

G E S T Ã O D O T E M P O E D A C O M U N I C A Ç Ã O

Sérgio Arreguy Soares*

RESUMO

Neste artigo trata-se do tempo e da comunicação sob a ótica da necessidade de gestão desses dois elementos. Reflete-se sobre quão efêmero o tempo parece e sobre sua relação com a comunicação diante da pós-modernidade, comentando o avanço das novas tecnologias de comunicação, a velocidade da informação e sua influência na vida das pessoas. São abordadas, também, a evolução dos conceitos que permeiam o tempo, a busca da humanidade em controlá-lo e a relação da comunicação inserida nesse contexto.

Palavras-chave: gestão; tempo; comunicação; mídia; tecnologia; internet.

ABSTRACT

This article deals with time and communication from the standpoint of management of these two elements. It reflects on how ephemeral time seems to be and on its relation with communication in light of post-modernity, commenting on the advance of new communication technologies, the speed of information and its influence on people's lives. It also covers the evolution of the concepts that permeate time, the search by humanity to control it, and the relation of communication inserted in this context.

Key-words: management; time; communication; media; technology; internet.

* Mestre em Comunicação, Educação e Administração e Especialista em Novas Tecnologias de Comunicação. E-mail: sarreguy@fch.fumec.br.

INTRODUÇÃO

Neste trabalho propõe-se uma discussão sobre o tema “Gestão do tempo e da comunicação”. Apresentam-se idéias de alguns autores sobre o tempo e reflete-se sobre sua relação com a comunicação diante da velocidade da informação.

O passado, o presente e o futuro, sua existência e seu dimensionamento de espaço como tempo são o pano de fundo da discussão sobre a própria existência do ser humano, que é referenciada pela forma como lidamos com o tempo: se o desperdiçamos ou se o gerenciamos eficientemente tornando a vida mais intensa e produtiva, na busca em atribuir-lhe um sentido maior ou, pelo menos, algum sentido.

Comunicar nesse contexto remete ao estabelecimento de um processo comunicacional interativo que está cada vez mais intensificado e potencializado pelas novas tecnologias de comunicação. O volume de informações a que somos expostos se avolumam a cada instante, e a insuficiência do tempo parece também ser maior uma vez que não somos capazes de processar tudo o que nos chega pela mídia e pelos demais recursos tecnológicos de comunicação que fazem parte do dia-a-dia atual, como computadores, telefones celulares, *palmtops*, etc.

A reflexão contida no trabalho foi subdividida em três momentos: primeiro a busca incessante pelo controle do tempo, em seguida a relação do tempo com a comunicação e a necessidade de gerenciamento eficiente desses dois elementos. No terceiro momento o tempo e a pós-modernidade, o aspecto efêmero do tempo que demanda cuidados para um tratamento responsável com o tempo e com a comunicação.

O CONTROLE DO TEMPO

[...] o presente, se permanesse sempre presente e não se tornasse passado, não seria mais tempo, mas eternidade. (AGOSTINHO, 1984)

A preocupação e a necessidade de controlar o tempo vem de muito longe, segundo Borges (2002). O homem utilizou inicialmente os elementos da própria natureza, como o Sol e o escoamento de água, como padrões de medida do tempo. Posteriormente, os gregos e os babilônios passaram a dividir a hora em 60 minutos e os minutos em 60 segundos. Platão inventou a ampulheta em 400 a.C., os chineses o relógio mecânico no século VIII, em meados do século XX foi inventado o relógio de quartzo e as vésperas do século XXI os franceses colocaram em operação o relógio atômico.

Hoje além dos relógios, outros instrumentos e artifícios são também utilizados para gerir o tempo como as agendas em papel e eletrônicas, os computadores, despertadores, e os próprios meios de comunicação.

O tempo, seu entendimento e gerenciamento, angustiam a sociedade que neurotizada, vem desenvolvendo males decorrentes da velocidade em que vivemos e da pressão vivida em razão da insuficiência do tempo. O estresse é a justificativa para uma infinidade de males que, somatizados tornam-se patologias, que poderiam ser evitadas mediante uma melhor administração do tempo.

Para Barbosa (2004), os seres humanos possuem diversas dimensões ou corpos que têm que estar equilibrados. O estresse surge segundo ele, quando há um desequilíbrio dos corpos com seus papéis e objetivos, com o conjunto do que tem importância e valor para cada indivíduo.

Controlar e gerir o tempo vem sendo um desafio ao longo da história da humanidade. A percibibilidade do tempo que não volta, faz com que, o que deixemos de fazer hoje, jamais seja feito, pois, o hoje tempo presente, passa e o amanhã já é outro tempo, e o que viermos a fazer no amanhã será um outro fazer.

Santo Agostinho narra em suas reflexões sobre o tempo e o seu decorrer que:

Se pudermos conceber um espaço de tempo que não seja suscetível de ser dividido em minúsculas partes de momentos, só a este podemos chamar tempo presente. Esse, porém, passa tão velozmente do futuro para o passado, que não tem nenhuma duração. (AGOSTINHO, 1984, p. 341)

Na medida em que nós seres humanos evoluímos, mais acelerado o tempo parece passar, mais insuficiente ele se torna para a execução das tarefas que necessitamos executar e mais frustrados ficamos com as realizações dos planos que fazemos para a vida, dadas às impossibilidades de serem realizados em sua plenitude em decorrência da insuficiência do tempo.

A busca pela longevidade, sonho perseguido pela humanidade, se dá não para que tenhamos mais vida e sim mais tempo para realizações.

Um pensamento atribuído a Buda, segundo Barbosa (2004, p. 57), diz:

Os homens que perdem a saúde para juntar dinheiro e depois perdem dinheiro para recuperar a saúde, por pensarem ansiosamente no futuro, esquecem o presente, de tal forma que acabam por nem viver no presente nem no futuro. Vivem como se nunca fossem morrer e morrem como se nunca tivessem vivido.

O TEMPO E A COMUNICAÇÃO

Na comunicação percebemos como o tempo vem sendo cada vez mais objeto de preocupação. Quanto mais rápida a informação se propaga mais rapidamente ela chega ao receptor, mais rápida retorna ao emissor e assim sucessivamente. A teoria da comunicação em via única emissor-receptor há muito caducou, hoje em algumas situações o receptor nos retorna antes mesmo que a emissão se dê. No marketing este fenômeno consiste em estar no foco do cliente, se antecipar aos seus anseios e desejos.

Gerir bem o tempo hoje é mais do que uma capacidade, passou a ser um dever para os comunicadores. Uma página de jornal não ocupada por anúncio, o espaço/tempo comercial em rádio ou TV, não comercializados assim como a notícia e/ou informação não transmitidas hoje se perderam, pois amanhã será outro dia, outro tempo, outro espaço.

O avanço tecnológico na comunicação vem causando revolução sobre revolução, influenciando comportamentos e redimensionando as percepções de tempo. A TV, o satélite, a Internet, a telefonia celular e a convergência das mídias diminuíram as barreiras da informação, romperam as fronteiras do espaço estabelecendo uma interatividade cada vez maior entre os elementos no processo comunicacional, de percepção, entendimento e conhecimento do mundo e das questões temporais que o envolvem.

Jovens do mundo inteiro se comunicam no “ciberespaço”¹ e se comportam conforme a “cultura da *web*”,² *blogs*,³ *hotsites*,⁴ *messenger*,⁵ tornaram-se canais transcendentais às fronteiras culturais estabelecidas por aspectos geográficos e demográficos.

Administrar o tempo para dar conta das realizações gerou por meio das novas ferramentas tecnológicas e da comunicação verdadeiras “coqueluches”,⁶ a exemplo do “orkut”⁷ e do *second life*.⁸ Ter uma vida virtual paralela como propõe o *second life*, tornou-se uma forma de realizar desejos e vontades às vezes difíceis ou mesmo impossíveis de concretização real. A interatividade virtual com o real possibilitada com uma segunda vida paralela a que vivemos, otimiza a existência, potencializa o tempo e amplia os espaços. Faz com que a nossa própria existência possa ser ampliada para além do corpo e do envelhecimento a ele imposto pela natureza.

¹ Espaço cibernético. Refere-se aos espaços virtuais propiciados pela informática, pelas redes de computadores, pela internet.

² Cultura própria do ciberespaço.

³ Diário *on-line*.

⁴ Website com propósito específico e temporário.

⁵ Site de relacionamento.

⁶ Sentido de hábito, vício. Doença infecciosa.

⁷ Site de relacionamento na internet.

⁸ Sistema disponibilizado na rede mundial de computadores para estabelecimento de uma segunda vida virtual.

A mídia convencional e a mídia tradicional,⁹ como ainda percebemos hoje representada principalmente pela televisão, rádio, jornal e revista, está tendo que se adaptar e convergir entre elas próprias e com as demais mídias e novas mídias. As necessidades de existências também virtuais, inseridas em outras mídias, fomentam um processo comunicacional cada vez mais intenso e rápido, bem como um abastecimento de informações cada vez mais volumoso com uma disponibilização mais acelerada da mensagem, de forma a acessar também com mais rapidez seus interlocutores (telespectadores, ouvintes, leitores, etc.).

O TEMPO E A PÓS-MODERNIDADE

No mundo pós-moderno e globalizado corre-se muito contra o tempo para se chegar ao mesmo lugar, o “bom descanso”¹⁰ reservado a todos. O grande erro está justamente em correr contra o tempo. Para que o tempo seja nosso aliado devemos aprender a geri-lo, administrá-lo bem e não desperdiçá-lo. Para tanto, segundo Barbosa (2004) o primeiro e mais importante passo para o seu melhor aproveitamento é estabelecer prioridades, refletindo e levando em conta o que realmente tem valor na vida pessoal e profissional, equacionando o tempo a partir destas duas vertentes.

A reflexão que para muitos pode parecer perda de tempo pode otimizá-lo, pois permite a análise e o planejamento de como ou de que forma melhor utilizá-lo.

Um consultor, especialista em ‘Gestão do Tempo’, quis surpreender a platéia durante uma conferência. Tirou debaixo da mesa um frasco grande, de boca larga. Colocou-o sobre a mesa, ao lado de uma pilha de pedras do tamanho de um punho, e perguntou: ‘Quantas pedras vocês acham que cabem neste frasco?’

Após algumas conjecturas dos presentes, o consultor começou a colocar as pedras, até encher o frasco.

Perguntou, então: ‘Está cheio?’ Todos olharam para o frasco e disseram que sim. Em seguida, ele tirou um saco com pedrinhas bem pequenas debaixo da mesa. Colocou parte das pedrinhas dentro do frasco e agitou-o. As pedrinhas penetraram pelos espaços encontrados entre as pedras grandes.

O consultor sorriu, com ironia, e repetiu: ‘Está cheio?’

Dessa vez, os ouvintes duvidaram: ‘Talvez não...’.

⁹ Tratamento dado por alguns autores aos meios consolidados pelo tempo no que tange a formatos, linguagem e narrativa. Para o autor Mizuho Tahara são consideradas mídias tradicionais, os meios televisão, rádio, jornal, revista, outdoor e cinema.

¹⁰ Expressão popular com o sentido de amenizar o entendimento da morte.

'Muito bem!', exclamou o consultor, pousando sobre a mesa um saco com areia, que começou a despejar no frasco. A areia filtrava-se nos pequenos buracos deixados pelas pedras e pelas pedrinhas.

'Está cheio?', perguntou de novo.

'Não!', exclamaram os ouvintes.

Pegou, então, um jarro e começou a jogar água dentro do frasco, que absorvia a água, sem transbordar. Deu por encerrada a experiência e perguntou: *'Bom, o que acabamos de demonstrar?'*

Um participante respondeu: *'Que não importa o quão cheia está a nossa agenda; se quisermos, sempre conseguiremos fazer com que caibam outros compromissos.'*

'Não!', concluiu o especialista.

'O que esta lição nos ensina é que, se não colocamos as PEDRAS GRANDES primeiro, nunca seremos capazes de colocá-las depois. E quais são as GRANDES PEDRAS nas nossas vidas?'

São os NOSSOS FILHOS, A PESSOA AMADA, OS AMIGOS, OS NOSSOS SONHOS, A NOSSA SAÚDE E PRINCIPALMENTE DEUS.

O resto é resto e encontrará o seu lugar.... (PARLENDAS..., 2009)

A parlenda narrada remete a gestão do tempo para o dimensionamento de espaço, da relação estreita existente entre os dois e o quanto necessário significa uma melhor administração do tempo, da importância em se priorizar as coisas que importam e que realmente representam valor em nossas vidas. A comunicação assim como o tempo também remete para essas mesmas questões. Vivemos sob uma overdose de informações que ocupam nossas mentes e que consomem a seiva de nossas vidas, o tempo. Gerir a comunicação é também ser comunicador consciente e responsável, percebendo que o que se comunica impacta em alguma medida o interlocutor podendo acrescentar ou não algo de positivo ou negativo em sua vida.

CONCLUSÃO

Discutir e refletir sobre o tempo e a comunicação é como refletir sobre o sentido da própria existência humana. São elementos que permeiam nossas vidas e com os quais lhe damos de forma negligente. As revoluções tecnológicas que vem ocorrendo e se sobrepondo umas sobre as outras têm ocorrido em uma velocidade alucinante. As novidades parecem numa rapidez enorme e o tempo para nos relacionar-

mos com a quantidade de informações e recursos da contemporaneidade parece estar ficando cada vez mais insuficiente.

A multiplicidade de mídias há se proliferarem, é reflexo da explosão informacional da atualidade. A necessidade em acessar o outro de forma eficiente disparou uma corrida tecnológica resultante da busca por mais tempo.

O tempo continua essencialmente o mesmo adiante da sua tríade conceitual de passado, presente e futuro. Como geri-lo é o que o dimensiona de forma diferente. Gerenciá-lo melhor tornou-se uma necessidade para sobrevivência na sociedade pós-moderna, bem como saber se comunicar e se comunicar de forma eficiente e responsável reflete no aproveitamento melhor do tempo para nós e para os outros.

REFERÊNCIAS

AGOSTINHO, Santo. *Confissões*. São Paulo: Paulus, 1984.

BARBOSA, Christian. *A tríade do tempo*. São Paulo: Campus, 2004.

BORGES, Admir Roberto. *O atendimento de contas publicitárias: de contato a consultor*. Belo Horizonte: FCH/Fumec, 2002.

CONHEÇA a sua próxima TV. *Revista Veja*, São Paulo, 7 fev. 2007.

ESTUDOS ESPM: de que modo sites de relacionamento e fansites sinalizam novos hábitos de consumo de mídia no Brasil. *Revista Marketing*, n. 403, ago. 2006.

PARLENDIA tecnológica. "Blog Archive". Gestão do tempo. Disponível em: <http://parlenda-tech.com.br/2007/02/09/gestao-do-tempo/>. Acesso em: 5 mar. 2007.

SECOND life: a segunda vida da internet. *Revista Época*, São Paulo, n. 461, 19 mar. 2007.

TAHARA, Mizuho. *Mídia*. São Paulo: Global, 1998 (Coleção Contato Imediato).