O valor do autor

binada por seu público. Ou Mozart deixando seus ouvintes reescreverem suas óperas e seus concertos. Você consegue imaginar Bob Dylan lançando um *Blood on the Tracks* interativo que pudesse ser rearranjado para soar do seu jeito? E como todas essas remixagens e combinações terminam no YouTube, como tem ocorrido com a maior parte delas ultimamente, somos nós que temos de enfrentar a tarefa de assistir de cabo a rabo esses milhões de esforços para descobrir aqueles raros que valem a pena.

E aqueles que selecionam e disponibilizam suas listas?

O que a Web 2.0 nos dá é uma cultura infinitamente fragmentada em que ficamos irremediavelmente desorientados, sem saber como concentrar nossa atenção e despende nosso tempo limitado. E essa cultura do amador vai muito além de livros e música. Hoje, centenas de milhares de radiodifusores ou podcasters amadores — pretensos Howard Stern e Rush Limbaugh* — estão usando seus computadores para produzir e distribuir programas na forma de *podcasts*. A última moda são os videoblogs, transformando qualquer pessoa com uma webcam e um microfone em astro instantâneo nas redes de vídeos amadores como YouTube e Bebo. Que virá em seguida? Alguns acreditam que logo veremos o advento da “wiki-televisão”, em que amadores poderão fornecer conteúdo a ser encaixado nas tramas de seus programas favoritos.

A tecnologia de transmissão está se tornando tão onipresente que tudo que fazemos e dizemos pode, mediante um par de cliques, ser disseminado por toda a internet. Mas haverá em tudo isso alguma coisa digna de ser assistida?

* Howard Stern é apresentador de um famoso *talk show* no rádio e TV a cabo dos EUA e está entre os maiores salários do rádio americano. Rush Limbaugh é outra grande personalidade do rádio americano, com programa transmitido costa a costa. (N.T.)

Um burrito em cada mão

O culto do amador ameaça até o mundo do design, da moda e da publicidade. No número de outubro de 2006 da revista *Fast Company*, o grande especialista em design Joe Duffy, fundador da Duffy Designs, afirmou, num debate comigo sobre a democratização da arte do design, que todo mundo pode e deve ser um designer. Joe Duffy argumenta que “quanto mais ampla a participação no design, maior o entusiasmo e a demanda por excelente design”.¹⁹ Mas para manter seu valor, roupas, carros e equipamentos eletrônicos sofisticados precisam não só de excelente design e excelente engenharia, mas de mistério e escassez. O que Duffy chama otimisticamente de “participação no design”, eu afirmo, reduz o valor da real inovação. Excelentes designs podem ser realmente criados com tanta facilidade? Hoje, o diabo poderia vestir Prada. Mas amanhã, se as coisas forem como Duffy deseja, poderemos estar todos usando imitações de Prada desenhadas por nós mesmos.

Restrição Excluse violade

Apesar disso, companhias como o Wal-Mart começaram a tirar proveito de nossas falsas suposições sobre a “realidade” do amador, obtendo publicidade gratuita no processo. Em julho de 2006, estudantes do ensino médio foram convidados à rede social “Hub” do Wal-Mart com o propósito de criar vídeos publicitários personalizados para a gigantesca rede varejista do Arkansas. Co-patrocinado pela Sony, o melhor desses anúncios amadores “School My Way” será usado num comercial do Wal-Mart na televisão a cabo. Esta é mais uma maneira em que o culto do amador é celebrado, mesmo que seja apenas um artifício de marketing. As empresas se deram conta de que não só o anúncio amador é mais barato, mas os consumidores passaram a vê-lo como mais tosco, menos refinado e de certa forma mais “real” ou verdadeiro que um anúncio elaborado por uma agência profissional.

E o Wal-Mart não está sozinho. A Nike, a MasterCard, a Toyota e a L'Oréal promoveram concursos semelhantes de marketing gerado pelo usuário, assim como a Cingular, a Nestlé e a American Express. No Super Bowl de 2007 — uma das principais tribunas da indústria da publicidade, que, com sua audiência perto de 100 milhões de pessoas, é um evento conhecido como uma vitrine dos comerciais mais criativos e de maior orçamento²⁰ —, a Frito-Lay, a Chevrolet, a Diamond Foods e a National Football League apresentaram comerciais de 30 segundos criados por amadores. As considerações financeiras relevantes por trás desses anúncios do Super Bowl gerados pelo usuário são particularmente perturbadoras. Tome, por exemplo, a competição que a Frito-Lay promoveu para “descobrir” um comercial amador para seus salgadinhos de milho Doritos. Segundo a American Association of Advertising Agencies, um spot de 30 segundos produzido profissionalmente custa em média 381 mil dólares. Contudo a Frito-Lay pagou meros 10 mil dólares a cada um dos cinco finalistas no concurso, poupando 331 mil dólares. São 331 mil dólares que deixaram de ser pagos a cinegrafistas, roteiristas, atores e companhias de marketing profissionais — 331 mil dólares sugados da economia.

Uma “plataforma de anúncios” inteiramente criada por usuários está até sendo lançada por uma companhia sediada em Atlanta chamada ViTrue, permitindo a consumidores criar, produzir e transmitir seus anúncios em vídeo. Um dos primeiros clientes do ViTrue é a franquia de restaurantes em rápida expansão Moe's Southwest Grill, cuja última campanha para pôr “Um *burrito* Moe em cada mão” está sendo produzida por autores de vídeo amadores (os criadores do melhor anúncio receberão *burritos* Moe pelo resto da vida).

Essas campanhas manipulam nossa sensibilidade ao mesmo tempo em que prejudicam insidiosamente o traba-

lho de agências de publicidade tradicionais e das pessoas talentosas que elas empregam. Inadvertidamente, estamos dando nosso tempo e nossa produção criativa para corporações como Wal-Mart ou MasterCard em troca de *burritos* grátis.

Para se tornar um médico, um advogado, um músico, um jornalista ou um engenheiro é preciso fazer um investimento significativo da própria vida em educação e treinamento, inúmeras audições ou exames de ingresso e certificação, além de assumir o compromisso com uma carreira de trabalho árduo e cargas horárias pesadas. Um escritor profissional passa anos, empenhado em dominar ou refinar sua arte, num esforço para ser reconhecido por um universo maduro de editores, agentes, críticos e consumidores como alguém que merece ser lido e é digno de atenção. Os que trabalham na indústria do cinema submetem-se a cargas horárias pesadas, agendas cheias de aborrecimentos e pressão insana para criar um produto que gerará lucro num negócio em que as despesas são altas e os sucessos imprevisíveis. Pode o culto à figura do nobre amador realmente esperar contornar tudo isso e fazer um trabalho melhor?

Glenn Reynolds, o autor do blog Instapundit, afirma que estamos no limiar do século do amador. A tecnologia, sustenta ele, dará a todos os indivíduos o poder só disponível tradicionalmente a “Estados-nação, super-heróis ou deuses”. Vamos adquirir, ele assegura, a “inteligência dos deuses” em todas as coisas, de jornalismo amador a viagem espacial, passando pela produção de música, medicina e nanotecnologia.²¹

Como veremos no próximo capítulo, essa celebração do amador tem um efeito corrosivo sobre a verdade, a precisão e a confiabilidade da informação que obtemos. Isto parece exagero? Continue lendo.

Autêntica
Tempo
Refinamento
To
Cargas
Certificações

Não um
Trabalho
melhor,
mas talvez
mais
humano
menos
elitante.