

Rumores do fim do mundo e o papel dos media. O caso de 21 de Dezembro de 2012

End of the world rumors and the role os media. The case of 21th December 2012

Ana Margarida Sena*

*Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), Portugal

Resumo

Provavelmente a mais mediatizada data sobre o fim dos tempos foi a recente “profecia” de 21 de dezembro de 2012.

Hoje em dia os rumores espalham-se rapidamente e globalmente. Os meios de comunicação social funcionam como acelerador, e acabam por legitimar este tipo de fenómenos.

Trata-se de um caso que nos faz meditar sobre a noção de “fim dos tempos” e sobre os desafios de uma sociedade em mutação. Permite-nos também debruçar sobre o papel dos meios de comunicação na propagação dos rumores e os seus efeitos.

Palavras-chave: fim do tempo, fim do mundo, mito, rumor, meios de comunicação social, Internet

Abstract

Probably the most mediated date for the end of times was the recent 21th December 2012 prophecy. Nowadays, rumors spread rapidly and globally. Media works has an accelerator, and legitimizes this type of phenomena.

It is a case that makes us meditate about the notion of the “end of times” and the challenges of a mutating society. It allows us to address about the role of media in the rumors propagation end their effects.

Keywords: end of time, end of the world, myth, rumor, media, internet

The media had reported on fears of mass suicides, earthquakes, epidemics and rogue planets hurtling toward Earth — but that might say more about the media than the Maya.” (Booth, 2012)

Introdução

A problemática do tempo e o seu fluir tem acompanhado desde “sempre” a História da Humanidade. Refletir sobre o fim do tempo, seja o de cada indivíduo, de uma civilização ou do Universo, implica uma tomada de consciência sobre a nossa situação no mundo, a busca de um sentido para a vida. A literatura sobre o tempo e sobre o fim do tempo é vasta e recorreremos a alguns autores para melhor compreender a origem dos medos sobre o fim do mundo.

Numa sociedade caracterizada ao mesmo tempo pela esmagadora presença de tecnologia e pela falta de conhecimento sobre o “porquê” e o “como” do seu funcionamento, o mito é a forma mais curta de fazer a ligação, criando a impressão de conhecimento pessoal (Ortoleva, 2009).

Independentemente de fomentarem ou tentarem acalmar o pânico apocalíptico, os meios de comunicação abordaram largamente o tema do “fim do mundo” a 21 de dezembro de 2012. Assim, para a realização deste trabalho criámos um alerta no Google com o nome “O fim do mundo” desde o dia 11 até ao dia 23 de dezembro, para que fosse mais fácil analisar as notícias sobre o acontecimento. Os e-mails enviados pelo alerta contam entre 9 a 11 notícias cada, perfazendo um total de 120 notícias. Foi também realizada uma pesquisa na Internet em português, inglês e castelhano. Em relação às redes sociais, mantivemos um olhar atento sobre os comentários nas redes sociais Facebook e Twitter, mas foi-nos impossível contabilizar os milhares de *posts* sobre este tema. No entanto recorremos a dados fornecidos por outros autores e ao Google Trends, que nos permitiu ter uma visão da quantidade de notícias publicadas.

Constatámos, tal como prevíamos, que iria ser um tema altamente mediatizado em todo o mundo e esta pesquisa permitiu-nos ter um olhar mais global sobre o tema. Utilizámos algumas destas notícias para relatar brevemente os acontecimentos em torno do suposto “fim do mundo” e evocámos alguns dos principais teóricos da comunicação para tentar desconstruir este evento mediático.

As fontes sobre os rumores deste “fim do mundo” são várias, e artigos referentes a uma cobertura de um real fim do mundo por parte dos meios de comunicação também nos despertaram um grande interesse. No entanto, não é sobre “como” o farão que estamos interessados na nossa análise, mas sim no “porquê” de tanto empenho mediático.

21 | 12 | 2012

Para melhor compreender os efeitos deste rumor fazemos antes um breve apanhado de algumas notícias e acontecimentos gerados pelo mesmo.

A justificação para este fervor em torno do dia 21 de dezembro de 2012 reside no calendário Maia: esta data assinala o fim de um ciclo, que começou há 5.125 anos, e o começo de outro, já que os maias não faziam uma contagem linear do tempo, mas sim circular. Isto significa que um novo ciclo começa no ponto em que termina o anterior.

A especulação levou a pensar que algo ameaçador estava previsto para este dia, levando a várias teorias sobre o fim do mundo. Apesar dos académicos não considerarem nenhum perigo para esta data, o facto de esta coincidir com o solstício de inverno e o alinhamento do sol no centro da galáxia, fez deste dia 21 de

dezembro de 2012 um delírio nos meios de comunicação e, especialmente, no mundo virtual (Pawlowski, 2009).

Escrevendo 2012 no Google podem-se encontrar guias de sobrevivência, predições e todo o tipo de teorias sobre o que poderia acontecer, desde explosões solares que revertem o campo magnético ou a rotação da terra, colisão com um asteroide ou com um planeta (falava-se de um planeta fictício, o Nibiru), inundações, invasão alienígena, etc.

Ajudaram a despoletar este “rumor” dezenas de livros publicados sobre o tema, assim como um filme de Hollywood denominado “2012”. Este filme, que incluía referências ao calendário Maia, foi objeto de uma campanha de marketing viral.

A multiplicação de blogues, sites e páginas de redes sociais sobre o assunto foi espantosa. Alguns canais de televisão deram uma enorme importância a este evento. Por exemplo o Canal História com o separador “A terra vai ser história” e o National Geographic, que apresentou o programa “Preparados para o fim do Mundo” e uma programação especial de 24 horas para o dia 21 de dezembro com o tema “Fim do mundo: Queremos que seja fantástico”.

Segundo uma empresa de pesquisas francesa Ipsos, 12% dos americanos acreditava ser verdadeiro o prognóstico dos maias, assim como 20% dos chineses, 13% dos mexicanos, 12% dos argentinos e 10% dos espanhóis (EFE, 2012). O receio da instalação de um pânico generalizado e de suicídios em massa levou a que a agência espacial americana NASA, assim como o governo dos EUA, o governo russo e até o Vaticano, tenham vindo a desmentir estes rumores, baseando-se em factos científicos e através de declarações nos seus respetivos sites, redes sociais e meios de comunicação tradicionais.

O evento despoletou também um grande aproveitamento comercial por parte de marcas e empresas. A compra de velas, rações de comida, *bunkers* e todo o tipo de material de preparação para cenários catastróficos teve um aumento significativo.

O governo mexicano aproveitou o interesse mundial sobre o evento e lançou uma intensa campanha de promoção na Europa e nos Estados Unidos chamada “Mundo Maia”. *“Banquetes preparados por alguns dos melhores chefs do planeta, concertos musicais, filmes, sorteios de lotaria, concursos artísticos, encontros religiosos, exposições fotográficas, descontos, etc. Até o cantor sul-coreano PSY, autor do vídeo mais visto de sempre no YouTube e já milionário, aproveitou a profecia para vender, ligando a sua música às profecias de Nostradamus. Tudo isso é parte do catálogo de negócios gerados em redor da suposta profecia maia que prevê o fim do mundo no próximo dia 21 de Dezembro”*, dizia a manchete do artigo do Diário Digital (2012).

Uma pequena vila em França foi vítima de uma invasão de pessoas e jornalistas porque supostamente era o único lugar que ficaria a salvo do apocalipse (possivelmente devido a uma montanha próxima que se

assemelha ao local onde aterraram os extraterrestres do filme “Encontros Imediatos do Terceiro Grau”, de 1977) (Walker, 2012). O acesso à montanha teve de ser suspenso para evitar a multidão de visitantes.

Segundo um artigo do Jornal Público (2012), as autoridades chinesas detiveram mais de 100 pessoas por lançarem rumores sobre o fim do mundo no dia 21. Entre os detidos estavam membros do culto “Deus Todo Poderoso” e um homem que esfaqueou 23 crianças, numa escola, após manifestar perturbações psicológicas provocadas por previsões sobre a data 21 de dezembro. Também na China, foram vendidos 20.000 bilhetes para uma falsa “Arca de Noé” e até a bolsa de valores de Shangai caiu ligeiramente no dia 21.

Em suma, os efeitos deste rumor foram imensos, propagando-se por todo o mundo, em muito devido à comunicação via Internet.

Segundo dados do dia 21 de Dezembro, o “fim do mundo” e o “apocalipse/profecia Maia” geraram mais de 2.8 milhões de menções nas redes sociais, sendo que mais de 800.000 foram referentes ao dia 20 de dezembro. Outros dados curiosos mostram que o sexo feminino dominou as conversas (entre 53% a 46%), assim como foram mais ativas as pessoas mais jovens entre as idades de 21 a 34 anos. Os EUA dominaram o tema com 64% das conversas, havendo outros locais de grande interação como o Reino Unido, Canadá, China, Filipinas, Holanda e Brasil (Boies, 2012).

Os dados (ver anexo 1) revelam-nos que apesar de ter havido alguns picos desde 2008 até à data, a quantidade de notícias a partir de novembro de 2012 teve um aumento drástico, assim como os temas relacionados com o fim do mundo.

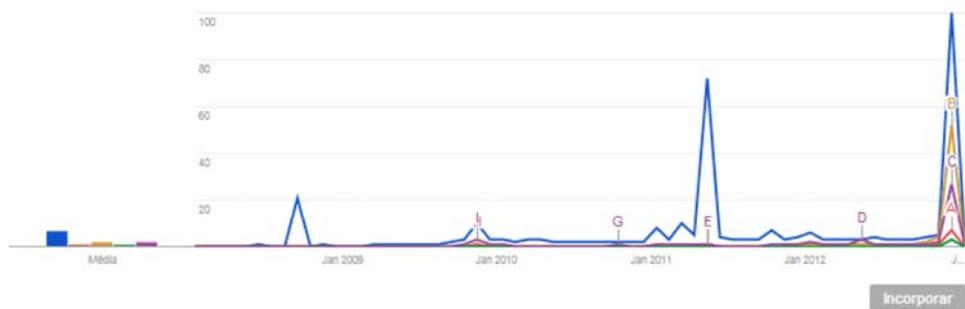
Anexo 1

Fonte: Google Trends, pesquisa de notícias em todo o mundo pelos termos: “The end of the world”, “o fim do mundo”, “21 december 2012”, “21 dezembro 2012” e “Mayan calendar”, <http://www.google.com/trends/explore#q=the%20end%20of%20the%20world%2C%20o%20fim%20do%20mundo%2C%2021%20december%202012%2C%2021%20dezembro%202012%2C%20mayan%20calendar&gprop=news&cmpt=q> [acedido a 13 janeiro 2013]

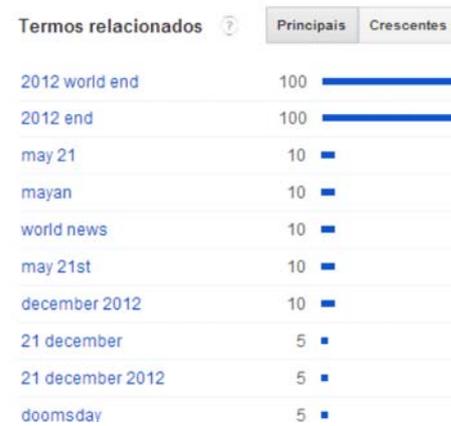


Interesse ao longo do tempo ?

O número 100 representa o volume de pesquisa máximo Titulos das notícias Previsão ?



the end of the world o fim do mundo 21 december 2012 21 dezembro 2012 mayan calendar



A problemática do fim dos tempos

Talvez para nos sentirmos seguros, temos a necessidade de pensar a vida em ciclos mais ou menos regulares, mas Stephen Gould (1998, p 12) esclarece que tais não existem na natureza. Os três ciclos principais: rotação da Terra sobre si mesma, da Lua em volta da Terra e desta em volta do Sol, definem respetivamente a duração dos dias, dos meses e dos anos. A história dos calendários que nos orientam está repleta de irregularidades (que tem sido necessário ajustar) e também de algumas arbitrariedades.

A nossa análise dos fenómenos é geralmente limitada pela escala da nossa própria vida, tendo como coordenadas a nossa idade e o contexto cultural em que nos situamos. Como diz Gould (1998, p 24), *"somos prisioneiros das nossas escalas do tempo e do espaço"*. Anunciamos inoportunamente catástrofes, mas, acrescenta o mesmo autor:

Só nos decidimos a agir quando nos sentimos constrangidos (...) É difícil mudar e a mudança social ainda é mais improvável do que a transformação pessoal (Gould, 1998, p.27).

O facto de, ao longo da evolução das espécies na Terra, a sobrevivência ser a exceção e o desaparecimento a norma, devia ser suficiente para despertar a consciência da nossa própria finitude enquanto civilizações. Alguns de nós compreendemos racionalmente esta situação mas não agimos em conformidade, seja por inércia ou acomodação, ou pura e simplesmente porque não apreendemos verdadeiramente o alcance desta afirmação. A consciência dos limites da nossa vida, seja individual ou coletivamente, constitui um obstáculo com que a nossa razão se confronta.

As profecias apocalípticas servem para prevenir as nossas angústias pessoais perante a certeza da morte. Mas em geral, a doutrina escatológica comporta uma promessa de ressurreição em quase todas as religiões, o que é reconfortante e pode até trazer uma nova esperança, de reunião com os entes queridos e o início de um futuro radioso.

O fervor apocalíptico é terreno daqueles que não aceitam o mundo tal como ele é. É por isso que normalmente os poderes estabelecidos, espirituais ou temporais, são hostis aos movimentos apocalípticos e os profetas são considerados revolucionários (Gould e Eco, 1998 pp 26 e 208).

Segundo Kermode (1966, p 94) o tempo não é livre, é escravo de um fim mítico. O mito do Apocalipse e da Gênesis, foram dos que mais contribuíram para estruturar as expectativas cristãs ocidentais. Se a ideia de fim do mundo aparece nos escritos cristãos, pondo um ponto final em qualquer história, também neste mesmo círculo de ideias é fundamental a construção de um tempo primordial e verdadeiro. Essa história inicia-se no tempo fundador, caminham do em direção a um fim, por meio de contingências e peripécias, pois todas as histórias verossímeis devem ter um começo, um meio e um fim. Constrói-se então, não a

imagem do fim último, mas uma imagem dos últimos tempos – tempos de terror, de decadência, mas também de renovação.

Ortoleva (2009, p 3), diz-nos que a criação de mitos implica uma simplificação e geralmente um compromisso entre os dados retirados de fontes fidedignas e narrativas ou padrões representacionais. O mito não é, na sua interpretação, um conto falso, é antes uma história, diferente de novelas ou filmes, que não é atribuído a um autor específico e que fica “mascarado” devido á sua circulação, formando um padrão que pode ser reconhecido como parte do que conhecemos como folclore, cultura popular ou cultura de massas.

A dimensão mítica da sociedade é assim comentada por Silverstone:

The mythic dimension of society contains traditional stories and actions whose source is the persistent need to deny chaos and create order. It contributes to the security of social and cultural existence. The mythic is a world apart, but it is also close at hand. It acts as a bridge between the everyday and the transcendent, the known and the unknown, the sacred and the profane. (Roger Silverstone, 1981, apud Scannell, 2007)

Marshall McLuhan aborda também a questão do mito nas sociedades industriais como elemento que domina os meios de comunicação social e refere que continuamos a pensar nos antigos padrões fragmentados de espaço e tempo em que vivíamos na era pré-eletrónica (1964, p 4). McLuhan (1964, p 153) comenta que o mito ou o modo icónico de consciência substitui o ponto de vista multifacetado. Numa cultura em transformação como a nossa, a consciência trágica e cómica é gerada em grande abundância (idem, p 154).

Segundo Kapferer (1987, p 29), o processo de “ancorar” um mito à realidade explica o regular ou imprevisível reaparecimento de rumores.

Rumores do fim do mundo

Segundo alguns autores (Thompson, 2000, p 27; Kapferer, 1987, p 2) um rumor define-se por ser uma conversa que se difunde através da interação face-a-face ou de comunicação mediada. É geralmente baseado em factos não confirmados e à medida que se espalha, vai-se afastando da verdade, distorcendo a realidade.

Um rumor fornece notícias sobre um evento importante (Kapferer, 1987, p 2) e propaga-se com a repetição. Esta repetição torna-se mais convincente, especialmente quando a informação vem de diferentes fontes (idem, p 80).

Segundo Kapferer (1987, p 5), também existem rumores que se podem tornar reais, mas o problema reside em saber o que são “factos não confirmados”. No dia-a-dia, raramente verificamos a informação vinda de outros, pois a vida social é baseada na confiança e na delegação da tarefa de verificação. Quando vimos uma notícia no jornal assumimos que foi verificada, apesar de não termos provas de tal. Hoje-em-dia, somos bombardeados com todo o tipo de informações, sendo que a linha que distingue os “rumores” da restante informação é subjetiva, dependendo da convicção de cada um.

Os rumores podem ser vistos como a ação coletiva pela qual se pretende dar significado a factos inexplicáveis (Shibutani, 1966, apud Kapferer, 1987, p 8). Segundo o mesmo autor, alguns rumores criam os próprios eventos. O que nos leva a considerar a problemática sobre o dia 21 de dezembro de 2012 como um rumor.

Os rumores crescem frequentemente de más interpretações das mensagens. (Kapferer, 1987, p 29) e são produto da junção dos factos e da imaginação (idem, p 38). As fontes têm, no final, pouca importância, pois o que gera o rumor é a adesão e a mobilização. (idem, p 20).

No topo da lista de informações que pode levar a rumores está tudo o que perturbe o estado das coisas e que leve as pessoas a reagir, tal como notícias com interesse pragmático ou avisos de perigo (idem, p 43). Os rumores sobre catástrofes naturais, por exemplo, espalham-se instantaneamente. Mas além de avisar as pessoas, os rumores podem também determinar a evolução das notícias (idem, p 44).

A primeira reação de um indivíduo ao ler uma notícia é contá-la a alguém e ao fazer isto surgem discussões relacionadas com as suas implicações (idem, p 42). Falar é começar um processo de discussão com base nas notícias cujo objetivo é chegar à definição coletiva da realidade (idem, p 45). Isto mostra como na génese de um rumor, os que falam inicialmente sobre o assunto não acreditam necessariamente nele.

Aceitar a informação como verdadeira depende das referências que cada indivíduo utiliza para a avaliar (idem, p 73). Se a informação é coerente com as suas referências, então adquire um maior grau de probabilidade de ser verdadeira. Se as pessoas acreditam que o mundo acaba de uma forma apocalíptica, como defendem várias religiões, então a probabilidade de se acreditar que o mundo acabará neste dia é maior.

Os rumores têm origem em meios de comunicação não oficiais e depois circulam por redes de afinidade ou de proximidade e muitas vezes chegam a especialistas, que são pessoas mais informadas e que dão maior credibilidade ao rumor. A construção de provas testa o efeito geral da comunicação na interpretação de factos subsequentes (idem, p 77). No decorrer de um rumor, é dada forma a um consenso através da contribuição de detalhes, elementos adicionais e hipóteses pessoais.

Um bom exemplo, e a partir do qual podemos fazer uma comparação com o caso do “fim do mundo”, foi o programa de rádio ficcionado “A guerra dos mundos” de Orson Welles, baseado na sua obra homónima,

transmitido a 30 de outubro de 1938. Neste programa, Welles simulou via rádio, a chegada de marcianos à terra e, recorrendo aos comentários de jornalistas e de especialistas em astronomia e astrofísica, fez com que a população norte-americana entrasse em pânico. Por todo o país as pessoas começaram a rezar, chorar, a fazer malas, e muitos acorreram às suas famílias para os alertar do perigo. As pessoas contactaram os vizinhos, despediram-se dos entes queridos e telefonaram para a polícia e para os meios de comunicação para obter mais informações. Dos seis milhões que ouviram o programa, um milhão diz ter ficado profundamente sensibilizado (idem, p 74).

Segundo Kapferer (1987, p 74), as pessoas que mais ficaram afetadas foram:

- Pessoas muito devotas, principalmente membros de religiões fundamentalistas que esperam que o mundo possa acabar a qualquer minuto;
- Pessoas sensíveis ao risco de guerra e que acreditavam num ataque eminente de uma potência estrangeira;
- Pessoas que acreditavam no extraordinário poder da ciência e que implicitamente esperavam algum tipo de catástrofe eminente.

As condições económicas, educacionais e o receio de uma guerra naquela época não foram favoráveis para impedir o pânico. Também no caso que analisamos, as condições económicas globais, em conjunto com graves problemas ambientais, levam as pessoas a temer este tipo de eventos incontroláveis e inexplicáveis. Além disso, podemos facilmente estabelecer uma ligação com o tipo de pessoas que ficou afetada com o programa de Welles e com o tipo de pessoas que ficaram sensibilizadas com este suposto fim do mundo.

O ser humano não gosta da desordem, da incerteza e dos acasos. Comportamentos supersticiosos, encantamentos e magia testam a nossa necessidade de imaginar que uma “ordem escondida” existe para além do aparente acaso e desordem (idem, 78).

Mas, além de todas estas características, e talvez a mais importante, é a que os rumores são coisas em que queremos acreditar e por vezes esse desejo é tão grande que ultrapassa os critérios normais de realismo e de plausibilidade. Kepferer vai mais longe e diz que os rumores não convencem, mas seduzem as pessoas (idem, p 82).

Efetivamente, o mundo não acabou e Gould (1998, p. 21) explica-nos o que isso implica:

" Trata-se de um esquema constante na história dos homens, a única certeza que temos a propósito do Apocalipse: o desmentido infligido às práticas pela realidade. Ora, se o acontecimento esperado faltar ao encontro, temos por onde escolher. Ou renunciamos à crença, ou retocamos a foto: compreendi mas, os cálculos estavam errados. E fazemos prodígios para reinterpretar a mensagem, a fim de descobrirmos a verdadeira data."

O pânico nos média e na Internet

"The ear turns man over to universal panic while the eye, extended by literacy and mechanical time, leaves some gaps and some islands free from the unremitting acoustic pressure and reverberation." (McLuhan, 1964, p 155)

Os rumores e o pânico instalado relacionam-se com o estado de incerteza e a situação psicológica da era, comenta Kapferer (1987, p 20). Os rumores são objeto de curiosidade e por isso se espalham com facilidade. Cada indivíduo age como um mini-editor e os jornais acabam por noticiar, porque é um assunto que chama a atenção (idem, p 47). Se é verdade ou não, não é importante: o efeito que faz justifica a publicação. Rumores como o do "fim do mundo" são incontroláveis e o número de notícias sobre o assunto é tão grande, que qualquer tentativa de negação é em vão.

Segundo Umberto Eco (1998, p 209), a propósito do medo da mudança do milénio, é apenas a imprensa que insiste em criar uma psicose: sem notícias sensacionalistas, e sem exclusivos os jornalistas são obrigados a "inventar" as notícias. A Igreja, guardiã da ideologia e da memória evita que este seja um tema falado, mas hoje em dia, os guardiões são os média que tudo fazem para que se fale disso.

A competitividade nos média, e o tempo que demora a confirmar uma fonte, pode levar a que sejam publicadas notícias sem que se confirme a sua origem. Também acontece, por vezes, serem os próprios média a criarem um rumor.

Dada a natureza das redes de comunicação atuais, a informação pode ser difundida muito rapidamente e para um grande número de pessoas. Os meios de comunicação social funcionam como acelerador, pois acabam por legitimar a hipótese posta pelo público.

Segundo a investigação de Anna Tous-Rovirosa (p 134), a relevância vital para a análise das histórias noticiosas no que respeita ao seu conteúdo é a matização e os postulados da *agenda-setting* (o conceito de *agenda-setting* refere-se à importância e à escolha que é dada às notícias pelos meios de comunicação social). O que diferencia entre temas de interesse corrente, - os quais não resistem à variedade de interesses públicos-, e entre os temas que são resistentes ao tempo - os "temas sem tempo" -, são que estes últimos garantem a viabilidade do trabalho, graças ao realismo emocional. Os temas resistentes ao tempo continuam a ter um interesse contante porque são atualizados com base nos sentimentos da audiência.

A investigação dos média dá, normalmente, preferência ao que é mais significativo, ao acontecimento, à crise (Silverstone, 2004, p 228). Imagens perturbadoras ou violência servem para medir os efeitos utilizando, como chave, acontecimentos mediáticos de cariz humano e natural, para explicar o papel dos média no manuseamento da realidade ou do exercício do poder. "É necessário ter tudo isto em conta desde que sabemos, por Freud, que o conhecimento das patologias, e dos exageros também, nos revela muito

sobre o que é normal. Temos que reconhecer que é através da tensão constante entre o excepcional e o comum que podemos começar a entender o trabalho dos média e a sua importância." (ibidem)

Silverstone (2004, pp 229 e 230) acrescenta que os média têm um papel central no processo de estabelecer distinções e elaborar juízos, enquanto medeiam a relação dialética entre a classificação das notícias. A capacidade de construir uma versão dos acontecimentos depende da presença, na nossa cultura e na nossa memória, de imagens ou realidades preexistentes.

Para Silverstone (idem, 234), podemos abandonar o campo, virar as costas às imagens mediáticas, mas não podemos, sem grande esforço e dificuldade, colocarmo-nos contra elas. É devido à má colocação da experiência, nos média, que a transcendência reivindica que é ainda possível que se perca autenticidade na sociedade contemporânea. Como resultado, a nossa capacidade de imaginar e de nos envolvermos com mundos fora do nosso, com raras exceções, está inteiramente contida e limitada pela estrutura dos média.

Mas, além da escolha das notícias feita pelos média, há pela primeira vez uma capacidade de comunicação de massas não mediatizada que é a Internet. Esta permite uma comunicação horizontal, de cidadão para cidadão, criando sistemas próprios de comunicação onde cada um pode fazer as suas escolhas e comunicá-las. Coloca-se assim o problema da credibilidade, de saber no que se deve acreditar. (Castells, 2004, p 224)

A problemática com mais carga ideológica da análise da Internet, é a problemática da sociabilidade, da interação social ou individual ou das comunidades virtuais, pois está dominada pelas fantasias dos futurólogos e de jornalistas mal informados, embora haja jornalistas muito bem informados, comenta Castells (2004, p 216).

Segundo Castells (2009, p 419), qualquer coisa que chegue à Internet, chega provavelmente a todo o mundo. Assim, a Internet potencia o processo e os efeitos dos rumores, pois segundo o mesmo autor, os comportamentos apropriam-se da Internet, amplificam-se e potencializam-se a partir do que são (Castells, 2004, p 216).

Dentro das maiores tendências no desenvolvimento global da sociedade da informação (Himanen, 2005, p 349), podemos identificar a propagação de uma "cultura de emergência". O ritmo de desenvolvimento está a acelerar, o que aumenta a volatilidade das economias, as tensões nos locais de trabalho e aprofunda os afastamentos sociais. Esta tendência é caracterizada pelo aumento da instabilidade. O desafio de um desenvolvimento sustentável quer em termos humanos ou ambientais, tem um papel preponderante numa sociedade de risco como esta.

Conclusão

Os rumores são utilizados para dar significado a factos inexplicáveis e crescem frequentemente de más interpretações das mensagens. Os rumores são um meio de coesão social e os movimentos apocalípticos são, também eles, movimentos sociais (Gould, p. 26) e relacionam-se com o estado de incerteza e a situação psicológica da Era.

A data de 21 de dezembro de 2012 foi, sem dúvida, a data de fim do mundo mais mediatizada de sempre e um dos maiores rumores a que temos assistido. A Internet permitiu que o processo e os efeitos do rumor se amplificassem, sendo que este tipo de comunicação não mediada dificulta também a credibilidade das informações.

A torrente da manipulação internáutica rapidamente chamou a si a tarefa de congeminar e aduzir argumentos complementares para o definitivo apocalipse. O Turismo, os *kits* de sobrevivência, livros, filmes e algumas marcas aproveitaram o evento para o negócio. O rumor do fim do mundo revelou-se um *bestseller*. Por outro lado, os meios de comunicação tendem a dar preferência a acontecimentos sensacionalistas e que apelem ao sentimento das audiências. As fontes noticiosas nem sempre são confirmadas, o que pode levar à publicação de informações falsas, potenciando a legitimação e propagação do rumor.

Durante os últimos 2000 anos houve cerca de 200 datas para o Apocalipse, que se mostraram estar erradas e esta não será certamente a última (Harrison, 2012). A este propósito citamos um dos artigos que mais nos sensibilizou durante o decorrer deste estudo, que dizia: "Hoje o mundo pode acabar. Mas não nos esqueçamos que o mundo já acabou e vai continuar a acabar mais vezes. Onde? No cinema, nos livros, na música, nas ideias, dentro de nós" (Belanciano, 2012).

Com efeito, é uma característica recorrente na nossa tradição cultural, pensar na nossa posição histórica no fim de uma época ou de uma Era (Kermode, 1966, p 96). Alguns vivem preocupados que este seja o tempo do fim, ou se haverá, e para quando, um fim do próprio tempo. Se ele é um eterno retorno, um tempo circular, se existe uma flecha do tempo, se ele é o palco onde se desenrolam todos os acontecimentos, de acordo com Newton, ou se a evolução da História se faz em espiral, como defendia Marx, ou se o tempo e o espaço são relativos entre si, na lógica de Einstein, ninguém sabe ao certo.

Há, no entanto, muito a fazer para já para garantir o tempo que há-de vir, que é, sobretudo, de incertezas.

Bibliografia

BELANCIANO, Vítor (21 dezembro 2012), *O mundo não acaba hoje, porque o fim do mundo somos nós*, Público, <http://www.publico.pt/cultura/noticia/o-fim-do-mundo-somos-nos-1578183#/0> [acedido a 21 dezembro 2012]

BOIES, Jason (21 dezembro 2012), *Millions are Talking About the End of the World on Social Media*, [http://www.radian6.com/blog/2012/12/millions-are-talking-about-the-end-of-the-world-on-social-media/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Radian6+\(Power+Shift+from+Radian6\)](http://www.radian6.com/blog/2012/12/millions-are-talking-about-the-end-of-the-world-on-social-media/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Radian6+(Power+Shift+from+Radian6)) [acedido a 22 dezembro 2012]

BOOTH, William (21 dezembro 2012), *End of the world: Not this year*, Washington Post, http://www.washingtonpost.com/world/the_americas/end-of-the-world-not-this-year/2012/12/21/1955b0c4-4ba6-11e2-8758-b64a2997a921_story.html [acedido a 22 dezembro 2012]

CASTELLS, Manuel (2009), *Communication Power*, Oxford University Press

CASTELLS, Manuel (2004) *Sociedade em rede*, in OLIVEIRA, Manuel Paquete, CARDOSO, Gustavo, BARREIROS, José Jorge, *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*, BonD - Books on Demand

DIÁRIO DIGITAL (10 dezembro 2012), *México lucra com profecia maia do "fim do mundo"*, http://diariodigital.sapo.pt/news.asp?id_news=605801 [acedido a 11 dezembro 2012]

EFE, Agência (6 dezembro 2012), *Nasa usa redes sociais para desmentir fim do mundo*, <http://info.abril.com.br/noticias/ciencia/nasa-recorre-as-redes-sociais-para-desmentir-fim-do-mundo-em-2012-06122012-10.shl> [acedido a 10 dezembro 2012]

GOULD, Stephen Jay, DELUMEAU, Jean, CARRIÈRE, Jean-Claude, ECO, Umberto (1998), *O fim dos tempos*, Traduzido do francês por Isabel St. Aubyn, Teresa Cardoso, Augusto Joaquim e Isabel Pascoal (1999), Terramar, Lisboa

HIMANEN, Pekka (2005), *Desafios Globais da Sociedade de Informação*, in *A sociedade em rede: do conhecimento à ação política*, Conferência organizada por Manuel Castells e Gustavo Cardoso, Promovida

pelo Presidente da República Jorge Sampaio no Centro Cultural de Belém, Lisboa, Licenciado por Creative Commons 2.5, http://www.cies.iscte.pt/linhas/linha2/sociedade_rede/index.jsp

HARRISON, Ted, (4 dezembro 2012), *The end of the world – an eternal scare story*, The Guardian, <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/dec/04/end-of-the-world-21-december?intcmp=239> [acedido a 13 dezembro 2012]

KAPFERER, Jean-Nôel (1987), *Rumors – Uses, Interpretations & Images*, Traduzido do francês para o inglês por Bruce Fink (1990), Transaction Publishers, New Brunswick e Londres

KERMODE, Frank (1966), *The sense of an Ending*, Oxford University Press

McLUHAN, Marshall (1964), *Understanding Media – The extensions of man*, The MIT Press Cambridge, Massachusetts, London, England, edição de 1994

ORTOLEVA, Peppino (2009) *Modern Mythologies, the Media and the Social Presence of Technology*, Observatorio (OBS*) Journal, Obercom Vol. 3 n°1, disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/163>

PAWLOWSKI, A. (27 janeiro, 2009), *Apocalypse in 2012? Date spawns theories, film*, CNN, <http://edition.cnn.com/2009/TECH/science/01/27/2012.maya.calendar.theories/> [acedido a 5 janeiro 2013]

PÚBLICO, Jornal (18 dezembro 2012), *Rumores sobre o fim do mundo levam a detenção de 100 pessoas na China*, <http://www.publico.pt/mundo/noticia/detidas-mais-de-100-pessoas-na-china-por-rumores-sobre-o-fim-do-mundo-1577837> [acedido a 18 dezembro 2012]

SCANNELL, Paddy (2007), *The Message of Silverstone*, International Journal of Communication 1

SILVERSTONE, Roger (2004), *Porquê estudar os media?: 11 de Setembro e a ética da distância*, in OLIVEIRA, Manuel Paquete, CARDOSO, Gustavo, BARREIROS, José Jorge, *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*, BonD - Books on Demand

THOMSON, John B. (2000), *Political Scandal – Power and Visibility in the media age*, Polity Press

TOUS-ROVIROSA, Anna (2012) *Convergence Content in International On-Line News: Thematic and mythical recurrence in The New York Times and BBC On-Line News*, Observatorio (OBS*) Journal, Obercom Vol.6 nº3, disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/572/508>

WALKER, Tim (9 dezembro 2012), *Doomsayers await the end of the world – on 21/12/12*, The Independent, <http://www.independent.co.uk/news/world/politics/doomsayers-await-the-end-of-the-world--on-211212-8395863.html> [acedido a 12 dezembro 2012]