

JOÃO CARLOS CORREIA, ANTÓNIO FIDALGO, PAULO SERRA (ORGS.)

INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO ONLINE
VOLUME III

MUNDO ONLINE DA VIDA E CIDADANIA

UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
COVILHÃ - PORTUGAL

Índice

I	Novos Media e Cidadania	1
	Apresentação	
	<i>por</i> João Carlos Correia	3
	<i>Media, mass media, novos media</i> e a crise da cidadania	
	<i>por</i> Alexandre Sá	5
	Psicologia da imagem: um retrato do discurso persuasivo na Internet	
	<i>por</i> Ivone Ferreira	21
	A ideologia dos novos <i>media</i>: entre velhas e novas ambivalências	
	<i>por</i> Gil Ferreira	31
	Texto inteligente e qualidade (quase) zero	
	<i>por</i> João Canavilhas	41
	Novo jornalismo: CMC e esfera pública	
	<i>por</i> João Carlos Correia	51
	Notas sobre a mais velha arte do mundo	
	<i>por</i> Jorge Bacelar	81
	Novos <i>media</i>, velhas questões	
	<i>por</i> Maria João Silveirinha	95
	Mediaticamente ‘Homem Público’: sobre a dimensão electrónica dos espaços públicos	
	<i>por</i> Susana Nascimento	117

II O Mundo Online da Vida	143
Apresentação	
<i>por</i> António Fidalgo e Paulo Serra	145
Nova corte na aldeia	
<i>por</i> António Fidalgo	149
O teletrabalho - conceito e implicações	
<i>por</i> Joaquim Paulo Serra	163
O modo de informação de Mark Poster	
<i>por</i> António Fidalgo	189
O mundo como base de dados	
<i>por</i> Luís Nogueira	207
Os novos meios de comunicação e o ideal de uma comunidade científica universal	
<i>por</i> António Fidalgo	217
A vertigem. Da ausência como lugar do corpo	
<i>por</i> Catarina Moura	229
Percepção e experiência na Internet	
<i>por</i> António Fidalgo	243
E-publishing ou o saber publicar na Internet	
<i>por</i> António Fidalgo	255

Capítulo I

Novos Media e Cidadania

Apresentação

João Carlos Correia

Universidade da Beira Interior.

E-mail: jcorreia@alpha2.ubi.pt

No capítulo “Novos *Media* e Cidadania” surgem múltiplas referências à ambiguidade dos projectos que se cruzam em torno da Internet e das novas tecnologias. Simbolicamente, este conjunto de textos é delimitado por um ensaio de Jorge Bacelar (“Notas sobre a mais velha arte do mundo”) que enfatiza a rugosidade mediática dos mais velhos *media* da humanidade, aqueles centrados em imagens que estruturam a formação da identidade de um modo fragmentado e anárquico, o *graffiti*. É, pois de entre a poesia visceral do *graffiti* (Protesto? Murmúrio? Inquietação? Grito?) que emergem as possibilidades dos novos “conteúdos”, os produtos estandarizados por uma nova indústria de tecnologia vincada pela presença de um sem número de neologismos que são produto de uma oscilação entre um novo-riquismo fascinado pelo *gadget* e um genuíno desejo de uma utopia que, todavia, permanece sob suspeita: sob observação.

É na interpelação destas possibilidades que se inscrevem a maioria dos textos que compõem esta secção: o classicismo elegante de Alexandre Sá (“*Media*, *mass media*, novos *media* e a crise da cidadania”) e de Gil Ferreira (“A ideologia dos novos *media*: entre velhas e novas ambivalências”) recenseia as esperanças e os desejos de sucessivas gerações de *media* recorrentemente acusadas de contribuírem para a crise da vida cívica, demonstrando como novas esperanças surgem para uma melhor democracia e um melhor agenciamento político. Num outro registo (“Novo jornalismo, comunicação mediada por computador e esfera pública”), João Carlos Correia interpela já os novos *media* e os seus excessos, ou seja os fechamentos que eles já introduzem em volta de uma ideia de democracia e de comunidade: a obsessão por uma imagem fugaz que pode cegar a razão no seu empreendimento crítico e dialógico, a velocidade que consome os espaços de mediação, o excesso de proximidade que consome a distância onde essa intervenção mediadora

se haveria de realizar. Sobra a esperança de poderem surgir formas de jornalismo em torno de uma ideia de comunidade noticiosa onde se há-de recuperar (provavelmente) o espaço dessa distância de um modo que implique a reconstrução crítica de instâncias mediadoras, que terão de seguir determinadas condições para que não caiam rapidamente na voragem abissal de uma cacofonia diferencial: a comunidade que só acredita no seu dialecto específico.

Apesar de tudo estes textos não tratam de encerrar os novos *media* numa nova oscilação entre o desastre e a esperança. Trata-se de ver como eles moldam cada um destes pólos com a sua diferença: o jornalismo é desafiado radicalmente (em “Novo jornalismo, comunicação mediada por computador” por João Carlos Correia e em “Texto inteligente e qualidade (quase) zero” por João Canavilhas) pela intervenção de uma nova escrita onde o hipertexto e o hipermedia confrontam os limites do texto tradicional convocando a multiplicidade para o espaço onde antes existia apenas a linearidade. Qual será a qualidade destes novos textos e que novas regras permitirão falar dessa qualidade? – interroga-se João Canavilhas. Por último é a necessidade de uma nova retórica, agora reformulando-se num contexto de um auditório que se não conhece e que se espelha reticularmente: “Psicologia da imagem: um retrato do discurso persuasivo na Internet” de Ivone Ferreira.

Finalmente, é a erupção das políticas da vida: um novo mundo on-line da vida que se anuncia pelas novas formas de construir comunidades e gerir identidades (Susana Nascimento em “Mediaticamente homem público”, Maria João Silveirinha em “Novos *media*, velhas questões”), desafiando a cidadania pela instável erupção de realidades que surgem como um novo desafio catalizado de forma mais veemente por esta linguagem dos novos *media*: novas formas de encontro e de relação, novos modos de viver a subjectividade que são trazidos ao espaço público, numa aparente erosão das fronteiras tradicionais de distinção entre público e privado.

Media, mass media, novos media e a crise da cidadania

Alexandre Sá

Instituto Filosófico da Faculdade de Letras da Universidade de
Coimbra.

E-mail: alexandre_sa@sapo.pt

Introdução

A tarefa de relacionar o tema da cidadania com a questão dos *media* tem hoje inevitavelmente como pano de fundo uma reflexão sobre a educação ou, mais genericamente, a formação para a cidadania. Tal reflexão resulta, antes de mais, da consciência de que a vivência e prática da cidadania, nas nossas democracias ocidentais, está hoje ferida por uma crise profunda. Esta crise manifesta-se em múltiplos fenómenos característicos da nossa vida cívica, penetrando nela a tal ponto que a enumeração de alguns exemplos, embora inevitável para a sua ilustração, corre o risco de aparecer como supérflua e banal. Como exemplo privilegiado desta crise, poder-se-ia mencionar a dissolução dos vínculos sociais e familiares no anonimato das grandes metrópoles cosmopolitas, na linha do que uma “crítica da civilização” do início do século XX, alicerçada sobretudo no *Declínio do Ocidente* de Oswald Spengler, já tinha denunciado. Ou o desinteresse por uma “vida pública”, o exclusivo investimento na vida privada, a que tal anonimato conduz. Ou a abstenção eleitoral como acontecimento decisivo para o funcionamento dos sistemas políticos nas democracias ocidentais, propiciando a concentração de votos em poucos partidos e a consequente consolidação de oligarquias partidárias. Ou o desaparecimento crescente da autoridade dos Estados e de qualquer tipo de vigilância diante da emergência de um mercado dominado por poderosas empresas multinacionais. Ou a marginalidade e o desenraizamento crescentes, resultantes dos fenómenos migratórios maciços decorrentes da situação pós-colonial. Ou ainda o desaparecimento daquilo a que, nos Estados Unidos da América, Michael

Sandel chamou uma “filosofia pública”¹, através da emergência de uma sociedade multicultural, dispersa por formas comunitárias de vida fechadas sobre si mesmas, que não encontra laços unificadores senão no funcionamento burocrático e procedimental de um Estado desvinculado, neutro e demissionário relativamente à decisão sobre questões polémicas e morais.

Abordar a questão dos *media* no contexto desta crise da cidadania é, antes de mais, perguntar de que modo podem os *media* intervir neste horizonte político. E esta pergunta é tanto mais pertinente quanto mais se reparar que são em larga medida os *media* – os *media* a que poderíamos já chamar “tradicionais” e, dentro destes, sobretudo a televisão – a serem eleitos como os principais responsáveis, ou pelo menos uns dos principais responsáveis, da situação vigente. O mundo político ocidental tal como o vivemos hoje, e a vivência da cidadania com que ele se articula, é um mundo configurado pelos *media*. E a consciência desta configuração exige perguntar se os *media* são apenas meros *media*, meros instrumentos, meros “meios” ao serviço de um qualquer fim ou destino político, ou se, pelo contrário, a sua essência não é simplesmente instrumental, surgindo já como a execução de um fim e de um destino específicos. Será a televisão, como já antes fora para muitos a rádio, o meio pelo qual se instala um poder total e invisível, assim como a crise da cidadania que abre as portas dessa instalação? Será que Horkheimer e Adorno tinham razão quando escreveram, apenas dois anos após o fim da Segunda Guerra Mundial, que “os próprios nacional-socialistas sabiam que a rádio concedia uma figura à sua causa, como a imprensa escrita à reforma”?² Ou será que os *media* são apenas instrumentos, certamente perigosos, mas regeneráveis e utilizáveis na construção de uma nova cidadania mais participativa, capaz de superar a crise que actualmente a caracteriza? Ou será que, por exemplo, como acreditava Karl Popper, é possível, através de medidas conjunturais de autoregulação, convencer as pessoas que fazem televisão de que

¹Cf. Michael Sandel, *Democracy's Discontent. America in search of a public Philosophy*, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press, 1996.

²Max Horkheimer, Theodor Adorno, *Dialektik der Aufklärung*, in Theodor Adorno, *Gesammelte Schriften*, vol. 3, Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1998, p. 182.

participam “num processo de educação de alcance gigantesco”?³ O problema aqui evocado intensifica-se ainda mais com o seu alargamento aos chamados novos *media*. Se os *media* “tradicionais”, os *mass media*, poderiam facilmente ser acusados de mergulhar aqueles que os utilizam abundantemente numa solidão apática, quase autista, cortando os laços que poderiam alimentar uma cidadania comunicativa e participativa, os “novos *media*”, possibilitados sobretudo pelo progresso da informática e pela rápida expansão da Internet, podem ser vistos como os instrumentos capazes de finalmente tornar possível tal cidadania, fomentando a comunicação e publicidade generalizadas e, conseqüentemente, uma constante proximidade virtual que dissolva a eficácia das distâncias reais ou de qualquer tipo de barreiras naturais. Assim, mais do que assinalar a responsabilidade dos *media* “tradicionais” na presente situação política, importa perguntar em que medida os “novos *media*” encerram a possibilidade da ultrapassagem desta situação, trazendo em potência uma nova democracia e uma nova cidadania. É esta pergunta implícita que tece o fio condutor da reflexão que aqui se propõe.

Cidadania e comunicação

A nossa experiência de cidadania, a experiência de cidadania que emerge em articulação com o aparecimento do Estado moderno, assenta numa experiência de comunicação. O cidadão é, em sentido eminente, aquele que tem a capacidade de comunicar. E esta capacidade de comunicação encerra três aspectos que, nessa medida, se constituem como pilares da própria constituição que lhe é intrínseca. Em primeiro lugar, quem comunica tem de conseguir reservar para si uma esfera de interioridade inviolável, cuja intimidade garante, no âmbito da comunicação, a sua diferença em relação ao outro e a sua identidade consigo mesmo. Em segundo lugar, ele é, enquanto comunicador, caracterizado pela capacidade de justificar as diferenças que o identificam. Nesse sentido, tem a capacidade de

³Karl Popper, John Condry, *Televisão: um perigo para a democracia*, trad. Maria Carvalho, Lisboa, Gradiva, 1999, p. 26.

discutir e criticar, de argumentar e acolher argumentos, de persuadir e ser persuadido. Finalmente, em terceiro lugar, na medida em que argumenta, e na medida em que a sua argumentação se traduz necessariamente como persuasão, ele é marcado pela sua capacidade de influenciar, numa influência cujos limites são, à partida, imprevisíveis. Na sua infinita diferença de escala, tudo é, à partida, objecto possível da influência do cidadão que critica, que discute, que comunica: os outros mais ou menos próximos, presentes nas relações de vizinhança ou profissionais, os desempenhos de uma região ou de um povo, os destinos da humanidade ou da própria história.

Contudo, aquando da sua emergência histórica, o cidadão comunicativo não é imediatamente um cidadão influente. A capacidade de comunicar própria da cidadania desenvolve-se ainda durante a vigência do período político absolutista, preparando certamente a revolução, mas despojtando em instâncias que não podem ser pura e simplesmente confundidas com o movimento revolucionário. Por outras palavras, a capacidade de comunicar desenvolve-se, à partida, despojada ainda da influência política que, por outro lado, não pode deixar de ambicionar alcançar. É ainda a vigência política do Estado absoluto que possibilita a emergência de uma esfera privada, de uma esfera moral que, mantendo-se num plano infra-político, num plano incapaz ainda de influenciar ou de se contrapor a uma política guiada pelos critérios da razão de Estado, não pode, no entanto, deixar de se ir erguendo como a sua consciência crítica. É para a emergência de uma tal consciência que contribuem o aparecimento de associações e grupos de discussão, de clubes e lojas maçónicas, de uma crítica artística e literária, assim como o rápido desenvolvimento de uma imprensa escrita. A esfera pública do Estado, o monarca e a sua corte, expõe-se assim em público, representando e oferecendo-se ao juízo crítico da consciência dos cidadãos, como se estivesse sobre um palco teatral. E tais cidadãos desenvolvem-se através da comunicação entre si, avaliando criticamente este mesmo Estado, nas suas aptidões e desempenhos. É na medida em que a figura representativa do monarca garante, na sua unidade pública, o espaço para a multiplicidade privada dos pontos de vista, e até para a sua discussão, que, por exemplo, se

torna possível a Leo Strauss caracterizar Hobbes como o “fundador”⁴ do liberalismo. Ou que Reinhart Koselleck pode afirmar que “o individualismo de Hobbes é, enquanto pressuposto de um Estado ordenado, simultaneamente também a condição para o livre desenvolvimento do indivíduo”.⁵

O cidadão aparece assim, ainda no decurso do período político absolutista, através da emergência de um público crítico e comunicativo. Este surge através da expansão de uma progressiva esfera de discussão, confrontação e debate, onde se esboçam e desenvolvem o raciocínio e o argumento. O fim do absolutismo monárquico do século XVIII e a emergência do parlamentarismo alimentam-se justamente desta expansão, do alargamento do público e da crítica, e, consequentemente, da convicção de que a moral pode influenciar a política, ou seja, de que as diferenças de pontos de vista, assim como a sua discussão, não apenas podem, mas devem influenciar eficazmente decisões governamentais que, como tal, devem ser tomadas publicamente, à vista de todos, sem recorrer ao segredo exigido pelo critério exclusivamente político da razão de Estado. A partir da expansão de um público crítico e esclarecido, as instituições políticas fundamentais podem e devem ser a expressão da comunicação, da discussão e do debate, do argumento e do raciocínio, que ao próprio público são intrínsecos. É neste sentido que Guizot pode justificar a instituição parlamentar do seguinte modo: “A característica do sistema que não admite, em lado nenhum, a legitimidade do poder absoluto é a de obrigar todos os cidadãos a procurarem sem cessar, e em cada ocasião, a verdade, a razão, a justiça, que devem regular o poder de facto. É o que faz o sistema representativo: 1) através da discussão que obriga os poderes a procurarem a verdade em comum; 2) através da publicidade que põe os poderes ocupados com essa investigação sob os olhos dos cidadãos; 3) através da liberdade de imprensa, que provoca os cidadãos a procurarem eles mesmos

⁴Cf. Leo Strauss, Anmerkungen zu Carl Schmitt, Der Begriff des Politischen, in Heinrich Meier, Carl Schmitt, Leo Strauss und *Der Begriff des Politischen: Zu einem Dialog unter Abwesenden*, Estugarda, Weimar, Metzler, 1998, p. 108.

⁵Reinhart Kosel, *Kritik und Krise*, Frankfurt, Suhrkamp, 1997, p. 19.

a verdade e a dizê-la ao poder”⁶. E, por outro lado, a discussão presente no forum parlamentar assegura também o alargamento do público e da crítica. A publicidade da discussão parlamentar, através dos meios ao serviço de uma comunicação generalizada, não apenas garante uma vigilância sobre as actividades parlamentares e governativas por parte dos cidadãos criticamente formados, como cultiva entre estes cidadãos o hábito de raciocinar política ou publicamente. É a própria comunicação que forma os cidadãos enquanto tais, enraizando neles o hábito de participar em discussões cívicas, de votar, de pensar e de argumentar como se fossem eles mesmos governantes ou parlamentares.

Cidadania e *mass media*

O fim do absolutismo monárquico, exigido pela emergência de um público crítico e comunicativo desenvolvido sob a sua sombra, inaugura, no entanto, um problema fundamental para a própria comunicação. A contestação à representação do Estado pelo monarca implica a adesão a um princípio político identitário, a um princípio de identidade entre povo e Estado, a uma democracia cujo mais claro exemplo se encontra na obra de Rousseau. Já não é o povo enquanto representado pela pessoa pública do príncipe, mas o povo enquanto idêntico a si mesmo, o povo mesmo na sua identidade, que é soberano. E se o povo se identifica imediatamente com o soberano, prescindindo de qualquer mediação representativa, tal quer dizer que ele deve ser a partir de si mesmo uma unidade, a qual não pode admitir no seu seio a heterogeneidade de diferenças sempre perturbadoras. Assim, se a contestação ao absolutismo monárquico surge a partir de um público crítico, marcado por diferenças intrínsecas e pela sua discussão, a democracia que se lhe segue, longe de assentar na variedade cosmopolita e multicultural das diferenças entre os homens, longe de basear-se no diálogo e na comunicação entre as diferenças, encontra na educação o instrumento apropriado para a exclusão da heterogeneidade, assim como para aquilo que é, no

⁶Guizot, *Histoire des origines du gouvernement représentatif en Europe*, cit. por Jürgen Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Frankfurt, Suhrkamp, 1990, p. 176.

fundo, uma encoberta manipulação das consciências; como diz expressamente Rousseau, para a formação dos homens não “tais como são”, mas “como temos necessidade que sejam”⁷.

Os *media*, os meios de comunicação, adquirem assim, nas sociedades democráticas que se seguem ao absolutismo monárquico, um carácter ambivalente. Por um lado, eles apresentam-se, em teoria, como os meios para a afirmação e para o cultivo das diferenças, para a discussão e argumentação em torno de tais diferenças, para a propagação do grupo, à partida restrito, do público crítico. Mas, por outro lado, apropriados pelo projecto democrático, eles tornam-se, na prática, num instrumento de dissolução dessas mesmas diferenças, num meio de homogeneização do pensamento, da opinião, da vontade, e mesmo do sentimento. Por um lado, na sua autocompreensão e autojustificação, os *media* determinam-se como meios essenciais para a formação de um público crítico abrangente, interveniente e bem informado, capaz de assumir a influência política a que um público crítico mais restrito não poderia aspirar. Por outro, deles resulta uma multidão estilizada sob o cunho de uma figura típica, uma espécie de *golem* moldado sob a referência de um pensamento e de um corpo padronizados. Surge assim o pensamento uniformizado pelos chavões estéreis e vazios do “politicamente correcto”, na banalidade inconsequente dos slogans contra a miséria, a fome, a guerra, as privações, o sofrimento, o fanatismo, a discriminação. Ou o corpo uniformizado pela imposição de um padrão estreito de beleza, sacrificado à genética, aos cosméticos, à cirurgia estética, à dieta, à anorexia, ao *body building*. Em ambos os casos, trata-se de uma progressiva incapacidade não apenas de diferenciação, mas sobretudo de discussão e de justificação da diferença. É sob o signo desta ambivalência que os *media* ganham, no século XX, a sua forma como *mass media*. Eles tornam-se então instrumentos, veículos de uma massificação. O aparecimento dos *mass media* insere-se assim num projecto que, já na sua formulação, é paradoxal: o aparecimento da sociedade como uma “massa crítica”. E esta natureza paradoxal do projecto político que lhes está subjacente desencadeia, como consequência intrínseca ao seu próprio

⁷Jean-Jacques Rousseau, *Économie Politique*, Oeuvres complètes, I, Paris, Seuil, 1971, p. 281.

desenvolvimento, aquilo a que se poderia chamar o próprio desaparecimento da criticidade. A própria ideia de massa encerra em si mesma a tendência democrática para a homogeneização, ou seja, para a anulação das diferenças possibilitantes da comunicação. Assim, o aparecimento de meios como a rádio e, sobretudo, a televisão, cujo fim se traduz numa massificação da comunicação, não pode deixar de ter como resultado a aniquilação da comunicação propriamente dita. Por outras palavras, a tentativa de expandir o público crítico, alargando-o a toda a sociedade através dos *mass media*, acaba por ter como consequência inevitável não o desaparecimento da sociedade enquanto massa não crítica, mas a própria massificação daquilo que originariamente fora um público mais crítico e, entre si, mais diferenciado.

A consciência da massificação operada pelos *mass media* é simultânea ao seu aparecimento. A massa é, por exemplo, nas palavras de Ortega y Gasset, justamente “o conjunto de pessoas não especialmente qualificadas”. Massa é o homem que “se sente bem ao sentir-se idêntico aos demais”⁸. Neste sentido, o homem massificado é aquele que não se diferencia e que, conseqüentemente, não comunica, não discute nem debate a sua diferença. A analítica da quotidianidade por Heidegger, a analítica do “se” (*das Man*), detem-se justamente no tipo de comunicação do homem massificado, caracterizando-a como um *Gerede*, um “falatório”, uma comunicação que efectivamente o não é, na medida em que, longe de consistir na discussão da diferença e do novo, se reduz apenas à repetição do igual: “Na utilização dos meios de transporte públicos, no uso dos meios de informação (jornais), cada um é como o outro. Fruímos e divertimo-nos como se frui; lemos, vemos e julgamos sobre literatura e arte como se vê e julga; mas também nos retiramos da “grande multidão” como se se retira; achamos “escandaloso” aquilo que se acha escandaloso”⁹. A unilateralidade dos *mass media*, da rádio e da televisão, longe de estimular o confronto e a discussão, o raciocínio e a comunicação na horizontalidade de um

⁸José Ortega Y Gasset, *La rebelión de las masas*, Madrid, Revista de Occidente, 1958, pp. 52-54.

⁹Martin Heidegger, *Sein und Zeit*, Tübingen, Max Niemeyer, 1996, pp. 126-127.

mesmo plano, impedem uma verdadeira comunicação, confundindo-a com a estrutura vertical e unidireccional que é própria da propaganda e da manipulação nos mais variados domínios, desde o político ao comercial. Assim, o sentimento fundamental, a *Grundstimmung* estimulada pelos *mass media* é justamente o contrário de um empenho, de uma participação comunicativa. Ela consiste numa curiosidade saltitante e desvinculada, na “ausência de poiso”, na *Aufenthaltlosigkeit* a que o “falatório” conduz: “O falatório rege também os caminhos da curiosidade, ele diz aquilo que se tem de ter lido e visto. O estar-em-todo-o-lado-e-em-nenhuma-parte da curiosidade está entregue ao falatório”¹⁰. E essa curiosidade, longe de consistir na abertura à novidade que a comunicação genuína possibilitaria, consiste justamente na eliminação do novo, na substituição da comunicação por uma mera recepção e repetição do que já sempre foi dito, pensado ou sentido. Daí que Horkheimer e Adorno, numa formulação sintomaticamente não muito distante de Heidegger, escrevam que “a curiosidade é o inimigo do novo”¹¹.

Os *mass media* caracterizam-se, enquanto “meios de comunicação”, pela sua unilateralidade e verticalidade. Deste modo, eles eliminam o diálogo, a discussão, a crítica e a confrontação de diferenças próprios de uma comunicação genuína. Tal quer dizer que só aparentemente podem aparecer como os construtores de uma sociedade de comunicação. Em sua substituição, eles constituem aquilo a que Guy Debord chamou a sociedade do espectáculo. Configurada pelos *mass media*, tal sociedade surge, enquanto sociedade, como uma relação. Mas a relação espectacular é justamente caracterizada por Debord como uma relação não comunicacional. Neste sentido, ela é “o contrário do diálogo”¹². E esta relação não dialógica e, neste sentido, não comunicacional pode ser determinada justamente pela mediação de *media* que, longe de fomentarem uma cidadania participativa, interveniente e crítica, se constituem como um obstáculo que impede o diálogo e a discussão: “O espectáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediati-

¹⁰ *Idem*, p. 173.

¹¹ Max Horkheimer e Theodor Adorno *Dialektik der Aufklärung*, p. 323.

¹² Guy Debord, *La société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1992, p. 23.

zada pelas imagens”¹³; “O que liga os espectadores não é senão uma relação irreversível ao centro mesmo que mantém o seu isolamento. O espectáculo reúne o separado, mas reúne-o **enquanto separado**”¹⁴. Dir-se-ia então que os *mass media*, essencialmente espectaculares, são “meios” não na medida em que surgem como veículos de um contacto e de uma comunicação, mas justamente na medida em que estão entre dois sujeitos potencialmente comunicadores como um obstáculo que impede a comunicação propriamente dita.

A sociedade configurada pelos *mass media* é assim uma sociedade de espectáculo mascarada como sociedade de comunicação. Ela é, nesta medida, uma sociedade falsificada. E esta falsificação traduz-se também numa falsificação dos *mass media* enquanto “meios de comunicação”: no facto de eles serem promotores de uma uniformização e tipificação, aniquilando as diferenças e a discussão das diferenças, ao mesmo tempo que se autojustificam e compreendem como instrumentos de extensão da crítica, da informação e da comunicação a toda a sociedade. Por seu lado, os próprios cidadãos formados pelos *mass media* são também contaminados por tal falsificação. Estes entendem-se como formados criticamente na medida em que são, em geral, bem informados, seguros dos seus valores e princípios, e intransigentes quanto às exigências da sua consciência. Mas, nessa intransigência, eles entendem-se como responsáveis exclusivamente perante si, perante a sua intimidade, não se preocupando com a crítica, o raciocínio e as justificações destinadas a uma persuasão dialógica. Fiéis a si mesmos, tais cidadãos não se expõem, não argumentam, não transigem, nem se abrem à discussão. E este desaparecimento da discussão tem também uma tradução institucional. Tal tradução consiste justamente numa crise das instituições democráticas, sobretudo da instituição parlamentar, a qual se vê despojada da discussão e da crítica enquanto princípios que lhe servem de fundamento. É sobretudo Carl Schmitt quem, já no tempo do parlamentarismo de Weimar, caracteriza do seguinte modo a situação histórica ocidental: “Os partidos surgem hoje já não como opiniões em discussão, mas como grupos de poder

¹³ *Idem*, p. 16.

¹⁴ *Idem*, p. 30.

social ou económico uns contra os outros, calculam os interesses e as possibilidades de poder de ambos os lados e fazem, com base neste fundamento factício, compromissos e coligações. As massas são ganhas através de um aparelho de propaganda cujos maiores efeitos repousam num apelo aos interesses e paixões mais imediatos. O argumento, no sentido autêntico, que é característico da discussão genuína, desaparece”¹⁵.

Cidadania e novos media

Se a preponderância dos *mass media* privou as democracias ocidentais do princípio que as justificava e fundamentava – a crença na eficácia da discussão e da crítica –, os novos media, assentes sobretudo na expansão da Internet, parecem ser capazes, à partida, de restaurar este princípio fundamental. A comunicação possibilitada pela rádio ou pela televisão era essencialmente unilateral e vertical. Um homem diante de um televisor não é senão um receptor, caracterizado pela imobilidade e pela passividade, reduzindo a sua actividade ao minimum de escolher esporadicamente, através de um telecomando, o canal a ser observado. Neste sentido, aproveitando as distinções estabelecidas por Debord, dir-se-ia que, na televisão, nada é comunicação e tudo é espectáculo. Melhor dizendo: dir-se-ia que, na televisão, mesmo a informação ou a comunicação aparece sob a forma do espectacular. Contudo, se o homem diante da televisão é não um comunicador, mas um espectador, e se o é na medida em que é passivo e isolado, esta passividade e este isolamento são ultrapassados, por exemplo, na consulta de um *site* na Internet, na redacção de um e-mail, ou numa conversa *on line* através de um canal como o IRC (*International relay chat*). Esta ultrapassagem da passividade e do isolamento do espectador dos *mass media*, ultrapassagem essa que é em si mesma incontestável, fomenta a esperança de que o utilizador dos “novos media” possa recuperar as qualidades de cidadania perdidas pela expansão dos *mass media*. Segundo esta esperança, é sobretudo a comunicação *on line*, possi-

¹⁵Carl Schmitt, *Die geistesgeschichtliche Lage des heutigen Parlamentarismus*, Berlim, Duncker & Humblot, 1996, p. 11.

bilitando uma comunicação sem barreiras ou distâncias de ordem natural, que significa a definitiva realização de uma comunicação generalizada e global, superando, ao mesmo tempo, quer a redução dos comunicantes a um grupo restrito e fechado, sustentado pelas afinidades e semelhanças entre os seus membros, quer o desaparecimento da comunicação propriamente dita às mãos da unilateralidade e da verticalidade dos *mass media*¹⁶. Nesta perspectiva, a uma espécie de democracia plebiscitária, assente num parlamentarismo representativo meramente formal, suceder-se-á, com os “novos *media*”, uma efectiva democracia directa, onde todos podem discutir e comunicar com todos, onde a comunicação se torna efectivamente global, onde a proximidade, tornando-se absoluta, deixa de ser a mera relativização ou negação de uma distância sempre presente. A transformação operada pelos “novos *media*” em relação à passividade originária do espectador é, por outro lado, também acompanhada pela transformação dos próprios *mass media*. A multiplicação das hipóteses de escolha, a diversificação da oferta, implica também uma relativa ultrapassagem desta passividade, pelo menos na exigência de selecção a que inevitavelmente conduz. A passividade é já relativamente superada na medida em que o utilizador escolhe o canal de televisão que observa, de entre uma enorme variedade de canais possíveis, do mesmo modo como escolhe o *site* da Internet que visita, eleito a partir da possibilidade de visitar toda a rede.

A esperança de que os novos *media*, assim como a transformação dos *mass media* “tradicionais”, contribuam para o ressurgimento da cidadania adquire então uma configuração mais precisa. Tal esperança assenta em dois aspectos distintos. Em primeiro lugar, ela baseia-se na multiplicação das hipóteses de escolha do utilizador dos novos *media* e *mass media* e, consequentemente, na eliminação da quase pura passividade que caracterizava o espectador diante dos *mass media* “tradicionais”. Em segundo lugar, ela funda-se no aparecimento, através da Internet, da possibilidade de comunicar globalmente, discutindo qualquer assunto com qualquer um. A questão com que aqui nos confrontamos pode então ser explicita-

¹⁶Cf. George Gilder, *Life after Television. The coming Transformation Media and american Life*, Nova York, Norton, 1992.

mente formulada. Ela interroga-se sobre a possibilidade de estes dois aspectos conjugados se constituírem como razões suficientes para admitir os novos *media* como potenciais motores de uma renovação da cidadania. Na resposta a esta questão, é forçoso reconhecer, antes de mais, que, se os *mass media* “tradicionais” se confundiam facilmente com uma técnica de propaganda, procurando configurar uma escolha como a única escolha efectivamente possível, os novos *media* caracterizam-se justamente pela dispersão de uma infinidade de escolhas, e pelo cultivo no homem de uma atitude diferente da mera passividade receptora. Contudo, se é indiscutível que os novos *media* multiplicam as possibilidades de escolher, não pode deixar de permanecer problemático que tal implique já o aparecimento da comunicação, do diálogo, da discussão ou, o que é o mesmo, da reflexão deliberativa que, por uma exigência intrínseca, deve sempre anteceder toda a escolha que o seja efectivamente. Do mesmo modo que, para Aristóteles, não é possível uma escolha sem deliberação, ou seja, não é possível haver efectivamente **proairesis** sem **bouleusis**¹⁷, é imprescindível estar consciente de que a pura e simples multiplicação das hipóteses de escolha não significa necessariamente a multiplicação de possibilidades diferenciadas subjacentes a essas mesmas escolhas. Pelo contrário: várias escolhas podem surgir como múltiplas configurações do mesmo. E, diante desta possibilidade, torna-se manifesto que as esperanças de encontrar uma nova cidadania através dos novos *media* devem fundar-se não apenas na multiplicação das escolhas, mas no cultivo de diferenças efectivas subjacentes a essas mesmas escolhas, ou seja, no estabelecimento de uma efectiva comunicação, discussão e crítica, nos e através dos “novos *media*”, entre os seus utilizadores. E é esta efectividade da comunicação através dos “novos *media*” – de uma comunicação que seja efectivamente real, e não meramente aparente – que não está, de modo nenhum, adquirida.

Importa aqui porventura estabelecer a distinção entre a comunicação como *factum* e a comunicação propriamente dita, ou seja, entre o simples facto de um contacto comunicativo entre sujeitos, por um lado, e a eficácia, a mútua influência que pressupõe a dis-

¹⁷ Aristóteles, *Ética a Nicómaco*, III, 4, 1112a 15-16.

cussão e a persuasão, por outro. A comunicação através dos “novos *media*” é hoje, enquanto simples *factum*, indesmentível. Neste sentido, os novos *media* manifestam já, face à rádio ou à televisão, uma ruptura significativa e de consequências hoje ainda não inteiramente mensuráveis. Dir-se-ia que, diante da redescoberta da comunicação pelos novos *media*, a posição da rádio, e mesmo da televisão, é de defesa e resistência. E só uma tal resistência justifica a espiral de degradação a que, sobretudo no âmbito televisivo, é possível hoje abertamente assistir. A sociedade do espectáculo defende-se, usando, numa espécie de acção guerrilheira, qualquer recurso como arma. Ela agarra-se a tudo, cunhando-lhe a marca do espectacular. Talvez a espectacularização daquilo que é, em absoluto, não espectacular, a espectacularização da vida privada e quotidiana, signifique hoje a eclosão de uma derradeira e desesperada operação de resistência. Pense-se, por exemplo, no êxito generalizado por toda a Europa de um programa televisivo de entretenimento como o *Big Brother*, o qual está longe de ser accidental. Seja como for que se considere o significado de tais fenómenos, é possível dizer com segurança que, através dos novos *media*, a comunicação avança e o espectáculo retrocede.

Contudo, neste recuo do espectáculo, importa reparar sobretudo na natureza da comunicação possibilitada pelos “novos *media*”. A Internet consiste, no fundo, numa teia virtual em que a distância não apenas é minimizada, mas é absolutamente abolida. E é-o na medida em que, através de possibilidades indeterminadas de conexão, tudo se pode ligar imediatamente a tudo. Não há aqui lugar nem para a distância espacial, nem para a sequência temporal. Tudo habita o mesmo espaço virtual, não havendo centro, nem margens, nem posição relativa. E tudo se liga a tudo, tudo é simultâneo a tudo, nada havendo de encadeado ou sucessivo. E é neste horizonte virtual da Internet que se abre também a possibilidade de conversar *on line*. Ao contrário dos espectadores de um programa televisivo, cuja participação é apenas requerida eventual e esporadicamente – como no caso da participação num concurso, numa entrevista ou numa intervenção telefónica –, os utilizadores da Internet podem comunicar entre si em tempo real. Os canais de *chat*, os quais se constituem como fora de discussão sobre os mais

variados temas, reproduzem a estrutura de conexões da *web* e são, nessa medida, considerados como um jogo inócuo ou um atributo marginal das possibilidades da Internet. Contudo, são eles que certamente, pelas suas implicações, terão mais consequências para o tema da cidadania. É neles que se alimenta a esperança de pôr qualquer pessoa, em tempo real, a comunicar com qualquer outra em qualquer parte do planeta. Deste modo, eles parecem poder restaurar plenamente, e sem dificuldades de ordem material, um modelo de cidadania assente no diálogo e na discussão. Interessa, portanto, dedicar uma maior seriedade à natureza desta forma de comunicação.

Trata-se, como se disse, de uma comunicação sem barreiras naturais. E esta inexistência de barreiras naturais traduz-se num duplo aspecto. Por um lado, ela significa que deixa de haver limites físicos à conversação, que deixa de haver uma distância natural a impedir a comunicação, podendo finalmente aparecer um forum de discussão global. Por outro lado, ela significa – e este aspecto é fundamental – que a própria natureza das pessoas que comunicam, a identidade natural que as constitui, desaparece. O facto de, nos canais de *chat*, aqueles que comunicam se esconderem por detrás de alcunhas, de *nicknames*, podendo jogar com a construção de identidades variadas e distintas, longe de ser accidental, consiste justamente na manifestação deste desaparecimento. E é diante deste desaparecimento que não pode deixar de surgir a pergunta: será possível uma efectiva discussão a partir de uma ausência de posição? Por outras palavras: será possível discutir diferenças sem haver identidades capazes de alimentar tais diferenças? O sujeito que comunica é já, na medida em que comunica e discute, abrindo-se a ser persuadido e transformado, um sujeito que devém. Na sua identidade, longe de estar cristalizado, ele acolhe em si múltiplas possibilidades. Mas este sujeito que, na sua identidade, é muitos, distingue-se de um feixe de muitos que, num jogo cacofónico de conversas simultâneas, sem estrutura, nem encadeamento, nem argumento, submerge a identidade de um sujeito que perde densidade e consistência. E é neste afogamento da identidade, nesta emergência de um eu puramente epidérmico, na absoluta transparência que a ausência de conteúdo permite, que a questão regressa: será possível

efectivamente discutir, raciocinar e criticar, estabelecer diferenças numa cidadania activa e participante, sem partir do vínculo a identidades diferenciadoras?

Mesmo sem procurar responder definitivamente a tais questões, parece ser, pelo menos, prudente apontar para uma resposta negativa. E tal negação não pode deixar de pôr em causa as perspectivas mais optimistas sobre a possibilidade de encontrar nos novos *media* o instrumento privilegiado para a instauração de uma cidadania caracterizada pela comunicação global, pela transparência das instituições políticas ou pelo estabelecimento de um forum de discussão a uma escala planetária. É ainda cedo para medir o alcance das transformações operadas pelos novos *media* e, por outro lado, é indiscutível que estes trazem em potência transformações de uma riqueza incomparável, quando confrontadas com as possibilidades abertas pelos *mass media* “tradicionais”. Contudo, importa sobretudo, na confrontação com tais possibilidades, evitar um deslumbramento anestesiante, um optimismo superficial ou um messianismo de vistas curtas. Entre todas as indefinições e incertezas, próprias de uma era de transição, há uma verdade que sobressai: a abertura de uma nova comunicação e, com ela, de uma nova cidadania, a possibilidade da ultrapassagem da crise da cidadania que nos é contemporânea, a ser possível, não será o resultado automático nem do aparecimento de novos, nem da reconversão de velhos *media*. Talvez mais do que novas possibilidades, os novos *media* encubram ainda novos e mais graves perigos. E, diante destes, querer uma salvação automática é pura e simplesmente participar na ingenuidade multiforme que boicota, alegre e ligeiramente, e sem sequer ter disso consciência, a sua possibilidade. Não pode ser entregue ao automatismo da técnica aquilo que só ao homem cabe cumprir.

Psicologia da imagem: um retrato do discurso persuasivo na Internet

Ivone Ferreira
Universidade da Beira Interior.
E-mail: ivonef@ciunix.ubi.pt

“O nosso pensar passa pelas imagens. O nosso sentir não as ignora. O nosso agir habituou-se a lidar com elas” – José Carlos Abrantes.

Neste contexto em que procuramos debater as potencialidades dos novos *media* e reflectir sobre as linguagens por eles utilizadas, a minha comunicação inscreve-se na área do discurso persuasivo ligado a um meio específico que é a Internet. Procurarei seguir uma linha de raciocínio centrada, essencialmente, em três ideias: (1) Falar sobre uma ligação da Psicologia à Retórica, que aparece já em Aristóteles e encontrou nova dimensão com as descobertas recentes do neurologista António Damásio. (2) A constatação de que o homem tem uma proximidade muito forte com as imagens, na medida em que pensa por imagens e são estas que lhe suscitam emoções. Por último (3), e continuando nesta linha de raciocínio, propor a existência de um discurso que persuade pela imagem e é veiculado pela Internet.

Emoção e razão não estão separadas. Esta é uma das constatações a que chega António Damásio em 1995, no ensaio *O Erro de Descartes*. Para tomarmos uma posição sobre algo, ou simplesmente para raciocinarmos, precisamos das emoções e estas não estão separadas da razão. Estas são algumas das ideias que o cientista defende na obra, depois de anos de pesquisa na área da neurologia. Damásio alargou o caminho que tinha começado a ser aberto há vinte e quatro séculos atrás por Aristóteles, na área da Psicologia. No século IV A.C., o filósofo grego revelava de uma forma moderada uma ideia que só agora começa a ganhar consistência no discurso público: as emoções intervêm no processo de tomada de decisão.

O filósofo refere-se às emoções no Livro II da Retórica e explica-as da seguinte forma: “As emoções são aqueles sentimentos que nos

mudam de uma forma capaz de afectar o raciocínio e que são acompanhados por um sentimento de prazer ou dor”¹. O filósofo liga, desta maneira, as emoções ao juízo, admitindo que, a por exemplo, a raiva muda o estado de julgar daquele que a sente. Será, então, pertinente indagar porque é que um filósofo vem falar de emoções precisamente numa obra sobre retórica, dedicando-lhes, inclusivamente, onze capítulos. Segundo Jonathan Barnes “a razão é clara: o orador quer persuadir e considera a estimulação das emoções relevante apenas porque estas afectam a nossa forma de julgar. Tão simples quanto isto. Não precisamos de procurar nenhuma reflexão filosófica atrás desta afirmação que pretende ser apenas uma ajuda de ordem prática para os oradores”². Ponto final. Aristóteles aborda o tema crente que é necessário contemplar as emoções quando o objectivo é persuadir alguém. A resposta mais plausível parece ser esta, dado que o autor ao escrever um tratado sobre a alma não dá atenção aos sentimentos ou emoções. No mínimo é curiosa a exclusão.

Vinte e quatro séculos depois, um neurocirurgião, não um filósofo, acrescenta algo ao que Aristóteles descobrira. Sem dúvida, as emoções são importantes para que o homem viva de forma equilibrada e se queremos convencer alguém não podemos apelar única e exclusivamente à sua parte racional, uma vez que no cérebro humano, razão e emoção vivem conjuntamente.

Ao estudar o caso de um doente, António Damásio apercebe-se que tinha estado preocupado com a inteligência de Elliot – assim se chamava o paciente – e não tinha dado muita atenção às suas emoções. Após uma lesão cerebral, um homem com QI elevado e boa memória passa de bom marido e pai trabalhador, a irresponsável e desempregado. Com a análise deste e de outros doentes, o cientista conclui que existem regiões do cérebro cuja danificação compromete o raciocínio e tomadas de decisão e também as emoções e sentimentos. Descobre ainda que razão e emoção se interceptam numa zona específica do cérebro, deitando por terra a ideia de que a razão está na cabeça e as emoções no corpo. Acrescenta que

¹Tradução livre. Jonathan Barnes, *The Cambridge Companion to Aristotle*, Cambridge University Press, New York, 1995.

²*Idem*.

existe uma região do cérebro onde os sistemas responsáveis pelas emoções, pela atenção e pela memória interagem de uma forma tão próxima que constituem a fonte de energia para o movimento e para a animação do pensamento. Outra descoberta: que a maior parte das acções causadas pelo cérebro não são, de todo, deliberadas.

Dados sobre o funcionamento do nosso corpo mostram que ocorrem, constantemente, selecções de resposta não deliberadas. William James, há mais de um século atrás, postulou a existência de um mecanismo básico em que determinados estímulos do meio ambiente provocam, através de um mecanismo pré-determinado à nascença, uma resposta específica de reacção ao corpo. Na sua própria afirmação, “Cada objecto que provoca um instinto, provoca também uma emoção”.³ Segundo Damásio, “Se o corpo e o cérebro interagem entre si, o organismo que eles formam interage de forma não menos intensa com o ambiente que os rodeia.” As suas relações são mediadas pelo movimento do organismo e pelos seus aparelhos sensoriais. O discurso persuasivo na Internet, que abordaremos no 3º ponto, passa essencialmente por uma provocação ao órgão da visão.

O cientista refere ainda algo relacionado com o assunto que tratamos: há informação que chega ao organismo humano de forma subtil e desencadeia nele determinadas emoções. “Pode acontecer que um organismo represente em padrões neurais e mentais, o estado que nós, criaturas conscientes denominamos de sentimento sem nunca sabermos que sentimento está a acontecer”. Há portanto determinados discursos, visuais ou não, que chegam até nós e modificam o nosso comportamento sem que nos apercebamos disso. Diz Damásio que “esta ideia é difícil de aceitar, à primeira vista, (...) porque geralmente estamos conscientes dos nossos sentimentos. Não existe, porém, qualquer prova de que estejamos conscientes de todos”.⁴ Com facilidade reparamos que, algumas vezes, acontece sentirmo-nos ansiosos ou preocupados e é bem claro que o sentimento que provocou esse estado de espírito aconteceu algum tempo antes. A publicidade reparou neste funcionamento do organismo humano e, através de um discurso simples e não necessariamente

³James citado por Damásio, *O Erro de Descartes*, página 145.

⁴António Damásio, *O Sentimento de Si*, página 56.

subliminar⁵, veicula um discurso destinado a suscitar emoções ou modificar comportamentos.

O conhecimento factual que é necessário para o raciocínio e para a tomada de decisões chega à mente sob a forma de imagens. Ao cheirar uma flor ou ler estas palavras está a formar imagens de modalidades sensoriais que nestes casos são de tipo diferente. Falamos das chamadas imagens perceptivas. Se pensar em alguém ou reflectir sobre algo, qualquer desses pensamentos é constituído por imagens, imagens construídas pelo cérebro. Diz o neurologista que “tudo o que se pode saber ao certo é que são reais para nós próprios” e chama-as uma “espécie de moeda em circulação na nossa mente.”⁶

O processo a que chamamos pensamento, é um “fluxo contínuo de imagens, muitas das quais se revelam logicamente interligadas”. Pelo facto de possuímos uma mente temos a capacidade de exibir imagens internamente e de as ordenarmos num processo a que chamamos pensamento. O facto de um organismo possuir uma mente significa que ele forma representações que se podem tornar em imagens que irão influenciar o comportamento e ajudar a escolher a próxima acção.

No respeitante à criação das imagens, o autor d’ *O Erro de Descartes* e d’ *O Sentimento de Si* explica que elas parecem ser geradas por uma maquinaria complexa constituída por percepção, memória e raciocínio. A construção é por vezes regulada pelo mundo exterior ao cérebro, com uma pequena ajuda da memória. Mas o nosso cérebro não cria apenas boas representações, pois “se o fizesse não nos aperceberíamos delas como imagens”⁷. As imagens não são armazenadas sob a forma de *frames* de coisas, acontecimentos ou palavras. O nosso cérebro não arquiva fotografias de pessoas, tampouco armazena filmes de cenas da nossa vida. Não, o nosso cérebro faz, antes, uma interpretação, “uma nova versão reconstruída do original”. “Temos no entanto a sensação de que podemos evocar nos olhos ou ouvidos da nossa mente, imagens aproximadas daquilo que experienciámos anteriormente”.

⁵Em Portugal este tipo de publicidade é proibido por lei.

⁶*Idem.*

⁷António Damásio, *O Erro de Descartes*, página 113.

Diz-se frequentemente que o pensamento não é feito apenas de imagens, que é constituído também por palavras e por símbolos abstractos não imagéticos. Ninguém negará que o pensamento inclui palavras e símbolos. Mas o que essa afirmação não dá conta é do facto de que, tanto as palavras como os outros símbolos são, eles próprios, imagens”. “Se não se tornassem em imagens, por mais passageiras que fossem, não seriam nada que pudéssemos saber”. Estes comentários aplicam-se igualmente aos símbolos que podemos utilizar na resolução mental de um problema matemático. Se esses símbolos não fossem imaginários, não os conheceríamos e não seríamos capazes de os manipular conscientemente. Nesta perspectiva é interessante observar que alguns matemáticos e físicos descrevem os seus raciocínios como sendo dominados por imagens e que frequentemente essas imagens são visuais.

O físico Richard Feynmann não gostava de olhar para uma equação sem olhar primeiro para o diagrama que a acompanhava – e sabemos que tanto a equação como o diagrama são imagens. Quanto a Albert Einstein, também ele afirmava: “as palavras ou a linguagem, na forma como são escritas ou faladas, não parecem desempenhar qualquer papel nos meus mecanismos de pensamento. As entidades físicas que parecem servir de elementos no meu pensamento são determinados sinais e imagens mais ou menos definidas que podem ser “voluntariamente” reproduzidos ou combinados”. Diz ainda no mesmo texto que “os elementos acima mencionados são, (...), do tipo visual emuscular”. As palavras convencionais ou outros sinais são procurados apenas numa segunda fase, quando o jogo associativo acima mencionado se encontra suficientemente estabelecido e pode ser reproduzido pela vontade. O que interessa salientar é que as imagens são o principal conteúdo dos nossos pensamentos, independentemente da modalidade sensorial em que são geradas.

Uma outra achega que tiramos das investigações de António Damásio é que as imagens reconstruídas a partir do interior do nosso cérebro são portadoras de uma menor sedução do que as induzidas pelo exterior. Hume considerava as primeiras “desmaiadas” em comparação com as segundas, imagens “cheias de vida” que são geradas por estímulos exteriores ao cérebro.

Voltando ao discurso persuasivo e a título de curiosidade refira-se que os discursos gregos tratavam de assuntos técnicos e diziam, essencialmente, respeito à acção humana. Os antigos acreditavam na eficácia do discurso oral mas aplicavam-lhe já a função mostrativa do visual, uma vez que os discursos eram proferidos em alta voz, com a necessária gestualização e a respectiva carga emocional. Defende António Fidalgo que há um poder na palavra mas só as imagens estão dotadas de força.⁸ Segundo José Carlos Abrantes, “o aforismo *uma imagem vale mais que mil palavras* pode querer significar esta transformação que gera em nós uma simples imagem vista.”⁹ Está aberto o caminho para uma retórica da imagem.

Actualmente somos constantemente bombardeados com informação mas é sabido que a percepção de um elemento visual faz-se sem esforço. Uma vez que o contacto que o homem actual tem com a Internet é essencialmente visual, através da imagem que aparece no ecrã, parece ter coerência prestar atenção a um discurso que procura convencer pela imagem.

A impressão que guardamos de um *site* é essencialmente uma imagem de um todo global, da aparência de uma estrutura visual. É essa imagem que vamos reter. O *design* fornece-nos uma espécie de primeira impressão, à semelhança do que acontece quando vemos alguém pela primeira vez. A página deve ser, por isso, algo agradável de ver, com efeitos visuais adequados à transmissão do conteúdo, é necessário adequar a imagem ao auditório. Muito importante é, então, haver uma clara adequação entre o conteúdo a transmitir e a imagem que é veiculada visualmente. Elementos como o tipo, corpo de letra e cor tornam-se aqui muito importantes. Não devemos esquecer também que um *site* não é um museu, nem uma biografia, e por estes motivos devemos omitir todos os pormenores desnecessários, factos irrelevantes e todos os arabescos e excessos que não dariam à página mais do que um ar artificial. Nos dias de hoje, usando a expressão de Américo de Sousa, “persuadir não se anuncia, faz-se”. De uma forma disfarçada, por um apelo às sensações e à emotividade humanas.

⁸ António Fidalgo, *A força das imagens, o poder das palavras*, Universidade da Beira Interior, Covilhã.

⁹ José Carlos Abrantes, *O Movimento das Imagens*, BOCC, 1999.

A visão global da página irá afectar mais intensamente o sujeito do que um texto longo que descreve as qualidades de algo. Diz Jean-Jaques Wunenburger que “a visão global afecta mais o sujeito do que a verbalização, que necessita de uma aprendizagem, uma descoberta progressiva e uma inibição do *pathos*”. Este poder das imagens pode ser explorado no sentido de ser estudada uma complementaridade entre palavra e imagem. O ideal é dar uma boa imagem, criar uma página agradável de visitar e tornar o texto o mais atractivo possível, sem o transformarmos num discurso do tipo “quero vender alguma coisa que não tem qualquer valor. Quem é que quer comprar?”. Usar textos curtos, elementos ordenados e dispostos de forma equilibrada, revelar ideias claras, e, acima de tudo, como já referimos, adequar a imagem ao conteúdo. Letras, imagens e espaços em branco devem ter sempre em conta o tipo de pessoa a que se destinam e assegurar a legibilidade da página. O objectivo não é saturar o visitante de informação mas dar-lhe a sentir a ideia que pretendemos que ele receba.

Também a cor ocupa um papel importante na percepção visual. Goethe dizia n’ *A Teoria da Cor* que “as cores afectam-nos patologicamente e arrastam-nos para sentimentos particulares”. Damásio acrescentava ainda que “nem todos os problemas que podem ser resolvidos pela inteligência, podem ser resolvidos só por ela.”

É sabido que o homem não é uma máquina. Não é um corpo onde foram introduzidos dados que este despeja automaticamente quando provocado por algum estímulo. O homem não é máquina nem é apenas razão. É dotado de sentimentos e emoções, com opiniões que procura manifestar aos outros. Que gosta de ser reconhecido e sobretudo quer ganhar visibilidade. É assim que encontramos o homem do século XXI. Apercebeu-se – ou talvez não – que é social todo o aparecimento do homem em sociedade, estando incluídas neste todas as tomadas de posição ou expressão de uma opinião. É neste contexto que o discurso persuasivo existe ainda hoje. Não morreu, não se transformou numa disciplina de composição de textos, antes ganhou nova vida na sociedade dos novos media que permite a troca de ideias de uma para outra parte do mundo.

Arranjar emprego, ser aceite num grupo ou ser reconhecido são

as principais necessidades do humano actual. Afigura-se, deste modo, necessária a existência de um discurso que seja apresentado em sociedade. Não nos referimos ao discurso das assembleias públicas mas a um discurso que se torna mais importante para o homem comum, o discurso que permite ao indivíduo ou a qualquer entidade publicitar-se, dar-se a conhecer e dar uma boa imagem de si aos outros.

A preocupação com as emoções não surgiu agora por uma iluminação súbita mas deve-se ao facto das descobertas recentes no campo da neurologia darem a conhecer que sob certas circunstâncias, as emoções transformam e perturbam o raciocínio. Estas descobertas podem fundamentar um discurso que usa a imagem para convencer. O triunfo dos novos *media* está precisamente no facto deles serem visuais e a retórica da imagem dificilmente encontraria um campo de estudo mais adequado do que a Internet.

A necessidade de conhecer o auditório para o convencer é posta em prática neste contexto de novas tecnologias. MacIntyre apontava como uma das causas do fracasso das éticas iluministas a não consideração da natureza do homem tal como ele é. A retórica e a linguagem dos novos *media* parecem ter, precisamente, em conta, a natureza do homem tal como ele é. O estabelecimento de um discurso visual só tem sentido na medida em que é orientado para um indivíduo com aptidões para visualizar e que sofre alterações no seu estado pela simples observação de uma imagem. Com a Internet está aberto um espaço onde o discurso da persuasão pode habitar e na realidade já o faz.

Bibliografia

Abrantes, José Carlos, *Breves contributos para uma ecologia da imagem*, 1999, BOCC.

Arnheim, Rudolf. *Art and Visual Perception – A Psychology of the Creative Eye*, The new version, University of California Press.

Babo, Maria Augusta, *As implicações do corpo na leitura*, 1996, On-line na BOCC.

- Bacelar**, Jorge, *Linguagem da Visão*, 1998, BOCC.
- Barnes**, Jonathan (ed), *The Cambridge Companion to Aristotle*, Cambridge University Press, New York, 1995.
- Carmelo**, Luís, *A música dos signos: Da lógica de John Deely à semiose de António Damásio*, BOCC.
- Carmelo**, Luís. *Qualquer um pode escrever? Técnica ou imaginação?*, BOCC.
- Carmelo**, Luís. *Semiose Visual. Reflexão sobre a iconicidade*. BOCC.
- Damásio**, António R. *O Erro de Descartes – Emoção, Razão e Cérebro Humano*, Forum da Ciência, Publicações Europa-América, 8^a edição, 1995.
- Damásio**, António. *O Sentimento de Si – O corpo, a Emoção e a Neurobiologia da Consciência*, Forum da Ciência, Publicações Europa - América, 10^a edição, 2000.
- Ferreira**, Ivone, *Retórica na época da Internet*, 2001, BOCC.
- Hoeltz**, Mirela. *Design Gráfico – dos espelhos às janelas de papel*, 2001, BOCC.
- Meirinhos**, Galvão, *Regras fundamentais do design de sistemas hipermedia*, 1998, BOCC.
- Moraes**, Dênis de, *A ética comunicacional na Internet*, 2000, BOCC.
- Sousa**, Américo de, *A persuasão*, Estudos em Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2001.
- Sousa**, Américo de, *Retórica e discussão política*, 2001, BOCC.
- Wunenburger**, Jean-Jaques, *Philosophie des Images*, Thémis Philosophie, Presses Universitaires de France, 1^a edição, 1997.

A ideologia dos novos *media*: entre velhas e novas ambivalências

Gil Ferreira

Escola de Ciências e Tecnologia do Centro Regional das Beiras da
Universidade Católica.

E-mail: gferreira@crb.ucp.pt

O alargamento do horizonte das sociedades contemporâneas, resultante da aceleração crescente das relações interculturais, veio colocar em discussão questões multisseculares acerca da natureza das experiências que o homem tem, tanto com o mundo físico como com o mundo intersubjectivo das relações sociais e intra-subjectivas que estabelece consigo próprio. Um dos factores da actual exacerbação destas discussões é o desenvolvimento espectacular das recentes tecnologias da informação e a extensão da sua performatividade a todos os domínios da experiência. Com efeito, os dispositivos mediáticos ocupam hoje um lugar central, não só na delimitação e no desempenho da nossa experiência individual e colectiva, mas também nas encenações do mundo e das razões com que se pretendem fundamentar legitimamente os discursos e a acção. A quantidade crescente de fontes de transmissão de conteúdos – de tipo informativo, narrativo ou outro –, e o agrado com que é recebida a sua difusão, colocam as formas de produção e difusão da cultura dos *media* entre os mais importantes agentes de socialização. Mas os novos meios não só transmitem, de modo implícito ou explícito, conteúdos produzidos pelos vários grupos sociais, como podem também, por sua vez e em si mesmos, transformar-se em fontes relativamente independentes de produção de mensagens, como o propunha McLuhan. Constituem-se assim em centros autónomos de decisão e de poder antes mesmo da emissão de qualquer mensagem: confirmando-se efectivamente como quarto poder, acrescido aos poderes político, judicial e económico. É esta dimensão dos novos *media* que aqui procuramos reflectir, aquém da sua análise em função de qualquer conteúdo.

Um dos investigadores interessantes do nosso tempo é sem dúvida

Derrick de Kerckhove, que, no fio da tradição de McLuhan, prosseguiu os seus estudos, renovando-os, sobre as grandes transformações do mundo contemporâneo associadas aos meios de comunicação. Diz-nos ele que, nos nossos dias, assistimos a um processo que passa do ponto de vista dos indivíduos (que estaria associado ao uso dos livros) e da colectividade (através do modo de difusão de massas da rádio e da televisão) para um processo dominado pela conectividade (com os computadores) que se apoia na interactividade. Assim, enquanto livros, discos, fitas magnéticas, se baseiam numa produção dominada pela memória, o uso dos computadores faz-nos passar para uma produção dominada pela inteligência – uma inteligência conectiva, cuja natureza importa averiguar, ainda que brevemente. Segundo nos diz, a interactividade real só está disponível por meio da numerização. Trata-se de uma etapa fundamental, que constitui a redução de todos os fluxos a um denominador comum: as unidades binárias (a relação 0/1), que permitem a convergência das diversas indústrias (o telefone, a rádio, os computadores, a edição). Via digitalização, todas as fontes de informação, incluindo fenómenos materiais e processos naturais estarão homogeneizados em cadeias sequenciais de 0 e 1. Todos estes sistemas são tributários de uma só tecnologia transversal, que é a electricidade, a “nova e única linguagem comum” que “começa onde ficou o alfabeto”. Uma linguagem implosiva (não explosiva como o alfabeto) e convergente. Esta convergência realiza-se em três patamares: primeiro, a convergência numérica, ou convergência de conteúdos; depois, a convergência dos suportes, reunindo os diferentes *media* sob um mesmo suporte operacional; por fim, a convergência dos utilizadores, que é um dos aspectos da famosa globalização. É esta arquitectura que permitirá a planetarização do homem do saber e das consciências. Como nos diz, “não é o mundo que se está a tornar global, somos nós.”¹ Nesta situação, o absolutismo discursivo surgiria ligado à ilusão de dominar o existente, de reconstruí-lo e aperfeiçoá-lo em acordo com um princípio traduzível por uma técnica existente. Verificamos aqui a – há muito anunciada – convergência entre linguagem e técnica designada como logotécnica, e que parece constituir um

¹Kerckhove, Derrick, *A Pele da Cultura*, Lisboa, Relógio d'Água, 1997, págs. 122-123.

limiar neste processo. A partir daqui, o conhecimento apresenta-se como o “domínio da racionalidade instrumental sobre os diferentes mundos da experiência.”² A técnica suplanta a natureza e assenhoreia-se dos filamentos e das inclinações que compõem as palavras enquanto feixes localizados de emoções, instáveis e fugidias. Acrescente-se a esta situação ainda a instauração da modalidade instrumental do pensamento, cujos princípios, “a operacionalidade e a automatização”, não são o questionamento e a reflexividade. Mas é por isso que experimentamos, continuamente, “a emoção e ansiedade da aceleração” – apresentadas como um ganho. Onde, a ideologia dos novos *media* – e da televisão, antes de todos – é profundamente binária: a ideia de uma complexidade das coisas para além do sim/não é algo que exaspera os profissionais e receptores dos novos *media*, também eles embuídos do mesmo espírito ansioso e acelerado. Ora, um dos mais curiosos paradoxos dos nossos dias é que, no domínio do pensamento, se acentua o peso das teorias que procuram mostrar a complexidade das decisões enquanto que, por outro lado, se reforça um sistema mediático que se alimenta da redução binária dos comportamentos. Eventuais perdas, existis-las-ão ao nível da capacidade de pensar e de resolver os problemas com que a actualidade nos confronta. Kerckhove diz-nos ainda que “hoje, o novo ‘senso comum’ é o processo digital.”³ Walter Benjamin, nos inícios do século que agora terminou, antecipara, de certo modo, esta dimensão: é por demais emblemático o seu ensaio acerca do declínio da narração, sobre o advento triunfante da nova informação, universal e exacta, que dispensa a memória e a sabedoria apreendida das experiências mais íntimas. Ora, também este novo senso comum não pode ser separado daquilo que sem equívoco é dado pelos novos *media* (com efeito, é de dados que aqui se trata: de data, dignos de serem dados). A esta luz, qualquer improvável curiosidade individual tenderá a ser considerada posição niilista, oposta à estabilização do sentido. A justificação é, aparentemente, simples: “para serem úteis e aumentarem o seu valor de mercado, tecnologias de comunicação inovadoras como as redes de dados ou

²Rodrigues, Adriano Duarte, *Estratégias da Comunicação*, Lisboa, Presença, 1990, pág. 129.

³Cfr. Kerckhove, Derrick, op. cit., pág. 123.

os sistemas de videotexto ou videoconferência requerem o máximo de interoperacionalidade e normalização. Apesar da tendência dos investigadores e produtores de sistemas para desenvolverem normas patenteadas (...) a tendência é para a integração e o mercado eventualmente eliminará os jogadores que se recusarem a alinhar nessa equipa.”⁴ É nesta linha que o senso comum tende a afirmar-se, acima de tudo, como um problema técnico, que envolve quer a sua objectivação (como fixar o senso comum, como formatá-lo de modo operativo, etc.), quer as formas da sua utilização em vista de determinado fim. Ganha sentido assim a actividade profissional de técnico da comunicação – ou, no limite, de engenheiro da comunicação –, cujo instrumento essencial são os data e referência principal os graus de eficácia.

Surgem como referência incontornável, neste contexto, as análises da cultura industrial desenvolvidas pelos fundadores da Escola de Frankfurt, Adorno e Horkheimer, quando observavam que a ideologia em sentido próprio está presente sempre que vigoram relações de poder não transparentes ou se racionalizam situações de interesse ou de grupo. Segundo nos dizem, ao longo todo o ensaio sobre a indústria cultural, a ideologia manifesta-se não tanto sob formas teóricas, mas antes na prática de um sistema principalmente orientado para a instrumentalização dos indivíduos enquanto potenciais consumidores, fixando e modelando os seus estados de consciência. As próprias pesquisas de mercado, que dedicam particular atenção à interacção recíproca entre produtores e consumidores, constituem um elemento funcional no processo de instrumentalização dos indivíduos e podem ser consideradas como a expressão de uma nova forma ideológica. Assim, uma crítica das ideologias deve ser desenvolvida como denúncia do conteúdo ideológico dos meios de comunicação e da violência por estes exercida sobre as consciências individuais. Palavras como estas são particularmente prementes numa altura em que as leis da universal distração parecem tudo dominar. Com efeito, a fim de obterem a dependência por parte das massas, os meios de comunicação não hesitam em usar as emoções e os desejos primários dos indivíduos, que se mostram tanto mais alienados quanto mais os bens culturais propostos tendem a con-

⁴Ibidem.

firmar a ordem estabelecida. “Para resumir num única frase a tendência imanente à ideologia da cultura de massa, necessitaremos de representá-la numa paródia do ‘transforma-te naquilo que és’, como reforço e justificação supervalidante da situação já existente, mantendo-se bloqueada toda a perspectiva de imanência e de crítica.”⁵ Crítica análoga foi a formulada por Herbert Marcuse, que acusa os *media* de criarem “falsas necessidades” funcionais para a lógica da produção consumista.⁶ Outro dos mais destacados pensadores da cultura moderna e das suas ambivalências é Georg Simmel, de quem, apesar de ter vivido na viragem do século XIX, não dispensamos alguns importantes contributos. Com uma atitude bastante atenta quanto à complexidade dos processos de influência e ao carácter dos seus resultados, começa pela insistência nas novas formas de sociabilidade metropolitana, pondo a tónica na intensificação e na multiplicação das relações sociais e na resposta sócio-psicológica e emocional dos indivíduos. Como nos afirma, se aos incessantes contactos públicos das pessoas nas grandes cidades correspondessem, as mesmas reacções interiores dos contactos que têm lugar na pequena localidade, estaríamos completamente atomizados interiormente e cairíamos numa condição mental deplorável.⁷ As relações sociais constituem pontos de ancoragem para as atitudes, os hábitos, os valores, que são transmitidos através das redes de comunicação interpessoal, e que vão ao encontro das exigências de individuação. Existem ambivalências neste processo, que são, em certa medida, como o demonstra Simmel, as mesmas de sempre, já que a convivência social promove, contraditoriamente, tanto o desejo de diferenciação como o de unidade. Isto é, se definirmos a sociedade como “o conjunto de acções recíprocas onde conteúdos e interesses materiais ou individuais assumem uma determinada forma” que os agrega, a história ensina-nos que “estas formas se autonomizam e agem por si”.⁸ Importa, no entanto, seguir Sim-

⁵Adorno e Horkheimer, *Dialéctica do Esclarecimento*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1997, pág. 144.

⁶Cfr. Marcuse, Herbert, *El Hombre Unidimensional*, Barcelona, Ariel, 1981, pág. 172 e segs.

⁷Cfr. Simmel, Georg, *Las grandes urbes y la vida del espíritu*, in *El Individuo y la Libertad*, Barcelona, Península, 1998, págs. 257-260.

⁸Simmel, Georg, *Philosophie de l'Argent*, Paris, PUF, 1990, págs. 30-31.

mel até ao fim e assentar no facto de que tais formas de relação constituem sempre recursos em potência. Por exemplo: se procurarmos encontrar na moda aquilo que Simmel não pode dizer-nos sobre os novos *media*, notamos nas suas palavras um entusiasmo que não parece refreado por uma certa preocupação face aos excessos típicos do nosso tempo impaciente. O verdadeiro fascínio pela moda está quer na possibilidade de sermos guiados por um círculo social que permite que os seus indivíduos se imitem reciprocamente, libertando o indivíduo de qualquer responsabilidade ética e estética, quer na possibilidade de, dentro dos seus limites, os indivíduos criarem estilos próprios, quer por intensificação, quer por recusa da moda. “Esta dupla exigência impõe-se na vida espiritual, em que um anseio pela generalização decorre a par da necessidade de captar o singular; enquanto aquele contribui para a paz do nosso espírito, esta outra obriga-o a deslocar-se de um para o outro caso.”⁹ Donde, à ambivalência e à duplicidade da moda correspondem as duplicidades e ambivalências que, globalmente, são atribuídas à cultura moderna e aos novos *media*: por exemplo, um programa televisivo pode apresentar-se como um modelo fechado e resolutório, a que o indivíduo adere passivamente, ou colocar-se como um estímulo para aprofundamentos ou dispersões em diferentes sedes. Uma outra perspectiva que não pode deixar de ser considerada, pela sua dimensão, tem a ver com os *media* enquanto construtores da realidade social, através da difusão de modelos de comportamento, hábitos de consumo, representações da realidade social e natural, opiniões, etc. Hoje, como dizem Berger e Luckmann, a linguagem constrói numerosas representações simbólicas que parecem dominar a realidade quotidiana como representações gigantescas de outro mundo.¹⁰ Se Berger e Luckmann, para exemplificar este trabalho simbólico, referem apenas os quatro sistemas clássicos da religião, da filosofia, da arte e da ciência, certamente a observação de que a linguagem é capaz não apenas de construir símbolos extremamente distanciados da experiência do quotidiano é igualmente válida para

⁹Ibid., *Filosofia da moda*, in Cultura Feminina, Lisboa, Panorama, s/d, pág. 108.

¹⁰Cfr. Berger e Luckman, *A Construção Social da Realidade*, Petrópolis, Vozes, 1987.

os sistemas de comunicação de massas. Estes símbolos permitem-nos referir outras realidades da vida quotidiana e constituem-se, eles próprios, em campos da produção cultural, ou seja, em realidades socialmente construídas. Uma medida do seu potencial de objectivação emerge da força adquirida pela linguagem das imagens e, de um modo geral, da força que percursos de mediação cada vez mais complexos imprimem aos símbolos, desde a sua criação à sua fruição. Com efeito, a partir dos meios de comunicação de massa, a linguagem autonomiza-se das restantes dimensões da experiência e as palavras não se confundem com as coisas que designam, não formam um todo indiviso com o real nem são consideradas como o reflexo ou o espelho do mundo. É precisamente esta autonomia das palavras que permite ao homem representar o mundo através da fala, em função de projectos racionalmente definidos, em tempos em que a racionalidade se torna o valor dominante do discurso. Ora, a implementação da comunicação através dos *media* redundava inevitavelmente na segmentação ou divisão da estrutura social numa multiplicidade de campos transversais autónomos, com projectos, interesses, prioridades, normas e valores diferenciados e muitas vezes divergentes. É neste sentido que surgem, nos *media*, as estratégias comunicacionais do apelo à opinião pública, da objectividade da informação, da transparência e da reivindicação do direito de acesso, enquanto estratégias de legitimação ou de naturalização do poder.¹¹ Por outro lado, no contexto da cultura moderna e dos novos *media*, verificamos aberta a tendência à dissociação entre grupos de pertença e grupos de referência, dando origem à mobilidade social, levando indivíduos e colectividades a investirem-se do direito à diversidade e à opacidade. A partir do momento em que as fronteiras geográficas tradicionais se tornaram permeáveis à penetração da informação tecnologicamente mediatisada, assistimos à aceleração do processo de redefinição de novas formas de sociabilidade, autónomas em relação ao enraizamento territorial das identidades individuais e colectivas: não formas concretas e estáveis, como as que definiam a sociabilidade tradicional e até a moderna, mas modalidades fluidas, movediças, abertas em permanência e constantes variações. E então, uma vez mais ainda,

¹¹Cfr. Rodrigues, Adriano Duarte, Op. cit., págs. 150 e segs.

não é o mundo que se está a tornar global, somos nós. Mas ainda aqui persiste a ambivalência – que, como temos visto, pode assumir formas diversas. Quando Kerckhove apresenta a planetarização do homem da rua como tratando-se da “boa notícia”, ele completa logo de seguida: “A má [notícia] é que cada inovação tecnológica encoraja a hiperlocalização, que em muitas partes do mundo leva a agitação social, vários tipos de racismo e conflitos armados. Esta é a faca de dois gumes de Babel presente na redefinição das identidades e lealdades locais.”¹² Outro aviso vem de outra latitude: desde a visão de Walter Benjamin sobre a metrópole (como laboratório de análise da natureza humana). A partir das imagens alegóricas despersonalizantes das ruas de Paris e do violento redesenhar das formas topográficas, das imagens e das paisagens da cidade, Benjamin vê uma cidade que “deslumbra e decepciona as multidões”. A técnica, a arte (o ferro, a fotografia, o panorama e o cinema, por exemplo) e a imaginação social parecem convergir na expressão de um novo sentido da vida – mas requerem o passado, o fragmento da memória e a autobiografia. E é nesta relação (passado-presente), tensa, senão dramática, da existência humana, que Benjamin mostra – sem qualquer pessimismo, mas com naturalidade – o perigo de transformar “os parisienses em estranhos na sua própria cidade”. Estes perdem o sentimento de pertença. Começam a tomar consciência do carácter inumano da grande cidade. Contudo, as galerias de Paris, as exposições, o deambular pelas ruas ou o novo urbanismo – alguns contributos para uma metáfora dos novos *media* – são sobretudo, para Benjamin, representações culturais e expressões de uma nova dialéctica do olhar: olhar que é um método e um meio de aceder e reconhecer o labirinto que é a expressão cultural da vida moderna.¹³ Encontra também aqui ponto de apoio aquilo a que Habermas chama o “potencial ambivalente” dos *media* (que estendemos aos novos *media*), quando defende que as esferas públicas dos *media* hierarquizam e, ao mesmo tempo, abrem os horizontes possíveis de comunicação. Na verdade, o “potencial autoritário” dos *media*, resultante da es-

¹²Kerckove, Derrick, Op. cit., pág. 123.

¹³Benjamin, Walter, “Paris, capital del siglo XIX” in *Poesía y Capitalismo*, Madrid, Taurus, 1998, págs. 177 e segs.

estrutura hierárquica e centralizada que os governa, convive com um “potencial emancipatório”, decorrente do facto de continuarem a servir-se de “formas generalizadas de comunicação que não substituem a compreensão linguística, antes a condensam, e permanecem ligadas, assim, ao universo da vida real”.¹⁴ Se a teoria de Habermas é válida para as “esferas públicas dos *media*”, é também susceptível de ser aplicada aos sujeitos que trabalham nessas esferas, que podem ser considerados os sujeitos que condensam e fazem o encontro do potencial autoritário com o potencial emancipatório. Tendo acesso tanto aos *media* de controlo (dinheiro e poder) como aos *media* de comunicação (influência e prestígio), estes sujeitos são também capazes de construir tanto oportunidades de integração do sistema como de integração social no sistema, consoante visem primordialmente o sucesso ou o entendimento. Parece-nos evidente que o tipo de oportunidades que os novos *media* podem oferecer aos seus públicos depende, em grande parte, de onde e de como se posicionam os indivíduos a si próprios no *continuum* da ambivalência. Ao darmos por adquirido o facto de todos nos termos de submeter à ambivalência implicada em toda e qualquer mediação simbólica ou movimento cultural, sabemos que os novos *media* transmitem e constroem uma cultura que já se sabe ser ambivalente e que convive, naturalmente, com a sua própria ambivalência. A linha de demarcação será, decerto, aquela que noutras dimensões do humano se traça: entre aqueles a quem os novos *media* apenas distraem ou ornamentam no processo de reprodução da força do trabalho, e aqueles a quem asseguram uma outra fonte que dá sentido à vida e ao trabalho que fazem.

¹⁴Habermas, Jürgen, *Teoría de la Acción Comunicativa*, II, Madrid, Taurus, 1999, págs. 552-553.

Texto inteligente e qualidade (quase) zero

João Canavilhas

Universidade da Beira Interior.

E-mail: jcanavilhas@crea1.ubi.pt

Introdução

Uma das discussões recorrentes no campo da análise de conteúdos é o da avaliação da qualidade de um produto jornalístico. Existem algumas ferramentas, como a Escala de Kayser, que permitem quantificar a valorização de uma notícia mas neste, como noutros casos, a avaliação restringe-se ao campo quantitativo. A Escala de Kayser, por exemplo, limita-se à análise de três campos: a localização da notícia, a titulação e a paginação. Importa, pois, definir critérios que permitam fazer uma análise qualitativa da notícia embora exista desde logo a dificuldade em definir o termo Qualidade quando associado a um produto jornalístico.

De uma forma geral, por “Qualidade” entende-se a adequação de um produto/serviço às necessidades de uso e à satisfação das expectativas do cliente. Mas é possível particularizar esta definição para o campo do jornalismo, criando assim um mecanismo que possa avaliar a qualidade percebida de um produto jornalístico, como um diário, por exemplo. Os quatro critérios que se seguem são uma proposta de grelha para avaliação de produtos jornalísticos:

- Valor - presença de elementos informativos raros e/ou exclusivos.
- Conformidade - consonância com as regras fundamentais do jornalismo (pluralidade de fontes, profundidade, informação complementar, técnicas de redacção)
- Regularidade - manutenção de características uniformes ao longo do tempo.
- Adequação ao uso - exploração de todas as potencialidades técnicas do meio oferecendo aos utilizadores um acesso intuitivo e universal.

Este conjunto de critérios pode ser desdobrado num conjunto de questões avaliadas segundo uma determinada escala, conduzindo assim a um instrumento de avaliação qualitativa no campo do jornalismo.

Mas mesmo que esta escala possa medir a qualidade do produto emitido e, portanto, a qualidade do emissor, fica por perceber até que ponto ela pode ser válida para avaliar a qualidade na recepção.

Qualidade no processo de recepção

As relações entre jornalista (profissional) e leitor (cliente) são diferentes das relações estabelecidas para outras profissões. O jornalista não oferece os seus serviços a um particular, mas a um conjunto de pessoas, entendendo essa missão como um serviço público. Os jornalistas desenvolvem o seu trabalho de acordo com a percepção que têm dos gostos e interesses da sua audiência. Noelle-Neumann [1995] fala mesmo de uma “consonância irreal” para descrever a forma estereotipada como os jornalistas percebem a sua audiência. Na verdade, a possibilidade de se conhecer um público amplo, heterogéneo e disperso afigura-se-me como algo potencialmente impossível. E apesar do crescente aparecimento de publicações especializadas e da consequente segmentação dos públicos, subsiste uma manifesta heterogeneidade nas audiências. Permanece assim a dificuldade em conhecer a audiência e, consequentemente, definir os limites a partir dos quais se pode falar em Qualidade na perspectiva do receptor.

Qualidade e satisfação

Entende-se que um produto tem qualidade (Q) sempre que as suas características correspondem às expectativas (E) que o consumidor tem em relação ao produto. Isto é, o produto tem qualidade quando as expectativas se confirmam ou, dito de outra forma, sempre que se consegue a satisfação (S) do consumidor. Se quisermos traduzir esta ideia em termos matemáticos podemos dizer que $Q=E/S$ ou seja, a Qualidade é igual ao quociente entre a Expectativa e a Sa-

tisfação. A Qualidade é Óptima quando o quociente é igual a um (1), caminhando-se para a Qualidade Total. À medida que o valor se aproxima de zero será impossível atingir essa qualidade pela impossibilidade matemática do quociente referido ser igual a zero. Assim, se a Qualidade Óptima é passível de ser atingida em qualquer meio de comunicação, já a Qualidade Total obriga esse meio a ter um conjunto de características que permitam a superação das expectativas. Se pensarmos num jornal, por exemplo, a profundidade com que é tratado o tema estará sempre relacionada com o espaço que o editor marcou para esse trabalho. Independentemente da vontade e dos conhecimentos do jornalista, a qualidade da notícia estará sempre condicionada ao espaço disponível. Isto obriga o jornalista a recorrer ao que Gaye Tuchman [1976] chamou de “*news judgement*” (perspicácia profissional) e às técnicas jornalísticas, como a da pirâmide invertida, para estruturar a notícia. E ainda que o espaço não condicionasse a notícia, seria impossível enriquecer este trabalho já que ao jornal lhe faltará sempre o som, a imagem em movimento e a rapidez de outros meios. Na rádio também falta a imagem, o que faz com que o relato de uma dada situação fique sempre prisioneiro das palavras. Para além disso, a rádio é um meio muito etéreo, o que dificulta a reconstrução da mensagem. A televisão é outro meio sujeito a um vasto conjunto de condicionalismos. É também um meio etéreo, obedece a um complexo processo de construção da realidade e obriga o receptor a ficar preso a um esquema estrutural montado pelo jornalista. Igualmente importante é o facto de não permitir ao leitor o aprofundamento do assunto por recurso a arquivos, por exemplo. É neste contexto que surge um novo meio, a Internet, e o jornalismo que lhe está associado, o webjornalismo. Graças às características e potencialidades deste novo meio é possível atingir níveis de Qualidade óptimos na medida em que, potencialmente, a notícia consegue satisfazer e/ou ultrapassar as expectativas do receptor por não estar sujeito a nenhum dos condicionalismos antes enunciados.

O webjornalismo tem por base aquilo a que passarei a chamar “texto inteligente”, um conjunto composto por palavras, imagens, sons e hiperligações. Este conjunto forma um todo coerente, dinâmico e suficientemente flexível para que cada leitor possa ter o

seu próprio percurso de leitura e satisfaça a sua vontade de aprofundar um assunto.

Mas quais são as características deste “texto inteligente”? Como se integram e são lidos os elementos verbais e não verbais?

Linguagem verbal

A componente mais desenvolvida do jornalismo na Internet é o texto verbal escrito. Desde logo se verifica que, neste campo, não há qualquer semelhança com a linguagem verbal escrita utilizada pela rádio ou pela televisão, já que em ambos casos a possibilidade de leitura dos textos só acontece quando integrados com os vivos (televisão) ou os registos magnéticos (rádio). Por outro lado há um afastamento claro daquela que é uma técnica fundamental do jornalismo escrito: a técnica da pirâmide invertida. A técnica utilizada no webjornalismo é a de blocos de texto ligados electronicamente entre si, o que, de certa forma, vai de encontro ao ideal de textualidade definido por Roland Barthes.

“No texto ideal abundam as redes que actuam entre si sem que nenhuma possa impor-se às outras; este texto é uma galáxia de significantes e não uma estrutura de significados; não tem princípio, mas diversas vias de acesso, sem que nenhuma delas possa classificar-se como principal; os códigos que mobiliza estendem-se até onde a vista pode alcançar (...)” [Barthes, 1970, p. 11-12]

Esta definição coincide, inegavelmente, com o conceito de hipertexto, expressão definida por Theodor H. Nelson [Landow, 1992, p. 15] como “uma escrita não sequencial”, uma série de blocos de texto ligados entre si por *links* que permitem ao utilizador seguir diferentes itinerários de leitura. Mas estes *links* não ligam apenas textos, no sentido de texto verbal. Jacques Derrida [idem, p. 61] defende a inclusão de elementos visuais na escrita, como forma de escapar às limitações da linearidade. De certa forma, o texto impresso já inclui alguns elementos visuais, como o espaçamento entre palavras, os diversos tipos e tamanhos de letras, a disposição do texto no

papel ou até as notas de rodapé. Mas a leitura hipertextual levanta também potenciais dificuldades, como a obrigatoriedade de efectuar uma leitura não linear. Gregory Ulmer [Landow, 1992, p. 61-62] refere que a linearidade é o resultado de séculos de imposição de um determinado tipo de texto, defendendo que esta alteração representa a negação do carácter multidimensional do pensamento simbólico originalmente evidente na escritura não linear. Pictogramas e hieróglifos representam uma inscrição directa dos significados do pensamento, perdida com a sua supressão nos textos. A característica multidimensional e não linear do texto é recuperada com o hipertexto, já que ele integra e liga entre si elementos verbais e não verbais num todo coerente de navegação livre. Imagine-se a introdução de um ícone no meio de um texto para indicar a existência de um vídeo ou de uma foto relativa ao assunto em análise. Neste caso o leitor terá que executar uma acção, clicar no ícone, para aceder a esse elemento multimédia, interrompendo a leitura para ver uma nova janela. Esta quebra no ritmo de leitura poderia corresponder à ruptura do raciocínio, o que se tornaria prejudicial na medida em que poderia alterar a percepção da notícia.

“Se por um lado a leitura de um texto implica um trabalho específico de imaginação, por outro lado, a percepção das imagens não prescinde da capacidade de elaboração de um discurso.” [Rodrigues, 1999; p. 122]

Podemos assim entender que perante um texto ou imagem se verifica imediatamente uma associação mental entre os dois campos. Assim, a disponibilização de um complemento informativo permite ao indivíduo recorrer a ele sem que isso provoque alterações no esquema mental de percepção da notícia. O hipertexto assume-se assim como um complexo de caminhos onde cada um pode seguir o seu caminho, isto é, fazer a sua própria construção da notícia. Mas as potencialidades do hipertexto não se esgotam nesta libertação do utilizador.

“O que distingue o telefone dos outros grandes média é o seu carácter descentralizado e a sua capacidade universal de inverter as posições de emissor e receptor (...)

No passado recente, a única tecnologia que tem imitado a estrutura democrática do telefone é a Internet (...)" [Poster, 2000, pp. 38-39]

Isto significa que a Internet oferece ao jornalista a possibilidade de falar COM o leitor, em lugar de falar PARA o leitor. E ao falar com o leitor, o jornalista está a dar-lhe a possibilidade de fazer parte da notícia, participando na sua construção através do correio electrónico ou dos grupos de discussão. Jornalista e leitor assumem um papel duplo, tornando-se simultaneamente emissor e receptor, contribuindo para o enriquecimento da notícia através de opiniões ou *links*. A notícia torna-se numa espiral, gerando-se a si própria e multiplicando-se num emaranhado de opiniões e *links* que a tornam num produto sempre inacabado. Mas para lá da linguagem verbal escrita, há ainda a linguagem verbal na sua forma mais básica: a oralidade. E se no campo do texto escrito o webjornalismo vai buscar algumas das características ao jornal impresso, no caso do texto oral é a rádio a fornecer algumas das suas especificidades. A base da linguagem informativa radiofónica é o seu sentido intertextual e polifónico: a notícia tem a voz do jornalista, mas também a voz de eventuais intervenientes no acontecimento que, desta forma, confirmam o conteúdo do texto do jornalista. Umberto Eco defende que o texto é “uma sucessão de formas significantes que esperam ser preenchidas” [Balsere, 1996, p. 164]. Este preenchimento é quase sempre efectuado com outros textos. Pierce chama-lhes os “interpretantes” do primeiro texto [Idem]. É justamente o que se verifica na linguagem radiofónica, quando o registo magnético (RM, ou RD – registo digital) interpreta a palavra dita pelo jornalista, isto é, confirma o texto introdutório ao registo previamente gravado. São estes “interpretantes”, sob a forma de sons, que o webjornal pode ir buscar ao jornalismo radiofónico, conseguindo desta forma tornar a sua própria mensagem verbal textual mais sintética.

Linguagem não verbal

No campo da linguagem não verbal, o webjornalismo vai buscar a imagem em movimento à televisão. No entanto existe uma diferença

fundamental entre a imagem em movimento usada pela televisão e aquela que é usada no webjornalismo. Na informação televisiva a imagem pode ser sincrónica ou não sincrónica. Considera-se que é sincrónica sempre que a cada imagem corresponde um som que percebemos ser o original da fonte. É o caso dos chamados “vivos”. Por negação, considera-se a imagem não sincrónica sempre que o som não corresponde à fonte que o produz, embora tenha uma ligação semântica. É o caso das imagens que “pintam” as peças. No webjornalismo a imagem em movimento assume apenas o carácter sincrónico, pois funciona como “interpretante”, tal como acontece com o registo magnético no caso do jornalismo radiofónico.

Conclusão

Considerando que toda a linguagem é “um conjunto sistemático de signos cujo uso gera a codificação de mensagens num processo comunicativo interactivo entre emissor e receptor” [Balsere, 1996, p. 18] importa definir de que forma cada meio codifica a sua mensagem, para se definir se existe uma linguagem para o novo meio.

O jornalismo impresso codifica a sua mensagem mediante a linguagem verbal escrita. A utilização de signos não verbais reduz-se aos diferentes tipos e tamanhos de letra e estes elementos não têm qualquer carga informativa, sendo puramente estéticos. Fotografias e gráficos assumem um carácter complementar raramente afectando o carácter informativo do texto.

O jornalismo radiofónico codifica também mediante a linguagem verbal mas, neste caso, utilizando o nível oral. Também aqui existem outros elementos não verbais, como o silêncio, o som ambiente ou a música, mas tratam-se mais uma vez de elementos não informativos ou de fraca carga informativa.

O jornalismo televisivo, pelo seu lado, codifica com base na linguagem verbal referida para os meios anteriores e, sobretudo, recorrendo à linguagem não verbal da imagem em movimento.

O webjornalismo codifica com base na linguagem verbal – oral e escrita – e na linguagem não verbal. Até aqui parece não se distinguir do jornalismo televisivo, no entanto há uma diferença fundamental: a possibilidade de uso de hiperligações e a participação do

leitor na elaboração da notícia. Este conjunto de elementos verbais e não verbais, o “texto inteligente”, permite que a notícia adquira o formato de uma espiral. Assim, dependendo apenas do leitor, a notícia poderá continuar a responder continuamente às expectativas do leitor, sendo que a cada paragem na leitura encontraremos um utilizador para quem a qualidade óptima foi atingida.

Bibliografia

- Balsebre**, Armand, *El Lenguaje Radiofónico*. Ed. Cátedra, Madrid, 1996.
- Barthes**, Roland, *S/Z*. Ed. Du Seuil, Paris, 1970.
- Eco**, Umberto, *Os limites da interpretação*, Difel 82, Lisboa, 1992.
- Jespers**, Jean-Jacques. *Jornalismo Televisivo*. Minerva, Coimbra, 1998.
- Ladow**, George P. *Hipertext. The convergence of contemporary critical theory and technology*. Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1992.
- Lochard**, Guy e Solages, Jean-Claude, *La communication télévisuelle*. Armand Colin, Paris, 1998.
- Murad**, Angéle, “Oportunidades e desafios para o jornalismo na internet” in *Ciberlegenda*, nº 2, 1999.
- Noelle-Neumann**, *La espiral del silencio*, Paidós, Barcelona, 1995.
- Peltzer**, Gonzalo, *Jornalismo Iconográfico*. Planeta Editora, Lisboa, 1992.
- Poster**, Mark, *A Segunda Era dos Média*. Celta, Oeiras, 2000.
- Rodrigues**, Adriano Duarte, *Comunicação e Cultura*. Presença, Lisboa, 1994.

Ulmer, Gregory L. *Applied Grammatology: Post(e)-Pedagogy from Jacques Derrida to Joseph Bueys*. Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1985.

Novo jornalismo: CMC e esfera pública

João Carlos Correia
Universidade da Beira Interior.
E-mail: jcorreia@alpha2.ubi.pt

Introdução

Se houvesse um traço que tivéssemos que por em destaque no vasto campo de estudo que tem vindo a crescer a propósito das relações entre técnica, comunicação e sociedade seria o facto de que uma parte considerável do esforço de produção discursiva e simbólica e de transmissão e criação da cultura foi delegado para processos que implicam uma interacção entre os homens e as máquinas. No interior de um contexto de análise do modo específico de criação de significados e de transmissão de cultura é difícil omitir a diferença significativa na abordagem desenvolvida pelas tecnologias da comunicação, enquanto indutora de transformações civilizacionais que lhe são contemporâneas. Esta abordagem torna-se particularmente sedutora e significativa quando olhamos de modo particular para as relações entre os novos *media* e cidadania. O que se pretende, neste texto, é responder a duas questões fundamentais: a) Tendo em conta o papel estruturante da comunicação na definição e configuração do espaço público mediatizado quais são as novas formas de jornalismo e as novas formas de associação possíveis na Internet que permitam repensar aquele conceito? b) Como aceitar o impacto que as novas tecnologias têm no jornalismo de um modo que seja possível pensar em formatos que ainda possam ser considerados como sendo jornalismo?

Internet e espaço público

Há várias conceitualizações de esfera pública que conheceram uma consagração importante nos estudos sobre as relações entre comunicação e política. Uma primeira, de Hannah Arendt é relacionada com a ideia de virtude cívica configurando-se como uma espécie

de recuperação do ideal contido no espaço público grego (Arendt, 1996, 198). Para uma segunda concepção, mais centrada na modernidade, e estudada em perspectivas diversas por Tarde, Dewey, Blumer, Gouldner e, mais recentemente, por Habermas, a nova esfera pública surge como uma forma emergente de sociabilidade que, no limite, aspira a modelar o agir político. O princípio da publicidade, sob o fundamento de um público de pessoas privadas, educadas e racionais, que desfrutam a arte e utilizam a imprensa como *medium*, configura-se como exercendo uma função absolutamente crítica contra a praxis secreta do Estado (Habermas, 1982). Assim, por esfera pública pretende-se significar, antes de mais, um domínio da vida social onde a opinião pública pode formar-se. Uma porção da esfera pública surge sempre que é constituída uma situação conversacional na qual pessoas privadas se juntam para formar um público. No conceito moderno de espaço público estamos a falar de uma entidade espaço-temporal onde os cidadãos se juntam livremente e têm conversas de modo aberto acerca de assuntos de interesse público (Kim, 1997, 5). Numa linha que retoma algumas semelhanças, Gouldner sustenta a necessidade de um espaço claramente definido e seguro onde se podem desenvolver conversas face-a-face acerca das novidades e do sentido que elas possam ter (cfr. Gouldner, 1976, 98). Daqui resulta, através de uma idealização crescente em relação ao modelo histórico do século XVIII, a generalização de um modelo abstracto chamado “situação ideal de discurso”, onde todas as vozes relevantes podem ser escutadas, onde a conversação é mantida graças ao respeito por uma norma de organização do discurso que remete para o uso do melhor argumento de que dispomos no nosso presente estado de conhecimento (Nielson, 1990, 104) e onde todos os participantes intervêm numa situação de reciprocidade igualitária (Benhabib, 1992, 88). Nesta concepção de espaço público, é francamente referida, com abundância de argumentação, a importância da imprensa na criação da esfera pública burguesa nos séculos XVII e XVIII. Para Tarde, o público não podia existir sem um texto partilhado, regularmente publicado e geralmente acessível. (Kim, 1997, 25). Simultaneamente, Habermas sempre sustentou que o público burguês, descrito na sua obra clássica, cresceu graças à publicação regular de informação mercantil e finan-

ceira (1982, 16). Tal como Tarde explicaria “a Imprensa unifica e revigora a conversação, elevando-a a um nível que transcende a mera tagarelice” (1898, 19-20). De certo modo, tornar-se-ia numa representação do povo, sendo os olhos e ouvidos do povo quando este não podia ver nem ouvir por si próprio, ou mesmo falar por si próprio. Aos olhos de Dewey, a vigilância exercida sobre o poder significava um uso da Imprensa que ajudava a produzir um público organizado e articulado necessário para a democracia (in Page, 1996, 2). Um dos pontos convergentes destas análises é a interacção dialógica. A interacção surge sempre implícita ou explicitamente referida como acção comum desenvolvida e partilhada pelos membros de um grupo e entre o *medium* e os membros desse grupo, tendente a realizar e a concretizar os seus projectos ou apresentar as suas opiniões; a reagir perante os projectos e opiniões alheias; a comunicar e expor entre si os seus argumentos, procurando legitimar as suas acções e enunciados ou a questionar a legitimidade das acções e enunciados alheios em função da sua maior ou menor racionalidade intrínseca. (Correia, 1998, 8) Na forma de sociabilidade definida por público, verifica-se, para a maioria dos pensadores sociais, um modo de interacção centrado no confronto das interpretações, verificando-se que as argumentações são complexas, criticadas e enfrentadas por contra-argumentações (Blumer, 1987, 177). A despeito da importância concedida à imprensa, a alegada dissolução do espaço público seria também, de modo não menos explícito, atribuída à indústria mediática. É conhecida a narrativa da perda que acompanha esta idealização do espaço público, a qual vem associada ao triunfo de uma certa indústria mediática: o público leitor que prefigurava o público político confronta-se, ao longo da obra de Habermas, com a narrativa do seu declínio, pois “o raciocínio tende a converter-se em consumo e o contexto da comunicação pública dissolve-se em actos estereotipados de recepção isolada” (Habermas, 1982, 191). A massificação da cultura e a substituição da esfera pública iluminada por consumidores passivos, a transformação da imprensa de genuína expressão da opinião pública em instrumento de interesses particulares relacionados com os *lobbies* são alguns traços do diagnóstico. Neste sentido, a análise que se fez do devir do espaço público pode sintetizar-se numa idea-

lização que resulta da tentativa, admitida por Habermas, da constituição de um modelo heurístico, acompanhada quase sempre por um historial da decepção, que se sucede à idealização inicial. Assim, primeiro, foi a emergência de uma esfera pública que colocou, ainda que em termos ideais, a hipótese de comunicar o pensamento, de forma racional e igualitariamente repartida, no cerne da própria actividade política. Depois, foi o devir espectacularizante das mensagens e o aparecimento, no lugar do público, dessa forma de sociabilidade heterogénea e indiferenciada que designamos por massa. Finalmente, são as redes que dimensionam a comunicação em termos universais. Ao mesmo tempo que esta tecnologização se acelera surgem, no seio da indústria mediática, fórmulas empresariais e comunicativas que possibilitam uma relação estreita com os públicos. É o que acontece com os *media* interactivos, nomeadamente a Comunicação Mediada por Computador (CMC), que muitas das vezes emergem acompanhados por uma espécie de saudosismo em relação quer à *agora grega*, quer ao espaço público burguês. No contexto desta narrativa, os novos *media*, designadamente a Internet, vieram fazer remontar uma inflação de esperança alimentada por possibilidades ainda escassamente testadas. De uma forma generalizada, pode dizer-se que cada nova tecnologia foi sempre olhada de um modo que acentuava as suas componentes maléficas ou míficas na salvação ou danação da política e da cultura. Apanhada no conhecido fogo de barragem que coloca de um lado apocalípticos e, do outro, integrados, a Internet não escapou à intransigência que normalmente acompanha estas controvérsias. Os campos de batalha escolhidos pelos advogados das partes conflituais centraram-se em dois aspectos específicos: o primeiro diz respeito à geração das famosas comunidades virtuais; o segundo diz respeito ao chamado Webjournalismo.

As comunidades virtuais como elemento de dinamização do espaço público

No que respeita às comunidades virtuais, procura-se, hoje, destacar o seu papel salvador da interacção que a cultura de massas dissolvera. Com efeito, neste momento, os *news groups* da Internet, *chats*,

MUDs (*Multi-User Dungeon*) e, ainda, os MOOs (*Multiuse Object Oriented* ou, para alguns, *Multiuse Object Oriented systems*), MUVE (*Multi-user virtual environment*) e MUSH (*Multi-user shared hallucination*) – estas últimas, realidades virtuais hospedadas em computadores, normalmente operando por Telnet, completamente baseados em texto e, por vezes, dotadas de um humor e capacidade de fantasia dignas de relevo na descrição sempre escrita dos componentes físicos do ambiente, na auto-representação dos personagens e até dos objectos imaginários com que se confrontam – são promovidos ao estatuto de uma esfera pública emergente que renovarão a democracia do nosso século. Podemos falar de um novo tipo de sociabilidade, que se traduz na proliferação de pequenos médios e grandes grupos onde se realiza a simbiose da fragmentação pós-moderna do espaço público com os avanços da microelectrónica. Não é de admirar que a NET tenha sido admirada e glorificada como o veículo, por excelência, para o discurso livre e para o debate público. Hoje a comunidade já não tem o mesmo significado que tinha quando Tönies procedeu à sua definição clássica e é encarada como sendo composta por indivíduos que partilham interesses comuns, normalmente assentes em laços estabelecidos à distância (Wellman, 1999, 133). A proximidade geográfica deixa de ser necessária para as relações comunitárias à medida que a tecnologia permite que certos laços primários se desenvolvam através de distâncias cada vez mais vastas. Os critérios utilizados por diversos autores para testar a força e a durabilidade dos laços estabelecidos na rede demonstraram que o conceito se podia aplicar a muitas das realidades disponibilizadas pela Internet. Reihngold (1993) usa o termo “tribos em tempo real” para fazer a descrição da Internet Relay Chat. Barry Wellman indica que as tecnologias da informação facilitaram o desenvolvimento de redes sociais suportadas por computadores que se tornaram bases importantes para o desenvolvimento de comunidades virtuais (1999, 213). Jones sustenta a existência de comunidades virtuais como espaços sociais nos quais as pessoas se encontram face a face mas nos quais os termos encontrar e face a face ganham um significado novo. Sherry Turkle (1995, 88) recorre à existência de regras e de regulamentos codificados e partilhados para definir os

MUDs como comunidades *on-line*. Em todos estes casos, o que se sublinha é que a comunidade de interesses, gostos e preferências prevalece sobre a partilha de um espaço geográfico. Com efeito, a comunidade virtual parece enfatizar uma comunidade de interesses relacionada com o assunto em discussão que pode conduzir ao fortalecimento do espírito comunitário. Num certo sentido, a comunidade está, para alguns autores (Wolton, 1995, 169), em condições de perder a sua dimensão regressiva e tradicionalista para adquirir uma abertura e uma porosidade essenciais que permitem articular a dimensão cosmopolita da argumentação e da racionalidade com a dimensão hermenêutica da existência concreta num mundo da vida partilhado. Conseguir-se-ia, assim, “a abertura à comunidade sem esquecer a insistência no espírito crítico e na ideia de cidadania” (Correia, 1998, 162). Conciliar-se-ia a pulsão da unidade que anima a ideia de comunidade com a ideia de tensão para a pluralidade que anima o espaço público. Deste modo, a relação com o espaço público torna-se evidente com a ideia de conversação, a qual é entendida como fundamento do governo democrático (Schudson, 1997; Dewey, 1927), e primeira obrigação da cidadania (Ackerman, 1989, 6).

Novas tendências do jornalismo on-line e espaço público

Simultaneamente, generalizou-se a esperança em torno do chamado novo jornalismo, designadamente no formato dito como webjornalismo (Canavilhas, 2001). Com efeito, os novos *media* representam uma ruptura com a configuração hierárquica e dirigista da centralização emissora, permitindo a emergência de um modelo de muitos para muitos, no qual os auditores se transformam em produtores para consumidores (cfr. Hélder Bastos, 2000, 19). Referindo-se ainda ao Teletexto e ao Videotexto, Dennis McQuail afirmava já em 1987: “Os novos *media* parecem oferecer o potencial de uma mudança no equilíbrio do poder dos emissores em relação aos receptores, tornando todo o género de conteúdos acessíveis aos utilizadores e seleccionadores sem dependência dos sistemas de mediação e do controlo da comunicação de massas” (apud Bastos, 2000, 21). Ora, precisamente, neste domínio, em vez de fazer uma

aclamação eufórica das possibilidades emergentes no webjornalismo no que respeita a uma eventual possibilidade de ressuscitação de uma espécie de nova *Agora*, interessa sobretudo interrogar os limites e esperanças que despertam para o jornalismo à sombra das possibilidades tecnológicas. Há alguns traços que podem ser invocados a propósito desta forma de jornalismo que merecem ser pensados com cautela pelas possibilidades que abrem. Entre estes traços podem destacar-se os seguintes: a disseminação instantânea de notícias; a superabundância de notícias e de informação; a personalização e a utilização das linguagens multimedia e a possibilidade da interactividade. Esta referência, coincide, ao menos parcialmente, com seis pontos principais apontados pelo Professor Marcos Palácios no decurso de uma palestra sobre o tema e onde referiu, nomeadamente, o carácter hipertextual, multimediático e convergente, passível de utilização contínua, personalizável, interactivo e passível de incorporar memória. Um dos elementos que simultaneamente desperta mais euforia mas merece mais desconfiança é o problema da disseminação instantânea de notícias. A espantosa inflação de notícias de última hora constituiu até agora um dos elementos mais determinantes da poderosa voragem informativa que invade os *media* em geral. O frenesim mediático que rodeou o escândalo sexual que envolveu Bill Clinton é um excelente exemplo da natureza instantânea dos serviços noticiosos *on-line*. Neste caso, alguns jornais merecedores de respeito como o New York Times introduziram nos seus *websites* elementos acerca dos comportamentos ditos menos próprios do Presidente, mas depois de completarem as suas histórias para as edições impressas foram obrigados a retractarem-se pelo menos parcialmente de elementos que introduziram na informação disponibilizada *on-line*. Nos *sites* portugueses, já houve casos de notícias tecnicamente bem elaboradas (respeitadoras das regras do estilo, etc.) que foram prontamente desmentidas pelas únicas fontes que se podiam considerar credíveis na matéria de facto da notícia. Apesar disso, a tendência detectada não parece dar mostras de abrandar. Hoje, as grandes agências internacionais (Associated Press, Reuters, etc.) assinaram lucrativos contratos com alguns dos maiores *websites* como o Yahoo no sentido de uma distribuição directa de histórias ligadas ao serviço noticio-

sos. O conceito de *Breaking News* (notícias de última hora) alarga-se à recepção de um despacho de agência na caixa do correio. Um outro traço que rapidamente se identifica é a emergência de vastas quantidades de informação, designadamente através da disponibilização dos *links* e tópicos relacionados e toda a vasta panóplia de possibilidades remissivas que o hipertexto abre. Associada à interactividade e à utilização da linguagem multimédia, a velocidade de circulação inaugura a era do que Jim Willis designa por “turbonotícias” (apud Bastos, 2000, 60). O webjornalismo oferece um conteúdo que pode ser actualizado continuamente. Nesse sentido, é a primeira vez na história da comunicação que o texto impresso informativo alcança uma velocidade para o relato de informações e de factos só antes possível via TV ou Rádio. Um terceiro elemento – talvez o mais complexo deste conjunto de elementos que se podem encontrar disponíveis nas diferentes formas de jornalismo existentes na *web* – é a personalização: desde logo existe a possibilidade de recolher as nossas preferências de um modo tão exaustivo que, da próxima vez que um utilizador se dirigir ao *site*, irá encontrar uma espécie de página não “pronto a vestir” mas completamente desenhada com as medidas previamente tiradas. Negroponte, nesta matéria, não deixa os seus créditos proféticos por mãos alheias e antevê: “Imaginem um futuro onde o vosso terminal possa ler qualquer jornal e captar todas as TVs e rádios que existem no planeta, construindo uma agenda personalizada. Tratar-se-ia de um jornal com uma edição de um único exemplar” (1995, 153). Nesta matéria, a questão do hipertexto é, naturalmente, uma das mais interessantes pelos desenvolvimentos que abre. Tecnicamente, o hipertexto é um conjunto de nós ligados entre si, podendo estes nós ser palavras, páginas, imagens, sequências sonoras ou documentos (cfr. Bastos, 2000, 25). A utilização do hipertexto abre as portas a formas de jornalismo onde as noções clássicas de leitura são desmontadas e onde a possibilidade generalizada de remissão desencadeia a utilização do texto por um leitor mais activo e mais participante que pode fazer explodir as relevâncias previamente traçadas por um jornalista que siga o modelo clássico da pirâmide invertida. O hipertexto comporta alterações culturais de monta: o formato não-linear, e associativo do hipertexto incorporado no multimedia, o mundo a-

-preto-e-branco, estático e uni-sensorial que resultava da expressão escrita dando lugar a modos de representação multisensoriais (Mitra e Cohen, 1998, 180). Hoje a leitura de um texto contém em si, de um modo evidente, a sua remissão para, virtualmente, milhares de outros textos. Com o hipertexto há um apelo implícito à remissão, sendo que esta já não é uma simples referência mas pode ser um outro texto integral ou, segundo a noção de hipermedia, uma imagem ou um registo sonoro. No limite, podíamos imaginar um sistema de referências cruzadas que podiam quase apontar para a dissolução das fronteiras tradicionais entre artes e ofícios. Nesse sentido, há muitos autores que defendem o abandono dos sistemas conceptuais baseados em noções como centro, margem, hierarquia e linearidade, substituindo-os por nós, redes e conexões (Landow, 1992, 14). Qualquer texto concebido hipertextualmente inclui informação visual, sonora e outras formas de informação, abrindo todo um universo de possibilidades. Michael Heim imagina uma obra literária cujas notas de rodapé pudessem ser aberturas para sinfonias, filmes, anúncios e óperas com todos os vice-versa e combinatoria de reversos possíveis (Heim, 1993, 89). De um outro modo, a ruptura da linearidade é susceptível de ser pensada dum modo em que o rodapé pode ser uma variável da história principal, o acrescento de elementos acessórios ao que se entende ser principal. As possibilidades metalinguísticas podem multiplicar-se, de tal modo que o texto pode virar-se sobre si próprio, assinalando os laços, as estruturas recorrentes e as auto-referências. Do mesmo modo, o jornalismo na *web* (webjornalismo) pode ser uma combinatoria de elementos multimedia, e de participação de leitores em tempo real, em que noções de relevância tidas como relativamente estabelecidas a propósito da pirâmide invertida ou dos critérios de noticiabilidade ou da função de agendamento parecem ganhar uma dificuldade acrescida. “(...) a notícia na Internet pode apresentar uma estrutura comum à de outros *media*, mas introduz a complexidade e, sobretudo, a aleatoriedade com o hipertexto aplicado à narrativa, que coloca nas mãos do leitor parte da construção do sentido de uma forma individualizada” (Bastos, 2000, 57). Com efeito, se o hipertexto é composto de textos relacionados entre si, sem que exista um eixo orientador da organização, cada utilizador

do hipertexto faz dos seus interesses primordiais, o eixo orientador das suas escolhas. Basta para tanto, que as informações normalmente remetidas para o fim possam ser percorridas como as mais importantes. Cada acto de recepção de uma notícia podia determinar para cada leitor, uma estrutura de relevâncias diferente, pelo que, graças ao percurso que este sistema de relevância desencadeia, só um *lead* muito sumário iria sobreviver. Neste plano, as tarefas do próprio profissional terão de sofrer alterações: o jornalista terá que escrever de forma não linear quando escreve um texto para ser publicado na Internet, principalmente quando se trata de um texto extenso. A leitura no computador é cansativa e os utilizadores não gostam de ler grandes conjuntos de texto. Por isso, as notícias mais extensas devem utilizar *links* ou hiperligações. Será o leitor a decidir as partes do texto que quer ler sem ter que seguir a ordem linear. Esta prática pressupõe uma nova forma de escrever e deve incentivar os jornalistas a investigarem a melhor forma de estruturação de textos *on-line* para permitirem ao utilizador uma boa e profícua leitura. Neste sentido, há uma questão que desde logo vale a pena discutir: se o hipertexto e a interactividade se cruzam qual será o papel deixado à autoria no texto jornalístico? Poderemos falar de autoria colectiva? Um elemento que merece uma análise cuidadosa é a celeberrima ideia de interactividade. Um dos mais importantes elementos da comunicação mediada por computador é a sua habilidade para permitir o diálogo de muitos com muitos e a sua capacidade para facilitar a comunicação entre grupos e indivíduos geograficamente dispersos. Os *webdesigners* têm ao seu dispor uma quantidade de tecnologias interactivas que incluem além de ligações com outras histórias, o contacto com jornalistas através de correio electrónico, *chats*, fóruns, informações biográficas sobre os columnistas, bases de dados e arquivos de áudio e vídeo. A acrescentar a estas possibilidades o *peer-to-peer* e o *slashdot* oferecem-se como oportunidades de ultrapassar a relação rígida e piramidal que alegadamente tem sido a relação dos *media* de massa com os seus leitores. Segundo Catarina Moura (2002), o conceito de *peer-to-peer* entende a partilha de recursos e serviços através de troca directa entre sistemas. O princípio foi aplicado ao jornalismo dando origem ao jornalismo *open source*. Indiciando desde logo uma mu-

dança fundamental no jornalismo como é entendido e praticado, esta ideia tem vindo a concretizar-se em *sites* como o *Slashdot* (<http://slashdot.org>). Situado entre a *webzine* e o fórum, o *Slashdot* representa o que muitos consideram o início da era do jornalismo *open source* (Moura, 2002). O *slashdot* surge como uma forma de difusão de informação na NET, onde são cobertas histórias e ensaios inseridos pelos leitores. A equipa do *slashdot* introduz as histórias que serão editadas no *site* e é aberto um fórum de discussão onde os leitores podem participar em tempo real debatendo tema em análise. Assim, a participação do público na construção da notícia, seja através da sugestão de temas de reportagem, ou de informações sobre determinado assunto que o público faz chegar aos jornalistas, é cada vez mais fácil e também mais frequente. Logo que a notícia é publicada, o leitor pode apresentar os seus comentários seja sobre o assunto alvo de notícia, ou o próprio trabalho dos jornalistas (cfr. Barbosa, 2001). O *Slashdot* (<http://www.slashdot.org>) e outras páginas similares como *Kuro5hin* (<http://www.kuro5hin.org>) e *Plastic* (<http://www.plastic.com>), obtiveram um sucesso bastante significativo. Com diferentes abordagens no que respeita ao controlo editorial, têm traços em comum. Em primeiro lugar, qualquer pessoa pode colocar um artigo. Em segundo lugar todos comentam os artigos. Finalmente o método de filtragem de artigos e de comentários baseiam-se em taxas de leitura. Além deste tipo de *sites* temos a recente invasão de *blogs* e de *personal web logs* que leva alguns a acreditarem que o *selfpublishing* será o futuro da Net. Assim, como afirma Canavilhas (2000) citado por Barbosa (2001) “A notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria.”

A conjugação destes mecanismos pode traduzir-se numa vasta quantidade de consequências com implicações na apreciação clássica do jornalismo. As abordagens teóricas da *mass communication research* ainda são, na sua maioria, pensadas em função de formas do jornalismo tradicional. No que toca ao efeito de agenda, não é irrealista supôr-se que a sua fixação seja objecto de uma luta no qual intervêm outros agentes para além daqueles a quem, tradicionalmente, compete a redacção e edição final. No limite, o direito de resposta pode ganhar os contornos de uma acção colec-

tiva. Quanto à análise da produção noticiosa alguns dos numerosos constrangimentos que nela intervêm poderão conhecer alterações substanciais. Desde uma até uma maior intervenção dos públicos, através do prolongamento da discussão nos fóruns disponíveis até à possibilidade dos leitores dinamizarem o direito de resposta de modo a exercer pressão em torno de um determinado interesse ou pretensão, abrem-se um conjunto de possibilidades que, eventualmente, poderão alterar rotinas e modos de tipificar próprios de cada *medium*. A ideia de que a rede não tem centro tendo, antes, permanentemente, vários centros fere, restando ainda saber com que profundidade, a ideia de uma mensagem construída em função de uma percepção hierárquica da importância decrescente da informação. Ou seja, implica a relativização do formato tradicional da pirâmide invertida, a qual, como é sobejamente conhecido, é a metáfora que traduz a representação clássica da notícia, construída precisamente segundo um método que traduz a ordem decrescente de importância dos factos relatados. As características do hipertexto já referidas (a organização em fragmentos, a possibilidade de o utilizador possuir uma relativa liberdade de escolha na relação entre esses fragmentos, a fluidez e riqueza das suas ligações) remetem para uma certa errância e ausência de linearidade. Finalmente, a possibilidade de introdução de imagem e de som reforça uma componente narrativa que pode fazer realçar os elementos mais directamente relacionados com os topos próprios dos géneros ligados ao espectáculo do que com as características clássicas atribuídas à notícia. Porém, nada impede que o hipertexto e a utilização de tecnologias multimedia não possam ser indutoras de processos onde se verifiquem um acréscimo de rigor e de aprofundamento. A possibilidade de ligação a bases de dados, a arquivos informatizados e a utilização de motores de busca podem também ser uma poderosa ferramenta no sentido de aumentar a contextualização, a quantidade de informação em *background*, a mobilização de dados adicionais e a possibilidade de procedimento por associações no sentido de escapar a uma rede de facticidade centrada no acontecimento em si. “Elementos como “arquivo”, “recursos” ou “material de referência” são vantagens óbvias de uma publicação digital, que pode alimentar-se do imenso e crescente capital informativo armazenado nas extensas bases de

dados que se estendem em rede por todo o mundo. Em termos de conteúdo, essa vantagem traduz-se desde logo pela possibilidade de solidificar a informação publicada disponibilizando *links* que permitam ao leitor uma percepção muito mais aprofundada do assunto. Deste modo, o texto passa a ter vários níveis de leitura (“layers”, segundo M. Deuze), algo que o jornal tradicional não pode oferecer” (Moura, 2002). Num certo sentido, o jornalista ganhará uma dimensão diferente na medida em que, na melhor das hipóteses, manterá características de *gatekeeper* num universo de maior complexidade. Se assumir como sua a missão de imprimir uma certa racionalidade na produção e circulação de mensagens, então terá de se adaptar à gestão dos fluxos comunicacionais em dimensões de espaço e tempo completamente novas. O jornalista desempenhará então as funções de mediador público, tendo todavia que admitir-se que algumas das conclusões que os autores pós modernos adiantam em relação ao autor e às suas relações com o público e os leitores lhe possam ser aplicadas.. Em todos estes domínios questões como a ergonomia e a acessibilidade, em suma a arquitectura do texto, tornar-se-ão decisões editoriais que marcarão, de modo indelével, as opções seguidas por cada *medium*.

Críticas e suspeições

Depois de recenseadas as novidades trazidas pela CMC, importa introduzir um elemento de desconfiança. Todos estes conceitos – o de espaço público e o da sua relação com certos *media* que dinamizarão as suas possibilidades de intervenção cívica – merecem uma relativização e uma cautela que, no limite, não deixa espaço para respostas fixas e definitivas. A conversação que flui na NET e a relação entre espaço público, comunidades virtuais e jornalismo afigura-se mais problemática do que parece. No que respeita à ideologia neo-iluminista que perpassa pela NET ela é já hoje objecto de uma reflexão crítica que relativiza algumas das suas possibilidades e identifica a incubação desta ideologia num espaço capitalista centralizador que só aparentemente acolhe a diversidade. Para Herbert Schiller, um dos mais importantes autores que navega nestas águas, citado por Tânia Soares (1999), “o reconheci-

mento da existência de um novo tipo de sociedade assente no valor da comunicação e da informação não é necessariamente benéfico”. Schiller vê os imperativos da economia de mercado a reforçarem o seu determinismo nas transformações ocorridas nas esferas tecnológica e informacional. Na verdade, “o tipo de sociedade que fomenta as transformações nas áreas da informação e da comunicação é a sociedade do capitalismo corporativo norte-americano, ou seja, o capitalismo contemporâneo é dominado pelas grandes oligopólios concentrados nas instituições corporativas que comandam a economia e a sociedade a nível nacional e internacional”. Esta realidade é oculta por conceitos fetiches que visam fazer esquecer os mecanismos inerentes ao modelo de desenvolvimento em que se funda a sociedade da informação: ‘A batalha pelo acesso às tecnologias de informação e comunicação surge assim no discurso político enquanto nova bandeira do progresso, fazendo-nos por vezes lembrar – não sem uma certa comicidade anacrónica, os famosos slogans da revolução russa em que progresso era associado à fórmula “Sovietes+Electricidade=Progresso”, substituídos agora pela ideia de “Democracia+Internet=Progresso”. Segundo Cardoso (1999) o discurso tecnocultural é um tipo de discurso que poderemos situar numa perspectiva da História das Tecnologias, vendo o mundo enquanto fruto da sucessão de tecnologias desligadas do contexto social onde as mesmas nascem e actuam, onde se focam os potenciais existentes nestas tecnologias mas não se faz referência às suas limitações. No que respeita às comunidades virtuais, Ed Schwartz (1994) sustenta que as chamadas serviram apenas para adicionar o mecanismo final necessário para assegurar de que nunca falaremos sobre nada com os nossos amigos próximos e com a família directa. Numa palavra a comunidade global, ligada por computadores, substitui as comunidades onde vivemos (Schwartz, 1994). O papel desempenhado pelas comunidades virtuais no eventual desenvolvimento de um espaço público é sobretudo um papel de catarse, de substituto do verdadeiro sentido de comunidade e de participação. (Fernback and Thompson, 1995). Finalmente os traços encontrados nos elementos respeitantes ao jornalismo – velocidade e abundância de informação, personalização, interactividade – operam de acordo com um princípio solidamente entrincheirado

na retórica das utopias interactivas: quanto mais informação melhor. O objectivo de grande parte dos *sites* acima mencionados é tornar o último bit de informação relevante para a comunicação e deliberação política na perspectiva de que ele produza uma cidadania mais bem informado. A verdade é que, desde logo não existe evidência de que a disponibilização de uma maior quantidade de informação produza melhores cidadãos. Alguns estudos e possibilidades teóricas apontam mesmo para o contrário. Com efeito, parece ser possível relançar a hipótese levantada por Robert King Merton e Paul Lazarsfeld, em 1948 em “Comunicação, Gosto Pessoal e Acção social organizada” a propósito da rádio e estendê-la ao jornalismo *on-line*. A hipótese de Merton e Lazarsfeld consistia na existência de uma disfunção narcotizante da comunicação a qual se traduz no facto de as audiências se enganarem acerca da sua participação cívica, pensando que, pelo facto de estarem informadas, estarem politicamente intervenientes (Merton e Lazarsfeld, 1987). No limite, graças a esta disfunção, podia haver uma relação inversa entre o aumento da informação e o aumento da participação cívica. A superabundância de volume noticioso que circula na NET dá origem a uma corrente teórica segundo a qual quanto mais quantidade de informação existe, menos sentido e compreensão se obtém acerca dos factos relatados. Esta corrente expressa-se em termos como “data smog” de Shenk (1997) e “garbage information” de Herbert Schiller (1976). A questão que se coloca é de saber se esta presença de informação abundante quase fornecida em tempo real não é uma causa possível de crises de mediação que se traduzem na ausência de um distanciamento crítico, de uma conferência exaustiva dos factos e da ausência de comentário. Nesse sentido para Katz, “chegar mais perto parece significar ver menos e a combinação de notícias instantâneas e ausência de análise mina o jornalismo crítico” (Katz, 1992, 12). Ora, é evidente que o jornalismo *on-line*, seja ele complementar, seja ele produzido directamente para a Internet, reforça esta aceleração na distribuição momentânea de notícias. Como faz questão de sublinhar Sylvia Moretzsohn (2002), depois da velha ideia de que o público tem o “direito de saber” para poder tomar suas decisões, sugere-se que o público “precisa saber” cada vez mais rápido, porque esse é o ritmo do mundo. A qualidade é aí identi-

ficada com a rapidez na transmissão da informação. Na tese de Mestrado de Moretzsohn, cuja sinopse está disponível na BOCC, pretende-se demonstrar a hipótese de que a velocidade é um fetiche, no sentido marxista, segundo o qual o produto do trabalho, tão logo assume a forma de mercadoria, passa a ter “vida própria”, a valer por si, escondendo a relação social que lhe deu origem. No jornalismo, a velocidade passa a ser o principal “valor notícia”: antes de tudo, importa chegar na frente do concorrente, e alimentar o sistema com dados novos, num *continuum* vertiginoso a pautar o trabalho nas grandes redacções, que, além dos tradicionais produtos impressos diários, oferecem simultaneamente serviços de informação em “tempo real”. Esta questão já fora posta com pertinência por João Almeida Santos a propósito do fenómeno do *zapping* que tem semelhanças com o *surfing* que praticamos na NET. De facto, a velocidade de circulação de informação aliada ao hipertexto gera a “ânsia de tudo ver e saber ao mesmo tempo. Mas sem critérios, sem hierarquia, sem programação. Simplesmente, ver.” (Santos, 2000, 16). Conhecer o real implica um esforço reflexivo e uma grelha conceptual: o *homo ciberneticus* conta muitas imagens, muitas opiniões, muitos factos, muitos fragmentos de cultura, muitos fragmentos de saber. Só que este é um contacto muitas vezes caótico. O excesso de informação anestesia, produz efeitos de habituação. Anula. Tal como a aceleração excessiva tende a produzir cegueira e esquecimento. O que sobra em aceleração e abundância falta em distanciamento crítico, pausa reflexiva, em exercício analítico e em memória (cfr. Santos, 2002, 22; 42). Do mesmo modo, não é claro que a personalização e a interactividade se traduzam necessariamente numa vantajosa dinamização da cidadania. Para muitos, enquanto os jornais de ontem serviram para integrar as comunidades nacionais, os jornais futuros, tão personalizados quanto Negropont sonha, servirão para integrar especialmente comunidades de consumidores, já que tais *media* servirão essencialmente para os anunciantes e os fornecedores de conteúdos desenvolverem informação direccionada em função dos seus interesses comerciais. Os indivíduos isolam-se do mundo que os rodeia. De certo modo, cada um constrói a sua prisão informativa. Deste modo, diversos autores têm vindo a preocupar-se com o que classificam de casulagem de massa

e autismo em linha (Rheingold, 1993), referindo-se deste modo a uma percepção contextualizada do mundo onde a capacidade de selecção e a comunidade interpretativa se reduzem à presença de uma única pessoa. Negar-se-iam as chaves necessárias à compreensão de uma realidade que não é apenas virtual, transformar-se-iam as relevâncias complexas que estruturam o mundo da vida em função das relevâncias consideravelmente mais empobrecidas que resultam dos interesses imediatos de cada um.

O espaço público mediatizado

A resposta a estas dúvidas só pode ser encontrada, pensando num modo diverso de espaço público e das suas relações com a CMC. Hoje, a esfera pública é mais complexa e multifacetada, tornando-se a arena privilegiada de uma luta simbólica pela definição das realidades sociais. Por outro lado, o funcionamento das novas formas de cidadania e, conseqüentemente, os resultados desta luta simbólica está cada vez mais relacionado com os *media*, sendo que a opinião pública não tem necessariamente de se fazer apesar da presença dos *media*, mas com recurso a eles (Katz, 1995, 85-87). A dinamização de uma instância independente das lógicas do poder e da economia exige a presença de uma sociedade civil que é cada vez mais uma sociedade de comunicação. Esta noção implica assumir que muitos dos conflitos que se desenvolvem na sociedade ocidental já não são apenas dependentes apenas das esferas de reprodução material, mobilizando-se também em torno das questões relacionadas com a reprodução cultural, pela socialização e pelos direitos individuais. O jornalismo feito na *Web* corresponde decerto às necessidades levantadas por muitas destas transformações. A sua lógica participada pode corresponder ao carácter mais fragmentado e pluralista do espaço público contemporâneo. Porém, também pode corresponder à indução de uma entropia que desafia a ideia de deliberação racional. Como assinala Luís Nogueira (2002), o jornalismo é uma das formas de tratar, organizar e difundir informação, pelo que “tem as suas regras, constrangimentos e objectivos específicos. Tem uma morfologia, uma linguagem, uma ética e se quisermos uma epistemologia própria. Tem os seus esquemas de funcionamento. O que o

OSJ (*Open Source Journalism*) vem fazer é instabilizar esse edifício que desde há dois ou três séculos tem vindo a ser construído. Isto porque toda a informação precisa de constrangimentos, regras, formas, porque, se quisermos arriscar uma caracterização, toda ela é narrativa, toda ela conta histórias, carece de um início e um fim, elementos de um código sem os quais só a entropia pode prevalecer (...) É por isso necessário impor níveis e limites na proliferação do hipertexto, enformar as suas matérias, senão algo como a infinidade do comentário do comentário do comentário surge no fluxo ininterrupto do discurso e da informação – o que no limite deixa adivinhar a impotência de qualquer hermenêutica ou consenso” (Luís Carlos Nogueira, 2002). Esta observação conduz-nos necessariamente à questão: que configurações poderá ter o jornalismo na *Web* que lhe permita continuar a considerar-se como jornalismo, sem se dissolver em formas comunitárias completamente entrópicas donde esteja arredia qualquer mediação e que por isso se traduzam na circulação de informação que passa a uma velocidade exponencial, sem critério, sem escolha, inundando o potencial consumidor com dados cuja hierarquia de importância e cujo critério de escolha desapareceram?

a) Desde logo, o jornalismo poderá retomar pelo menos alguns dos seus aspectos enquanto jornalismo de causas. Não é por caso que os entusiastas dos *logs* e *web logs* consideram o *self publishing* o futuro da Internet: ou seja, haverá, de certo modo, um regresso ao publicismo e ao jornalismo de opinião. O século XIX terminou, graças à publicidade, com o jornalismo de opinião. Surgiram um conjunto de géneros (a notícia, a reportagem), que implicaram a formação de normas organizacionais, convenções narrativas, modelos de gestão industrial e o aparecimento de profissionais especializados. O advento deste modo de jornalismo, à qual não pode deixar de estar associada a ideia nova de objectividade, matou o jornalismo de opinião, o publicismo de que falava Tarde. A industrialização do jornalismo criou, não tenho dúvidas, as condições para que a notícia se tornasse uma mercadoria e Simmel melhor do que ninguém já compreendia no século XIX como o dinheiro criava desenraizamento e descontextualização. O jornalismo *on-line* pode, pelas condições técnicas de que já falamos anteriormente, dar origem a uma nova forma de jornalismo, ligado aos movimentos

sociais, à democratização e à afirmação cívica das comunidades, que alguns chamam de jornalismo cívico mas ao qual eu gostaria de chamar jornalismo comunitário. Proliferaram, copiosamente, exemplos de utilização da Net para lutas políticas, como sucede com o exemplo bem conhecido do movimento zapatista, de uso de BBSs em Tienanmen e nos movimentos da sociedade civil que originaram a queda dos regimes integrados no Pacto de Varsóvia, da exposição pública na rede, por parte de organizações sindicais, das condições de trabalho verificadas nos mais diversos países, originando o boicote de produtos realizados com trabalho infantil e sobre-explorado, etc. As coligações políticas empreendidas durante 1999 para impedir a realização da reunião da Organização de Comércio Livre em Seattle ou o recente recurso de dois activistas ingleses à Internet para o lançamento de uma campanha contra a McDonald's, acusando-a de envolvimento no extermínio de espécies animais e de atentados à saúde pública – um tema típico das novas agendas – já deram provas das potencialidades ainda inexploradas dos novos *media*. Neste último caso, o website criado para o efeito (<http://www.envirolink.org/mcspotlight/home.html>) foi acessado cerca de doze milhões de vezes e deu origem a uma cooperação com *media* tradicionais na investigação jornalística. Uma análise da história da imprensa radical, começando com os panfletários dos sucessivos períodos revolucionários, demonstra que, apesar do seu formato reduzido e da sua ausência quase generalizada das histórias do jornalismo, os *media* alternativos (Downing, 1995, 240) desempenharam papéis significativos na história das respectivas comunidades políticas, designadamente dando voz a perspectivas centradas na defesa dos direitos humanos e das minorias: abolicionistas, feministas, defensores dos direitos civis, etc. Hoje, muitas destas possibilidades são exploradas ao nível dos novos *media*: as *Boston Gazette* e *Père Duchaise* de hoje circulam, muitas das vezes, no *World Wide Web*. Com efeito, devemos admitir que as novas configurações do capitalismo têm uma relação profunda com a dimensão simbólica e comunicacional mas os utilizadores da Internet não são meros consumidores e produtores de informação mas seres eminentemente sociais que como tal procuram também, através do uso dos serviços telemáticos, pertencer a um grupo, afirmar as suas con-

vicções políticas, culturais, religiosas, etc., bem como, apoio para as suas dificuldades pessoais ou grupais (Rheingold, 1993). Nessa medida parece-nos altamente significativo o seguinte comentário a propósito do *open source journalism*: “permite que várias pessoas (que não apenas os jornalistas) escrevam e, sem a castração da imparcialidade, dêem a sua opinião, impedindo assim a proliferação de um pensamento único, como o pode ser aquele difundido pela maioria dos jornais, cuja objectividade e imparcialidade são muitas vezes máscaras de um qualquer ponto de vista que serve interesses mais particulares que apenas o de informar com honestidade e isenção o público que os lê” (Moura, 2002).

b) Na forma de jornalismo comunitário que defendo tem que haver lugar para a mediação e para a imposição de uma distância que impeça o domínio das turbonotícias e a proliferação exponencial da quantidade de informação relacionável. Em vez da fluência caótica das comunidades, o jornalismo comunitário, uma das formas possíveis de jornalismo na NET terá que conter o exercício de um mínimo de mediação que permita o estabelecimento profissionalizado de formas de *gatekeeping*, necessariamente diferentes das tradicionais mas que impliquem, pelo menos, a existência de opções no que respeita à relevância relativa dos dados e das informações. Os mediadores serão responsáveis pela existência de um certo grau de tematização, ou seja de selecção dos temas considerados relevantes para a comunidade criada em volta do *medium* e para a comunidade em que este se insere. Isso não impede a abertura à comunidade, pelo contrário. Só que em vez do modelo anárquico e lúdico do *chat* ou do MUD teremos o modelo de uma comunidade organizada em torno de temas com um grau de especialização ou de generalização que vai depender da opção editorial tomada *a priori* pelos responsáveis pela edição do material informativo. Estes, por sua vez, deparar-se-ão com a interactividade graças ao qual os seus critérios podem ser postos em causa e substituídos. Nas possibilidades levantadas pelo hipertexto, tal como hoje já se faz, existirá uma tematização prévia que mais uma vez depende de opções que continuam a ser opções editoriais: os *hyperlinks* visíveis poderão ganhar maior ou menor visibilidade em função de uma ordem crescente da importância e da relevância julgadas adequadas

pelos editores e pelos *gatekeepers* nos quais é delegada a aplicação dos critérios editoriais de escolha. Os leitores poderão participar de uma forma activa podendo mesmo ser responsáveis pela colocação de mensagens ou de notícias num estilo que segue o modelo do *slashdot* ou do jornalismo organizado segundo o modelo do *peer-to-peer*. Porém, as opções editoriais terão que definir a exigência de uma responsabilidade ética ao leitor/participante que será obrigado a indicar um número mínimo de fontes explicitamente citadas de forma a serem reconhecíveis e identificáveis como condição única e mínima para participarem na elaboração colectiva do material informativo. “A recolha de informação pode ser feita das mais variadas formas através da Internet, desde a vulgar consulta à participação em fóruns e chats. Para evitar que a sua conduta seja posta em causa, o jornalista deve citar todas as fontes de onde retirou a informação utilizada no seu artigo e identificar-se sempre que se encontre num chat com o propósito de recolher material” (Moura, 2002). Já no caso de material vincadamente opinativo, o único critério aplicável será a obediência à temática definida. Finalmente, terão que se encontrar formas – decerto mais fáceis de estudar no âmbito da Comunicação Mediada por Computador – de os leitores poderem intervir de forma organizada na correcção e substituição de critérios de *gatekeeping* ou até de evitarem que os critérios editoriais se tornem tão rígidos que na prática se tornem obsoletos. No limite, os responsáveis editoriais serão de certa forma representantes da comunidade dos leitores. Esta preocupação com a existência de uma mediação articulada com uma certa democraticidade na selecção dos *gatekeepers* surge na filosofia *slashdot*: se o artigo for considerado relevante e apelativo, será escolhido e publicado por um dos editores do *slashdot* que, diariamente, seleccionam entre os artigos submetidos aqueles que preencherão o *site*. Segue-se uma longuíssima troca de comentários que também são seleccionados por moderadores. Porém, respondendo à questão acerca de saber quem selecciona, importa acrescentar que os moderadores são escolhidos pelo sistema entre os utilizadores mais assíduos e com uma contribuição mais positiva. O estatuto de moderador é temporário, de modo a salvaguardar a pluralidade de ideias que caracteriza o *site* (Moura, 2002).

c) Provavelmente, este registo em que a abertura à causa e à opinião dos públicos é balanceada pela existência de uma tematização, de uma ética e de formas de mediação mínimas, poderá dar origem a um eventual novo formato jornalístico: em vez do jornal, a comunidade noticiosa, hipermediática, centrada em causas ou temas que constituem a razão de ser da sua existência, extremamente aberta à participação dos públicos que podem mesmo participar na elaboração do material editado, mas com critérios que têm a ver com a própria razão de ser da comunidade noticiosa. Como afirmou Tocqueville (1990), sem jornais não há actividade comum: o jornal, conseqüentemente, representa uma associação, mais ou menos restrita que é composta pelos seus leitores habituais. Nesse sentido, a comunidade noticiosa é uma associação da sociedade civil que explora algumas potencialidades do jornalismo que foram esquecidas e inibidas pelo modelo clássico da “comunicação de massa”. Nesse sentido, é jornalismo. É uma forma nova de jornalismo.

Bibliografia

- Ackerman**, B. (1989). “Why dialogue?” *Journal of Philosophy*, 86, 5-22.
- Anderson**, B. (1991). “Imagined communities”, New York: Verso.
- Arendt**, Hannah (1986). *The human condition*, Chicago, Chicago University Press.
- Baym**, N. (1996). “Agreements and disagreements in computer mediated discussion” in *Research on Language and Social Interaction*, 29(4), 315- 345.
- Barbosa**, Elizabete (2001). “Interactividade: A grande promessa do Jornalismo On-line”, Universidade do Minho, acedido através de www.bocc.ubi.pt.
- Benhabib**, S. (1992). “Models of public space” in Craig Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere*. Cambridge: MIT.

- Blumer, H.** (1948). "Public opinion and opinion polling" in *American Sociological Review*, 13.
- Bonchek, M.** (1997), *From broadcast to netcast: The internet and the flow of political information*. Doctoral Dissertation. Department of Political Economy and Government, Harvard University.
- Boyle, A.** (1998, 3 April). "The web's bigger than you think". Disponível na Net em <http://www.msnbc.com/>.
- Calhoun, C.** (1992). "Introduction" in Craig Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere*. Cambridge: MIT. 1-51.
- Canavilhas, João** (2001). "*Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web*", UBI, texto acedido através de www.bocc.ubi.pt.
- Cardoso, Gustavo** (1999). "À sombra da comunicação e da informação", ISCTE, acedido em www.bocc.ubi.pt.
- Carey, J.** (1989). "Space, time and communication: a tribute to Harold Innis" in *Communication as Culture*. New York: Routledge.
- Carey, J.** (1995). "The press, public opinion, and public discourse" in T. Glasser and C. Salmon (Eds.) *Public opinion and the communication of consent*. New York: Guilford. 373-403.
- Cooke, P.** (1990). "Back to the Future". London: Unwin-Hyman.
- Cooley, C. H.** (1983). "Social Organization: A Study of the Larger Mind". New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- Correia, João Carlos**, *Jornalismo e espaço público*, Covilhã, UBI, 1988.
- Curran, J. e Liebes, T.** (Eds.) (1988). "The intellectual legacy of Elihu Katz", in J. Curran e T. Liebes, *Media, ritual and identity*, Londres, Routledge.

- Dewey, J.** (1927). *The public and its problems*. London: Allen and Unwin.
- Downing, J.** “Alternative media and the Boston tea party” in Downing, J., Mohammadi, A. e Sreberny-Mohammadi, A., *Questioning the media: a critical introduction*, Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications.
- Edelman, M.** (1985). *The symbolic uses of politics*. Urbana: University of Illinois Press.
- Entman, R.M.** (1989). *Democracy without citizens*. New York: Oxford University Press.
- Elshtain, J. B.** (1995). *Democracy on Trial*. New York: Basic.
- Fenchurch, R.** (1994). *Networked wonderland*. *Demos Quarterly*, 4.
- Fernback, J. e Thompson, B.**, *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?*, 1995.
- Fisher, B., Margolis, M. and Resnick, D.** (1994). “A new way of talking politics”. Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association.
- Fraser, N.** (1992). “Rethinking the public sphere” in Craig Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere*. Cambridge: MIT.
- Gouldner, A.** (1976). *The dialectic of ideology and technology*. New York: Continuum.
- Garnham, N.** (1992). “The media and the public sphere” In C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the Public Sphere* Cambridge, MA: MIT Press.
- Habermas, J.** (1984). *The theory of communicative action*. Boston: Beacon Press.

- Habermas, J.** (1985). “A nova opacidade: a crise do Estado-previdência e o esgotamento das energias utópicas” in *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 2, Espaço Público, Lisboa, Afrontamento.
- Habermas, J.** (1982). *A transformação estrutural da esfera pública*, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.
- Habermas, J.** (1991). “The public sphere” in C. Mukerji and M. Schudson (Eds.), *Rethinking popular culture*. Berkeley, University of California Press.
- Habermas, J.** (1996). *Between facts and norms*. Cambridge: MIT.
- Heim, Michael**, (1993), *The metaphysics of virtual reality*, Oxford, Oxford University Press.
- Hacker, K.** (1996). “Missing links in the evolution of electronic democratization” in *Media, Culture, and Society*, 18, 213-232.
- Hafner, K.** and Lyon, M. (1996). *Where Wizards Stay Up Late* New York: Simon & Schuster.
- Hill, K.** and Hughes, J. (1997). “Computer-mediated political communication: Usenet and political communities” in *Political Communication*. 14(1), 3-27.
- Hinckley, B.** (1990). *The symbolic presidency*. New York: Routledge.
- Jones, Steve, (1999). “Studying the Net” in Steve Jones (Org.), *Doing Internet Research*, Thousand Oaks, London and New Delhi.
- Katz, E.** (1992). “On parenting a paradigm: Gabriel Tarde’s agenda for opinion and communication research” in *International Journal of Public Opinion Research*, 4, 80-85.
- Katz, E.** (1992). “The end of journalism? Notes on watching the war”. in *Journal of Communication*, 42(4), 5-14.

- Katz, E.** (1995). “La Investigación en la comunicación desde Lazarsfeld in Jean-Marc Férry, Dominique Wolton et al, *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.
- Katz, E.** (1996). “Mass media and participatory democracy” in *Middle Tennessee Studies in Free Expression and Journalism*, 1.
- Katz, J.** (1997), *Media rants*. San Francisco: Hardwired.
- Keane, J.** (1984). *Public life and late capitalism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kim, J.** (1997). *On the interactions of news media, interpersonal communication, opinion formation, and participation*. Doctoral dissertation, Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania.
- Krol, E.** (1992). *The Whole Internet: User's Guide atalog*. Sebastopol, CA: O'Reilly & Associates.
- Kumar, K.** (1988). *The Rise of Modern Society: Aspects of the Social and Political Development of the West*. Oxford: Basil Blackwell.
- Landlow, George P.** (1992). *Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*, Hopkins UP.
- Lasch, C.** (1995), *The Revolt of the Elites and the Betrayal of Democracy*. New York: W. W. Norton and Company.
- Lazarsfeld, P. F.&, Merton, R. K.** (1987). “Comunicação de massa, gosto popular e acção social organizada” in Cohn, Gabriel (org.), *Comunicação e Indústria Cultural*, São Paulo, T.A. Queiroz.
- Liszt directory** (1998, April). “Mailing lists, newsgroups, and IRC channels indexed by Liszt”. Disponível por World Wide Web at <http://www.liszt.com>.

- Ludlow**, Peter (1996). *High Noon on the Electronic Frontier: Conceptual Issues in Cyberspace*, MIT Press.
- Luke**, T. (1993). "Community and ecology". In S. Walker (Ed.), *Changing Community: The Graywolf Annual Ten*. St. Paul, MN: Graywolf Press.
- MacKinnon**, R. (1995). "Searching for the leviathan in Usenet". in S. Jones, *Cybersociety*, 112-138.
- Marriot**, M. (1998, 8 March). "Internet unleashing a dialogue on race" in *The New York Times*.
- McLuhan**, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Meyrowitz**, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Mills**, C. W. (1959). *The Sociological Imagination*. New York: Grove Press.
- Mitra**, A. and Cohen, E. (1998). "Analyzing the Web: Directions and Challenges" In Steve Jones (Ed.), *Doing Internet Research*. Newbury Park, CA: SAGE.
- Moura**, Catarina (2002). "O Jornalismo na era slashdot", Universidade da Beira Interior, texto acedido através de www.bocc.ubi.pt.
- Mumford**, L. (1964). "The Pentagon of Power". New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Mumford**, L. (1966). "Technics and Human Development". New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Murphy**, D. J. (1994), *Computer-mediated communication in the aerospace industry*. Doctoral Dissertation, Rensselaer Polytechnic Institute.

- Negroponte, N.** (1995). *Being digital*. New York: Vinatage.
- Negt, O. and Kluge, A.** (1993). *Public sphere and experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Nielson, T.** (1990). "Jurgen Habermas: Morality, society, and ethics". in *Acta Sociologica*, 33(2), 93-114.
- Nogueira, Luís Carlos** (2002). "Slashdot, comunidade de palavra", UBI, Texto acedido através de www.bocc.ubi.pt.
- Oakeshott, M.** (1962). "The voice of poetry in the conversation of mankind" in M. Oakeshott, *Rationalism in politics*. New York: Basic Books.
- Oldenburg, R.** (1991). *The great good places*. New York: Paragon.
- Outing, S.** (1998, 8 April). "Newspaper site pulls plug on unruly discussion forums" in *E & P Interactive*.
- Page, B.** (1996). *Who deliberates?: Mass media in modern democracy*. Chicago: University of Chicago.
- Paulson, L.** (1996, 8 February). *Cyberspace protests darkens internet*. UPI Domestic News.
- Peters, J.** (1993). *Distrust of representation: Habermas and the public sphere*. in Media, Culture and Society, 15, 541-571.
- Pomerantz, A.** (1984). "Agreeing and disagreeing with assessments" in J.M. Atkinson and J. Heritage (Eds.), *Structures of social action*. Cambridge: Cambridge University Press. 57-101.
- Postman, N.** (1992). *Technopoly*. New York: Vintage.
- Price, V.** (1992). *Public opinion*. Newbury Park: Sage.
- Rheingold, H.** (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley.

- Schiller**, H. (1976). *Communication and cultural domination*. White Plains, NY: Pantheon Books.
- Schneider**, S. (1996). *Creating a democratic public sphere through political discussion*. in Social Science Computer Review, 14(4), 373-393.
- Schudson**, M. (1997). *Why conversation is not the soul of democracy* in Critical Studies in Mass Communication, 14, no. 4, 297-309.
- Shenk**, D. (1997). *Data smog*. San Francisco: Harper Collins.
- Soares**, Tânia de Moraes (1999). *A Imperialização da Cultur@: Uma Introdução ao Estudo da Obra de Herbert Schiller*, ISCTE, acedido em www.bocc.ubi.pt.
- Spier**, H. (1950). *Historical development of public opinion*. in American Journal of Sociology, (Jan.), 376-388.
- Tarde**, G. (1898). *L'opinion et la Foule*. Paris: Alcan.
- Tocqueville**, A. (1990). *Democracy in America*. (Vol. 2.) (P. Bradley, Ed.). New York: Vintage Books. (Original work published in 1840).
- Turkle**, Sherry (1985), *The Second Self: Computers and the Human Spirit*, Touchstone paper.
- Verba**, S. and Nie, N. (1972). *Participation in America: political democracy and social equality*. NY: Harper & Row.
- Warner**, M. (1992). *The mass public and the mass subject*. in C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere*. Cambridge.
- Wellman**, B., & Gulia, M. (1999). *Virtual communities as communities: Net surfers don't ride alone*. In M. A. Smith & P. Kollock (Eds.), *Communities in cyberspace* London: Routledge.
- Wellman** B. (1999). *Networks in the Global Village*, Westview Press.

Webster, F. (1995). *Theories of the information society*. New York: Routledge.

Wolton, Dominique (1995), “As contradições do espaço público mediatizado” in *Revista de Comunicação e Linguagens* n.ºs 21-22, Comunicação e Política, Lisboa, Cosmos.

Notas sobre a mais velha arte do mundo

Jorge Bacelar
Universidade da Beira Interior.
E-mail: bacelar@alpha2.ubi.pt



Resumo

Neste texto resumem-se algumas leituras e reflexões sobre o fenómeno do *graffiti*. Recusando a categorização redutora de actividade marginal ou de vandalismo, mas evitando igualmente qualquer tentativa apologética, tento de um modo muito sucinto fazer um desenho do *graffiti* (e do *graffiter*) em *vol d’oiseau* tendo como pretexto a apresentação destas reflexões no painel “Novos *Media*, Novas Linguagens”. No final do texto incluo um glossário com algumas das expressões mais recorrentes na novilíngua dos *graffiters*.

Introdução

Pode-se começar logo pelos vocábulos que identificam este painel: ‘*Media*’, ‘Linguagens’ e ‘Novo’.... O que se poderá entender como ‘novo’? Eventualmente algo que é recente, que não é antigo, que rompe com o hábito (ou que pelo menos evolui do antigo, mas que é diferente desse antigo). Será pacífico, então, que aquilo que aqui

se entende por ‘novo’ será algo que não radica em usos, costumes, técnicas ou processos mais ou menos atávicos? Poderia tentar re-censar rapidamente alguns exemplos dos equívocos resultantes do uso descuidado desta expressão. Basta pensar nos movimentos de vanguarda artística do início do século passado, para detectar essa obsessão de ruptura com o antigo, mas se olharmos com a distância que o tempo já nos permite, a par da efectiva novidade, inevitavelmente encontraremos o antigo. O burguês que se procurava ‘épater’ como Baudellaire ou Almada tanto gostariam, era efectivamente o destinatário por excelência da experimentação e das posturas ‘novas’ dos modernos. Ou seja, o discurso tinha de ser compreensível e passível de ser recebido e integrado, a mensagem tinha de ser acessível ao burguês, para que existisse comunicação (e reacção) efectiva. Ou então escrevia-se ou pintava-se apenas para si próprio, restringindo o universo à pessoa do autor. Desaparecendo assim, num estalar de dedos, tudo o que se possa entender como comunicação, linguagem, mediação, etc.

É que linguagem, dizem os linguistas, é o resultado dum processo de interacções sociais e inter-pessoais que ao longo do fio do tempo se vai fixando numa série de processos normativos, tanto formais como informais, que possibilitam o entendimento. Mas que se trata de um processo em constante evolução, também não vamos tendo muitas dúvidas. Basta atentar, por exemplo, nos visores dos telemóveis ou nos *chat-rooms*, para se ter a prova dessa evolução. Neste caso, caracterizada por uma procura de economia no número de caracteres necessários para a produção de uma mensagem, detecta-se que os constrangimentos provenientes do *medium* influem na (re)construção da linguagem. É de evitar a produção de juízos valorativos sobre a qualidade dessa mesma produção literária (embora tenha as minhas próprias ideias sobre o assunto), mas o que importa reter deste processo é a ideia que a linguagem se transforma constantemente, condicionada não só pela dinâmica social e das relações entre os seus actores, mas que muda igualmente em função do seu suporte técnico ou material.

O *graffiti*

Comecei por referir o ‘Novo’, mas inevitavelmente os ‘*Media*’ e as ‘Linguagens’ tinham de vir na mistura... e o assunto que pretendo aprofundar prende-se com um fenómeno que nada tem de novo (apesar de só recentemente ter entrado no seio da discussão académica): o *graffiti*.

Já lá vão uns anos, Pedro Barbosa tentou apresentar na Universidade do Porto um estudo sobre a escrita produzida no aconchego e privacidade dos sanitários públicos (à época, um dos poucos espaços possíveis para o exercício da liberdade de expressão), tendo provocado um escândalo considerável. Hoje, sendo um homem respeitado no meio académico, possivelmente a sua obra já merecerá uma atenção mais reverente... Foi o seu “Guardador de Retretes” que me despertou para as questões ligadas à comunicação informal – melhor dizendo, marginal – para a descoberta dos últimos redutos da expressão individual, para as últimas manifestações de ideias não condicionadas pela imposição da norma, seja ela gramatical, fonética ou gráfica. Ou seja, apesar de estarmos num contexto onde seria de esperar uma discussão sobre a comunicação e a linguagem enquadrados pela tecnologia de ponta, pelo *hi-tech*, por *bits*, *bytes* e *megabytes*, servidores e *nodes*, ISP’s, redes e bases de dados e mais uma série infindável de acrónimos e designações mais ou menos herméticas, optei por uma dissertação sobre um ‘novo’ meio de expressão (que deve ser pelo menos tão antigo como a mais velha profissão do mundo...), mas que tem a característica de ir, actualmente, contra a corrente dominante nos processos de comunicação. Primeiro, por ser inerentemente subversiva (entenda-se este adjectivo como caracterizador, hoje, daquilo que não pode ser transformado em mercadoria); segundo, porque em vez de assentar no *desktop publishing* e nos programas de desenho vectorial ou de tratamento digital da imagem, assenta no traço manual, no desenho e na cor a que não se pode fazer ‘undo’; e por último, porque no fundo se constitui como uma nova linguagem, apesar de na maioria dos casos se comportar de um modo tão hermético como numa tertúlia de especialistas em genética ou tecnologias de informação...

Na sua maioria, os *graffiti* são marcados por uma indigência li-

terária e gráfica constrangedora. A temática recorrente é o sexo, limitando-se o seu conteúdo à produção do vernáculo, à troca de mensagens obscenas, ao registo gráfico de órgãos sexuais ou de variações muito pouco criativas do kamasutra. Nada que não se fizesse em Pompeia, por exemplo. Daí que é uma forma de expressão tão antiga como a nossa civilização. Ou mais antiga, ainda: pensemos nas gravuras de Lascaux ou Foz Côa, e especulemos um pouco sobre a forma de passar o tempo dos *graffiters* da época...

Desde que a humanidade descobriu a expressão gráfica, tem havido escrita nas paredes. Os Romanos escreviam nos edifícios das cidades que conquistavam e, muito antes da invenção da escrita, já muitas cavernas tinham as suas paredes repletas de sinais. Esta escrita já era conhecida como '*graffiti*' nos tempos de Roma e assim continua a ser designada. Mas tal como os tempos mudaram, também evoluíram as formas da escrita parietal. Actualmente pode-se tentar categorizar as suas várias manifestações, desde o *graffiti* dos *gangs*, com a finalidade de demarcar territórios, o *graffiti* daqueles que utilizam as paredes como veículo das suas opiniões e mensagens, sejam políticas, sexuais, humorísticas (ou mesmo como exibição da total ausência de ideias...) e por fim uma última modalidade que emergiu e se consolidou nos últimos 30 anos, que se poderá, à falta de melhor designação, chamar '*graffiti* artístico'. Esta última forma teria surgido em New York, iniciando-se com a aparição de marcas gráficas compostas por um nome e um número, em edifícios públicos, sinais de trânsito e nos transportes colectivos. A cidade é invadida por uma profusão de caligrafias indecifráveis, feitas a marcador, que não significam senão "eu estive aqui. Eu existo". Estes primeiros ensaios, designados genericamente como *tags*, e que não são mais do que o pseudónimo do escritor associado ao número da rua onde vive, foram integrando a cor, novos estilos e foram também procurando novos processos técnicos para a sua concretização. Nos anos seguintes, motivados pela competição, os *writers* procuram novas soluções para ter o seu *tag* o mais *up* (presente) possível: organizando-se em grupos (*crews*) para pintar melhor e maior, encontraram nas latas de tinta em spray o meio perfeito para preencher e tornar visíveis grandes áreas. Rapidamente esta nova forma de expressão se desenvolveu na direcção de

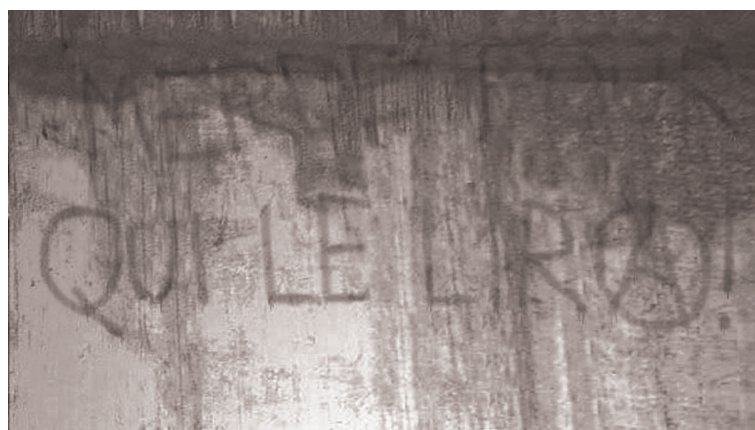
trabalhos artísticos intrincados e com uma expressividade cada vez mais marcada. Assim, o *graffiti* contemporâneo é muito mais do que o resultado da vontade de mutilar ou desfigurar equipamentos colectivos, podendo-se considerar antes como um modo atrevido de revelação da criatividade, mestria e arrojo do *graffiter*.



Marginalidade e estigma

Foi depois de os jornais se começarem a referir a este fenómeno como '*graffiti*' que a expressão entrou no domínio comum, sendo apropriada pelo *mainstream*, ou seja, pela cultura dominante, bem como a sua estigmatização, fomentada por intervenções inflamadas de figuras públicas contra a vandalização de equipamentos colectivos. É normalmente esta a fórmula utilizada pelo poder, preocupado em domesticar ou eliminar algo aparentemente ameaçador, antes sequer de tentar compreender do que se trata efectivamente. O recurso inicial foi a rotulagem do *graffiti* como algo de nefasto e potencialmente destrutivo. A fase seguinte, perante a amplitude do fenómeno, foi a sua tentativa de absorção no circuito da 'alta cultura'. Novo falhanço, pois o *graffiti* não procura a perenidade da tela renascentista, mas, ao invés, vai-se modificando ao longo dos dias com sucessivas intervenções, comentários, sobreposições, limpezas dos serviços municipais, e novas inscrições sobre paredes novinhas em folha... e é difícil levar as paredes de um prédio ou os pilares de um viaduto para o interior de uma galeria de arte, e

proceder aos rituais do *vernissage*, da crítica, das fotos para a imprensa mundana, e... pior ainda, é uma arte que não está à venda, que é, pela sua natureza, absolutamente impossível de colocar no mercado, não tem cotação, nem há investidores japoneses com excesso de liquidez interessados na sua aquisição.



O seu estatuto marginal está, portanto, garantido, mesmo que alguns dos seus autores possam cair nas redes do sistema, obtendo assim os seus 15 minutos de fama... o problema para a compreensão deste fenómeno reside no já vulgar hábito de comermos sem pestanejar tudo aquilo que os *media* nos servem. Portanto, se o *graffiti* é declarado produto dos *gangs* de New York, o *graffiti* é produto dos *gangs* de New York. Assunto arrumado. Mas não está arrumado. O *graffiti*, pode ter nascido em New York, ter raízes nos *gangs*, como forma de demarcação territorial, mas é muito mais do que isso: tanto no local de origem, como pela dispersão geográfica que se sucedeu, pois encontramos *graffiti* em todas as cidades do mundo, e mesmo no meio rural também já começam a ser visíveis.

O movimento

O *graffiti* é efectivamente um movimento. Originado pela escrita parietal (os seus praticantes denominam-se *writers*), surge da assinatura de um *tag* (nome, pseudónimo ou *nom de guerre*, caracterizado pela economia tipográfica). Esta economia justifica-se pelo

carácter de clandestinidade e urgência com que cada inscrição é feita. Seria problemático que um *graffiter* adoptasse por exemplo o nome de *Doctor Strangelove* ou *esternocleidomastoideo*, pois não teria tempo para o inscrever nas carruagens do metro em movimento e seria facilmente apanhado pela polícia ou pela segurança dos edifícios ao tentar fazê-lo nos corredores dum centro comercial. Assim, *tags* com três ou quatro letras, serão o ideal para este tipo de autores. Mas também no interior deste movimento existem hierarquizações, sejam ao nível da produção como dos produtores. O *tag* poderá ser considerado nesta perspectiva, como o elemento fundador, mas de menor importância; no meio de paredes saturadas de riscos, cada *tag* torna-se pequeno demais, insignificante demais para poder sobressair. Segue-se então o *throw-up*, que consiste numa apresentação mais cuidada do *tag*, na qual já são visíveis preocupações de arranjo gráfico, tratamento formal dos elementos tipográficos, pela maior dimensão das letras, ainda monocromáticas, mas isoladas do fundo por um *outline* de cor contrastante, e uma ou outra incursão na iconografia. Movidos pela procura de novas formas de expressão, o *throw-up* seria elevado à forma de arte, pela complexificação das formas, decoração intrincada dos interiores (*fill-in*) e pelo realce dos fundos com motivos gráficos contrastantes, originando-se assim a categoria superior do *graffiti*, a *piece* (de *masterpiece*), produzida normalmente por grupos (ou *crews*) de *writers*, nas quais já toda a parafernália de cores, formas e ícones da cultura urbana surgem e se interpenetram. Relativamente à hierarquia dos produtores, de um modo sucinto, pode-se referir que a ‘ascensão’ no interior desta cultura se deve a dois factores: visibilidade e mestria técnica. A visibilidade obtém-se pela multiplicação de *tags* e, quantas mais vezes uma assinatura surgir, maior será a sua visibilidade e reconhecimento; neste aspecto há igualmente que ter em conta a localização dessas inscrições, pois tratando-se de actos marcados pelo ilícito, as inscrições surgidas em lugares *quentes* (loais públicos de grande visibilidade, policiados e iluminados) terão uma cotação muito elevada. Cotação que subirá à medida dos riscos associados a cada local específico. Além do factor ‘coragem’ associado à prática do *graffiti* vai-se desenhando uma outra hierarquia no respeitante ao domínio técnico do marcador

ou *spray*, do desenho (seja tipográfico, seja figurativo), do domínio cromático e da espectacularidade do produto final.



Algumas questões formais

O *graffiti* alimenta-se da iconografia da grande metrópole, alimentando-a por seu turno. Uma paisagem urbana sem *graffiti*, actualmente, seria tão estranha como uma cidade sem sinais de trânsito ou *out-doors*. Com o desenvolvimento das técnicas e da retórica visual da publicidade, as letras têm sido transformadas em figuras de expressão: as letras vão assumindo, por elas e pela sua multiplicação, uma identidade própria, independente do significado ou valor fonético que lhes está adstrito. E é também nesta dissociação entre a significação normativa da letra e o novo valor de uso que lhe é atribuído, que poderá assentar, pelo menos em parte, a compreensão deste fenómeno.

Mitos e folclore

O *graffiti*, entendido como forma de expressão gráfica actual, tem cerca de 30 anos. Nos seus primeiros tempos, era visto como uma actividade levada a cabo por vândalos, de marginais de várias estirpes, cuja finalidade residia em provocar o *status quo* e deixar marcas sobre a propriedade alheia. A incompreensão provocada pelo *Wildstyle* (ou estilo de New York), devido à total opacidade



de significação para os *de fora*, poderá igualmente ser uma das razões para a imediata rotulagem do *graffiti* como algo de marginal e nefasto: devido à sua ilegibilidade, afasta uma população habituada a seguir diariamente as mensagens publicitárias que estruturam e saturam o espaço público, espaço este doravante disputado pelo *graffiti*. Confrontados com um exercício, na maioria dos casos meramente formal, sem qualquer conteúdo ideológico, informativo ou comercial, o transeunte não compreende. E o processo revela-se assustadoramente simples: o *graffiti* reclama apenas o lugar que ocupa, não anunciando mais nada senão ele próprio. Depois da tentativa frustrada de Andy Warhol em integrar Jean Michel Basquiat, um dos primeiros *graffiters*, no mundo das artes, deu-se início à tentativa de compreender este fenómeno em níveis mais profundos. Em particular no campo dos estudos culturais, alguns investigadores interessados na problemática dos fenómenos raciais e das culturas suburbanas emergentes, encontram no *graffiti* um veículo privilegiado de comunicação. Mas se o *graffiti* como fenómeno de comunicação restrito a uma subcultura, poderia sugerir algumas pistas para a compreensão dessa mesma subcultura, hoje em dia encontrar-se-ão sérias dificuldades em atribuir significações precisas e definidoras, pois o fenómeno universalizou-se, e encontram-se exemplares de *tags*, *throw-ups* e *walls* em todas as cidades da esfera de influência ocidental. Assim, em New York, Brasília, Paris, Zagreb, Sydney, Los Angeles, Lisboa, Johannesburg, Auckland, Rio de Janeiro, Tokyo, Madrid, Boston, Zurich, Wellington ou Porto (e mesmo Covilhã...), encontraremos exemplares disseminados pelos

espaços públicos e privados, ostentando grafismos similares, iconografias globais, que vão diluindo gradualmente a força e o carácter de identidade visual de uma subcultura caracterizada pela exclusão racial e económica, passando a constituir-se apenas como um estilo de vida e de pertença ao grupo, pois estão referenciados *writers* de todas as raças e estratos socio-económicos. Ou seja, o folclore global absorveu o fenómeno, e pese embora a sua resistência (impossibilidade) em entrar no *mainstream* da ‘alta cultura’, já se vai constituindo como um pretexto para a realização de negócios. Nomeadamente pela constituição de empresas especializadas em remover *graffiti*, na venda de produtos químicos para proteger as paredes do vandalismo e, no sentido oposto, pelo aumento astronómico nas vendas de *sprays* e materiais auxiliares... ou ainda pela inclusão do estilo visual do *graffiti* nos genéricos de programas televisivos ‘radicais’, pela adopção de estilos de vestuário vulgarmente associados aos *writers*, e mesmo a alguns maneirismos verbais e gestuais do *hip-hop*, que nos vamos acostumando a ver na televisão e no cinema.

Terroristas, mas com sentido ético...

Se a maioria dos *graffiters* (ou *bombers*) não hesitaria em pintar e desfigurar um *outdoor* publicitário, há no entanto, superfícies que se constituem tabu. Existe uma espécie de acordo não escrito, uma base normativa implícita entre os praticantes, daquilo que é legítimo e aceite pela comunidade de *writers*. O princípio básico é o respeito pela obra dos que pintam há mais tempo. Um *cross-out* (riscar ou pintar por cima do *tag*, *throw-up* ou *piece* de outros) aproxima-se da blasfémia, demonstrando desrespeito pela hierarquia da comunidade. O *cross-out* só é possível, dentro das regras, com a permissão do seu autor. Para além deste código de conduta interno, marcado pela dinâmica da ascensão dentro do grupo, pelo desejo de reconhecimento inter-pares, existem também alguns preconceitos relativamente à escrita sobre paredes de monumentos históricos, ou superfícies de azulejo pintado, que por muito convidativas que se apresentem, são geralmente respeitadas. O que não significa que não haja iconoclastas no movimento, mas como o resultado de um

bombing sobre uma superfície destas normalmente é a rejeição pela restante comunidade, esta é uma prática com poucos adeptos. Portanto, mesmo numa prática pautada pela transgressão, existe um espaço para a norma...

***Graffiti* digital?**

Antes de concluir este texto seria interessante colocar algumas interrogações sobre os destinos do *graffiti* na era do multimédia e da interactividade. Com os novos suportes digitais da informação (seja texto, imagem ou som), as paredes pintadas e as portas vandalizadas com golpes de canivete deixaram de ser as telas exclusivas do *graffiter*. Assim, o carácter efémero do *graffiti* perdeu de certa forma o seu sentido transgressor, uma vez que o suporte passou a ser virtual, um mero conjunto de electrões estimulados electricamente, originando configurações voláteis que se organizam e desvanecem com um simples *click* no rato ou com um toque numa tecla.

Cumpre, portanto, perguntar: à necessidade anteriormente enunciada de dizer (escrever) “eu estive aqui; eu existo!”, como responde o universo *on-line*? Podem enunciar-se duas possibilidades:

Uma, no estrito campo da comunicação, da expressão individual, a proliferação de *webpages* pessoais, gratuitas, da possibilidade de colocar *on-line* um *weblog*, um diário pessoal onde se afixam os pensamentos, imagens, sons que sejam relevantes e significativos para o editor, respondem cabalmente a esta necessidade. Mesmo colectivamente, pode-se participar, ‘pintando’ uma parede virtual em sites construídos para o efeito¹, onde, sem a preocupação de fugir à autoridade ou ao proprietário do espaço, qualquer um pode gravar a sua mensagem, deixar o seu *tag* ou a sua *piece*, ficando o trabalho disponível para a observação e comentários dos outros visitantes, durante o tempo em que o site se consiga manter *on-line*.

Outra possibilidade, agora na perspectiva transgressora, marca registada do *graffiti*, passa pela invasão dos espaços privados – sempre no universo virtual – através do chamado terrorismo in-

¹Ver, por exemplo, <http://www.zewall.com/> ou <http://www.bcnpostal.com/htm/graffiti/graffitonline.htm>

formático: sejam vírus programados e disseminados na rede através de mensagens aparentemente inócuas, ataques a bases de dados e servidores de empresas financeiras ou de *software*, agências governamentais e ministérios, por vezes discretamente, roubando ou baralhando a informação e tentando apagar todas as ‘pegadas’, outras vezes de forma estridente, sem provocar qualquer dano, mas afirmando ufana e provocatoriamente “EU ESTIVE AQUI!”.

Concluindo

Apesar de já estar rodeado de névoa devido às mistificações de que tem sido alvo, ainda há tempo para, querendo, descobrir as raízes sociológicas e culturais do *graffiti*. Basquiat foi indubitavelmente o primeiro *graffiter* mediático, mas antes dele já se escrevia e pintava em New York. Há autores que apoiam a asserção oficial de estarmos perante um produto dos *gangs*, mas há outros que afirmam tratar-se tão-só de uma das várias manifestações da cultura *hip-hop*, que de algum modo se afirma como alternativa ao modo de vida violento e territorial dos *gangs*. O que é certo, é que seja qual for a sua génese, o fenómeno ultrapassou os muros do *ghetto* e hoje é visível em todo o mundo ocidental, independentemente do grau de exclusão (ou inclusão) cultural, económica ou social dos seus praticantes. Ou seja, a margem invadiu o rio. E é precisamente nesse aspecto que se iniciam as minhas interrogações.

Glossário

Bebbs – Bonecos que adornam ou compõem os graffitis. O mesmo que *carachters*.

Bite – Dar bites, imitar o estilo gráfico de outro *writer*.

Bomber – *Graffiter* que pratica *bombing*.

Bombing – Graffitis que se realizam rapidamente, pouco adornados e com letras pouco elaboradas.

Caps – Cápsulas que se colocam na saída das latas de *spray*. Existem caps específicos para cada tipo de traço pretendido.

Carachters – O mesmo que *bebs*.

Crew – Conjunto de *graffiters* que usualmente pintam juntos, existindo nos seus trabalhos uma assinatura ou sigla que identifica esse colectivo.

Cross-out (ou Cross) – Pintar algo (traço, tag ou desenho) sobre um trabalho alheio.

Detonado – Local ou parede cheio de bombing.

Fill-in – Preenchimento (simples ou elaborado) do interior das letras de um throw-up ou piece.

Graff – Abreviatura de *graffiti*.

Graffiti – O mesmo que writing. Componente visual (plástica) da cultura hip-hop.

Hip-hop – Cultura urbana composta pelo *graffiti*, musica rap e break dance.

Hot – Parede ou zona repleta de graffiti; zona de grande risco para os writers fazerem o seu trabalho.

King – Graffiter experiente, com muitos skills e grande número de trabalhos realizados. O contrário de toy.

Outline – Contorno das letras desenhadas.

Piece – *Graffiti* a cores, bastante elaborado. Normalmente constituído por fundos trabalhados, letras estilizadas e adornadas com caracters.

Props – Parabéns ou felicitações inscritas, dedicadas a *Graffiters* ou crews, por amizade ou porque a qualidade do trabalho o merece.

Queimar Spots – Cobrir uma parede ou uma zona com trabalhos de pouca qualidade.

Skills – Conjunto de técnicas dominadas por um Graffiter.

Tag – Assinatura do Graffiter.

Tagar – Escrever o tag com letras desenhadas com uma só linha de tinta.

Toy – Graffiter inexperiente. O contrário de king.

Throw-up – Actividade do Graffiter quando este se limita a tagar paredes.

Wall of Fame – Muro de grandes dimensões pintado com uma sequência longa de pieces.

Wild Style – *Graffiti* caracterizado por uma forte estilização das letras, tornando-o praticamente ilegível.

Writer – O mesmo que Graffiter

Writing – O mesmo que *graffiti*

Bibliografia

Barbosa, Pedro, *O guardador de retretes* (3ª Ed.), Centelha, Porto, 1986.

Giller, Sarah, *Graffiti: Inscribing Transgression on the Urban Landscape*, Brown University, 1997, www.graffiti.org/faq/giller.html.

Hooks, Bell, *Beyond Basquiat*, <http://www.zmag.org/ZNET.htm>.

Marques, Filomena, Almeida, Rosa, Antunes, Pedro, “Traços falantes – a cultura dos jovens *graffiters*”, in Pais, José Machado (org.), *Traços e riscos de vida – uma abordagem qualitativa a modos de vida juvenis*, Ed. Ambar, Porto:1999, pp. 173-211.

Matos, Miguel Moore, “Da subversão da paisagem urbana”, in Page n.º 9 Jul/Agosto 1999, pp. 40-45.

Moura, Catarina, “Uma barata na parede”, Urbi@Orbi, 30.10.2001, www.urbi.ubi.pt.

Novos *media*, velhas questões

Maria João Silveirinha

Instituto de Estudos Jornalísticos da Faculdade de Letras da
Universidade de Coimbra.

E-mail: mjsilveirinha@hotmail.com

A passagem da comunicação face-a-face para a comunicação mediada como forma de articulação das sociedades modernas implicou uma ampla e generalizada mediação das relações sociais. O que está agora em causa, numa análise da modernidade tardia, sobretudo após a afirmação da televisão, é a forma e a medida da extensão, pelos *media*, dessas mesmas relações sociais.

Marshall McLuhan é, naturalmente, um dos pioneiros a explorar na teoria dos *media* uma crítica ao dualismo cartesiano da subjectividade. Os *media* – em especial os electrónicos – são extensões do nosso corpo – dos nossos membros, olhos, ouvidos, mãos e sistema nervoso – funcionando como suas expansões (McLuhan, 1964).

Como resultado das forças integradoras da televisão, tornou-se possível relembrar a unidade orgânica dos nossos sentidos. A humanidade pode ser de novo reunida numa nova comunidade, a ‘aldeia global’.

Contemporâneo de McLuhan, também Harold Innis se ocupou das transformações operadas pelos diferentes *media*. Innis “reconheceu que a velocidade e distância da comunicação electrónica alargava a escala possível da organização social e aumentava fortemente as possibilidades de centralização e de imperialismo em questões de cultura e política” (Carey, 1989:137). A história moderna ocidental começou com a organização temporal e terminou com a organização espacial; nas palavras de Carey, “é a história da evaporação de uma tradição oral e manuscrita e das preocupações com a comunidade, a moral e a metafísica, e da sua substituição pelos *media* da imprensa e electrónicos, apoiando um forma de comunicação em direcção ao espaço” (Carey, 1989:160). Com efeito, as modernas tecnologias da comunicação – começando com a imprensa e acelerando com os *media* electrónicos – cultivam uma or-

dem social estruturada com base no espaço. Contrastando com as culturas orais como a Grécia clássica, que equilibravam tempo e espaço, a nossa era é caracterizada por mobilidade e conquista. O resultado é uma negligência da continuidade cultural e o recolher da âncora do tempo.

Innis dividiu os *media* em dois momentos, a que ele chama ‘*bias*’: os ligados ao tempo (*time-binding media*) e os ligados ao espaço (*space-binding media*). Os primeiros, suportados pela cultura oral e pelo manuscrito, favoreceram a memória, o sentido da história, pequenas comunidades e formas tradicionais de poder. Os segundos, ligados ao espaço, como a imprensa e os *media* electrónicos, têm que ver com expansão e controlo de um território (Innis, 1951). Nas palavras de Carey, os *media* ligados ao espaço “favoreceram o estabelecimento do comercialismo, o império e eventualmente da tecnocracia” (Carey, 1989:134). Innis mostrava-se assim pessimista relativamente às mudanças nas tecnologias da informação. A cultura era varrida por um novo regime de tempo, estandardizado e linear, perdendo o seu movimento cíclico e regenerador. O ‘*bias*’ da tecnologia que implicava o fim da cultura no mundo moderno só podia ser contrariado pela tradição oral, pelo diálogo e pela discussão democrática, bem como por uma participação que escapasse ao controlo da moderna tecnologia. O que isso significava era que “o apoio dessa tradição oral e o seu enraizamento nos enclaves culturais, exige que se preservem e alarguem elementos de estabilidade, que as comunidades de associação e os estilos de vida possam ser libertos da obsolescência da mudança técnica” (Carey, 1989:135).

Mas é em Joshua Meyrowitz que encontramos uma das expressões mais actualizadas das ideias de McLuhan e Innis (Meyrowitz, 1985). Revendo as suas teorias, ele conjuga uma teoria dos *media*, da identidade e da comunidade, a partir da ideia de que esta última foi afectada pela erosão gerada pelos *media* electrónicos, mudando as relações sociais e a identidade. Tal como os seus predecesores, Meyrowitz defende que a introdução de um novo *medium* reestrutura o mundo social, as interacções e consequentemente a identidade. As fronteiras das identidades sociais constituídas pela comunicação escrita e por redes de informação especializada tornam-

-se agora mais fluídas, menos delimitadas, sobretudo por causa do seu impacto sobre a presença física: “Embora as culturas orais e de imprensa difiram muito, o laço entre o lugar físico e o lugar social era comum a ambas. A imprensa, como todos os novos *media*, mudou os esquemas da informação de e para os lugares. Em consequência, mudou também o *status* relativo e o poder dos que estavam em diferentes lugares. As mudanças nos *media* no passado sempre afectaram a informação que as pessoas trazem para os lugares e que têm nos lugares. Mas a relação entre o lugar e a situação social era ainda bastante forte. Os *media* electrónicos vão mais longe: levam à quase total dissociação entre lugar físico e ‘lugar’ social. Quando comunicamos pelo telefone, radio, televisão ou computador, onde estamos fisicamente presentes já não determina onde e quem somos socialmente” (Meyrowitz, 1985:115).

Em geral, a imprensa, além de exigir alguma necessidade da presença física (as notícias de um jornal chegavam sem haver necessidade de estar no lugar, mas chegavam atrasadas, de forma não actualizada), tende também a segregar o que pessoas de diferentes idades, sexos e *status* sabem relativamente umas às outras, enquanto que nos *media* electrónicos, em especial na televisão, o local físico já não é importante. Já não é preciso estar num determinado lugar para ter acesso à informação. Podemos agora “presenciar os acontecimentos”, experienciá-los, sem uma presença física e podemos comunicar directamente sem nos tocarmos, já que o espaço físico não é necessário para ter acesso à informação. Neste sentido, a televisão e os outros *media* electrónicos são transformadores especialmente potentes dos papéis sociais, uma vez que alteram a relação entre o lugar físico e o lugar social, entre onde estamos e aquilo que experienciamos.

McLuhan, Innis, Meyrowitz são autores que se centram sobretudo na televisão, um ‘velho *medium*’, se assim quisermos, por contraposição aos ‘novos *media*’ deste início de século. Haverá neles algo de novo, ou pelo menos de radicalização dos velhos *media*?

Para responder a esta pergunta podemos partir das características das sociedades contemporâneas que indicam uma mudança na forma como as pessoas comunicam e se relacionam. Há já quase um século, Cooley tentou explicar a mudança social na moder-

nidade causada por uma maciça expansão destas relações sociais indirectas operadas pelos avanços da tecnologia (Cooley, 1956). A prevalência de relações indirectas, mediadas, sobre as directas, face-a-face, típicas das primeiras sociedades, é precisamente uma característica constitutiva das sociedades modernas. Com efeito, as relações directas das sociedades pré-modernas diferenciavam-se em ‘primárias’ – as pessoas relacionavam-se sobretudo como actores de papéis sociais específicos – e ‘secundárias’ – as que envolviam as próprias pessoas nas instituições públicas e na participação política. Na mesma linha, Calhoun estende estes conceitos das relações indirectas ao que chama relações ‘terciárias’ e ‘quaternárias’ (Calhoun, 1992:218). As relações terciárias não precisam de envolver co-presença física, podendo ser mediadas por máquinas, por correspondência ou por outras pessoas, mas as partes têm de ter consciência da relação que se estabelece. São seus exemplos as operações bancárias à distância ou as transacções do comércio electrónico entre clientes e pessoal e os contactos dos cidadãos com os seus representantes políticos mediados por uma série de diferentes meios. No entanto, “as relações mantêm um elevado grau de reconhecimento e intencionalidade; cada uma das partes pode (pelo menos em princípio) identificar o outro e a própria relação é manifesta” (Calhoun, 1992:219). É precisamente isto que as distingue das ‘relações quaternárias’ que “acontecem fora da atenção e, geralmente, da consciência de pelo menos uma das partes” (Calhoun, 1992:219). São seus exemplos os produtos de vigilância, do controlo das acções de pessoas por escutas telefónicas ou por interceptação num banco de dados de computador.

O que Calhoun deduz desta análise parece-nos particularmente importante quando pensamos nos *media* em geral e nos chamados ‘novos *media*’ ou ‘novas tecnologias de informação’ em particular: embora elas multipliquem as relações sociais indirectas, não é óbvio que contribuam para a realização da integração social. As tecnologias da comunicação podem “organizar mais a vida social por relações indirectas, estender o poder de vários actores corporativos, coordenar a acção social a uma escala maior, ou intensificar o controlo dentro de relações específicas” (Calhoun, 1992:221). Falamos, assim, de um conjunto de ‘efeitos’ contraditórios que parecem ra-

dicalizar a sempre presente ambivalência dos *media*. As questões colocadas quer à sociabilidade, quer à própria identidade nestes novos *media* não são tanto de uma ordem diferente dos ‘velhos *media*’ (embora admitidamente o sejam em alguns aspectos) como parecem exponenciar as zonas-limite da comunicação face-a-face e da comunicação mediada, gerando zonas de sobreposição que contêm traços de cada uma delas produzindo, assim, uma nova sociabilidade que se não limita à soma das duas anteriores.

Para uma breve análise da questão temos, antes de mais, de nos situar num novo espaço, o ciberespaço, por oposição ao espaço cartesiano. Esta é uma mudança profunda – se os *media* tradicionais começaram a operar uma forte desterritorialização, os ‘novos *media*’ têm por base um domínio público gerado por computador que não tem fronteiras territoriais ou atributos físicos. Neste contexto, surgem-nos como *media* através dos quais podemos explorar conceitos como os de supressão das fronteiras territoriais, novos sentidos de comunidade e transcendência das subjugações físicas da identidade. E, na medida em que tal implica redefinir a nossa compreensão das fronteiras do sujeito e da sociabilidade, esta mudança também se reflecte na própria condição da democracia. Os lugares desta nova sociabilidade são os grupos de discussão, os chamados MUDS (*Multi-User Dimensions*), as suas variantes MOOs (*Multi-user Object Oriented*), espaços de conversação ou ‘*chat rooms*’ (*Internet Relay Channels*), e outras redes interactivas.

Estamos no domínio do que Poster chama a ‘segunda era dos *media*’ que, assentando no modo da informação (sobretudo na sua forma de comunicação mediada por computador) e na pós-modernidade, instaura uma forma de compreensão do sujeito totalmente nova: “o modo de informação põe em marcha uma radical configuração da linguagem, constituindo os sujeitos fora do esquema do indivíduo autónomo e racional. Este sujeito moderno familiar é deslocado pelo modo da informação em favor de um sujeito múltiplo, disseminado e descentrado, continuamente interpelado com uma identidade instável” (Poster, 1995:57).

O que está em causa é o facto de a comunicação mediada por computador constituir um espaço social onde os sujeitos interagem recriando as suas identidades, inventando novas personagens. Em-

bora estes tipos de processos de gestão da identidade sejam comuns a todas as práticas discursivas dos *mass media*, Poster defende que ela implica uma profunda transformação do sujeito no ambiente multi e hiper-*media* do ciberespaço.

O domínio da ‘segunda era dos *media*’ é o ciberespaço, que serve de plano de articulação a um conjunto de teóricos que, defendendo o seu forte potencial de gerar comunidades, podemos designar por ciber-comunitários, por oposição aos comunitários clássicos que se baseiam no espaço cartesiano. Se os jornais, aquando do seu aparecimento tiveram um forte impacto sobre a relação desde sempre estabelecida entre a política e a comunidade, é sobretudo no século XX que os *media* – da rádio e televisão aos novos ‘*media*’ – acentuam de uma forma mais poderosa esse impacto sobre a dimensão territorial da actividade política (Calhoun, 1998).

Esse impacto passa também pela reconfiguração das identidades, das relações sociais e dos sentidos de comunidade que parecem destabilizados e reconfigurados pelas novas formas de espaço operadas pelos *media*. Nessas reconfigurações há, no entanto, uma certa nostalgia da comunidade e dos tempos em que a ordem social e pública floresciam por contraste com as actuais formas de relação mais pobres e caóticas, comuns aos comunitários clássicos e virtuais. De formas diferentes, parece subjazer a uns e a outros um desejo de formular formas mais ricas de nos experienciarmos na relação com os outros, ainda que livres dos aspectos mais restritivos da comunidade tradicional. Nas palavras de Michele Wilson: “parece plausível que a fome de comunidade, que é evidente na pós-modernidade, é em parte accionada pela experiência e pelas ramificações de ser um ‘indivíduo’ dentro de uma sociedade organizada. Como tal, é interessante que haja semelhanças entre as direcções tomadas pelas teorias da comunidade formuladas dentro e fora da área tecnológica” (Wilson, 1997:645). Para os comunitários virtuais são as tecnologias da comunicação, que surgem – depois de durante uma boa parte do século terem representado precisamente aquilo que nos afastava impondo a sua unidireccionalidade – como a solução para os problemas de sociabilidade e para o desejo de estar em comunidade oferecendo a possibilidade de criar comunidades virtuais. Na transposição da comunidade clássica para a virtual, no

entanto, muito muda nos discursos. O novo contexto implica habitualmente que, mais do que reencarnar uma velha arena, temos um contexto inteiramente novo, que abre possibilidades totalmente novas, quer para a criação de comunidades quer, por extensão, para a criação de novas identidades (Parrish, R.) . Com poucas excepções¹, a questão de se a comunidade pode sequer existir no ciberespaço nem sequer é questionada e muitos dos discursos são caracterizados por uma mal-disfarçada euforia sobre os potenciais de libertação e de emancipação que estas comunidades, pelas suas características, revelam face às comunidades tradicionais.²

Experienciadas pela mediação tecnológica na Internet ou mesmo por tecnologias de realidade virtual, são-nos apresentadas novas formas de sociabilidade, com todas as potencialidades positivas das antigas comunidade, nomeadamente o sentido relacional e de proximidade com os outros, a contraposição à solidão e incompreensão da vida quotidiana, acrescidas dos seus sentidos pós-modernos: a libertação da identidade física, do corpo, do espaço e mesmo do tempo. Assim libertos, estabelece-se a capacidade de nos relacionarmos, com uma facilidade crescente, com um número cada vez maior de pessoas, alimentando um determinado sentido de vida colectiva. Das comunidades tradicionais ‘de nascimento’, fundadas numa história partilhada, território e herança cultural, podemos agora proceder mais livremente a uma mudança para comunidades organizadas e fragmentadas por ‘interesse’. Nelas, é o nosso sentido identitário que sofre uma profunda mudança: precisamente pela ausência dessas restrições, pela ausência de estruturas sociais externas, podemos reinventar, criar identidades múltiplas a nosso bel-prazer, cultivar a multiplicidade do nosso ser, cultivar a diferença do que somos, do que gostaríamos de ser, das expectativas

¹Richard Parrish constitui, sem dúvida, uma excepção. Claramente um ‘comunitário virtual’, procura, no entanto, encontrar os terrenos comuns e diferentes da comunidade tradicional e virtual.

²Howard Rheingold foi pioneiro em defender que a comunicação mediada por computador nos permite uma vez mais desenvolver verdadeira vida em comunidade: “Suspeito que uma das explicações para este fenómeno é a fome de comunidade que cresce no peito das pessoas por todo o mundo à medida que cada vez mais espaços públicos informais desaparecem das nossas vidas reais” (Rheingold, 1993:5).

que acreditamos que se geram a partir de nós.

No pensamento associado aos novos *media* está de tal forma subjacente uma ideia de comunidade que David Porter escreve que “a comunidade virtual está certamente entre as frases mais usadas e talvez mais abusadas na literatura sobre comunicação mediada por computador” (Porter, 1996:5). O alvo da sua atenção é Howard Rheingold, para quem “as comunidades virtuais são agregações sociais que emergem da Rede quando um número suficiente de pessoas têm discussões públicas durante tempo suficiente, com suficiente sentimento humano, para formar teias de relações pessoais no ciberespaço” (Rheingold, H., 1993:5) ³. Para além dos problemas de saber o que significa este ‘suficiente’ – portanto de se tratar de uma definição vaga, ainda que, como diz Porter, não reclame grande rigor de definição – interessa-nos sobretudo como a definição não tem uma dimensão espacial nem um referente físico como o corpo dos inter-actuantes. É então esta ausência que faz do ciberespaço, como diz Michele Willson, o “epíteto de uma forma de comunidade pós-moderna em que a multiplicidade do sujeito é realçada e a diferença prolifera, liberta das estruturas sociais, externas” (Wilson, 1997:647). Torna-se, portanto, necessário avaliar as consequências de uma “retirada da comunidade de uma arena política e social contextualizada no espaço físico, para se tornar ou uma abstracção filosófica ou uma interacção permitida pela acção da tecnologia [onde] uma preocupação ética ou política pelo Outro se torna impotente e irrealizável” (Wilson, 1997:647).

Como atrás se disse, a esta reconfiguração da comunidade está também associada uma reconfiguração da identidade. Sherry Turkle é das autoras que mais tem defendido a Internet como um lugar de identidades múltiplas, fronteiras de género fluidas, e negociações activas da identidade, particularmente no contexto das comunidades virtuais. Da perspectiva da identidade pessoal e da

³Rheingold foca a sua análise numa comunidade particular chamada, a W.E.L.L. baseada na área da Baía de Francisco. Os utilizadores do W.E.L.L. (Whole Earth Letronic Link) podem ser vistos como uma amostra da sociedade mais vasta porque mostram o potencial de uma comunidade baseada em computador na formação um grupo social mutuamente dependente, firmemente aderente dentro e fora do ciberespaço. Com efeito, os participantes do WELL encontram-se frequentemente no ambiente físico em reuniões sociais face-a-face.

psicologia social, as novas tecnologias oferecem uma série de possibilidades de jogo e transformação.

O que está em causa é a definição de um contraponto entre uma noção tradicional de ‘sujeito’ que parece ser uma definição psicológica, e a difusão pós-moderna do sujeito como não-localizado e não necessariamente encarnado: “Na história da construção da identidade na cultura de simulação, as experiências na Internet ocupam um lugar de destaque, mas essas experiências só podem ser entendidas como parte de um contexto cultural mais vasto. Esse contexto é a história da erosão das fronteiras entre o real e o virtual, o animado e o inanimado, o eu unitário e o eu múltiplo, que está a ocorrer tanto nos domínios da investigação científica de ponta, como nos padrões da vida quotidiana. Desde cientistas que tentam criar formas de vida artificial até crianças ‘metamorfesando-se’ numa série de personagens virtuais, irão deparar-se-nos numerosas evidências de alterações fundamentais na maneira como criamos e vivemos a identidade humana. Todavia, é na Internet que as nossas confrontações com os aspectos da tecnologia, que ferem a nossa concepção de identidade humana, são mais acesas, cruas até. Nas comunidades em tempo real do ciberespaço, encontramos-nos no limiar entre o real e o virtual, inseguros da nossa posição, inventando-nos a nós mesmos à medida que progredimos” (Turkle, 1997:12-13).

Nestes comentários, as comunidades virtuais e a Internet surgem como uma esfera própria, à qual os sistemas de género do ‘mundo real’ já não se aplicam, e onde, ao abandonar o corpo quando se entra neles, nos tornamos livres de assumir e descartar à vontade identidades diferentes. Estas visões entusiásticas baseiam-se sobretudo nas práticas *on line*, mas também as próprias redes de informação são vistas como emancipadoras, e revolucionárias.

Turkle mostra como as realidades virtuais sociais proporcionam um campo propício de experimentação da própria identidade, questionando a ideia da sua unidade, podendo articular-se de uma forma heterogénea, múltipla e mista, nunca antes possível. Na base desta experiência está um novo contexto em que um número crescente de indivíduos constrói a sua identidade. O ‘sujeito’ corresponde agora às múltiplas janelas que se abrem na tela de computador; o

Windows torna-se uma metáfora para pensar no sujeito como um sistema múltiplo, distribuído, diz Turkle. Qualquer barreira do tipo idade, sexo e emprego pode ser quebrada.

O núcleo de todas estas potencialidades está na possibilidade de experimentação com identidades diferentes: as troca de género, as prática de reivindicar ser do género oposto, a mudança de raça, de idade, etc.. É o que Richard Parrish chama a 'fluência da identidade', uma experiência que ele vê como potencialmente rica (Parrish). Quando um indivíduo entra numa comunidade virtual, os outros membros não sabem nada de si excepto o seu nome provável e qualquer informação que ele deseje dar, o que lhe permite reinventar a sua identidade. O que pode ficar de fora da 'apresentação do Eu', neste contexto, são todos os atributos 'não-escolhidos' do sujeito: a sua raça, o seu género, a sua identidade, enfim, todas as suas características físicas, remetendo para um total anonimato. Nesse sentido, o resultado é uma muito maior flexibilidade do sujeito, na sua capacidade de incluir dimensões diferentes e mesmo contraditórias, na sua capacidade para organizar um espaço transitivo como uma tela de computador.⁴

A possibilidade de alimentar uma identidade continuamente enriquecida e multi-facetada, que não pode ser reduzida a parâmetros simples, significa que, em princípio, deveria ser mais difícil e menos aceitável, discriminar com base em critérios-padrão ou em perfis automatizados. Tal implica o reconhecimento de que todos os sujeitos são únicos, rejeitando por conseguinte a estigmatização social que tenha por base o fracasso em se conformar às características de uma maioria hipotética. Da mesma forma, a opção de se manter anónimo (com uma assinatura ou pseudónimo digital), ou mesmo de criar a sua própria personalidade (sujeito virtual), parece sugerir um potencial de maior comunicação não-constrangida. No entanto, várias questões se colocam a este mundo de possibilidades

⁴Não deixamos de nos interrogar, no entanto, se também isto não é marcado pelo tempo e decorrente de um determinado estado da tecnologia. À medida que for cada vez mais simples a transmissão de dados de som e imagem, parece plausível prever que a comunicação por computador se proceda 'face-a-face', sem a mediação de um teclado. Nessa altura, muitas destas possibilidades deixarão de ser tão comuns para voltar a ser substituídas pela interacção goffmaniana.

e promessas. Por um lado, parece claro que, para que haja ciber-socialidade, é precisa alguma noção de participação entre aqueles que reconhecem as identidades uns dos outros e não simplesmente os seus interesses ou propriedades partilhadas. Ao contrário de uma visão pós-moderna que coloca nas estruturas discursivas toda a criação do sujeito, afirmar a sociabilidade do ciberespaço é afirmar o reconhecimento. Nesse sentido, para que haja sociabilidade, a identidade no ciberespaço tem de ter algo de ‘espesso’ e não ser simplesmente flutuante e isolada – não pode existir num vácuo social e depende de os outros a compreenderem, construindo-se pela interacção.

Mesmo do ponto de vista da criação de comunidades, na maioria dos exemplos de interacção pessoal em grupos de discussão electrónicos não encontramos, normalmente, algumas das exigências associadas à ideia de comunidade. Além disso, os exemplos das redes de comunidade como a WELL, na Bay Area ou em Santa Mónica, sugerem que as redes virtuais operam melhor quando são apoiadas por redes sociais reais de comunidades especificamente localizadas. O próprio *medium* não facilita o conhecimento de outros na multiplicidade das suas diferentes identidades tanto quanto permite a segmentação em torno de grupos de interesse e normalmente sustenta melhor interacções diádicas ou quando muito triádicas (Calhoun, 1992:380). Naturalmente que se pode pertencer a mais que uma ‘comunidade de interesse’, transversalmente, mas a tendência é para a fragmentação. A identidade torna-se então o limite da distância de alguém comprometendo a própria acção colectiva. Como diz Wilson, “ainda que as comunidades virtuais possam ser interactivas, elas não exigem compromisso físico (para além do teclado) ou uma extensão moral, política ou social para além da rede. Dos que usam a Internet e as comunidades virtuais só uma percentagem participa activamente. O resto funciona a partir de uma posição ‘voyeurista’ semelhante ao ver televisão” (Wilson, 1997:650). O que lhes falta, então, é a dimensão ética de compromisso para com o Outro – a única forma de agir em comum.

Não são estas, naturalmente, as leituras tipicamente pós-modernas da identidade subscritas, por exemplo, por Mark Poster. No contexto da ‘segunda era dos *media*’ tal como ele o define, no en-

tanto, não é muito claro como pode ocorrer o processo de transformação e mudança social (que implica, naturalmente, um conceito de autonomia racional). Se a identidade desaparece por detrás do *medium*, se não se torna possível contestar as relações de dominação (de raça, sexuais, patriarcais ou outras) que são transportadas para a comunicação *on-line*, a não ser por uma retirada individual dos espaços virtuais de opressão, então ficamos apenas com um mundo de possibilidade de articulação que não são mais do que variáveis num complexo cruzamento de tecnologia, informação e poder. Parecem pois bem pertinentes as palavras de Wilson: “interrogo-me se nos estamos a tornar viciados sensoriais perpetuamente à procura de novas experiências; isto é, se esta busca de estímulo constante e aparentemente superficial está a conduzir à promoção de uma gratificação instantânea à custa de uma compreensão e investigação mais envolvida, mais complexa e mais significativa” (Wilson, 1997:649).

As rupturas com as “velhas” formas de sociabilidade não parecem assim tão possíveis. Na verdade, há problemas que agora reaparecem de uma forma mais intensa. Questões como a mentira, o engano, o anonimato, a tónica na diversidade mais do que na unidade, colocam sérios obstáculos à possibilidade de encontrarmos uma área de concordância e de acção comum ou um espaço de liberdade para a constituição de nós próprios e das nossas relações. A lembrar as dificuldades da transformação das relações humanas nas novas tecnologias e a sua dificuldade de adaptação ao estatuto normativo do ‘discurso racional’ tão essencial em qualquer explicação tomada de decisão política estão também trabalhos como os de Susan Herring que argumenta que os homens dominam no ciberespaço: falam mais, orientam as escolhas de tópicos, e o seu estilo de comunicação foi codificado em regras de etiqueta na Internet (*Netiquette*) (Herring, 1996).

Por estas razões, embora reconhecendo que a comunicação mediada por computador facilita certamente tanto a experimentação de novas sociabilidades como a participação política e social pela manutenção de redes face-a-face dispersas, pelo desenvolvimento dos “enclaves socio-espaciais” e culturais, e pelo apoio não só comunicacional mas também logístico à actividade dos grupos de interesse, a sua contribuição para a criação de novos tipos de comunida-

des e para a expansão de novas práticas democráticas baseadas em princípios de discursividade está longe de ser clara.⁵ Libertadora ou ameaçadora, a ambiguidade da identidade na comunicação mediada por computador e os desempenhos que nela ocorrem colocam de novo velhas preocupações para uma versão em-linha do debate público baseado na autenticidade pessoal e na busca um consenso estável.

Aqui temos portanto a grande ambivalência destas novas formas de comunicação. As comunidades virtuais, frequentemente apresentadas como novas e excitantes formas de comunidade – que libertam o indivíduo dos constrangimentos sociais da identidade corporal e das restrições de espaço geográfico, que igualam pela eliminação das estruturas da identidade e que promovem um sentido de ligação (ou fraternidade) entre participantes interactivos, para se constituírem como uma base sólida no sentido de uma identidade minimamente coerente, precisam de uma dimensão ética que nem sempre é aparente. Numa interacção dominada de novo pela ‘conversação’, pelo contacto pessoa-a-pessoa, pela partilha de interesses privados, não é certo que se gira um ‘bem comum’ – ainda que os exemplos de solidariedade accionados pelos novos *media* sejam frequentes – ou que a identidade ‘jogada’ nessa interacção tenha continuidade no *off-line*.

Isto, porém, não é negar a importância da Rede como uma nova forma de mediação. Mesmo apesar da sua ainda relativa representação, é fundamental dar conta da sua emergência nas sociedades contemporâneas, no mundo da vida, como no mundo dos sistemas, e começar a concebê-la como uma matriz referente a um conjunto imenso de posições e nódulos interligados por caminhos em acelerada mudança. A rede é um *medium* simultâneo de circulação de bens e capitais privados (na verdade, a forma principal da Rede) e de comunicação, fundindo no seu interior vários *media*. É isso que torna difícil formular respostas relativamente às suas consequências para a sociedade e para o indivíduo. Mesmo sem pretender cair num patético e ingénuo romantismo acerca das possibilidades libertadoras dos novos *media*, não é tão-pouco possível deixar de reconhecer que é a sua natureza complexa que produz

⁵Esta é também a posição de Calhoun (Calhoun, C., 1992:383-385).

ambiguidades e realça as maiores ambivalências da modernidade. Independentemente da perspectiva de sociabilidade adoptada relativamente às novas formas de comunicação mediada podemos dizer, com David Lyon, que “até que ponto serão consequentes, dependerá de como a subjectividade e o significado serão adoptadas dentro delas. E, para serem politicamente consequentes, haveria que pensar as questões do acesso, participação e coordenação. A mudança de um sujeito centrado ou da racionalidade predominante não tem que conduzir a um sujeito em desaparecimento ou a um sujeito irracional” (Lyon, 1997:36)⁶. Mais uma vez, portanto, se torna necessário pensarmos as dimensões ético-políticas da comunicação mediada.

Será bom recordar que os *mass media* surgem dentro de uma longa tradição de pensamento político sobre a participação cívica. Esta, em termos democráticos, pressupunha garantias de liberdade de discurso e de imprensa. Por isso, a esfera pública liberal, desde o seu começo, assume-se como primeiro suporte do exercício público da razão. O modo de funcionamento interno deste público baseia-se na ideia de igualdade do estatuto, outorgada pela paridade na argumentação. O espaço público democrático projecta, pois, um ideal: todos têm igualmente acesso à palavra, isto é, todos se podem transformar em membros de um público.

É neste sentido que, desde a invenção da imprensa, os *media* estiveram associados à ideia de democracia: não só porque a ideia de liberdade e independência de comunicação sempre alimentaram o ideal de espaço público, mas porque essa mesma liberdade era a melhor expressão dos ideais democráticos. No entanto, a possibilidade de realização deste ideal é hoje, mais do que nunca, fortemente contestada, face à constatação de que a suposta integração entre os *media* e a política remete, afinal, para uma espécie de relação de

⁶Contrastando teóricos da modernidade como Calhoun (a quem chama ‘sociólogo relutante da modernidade’) com teóricos da pós-modernidade como Mark Poster, Lyon discute a natureza das relações sociais indirectas modificadas durante a mudança da modernidade (exemplificada pela ‘corporação’) para a pós-modernidade e as diferenças radicais causadas pelo advento das novas tecnologias como o aumento de relações sociais remotas, ainda que pessoais e indirectas, a emergência das relações sociais indirectas e a emergência das relações virtuais e vigilância electrónica. A sua proposta é de integração das duas perspectivas, entendidas como complementares e não concorrentes.

forças entre eles, da qual o sujeito está, em grande parte, arredado. Nesse desencanto, a recente difusão da Internet e da comunicação mediada por computador revela-se aparentemente como uma nova oportunidade (na medida em que as anteriores se teriam perdido) de integrar a participação cívica dos cidadãos. Perante o fracasso dos ‘velhos’ *media* concretizarem o ideal democrático, ele regressa, agora através da possibilidade de os ‘novos’ *media* (re)constituírem, em estreita aliança com a democracia, um fórum público para comunicação e debate racional.

Os ‘novos *media*’ dão, assim, origem a novas teses sobre um acesso potencialmente muito mais democrático, afirmando que a difusão das novas tecnologias da informação, isto é, a multiplicação de canais opacos à visão dos poderes políticos, permitiria criar rapidamente novos espaços de liberdade onde a interferência estatal não seria possível. Articular-se-ia, assim, uma sociedade civil mais e melhor vertebrada em torno de valores que, à primeira vista, não aparecem impostos de uma forma autoritária. Temos pois que os novos *media*, ressurgem assim, como outrora, como elemento decisivo na articulação da democracia, mas a transposição do seu potencial democratizador não é tão linear quanto estes autores parecem querer afirmar.

É fácil perceber que são as próprias características da Internet e dos fóruns em-linha que reavivam os ideais democráticos de uma sociedade baseada na interação face-a-face. Essas características parecem reaproximar a discussão política dos lugares tradicionais de discussão pública, por uma comunicação aparentemente mais personalizada, mais próxima, menos anónima, menos mass-mediada (no sentido que os *media* electrónicos suscitavam) e sobretudo, com um maior potencial de interactividade. Aparentemente, quebra-se, assim, finalmente, a comunicação dos *media* tradicionais, uma comunicação dirigida num só sentido, em que os receptores pouca ou nenhuma capacidade tinham de resposta, a não ser a de se verem transformados em números supostamente indicadores das suas preferências. Os novos *media* surgem como a superação das suas formas anteriores, numa modalidade superior e mais eficaz, permitindo uma nova relação entre indivíduos e comunidades, e entre estas e a política.

Muitas são, pois, as promessas de emancipação. Parece haver todo um discurso que difunde que o crescente impacto das novas tecnologias não só está a determinar o surgimento de novos paradigmas de organização da vida social, como, ao mesmo tempo, a favorecer a secundarização do papel do Estado. São discursos que, à luz destas transformações, articulam conceitos diversos e difusos previsivelmente com o prefixo ‘ciber’ ou ‘E’: “ciberdemocracia”, “ciberocracia”, e “E-política”, etc., sem que se saiba exactamente de que estamos a falar. O potencial libertador das redes globais de informação, em ligação com as novas formas de organização da vida social promovidas pela incorporação maciça das novas tecnologias aos processos produtivos, anima alguns a sonhar com sistemas sociais e políticos senão inteiramente baseados, pelo menos estruturados, por interacções electrónicas entre os indivíduos: são as teses do que poderíamos chamar, com Luciano Floridi, a ‘Brave.Net.World’ (Floridi, 1996).

Mas, na verdade, nem tudo são promessas de emancipação. Uma grande parte da literatura sobre a nova comunicação mediada por computador parece surgir-nos, aliás, como uma escolha bem delimitada entre futuros utópicos e distópicos, entre futuros de uma maior democracia, liberdade de discurso e individualismo (a aldeia global electrónica) e a presença de tecnologias que hão-de, finalmente, sobrepor-se ao homem, destruindo a sua humanidade, permitindo regimes de vigilância e controlo que só poderão conduzir a um novo totalitarismo.

Do lado distópico surgem, antes de mais, preocupações com o próprio constrangimento do recurso: o acesso à comunicação mediada por computador é, pelo menos por enquanto, fortemente correlacionado com a classe e o *status*, um argumento que recorda que, pelo menos a esse nível, ela parece reflectir e reforçar a desigualdade, em vez de a superar. As inúmeras barreiras à comunicação mediada por computador estão frequentemente muito depois de barreiras muito mais básica ao bem-estar comum. Por outro lado, há outras questões e dificuldades que se prendem com a forma como essa comunicação parece afectar dramaticamente toda uma série de actividades humanas fundamentais, de trabalho, organização e dos procedimentos democráticos pelo novo tipo de mediação que cria.

É certo que para questões que ocorrem numa escala global e implicam acções coordenadas em lugares múltiplos, a Internet parece ter um papel crucial. Embora muitos possam vê-la como um *medium* altamente especializado que só homens brancos de classe média realmente usam, na verdade, o *medium* tem demonstrado uma extraordinária capacidade de atingir localizações remotas, de Chiapas ao Kosovo, a Timor à Índia. A sua comunicação muitos-a-muitos, ao contrário dos meios tradicionais de comunicação um-a-muitos, apresenta uma aparente grande capacidade de retroacção. Por ela, o indivíduo pode, finalmente, transformar-se funcionalmente em comunicador/receptor. A Internet surge, assim, como um novo *medium* onde novas vozes, individuais e em grupo, podem ser ouvidas e vistas por uma rede que ultrapassa as fronteiras convencionais dos sistemas mediáticos.

Tem havido, no entanto, algum debate sobre a praticidade de um debate “todos com todos”. A principal questão levantada é a “sobrecarga da informação”, mas podemos interrogarmo-nos, uma vez mais, sobre a forma de envolvimento das comunidades virtuais no mundo real. Em termos políticos, a questão é saber se esse envolvimento pode ser mais do que a ênfase de uma vida isolada e privatizada. Parecem fazer sentido os argumentos de que, na ciberorganização, pelo facto de as pessoas não desenvolverem acções face-a-face, laços fortes de ‘grupos de afinidade’, podem limitar-se a manter uma espécie de ‘públicos virtuais’, sem poder de acção e de influência, substituindo simplesmente a batalha política pela ciberluta, mais ou menos inconsequente. É o que Bodei define como ‘a dissolução da ética da coerência’ (Bodei, 1991:130): nela se articula a dificuldade, na sociedade contemporânea, de conservar valores relativamente estáveis, de assumir obrigações de longa duração, como parte da tendência para os chamados ‘non binding commitments’, os compromissos revogáveis e modificáveis.

Por outro lado, e em contraste com os *mass media* tradicionais, que estabeleceram uma espécie de opinião pública global, os *media* interactivos parecem apoiar o desenvolvimento de ‘públicos parciais’, em torno de discursos caracterizados por estratégias de argumentação contextuais sobre temas especiais, organizando políticas ‘*single-issue*’. A questão que se mantém em aberto, no entanto, é

saber se eles podem ajudar a encontrar um consenso político mais global na sociedade, ultrapassando as perspectivas específicas do discurso que apenas lhes dizem respeito. Por outro lado, ainda, esta forma de participação política parece ter, entre outras características – como o seu possível carácter episódico, o encurtar da memória e até um certo populismo – um carácter essencialmente descentrado. Finalmente, um outro problema se levanta: como qualquer outro *medium*, por detrás das promessas de maior participação democrática há certos riscos para a liberdade e para os valores democráticos. A facilidade com que os novos *media* organizam redes de sociabilidade com potencial positivo também tem, naturalmente, o reverso da medalha que é a igual facilidade de organizar as mais obscuras relações e ‘comunidades’.

A aspiração a uma nova Atenas, baseada nos infinitos horizontes de interacção das redes globais como Internet parece, pelo menos de momento, uma ilusão mais que uma realidade, por muito que o optimismo tecnológico se encarregue de traçar todas as analogias possíveis entre a polis e a comunidade de cidadãos que giram em torno de Internet.

Remetendo a discussão para o espaço público, Charles Ess, descrevendo e prescrevendo as formas pelas quais o hipertexto pode funcionar como democracia, procura ver a comunicação mediada por computador como uma extensão da interacção quotidiana, não como uma sua alternativa (Ess, 1996). Ele sugere que esta forma de comunicação constitui um fórum genuinamente democrático para debate verbal (textual), em que todos participamos e onde o melhor argumento prevalecerá. Já Mark Poster defende que o conceito de Habermas de espaço público é ‘sistematicamente negado’ no *medium* da Internet, aconselhando-nos a abandonar o conceito de espaço público ao estudar este *medium*. Esta desistência, porém, parece prematura.

Mesmo de um ponto de vista formal, não deixa de ser tentador encontrar algumas semelhanças com o espaço público burguês. A base em grande parte textual do *medium*, faz recordar as sociedades de leitura do século XVIII, constituídas como uma parte de um alargamento da literacia efectivado pelo comércio do livro e o intenso tráfico de *e-mails* de natureza pública e privada (privada na

criação da subjectividade e pública porque pode facilmente ser distribuída por vários receptores), tem também alguma analogia com o tráfego de cartas que ajudou a criar o espaço público burguês. Mas as principais analogias fazem-se de um ponto de visto normativo: a Internet pode ser lida como um espaço neutro, não-coercivo para a livre troca de ideias. Os textos são geralmente publicados sem restrições de conteúdo, o anonimato pode ser assegurado e os marcadores de género, raça, e classe, se bem que não estejam ausentes, podem ser evitados. Nesse sentido, as relações de poder são minimizadas. É preciso convencer pela persuasão, não pela força. No entanto, não se pode ignorar a comunicação ‘desespacializada’ operada na Internet, ou transferir para a comunicação mediada por computador um modelo habermasiano de interacção humana para descrever a tomada de decisões pela interacção face-a-face. Esta forma comunicacional pode levar a relações significativamente diferentes entre agentes.

Para concluir, não é difícil acreditar que a maior difusão e penetração das redes digitais de informação, e a interacção de pessoas e de organizações em torno destas venha provocar, a médio prazo, uma revolução nos campos do conhecimento e da aprendizagem. Mas, como João Pissarra Esteves chama a atenção, as promessas intrínsecas de maior democratização que se baseiam inteiramente em noções de uma sociedade completamente tecnologizada “que assenta todas as suas estruturas e processos fundamentais nas chamadas novas tecnologias da comunicação e da informação”, só pode constituir-se como ilusão: “o que funda essa ilusão é uma lógica objectivista e positivista, hoje em dia muito difundida como sabemos, (com interesses perfeitamente conhecidos e proveitos bem delimitados) que confere à tecnologia um estatuto de valor supremo e fim último; uma lógica, porém, absolutamente inconsequente em termos sociais e inaceitável no plano do conhecimento eticamente responsável”.

Na verdade, uma boa parte do problema destas discussões reside na forma como se defende com alguma ingenuidade o potencial libertador das novas tecnologias que é visível nas ‘ágoras virtuais’: tanto a tecnologia como a política são autonomizadas das relações sociais onde, na realidade se forjam: a tecnologia surge como um

sistema de recursos definidos, que tanto pode servir para impedir como para criar a encenação da ágora ateniense; a política, no formato democrático, aparece como a abstracção do debate racional e da participação política. Se, em rigor, a tecnologia não determina as relações sociais nem as políticas, parece hoje reforçar-se a orientação para uma forma de relações sociais que procuram condensar na tecnologia o seu modo de apreender o mundo, tornando natural o que, na verdade, é construção social.

Perceber a importância da tecnologia sobre a sociabilidade e sobre a identidade não remete necessariamente para um pensamento tecnologicamente determinado. Não é a tecnologia que, por si, produz práticas específicas e inevitáveis. Mas a sua utilização na sociedade e na cultura e as práticas exponenciadas pelas capacidades tecnológicas têm, sem dúvida, fortes consequências para a experiência da subjectividade. O que o trabalho de Meyrowitz, atrás analisado, tem de interessante é a forma como pensa a questão tecnológica estabelecendo um contexto para as ideias de reflexividade: “Os indivíduos que se comportam em ambientes físicos ou ainda mediados têm uma vasta gama de escolhas de comportamento dentro dos constrangimento globais (....) Ao nível de grupo, a situação é ainda menos determinista. Pois somos nós que projectamos e usamos os nossos espaços, edifícios, *media*, rituais, e outros ambientes sociais. Podemos redesenhá-los, podemos abandoná-los, ou alterar o seu uso. Em última análise, então, a perspectiva mais determinista pode ser sem querer abraçada por aqueles que recusam aplicar a nossa maior liberdade – a razão e análise humana – aos factores sociais que influenciam comportamento. Nós não mantemos escolhas livres simplesmente porque recusamos ver e estudar as coisas que constroem as nossas acções. Na verdade, frequentemente desistimos do potencial de liberdade para controlar as nossas vidas escolhendo não ver como os ambientes que nós moldamos podem, por sua vez, funcionar para nos moldar a nós” (Meyrowitz, 1996:329).

Em vez de afirmar a neutralidade da tecnologia há que as contextualizar nos processos sociais e perceber que, como tal, elas nunca são neutras. Os novos *media* tornam fisicamente possível entrar em novas acções, construir novos mundos, embora as suas possibilida-

des materiais sejam caracterizadas por um “*bias*”, nos termos de Innis, que cria as bases, mas não determina, formas particulares de organização social.

Bibliografia

- Bodei**, R., apud Wolf, M., “Ondas comunicativas, conocimiento y pluralismo cultural”, *Comunicación Social/Tendencias*, Fundesco, Madrid, 1991.
- Calhoun**, C., “The Infrastructure of Modernity: Indirect Social Relationships, Information Technology, and Social Integration”, In H. Haferkamp & N. Smelser (eds.), *Social Change and Modernity*, University of California Press, 1992.
- Calhoun**, C., “Community Without Propinquity Revisited: Communication Technology and the Transformation of the Urban Public Sphere”, *Sociological Inquiry* 68, 1998.
- Carey**, J. W., *Communication as Culture: essays on Media and society*, New York, Routledge, 1989.
- Cooley**, C.H., *Social Organization. A Study of the Large Mind*, Glencoe, The Free Press, 1956 (1909).
- Ess**, C., “The Political Computer: Democracy CMC and Habermas”, in Ess, C. (ed.), *Philosophical perspectives on computer mediated communication*, Albany, State University of New York Press, 1996, pp. 197-230.
- Esteves**, J. P., “A ‘sociedade de Informação’ – tecnologia, sound bites ou a transparência remitificada”, 2002, (no prelo).
- Floridi**, L., “Brave.Net.World: the Internet as a disinformation superhighway?” in *The Electronic Library*, Vol. 14 (6), 1996, www.wolfson.ox.ac.uk/~floridi/disinfor.htm.
- Herring**, S., “Posting in a Different Voice: Gender and Ethics in CMC”, Ess, C. (ed.), *Philosophical Perspectives on Computer-Mediated*

- Communication*, Alabany, State University of New York Press, 1996, pp. 115-145.
- Innis**, H. A., *The bias of Communication*, Toronto, University of Toronto, 1951.
- Lyon**, D. "Cyberspace Sociality: Controversies over computer-mediated relationships", in Loader, B.D. (ed.), *The Governance of Cyberspace*, Londres, Routledge, 1997.
- McChesney**, R. W., "The Internet and U.S. Communication Policy-Making in Historical and Critical Perspective", *Journal of Communication* 46 (1), 1996, p. 108.
- McLuhan**, M., *Understanding media: The extensions of man*, Nova York, McGraw-Hill, 1964.
- Meyrowitz**, J., *No sense of Place*, Oxford, Oxford University Press, 1985.
- Parrish**, R., *The Changing Nature of Community*, www.polisci.wisc.edu/rdparrish/The%20Changing%20Nature%20of%20CMMN%20for%20Web%20Site.htm.
- Poster**, M. "CyberDemocracy: Internet and the Public Sphere", www.humanities.uci.edu/mposter/writings/democ.html.
- Poster**, M., *The Second Media Age*, Cambridge, Polity Press, 1995.
- Rheingold**, H., *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Nova York, Addison-Wesley, 1993, www.well.com/user/hlr/vcbook/.
- Turkle**, S., *A Vida no Ecrã. A Identidade na era da internet*, Lisboa, Relógio d'Água, 1997, pp.12-13 (Life on the Screen, 1995).
- Wilson**, M., "Community in the Abstract: A Political and Ethical Dilemma" in Holmes, D., Kennedy B. (eds), *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace*, Londres, Sage, 1997.

Mediaticamente ‘Homem Público’: sobre a dimensão electrónica dos espaços públicos

Susana Nascimento

ISCTE.

E-mail: s.nascimento@netcabo.pt

Reflectir sobre os discursos actuais sobre cidadania e participação cívica e política encontra desde logo traços definhadores e, frequentemente, catastróficos na evolução de uma cultura pública, fundada e exercida em espaços públicos. Efectivamente, enquanto conceito dialéctico, entendido na sua dimensão normativa de envolvimento e discussão públicos e na sua dimensão factual historicamente espacializada¹, o ‘espaço público’ enquadra-se tendencialmente em cenários delineados de crise, retracção ou abandono.

Ao procurar a desconstrução de algumas representações e perspectivas da vida pública, o meu enfoque será colocado sobretudo no cidadão individualmente considerado como actor político – privilegiado e amplamente representado nas teorias sociológicas actuais – na medida em que recai, alegadamente, sobre a sua responsabilidade uma certa degradação da actuação cívica, quando confrontado com determinadas caracterizações gerais das sociedades contemporâneas. Como pressuposto comum a essas caracterizações, parte-se assim de uma suposta ‘crise de participação cívica e política’, formulada já nos anos 70 por Richard Sennett (1990, 1992), como a “queda do homem público”.

Tal traduz-se num desinteresse crescente pelos assuntos públicos, numa apatia pela discussão e pelos deveres de cidadão, juntamente com representações negativas sobre os próprios representantes do poder político, num progressivo afastamento entre a política e o

¹Nesta conceptualização dialéctica, reenvio à crítica de Carlos Fortuna et al (1998) relativa à excessiva abstracção do conceito de ‘esfera pública’ de Jurgen Habermas (1978, 1992), que privilegia claramente o ideal normativo de uma arena de discussão racional e equitativa entre os interlocutores, minimizando assim os desníveis económicos e culturais destes últimos.

cidadão. As argumentações em torno desta ‘crise’, embora se complementem por vezes, diferem em três ideias principais, tendo como pano de fundo a presunção de um espaço público amorfo, inactivo, deserto, isolado: um crescente individualismo nos modos de vida urbanos; a trivialização e comodificação da informação veiculada pelos *media*; e um consumismo passivo e alienante.

Na primeira conceptualização, autores como Sennett identificam um auto-centramento dos sujeitos envolvidos num crescente narcisismo, sobretudo num contexto urbano, segundo os quais a condução da vida pessoal se torna a sua principal preocupação, entendida como um fim em si mesmo. Nesta “cultura da personalidade”, os indivíduos privilegiam uma ‘visão intimista’ de recolhimento e afastamento das relações sociais impessoais em espaços colectivos, e assim da participação cívica, em favor de uma ‘retribalização’ em pequenos e restritos ‘nichos domésticos’, centrados em questões do foro pessoal.

Por outra parte, a ‘crise’ na participação dos actores interliga-se, segundo autores como Bryan (1998), Thornton (1996) e Sennett, nas lógicas de funcionamento dos *media* actuais, que se encontram caracterizadas por uma espectacularização do debate político, assim como por uma ausência de informação económica, social e política criticamente fundamentada. Estas disposições para a trivialização e para a comodificação da informação podem ser encontradas já em formulações da Escola de Frankfurt, principalmente por Adorno e Horkheim, e posteriormente por Habermas, visíveis na ausência de centros mediáticos de discussão racional e crítica.

Para além de uma manipulação de acontecimentos para fins de impacto mediático, a maior parte dos indivíduos parecem encontrar-se ausentes da arena pública formada pela televisão ou pelos jornais que, neste seguimento, apenas lhes fornecem pequenos espaços de participação com pouca visibilidade. Levando mais longe os seus argumentos, Sennett sustenta que os *media* potenciam o paradoxo do isolamento e do esvaziamento do domínio público, ao veicularem discursos políticos generalizados e desprovidos de afirmações ideológicas, centrando-se nos traços de personalidade dos políticos, sem uma real exposição e discussão de ideias.

A esta imagem do ‘espectador passivo’ junta-se, por fim, a do ‘consumidor-objecto’ que atesta, para Fortuna, uma importância progressiva do mercado e do consumo na estruturação e funcionamento das interações sociais e dos estilos de vida. O consumo torna-se assim na categoria privilegiada de significação social, imprimindo uma pluralidade e fragmentação do espaço público, enquanto orientado para uma lógica de padronização de bens e serviços de standardização e industrialização da cultura.

Contudo, esta condição imagética de indivíduos auto-centrados, passivos, atomizados e alienados, que não podem responder às interpelações e informações transmitidas pelos *media*, e que se caracterizam essencialmente pelas suas práticas de consumo, apresenta-se como redutora em face de processos complexos de construção e apresentação identitária. Encontram-se presentes, efectivamente, factores de grande escala de inibição e constrangimento da actuação individual, que fica restringida na sua autonomia e espaço de decisão, sendo frequentemente relegada para um papel automatizado de consumo. Por outra parte, contrapõem-se, em permanente tensão, as tendências individualizantes que apelam a constantes escolhas por parte dos indivíduos, que perante si vêem múltiplos caminhos cujas consequências, positivas ou negativas, tendem a recair exclusivamente sobre a sua responsabilidade.

Concordar com a existência deste dilema do *self*, que se diagnostica como um dos mais significativos, não implica porém anuir com a tal imagem de um indivíduo prioritariamente centrado em si próprio, que por vezes resvala em dicotomias redutoras do individual *vs* colectivo, ou isolamento *vs* participação. Assim, em vez de se falar num ‘individualismo’ crescente, remete-se para uma concepção menos ideologicamente enviesada de ‘individualização’ (Zygmunt Bauman, 2000, 2001), salientando um quadro de mudança de vivências, motivações, necessidades e comportamentos que podem remeter para outras configurações de sociabilidade e interação, mas não necessariamente para transformações negativas nas condições sociais.

Segundo Bauman, as identidades definem-se pela sua construção contínua por parte dos actores, que têm assim responsabilidades acrescidas nessa ‘tarefa’, nas suas consequências, efeitos não pre-

tendidos e/ou perversos, tendo em conta a erosão das instituições tradicionais enquanto fontes únicas de referências de práticas, valores e representações. Cada vez mais, os indivíduos movem-se em contextos de interacção diferenciados, que apelam a códigos e valores por vezes contraditórios entre si, num processo constante e frágil de gestão de tensões e equilíbrios. Nesta lógica, com as críticas aos *media* enquanto mercantilizados e standardizados, as informações disponíveis aos actores não se restringem a fontes estáveis e controladas; ‘resituando-se’ estes continuamente em novas redes simbólicas, físicas e electrónicas, num desdobramento e mutação dos seus elementos identitários.

Contudo, separo esta ‘individualização’ de um conceito que se tornou, actualmente, quase num chavão amplamente difundido e confundido – a reflexividade ou hiper-reflexividade dos actores sociais. Segundo Anthony Giddens (1992, 1997), estes últimos possuem capacidades reflexivas de apropriação, selecção e reorganização dos diversos acontecimentos em que se envolvem, actualizando formas de intervenção e expressão pessoal/colectiva e construindo ‘projectos’ de identidade biograficamente contínuos. No entanto, esta ideia de ‘projecto’ sobrestima as possibilidades reais de apropriação estratégica de elementos identitários, em face de contextos tão mutáveis e divergentes; consequentemente, volto assim às conceptualizações de Bauman, especificamente à noção de ‘auto-constituição’ que salienta a ambivalência indeterminada, não-linear, flexível, de identidades que se caracterizam como ‘volúveis’ e resituadas.

Conicionados, tanto em termos políticos, sociais, económicos e/ou culturais, os actores sustentam então a sua singularidade na reformulação permanente das condições de auto-constituição das suas identidades. Tendo em conta este conceito de identidades descentradas, flexíveis e múltiplas, os indivíduos são desafiados permanentemente a conciliar as suas afinidades e pertenças a grupos raciais, étnicos, linguísticos, religiosos, etc, com a noção de cidadania política, tensão que se potencia com a crescente dispersão contemporânea da experiência quotidiana em rede, seja em espaços físicos, seja em espaços electrónicos. Para Isin e Wood (1999), esta oposição clássica entre identidade e cidadania, na qual se baseiam alguns discursos de ‘crise da participação’ do cidadão, deve ser ul-

trapassada com uma concepção de cidadania mais alargada que inclua não só os direitos e deveres legais, civis, políticos e sociais, mas também as práticas culturais, simbólicas e económicas pelas quais os indivíduos e os grupos reclamam e lutam pela afirmação dos seus direitos.

Precisamente, a maioria dos discursos sobre cidadania (sobretudo nos movimentos sociais) procuram ultrapassar as visões liberais e comunitárias do declínio da esfera pública através de um *ethos* de pluralidade e diversidade, segundo o qual os indivíduos têm de realizar escolhas numa reconstrução e reapropriação de recursos de cidadania, no redesenho da *agora* como local de encontro, debate e negociação entre o indivíduo e o bem comum, entre o privado e o público. Por outras palavras, “*the task is now to defend the vanishing public realm, or rather to refurnish and repopulate the public space fast emptying owing to the desertion on both sides: the exit of the ‘interested citizen’, and the escape of real power into the territory which (...) can only be described as an ‘outer space’.*” (Bauman, 2000:39). Nesta conflitualidade entre agendas individuais e colectivas, denota-se um ênfase sobre os chamados valores pós-materialistas (conceito de Ronald Inglehart), que atendem a questões como a qualidade de vida, a expressão e realização individuais, e a maior participação dos cidadãos na tomada das decisões nas empresas e nos sistemas políticos, expressos em grande parte nos chamados ‘novos movimentos sociais’. Relegando para outro contexto a distinção entre ‘velhos’ e ‘novos’ movimentos sociais, destaca-se basicamente nestes últimos a defesa de direitos de cidadania não só em termos políticos, mas igualmente económicos, culturais e sociais, que influenciaram quadros de referência actuais de participação cívica e política. Ao procurar um meio termo entre perspectivas de dominação social e perspectivas contrárias de auto-centramento no indivíduo, surge assim uma conceptualização mais positiva da participação individual e colectiva, por exemplo, nas práticas em espaços públicos de cultura e lazer que, segundo Carlos Fortuna (1998/99), “(...) contêm um potencial identitário, expressivo e eventualmente emancipatório que coexiste ao lado das dinâmicas de ordenação, normalização e controlo decorrentes dos processos de mercantilização e privatização.” (id *ibid*: 94), argu-

mento que se pode estender aos próprios *media*, contrapondo-se assim à perspectiva acima delineada.

Segundo esta concepção, os indivíduos surgem assim como actores que, não obstante a sua concentração nos seus assuntos da vida de todos os dias, podem mobilizar os seus recursos, seja individual ou colectivamente, para assegurar uma presença nas arenas públicas ditas ‘tradicionais’ – como as associações cívicas ou culturais, certos movimentos políticos e a imprensa escrita – e ‘electrónicas’, que se desdobram em múltiplas redes de comunicação e informação, recorrendo às novas tecnologias – o que nos habituámos a apelar de ‘novos *media*’. Com efeito, na última década os discursos sobre as potencialidades destas redes electrónicas ampliaram-se, quer ao nível das organizações educacionais e culturais locais, das agências governamentais, quer dos activistas comunitários e políticos – a esperança da renovação das *agoras* e dos *fóruns* do passado, através do reforço das interações entre as comunidades e de novos mecanismos de informação, discussão, organização, acção ou mesmo votação electrónica.

Será que através destes espaços electrónicos, estamos a passar das ‘teledemocracias’ dos anos 50 (com recurso ao telefone e aos sistemas de cabo interactivos) para uma ‘democracia digital/electrónica’ (utilizando principalmente a Internet e a *World Wide Web*)? De uma ‘democracia de elites’ para uma ‘democracia de massa’ do século XX, estamos perante uma ‘democracia do público’ (Rodotà, 2000)? A reflexão sobre as possibilidades democráticas digitais tende a desdobrar-se em quatro níveis cruciais, do ponto de vista dos indivíduos, segundo uma argumentação tecnofílica: acesso generalizado à informação; comunicação com outros cidadãos; constituição e alargamento de movimentos; e comunicação com o poder político.

Relativamente ao primeiro, pelas suas características tecnológicas, os novos *media* podem permitir um acesso à informação que se configura como mais imediato, simultâneo e directo, modificando assim as condições de exercício da cidadania. Segundo um ideal habermasiano de esfera pública, os cidadãos devem ter acesso a toda a informação disponível sobre os assuntos em debate, de modo a permitir a sua participação fundamentada e crítica. Com a dis-

ponibilização progressiva de informações em serviços electrónicos públicos, muitos acreditam que os actores alargam o seu conjunto de conhecimentos, o que origina um cidadão politicamente activo e mais poderoso.

Por outra parte, através de *forums*, *chat rooms*, *newsgroups* ou *mailing-lists*, os cidadãos podem estabelecer redes de comunicação horizontal com outros cidadãos, muitas vezes sem intermediação e baseadas apenas em afinidades de ideias, convicções, e projectos. Adicionalmente, a separação física na comunicação textual electrónica, a qual possibilita um anonimato dos intervenientes, potencia, para alguns dos seus acérrimos defensores, uma igualização nas trocas informacionais mediante a “invisibilidade” de traços pessoais, como idade, género, profissão, e *status*. Segundo este raciocínio, ao secundarizar a apreensão imediata destas características pessoais, os espaços públicos electrónicos constituem locais de liberdade de expressão, não-condicionados por pré-concepções relacionadas com determinadas categorias sociais, democratizando os discursos de todos os interlocutores, que se associam em torno das suas ideias.

No terceiro nível, as iniciativas de participação podem manifestar-se numa escala colectiva de associativismo, cívico ou institucional, expresso nas acções de sujeitos, grupos e instituições que utilizam as suas capacidades interventivas na implementação das novas tecnologias em locais físicos e/ou ambientes “virtuais”, introduzindo, segundo Manuel Castells (2000b), uma dimensão de contestação e de resistência dentro dos próprios mecanismos e estruturas de dominação social, económica e cultural que caracterizam os “espaços dos fluxos”² e dos ‘lugares’. As redes de sociabilidade dos sujeitos podem alargar-se e centrar-se em múltiplas comunidades com diversos objectivos, lógicas de funcionamento e temas,

²Conceito de Castells que se tornou referência incontornável, define-se como uma nova lógica espacial que compreende “(...) *the material arrangements that allow for simultaneity of social practices without territorial contiguity*.” (Castells, 2000b: 19). Ao agregar as práticas sociais que funcionam por fluxos, este conceito não compreende apenas espaços electrónicos, advindo daí as suas qualidades heurísticas que o distinguem de outras noções de ‘realidade virtual’ ou ‘espaço virtual’ – abarca os ambientes electrónicos, as infra-estruturas tecnológicas, de telecomunicação e de transporte, as redes de interacção, etc.

variando de sistemas de informação alternativos aos *media*, ou redes de solidariedade e cooperação via Internet; ou mesmo movimentos sociais em todos os domínios, sendo os exemplos mais citados o dos Zapatistas no México, e os movimentos anti-globalização presentes em Seattle e Praga.

Efectivamente, com a expansão das novas tecnologias, particularmente a Internet, ocorreu uma expansão de ‘movimentos cívicos’ ou de ‘novos movimentos sociais’ com expressão neste novos *media*, com graus diversos de formalização e organização e de vários quadrantes políticos e ideológicos, que leva Cathy Bryan et al (1998) a indiciar uma suposta ‘ideologia do movimento da rede cívica’. Com as devidas diferenças entre si, estes movimentos professam, essencialmente, uma capacitação de grupos socialmente desfavorecidos ou de exposição de problemas sociais ‘invisíveis’ nos *media* tradicionais, através de novos meios de comunicação que criam condições para a acção política colectiva em moldes mais rápidos, organizados e menos dispendiosos, estimulando assim o desaparecimento de intermediários que distorcem a informação, como os jornalistas e os políticos.

Por último, a comunicação horizontal entre os sujeitos pode ser complementada com uma comunicação vertical entre os representantes e decisores políticos e os cidadãos, potencialmente mais directa e rápida, numa proclamada ‘interactividade’. Num modelo ideal, através de meios tão simples como o *e-mail*, os sujeitos podem interpelar os diversos detentores de cargos políticos em busca de respostas atempadas a necessidades, receios e problemas locais, sem passar por intermediários ou organismos burocráticos. Sustenta-se que este tipo de contacto proporcionaria uma maior confiança no sistema político por parte dos indivíduos, alterando até representações actuais negativas sobre os corpos dirigentes políticos, a par de uma maior responsabilização das decisões tomadas pelos mesmos.

As características tecnológicas destes espaços públicos ‘virtuais’ prometem assim um ‘maravilhoso mundo novo’ de uma nova configuração de individualidade, expressa na imagem do *netizen*, um cidadão com plenos recursos informacionais e de expressão, participativo, activo, em interacção permanente com outros cidadãos e

com o próprio poder político, concretizando assim o ideal de esfera pública de Habermas.

Em particular, estas visões idealizadas de revitalização da esfera pública suscitam um primeiro conjunto de problematizações, que se prendem com uma crítica a retóricas de regeneração das comunidades e dos movimentos cívicos ou sociais, das suas lógicas de funcionamento, sejam ‘virtuais’ ou físicos. Ao associar comunidade a comunicação, enquanto transparente e harmoniosa, estamos perante uma idealização política da primeira, segundo a crítica formulada por Kevin Robbins (1999), projectando uma ‘ilusão do consenso e da unanimidade’ que traduz as formulações de Habermas de uma esfera pública de discussão consensual, racional e crítica, mediante os contributos de todos os participantes.

Especificamente nos espaços electrónicos, estes não incluem apenas espaços organizados e concretos de debate entre outros definidos, mas também podem constituir-se enquanto vastos, caóticos, com uma variedade complexa de intervenientes, sem objectivos claros e sem obedecer a regras racionais de argumentação. Para Kellner, o que caracteriza precisamente estes locais é sua natureza conflitual e variável, isto é, “*The best sites in cyberspace are not harmonious, well-ordered and structured, or even civil and sophisticated, but are full of life and diversity, excitement and adventure, and useful information spiced with diverting entertainment – just like the best urban communities before they were destroyed, or undermined, by crime, corporate restructuring and flight, and the vicissitudes of technocapitalism*” (Kellner, 1999:201).

Os discursos de enaltecimento do consenso em comunidades de interesses e projectos comuns tanto surgem nos movimentos cívicos ou sociais, como nas várias iniciativas electrónicas das instituições políticas, ainda que com objectivos distintos. Frequentemente, embora não constitua uma regra, os movimentos cívicos constituem-se em oposição ou em complementaridade com as diversas instituições políticas, as quais acusam de alienar e afastar os cidadãos, ignorando as suas necessidades e opiniões, ocultando informações necessárias, e burocratizando procedimentos públicos. Embora se possa criticar as suas argumentações, por vezes mais extremistas, de elogio da força individual e colectiva, livre de constrangimen-

tos políticos, económicos e sociais, estes movimentos existentes nas redes electrónicas sustentam uma percepção mais atenta às especificidades do meio, em comparação com as iniciativas governamentais. De facto, os movimentos com maior sucesso de implementação e desenvolvimento na Internet são aqueles que atendem a lógicas de interacção dispersas, descentralizadas e com algum apoio local, procurando a participação política directa entre os cidadãos interessados em determinada temática, com vista a exercerem uma exposição pública suficientemente visível e credível nos *media* tradicionais.

Em contraposição, o exemplo dos projectos telemáticos de desenvolvimento de ligações com os cidadãos por parte dos governos centrais e das Câmaras Municipais, ilustra um outro tipo de objectivos que englobam determinadas noções de cidadania enquadradas em expectativas de crescimento económico local, de fortalecimento da coesão social através de um renascer da vida urbana social e cultural, de combate às desigualdades sociais nos diversos grupos que habitam na cidade, etc. Destas experiências, destaca-se a experiência portuguesa de uma Cidade Digital em Aveiro (<http://www.aveiro-digital.pt>), que funciona enquanto sistema integrado de redes de comunicação e informação entre as autoridades municipais, os cidadãos, as empresas e outras instituições, baseado num site que recorre a metáforas espaciais (bairros, praças, ruas, edifícios, etc).

Ao analisar este projecto de ‘Aveiro – Cidade Digital’ (criado em 1998), denota-se que este procura, para além de disponibilizar infra-estruturas e sistemas tecnológicos modernizados, uma “mobilização” e “participação voluntária” dos cidadãos num processo de “desenvolvimento sustentado” e de “construção de uma comunidade digital” inclusiva e activa. Este modelo de cidadania entrevê-se na frase: “A Cidade Digital será um espaço onde os cidadãos encontram a sua identidade, um sentimento de pertença e de segurança, será um espaço promotor da unidade local e garante da criatividade e diversidade, através da concertação e do diálogo social”³ (subli-

³Documento referente ao programa e objectivos de ‘Aveiro – Cidade Digital’ – <http://www.aveiro-digital.pt/default.asp?func=3-5> (Data do último acesso: Fevereiro 2002).

nhados da responsabilidade da presente análise). Embora se saliente o ênfase colocado no papel dos actores nos processos de decisão e desenvolvimento local, encontramos-nos perante uma conceptualização política redutora de ‘cidadão’ e ‘comunidade’ ao defini-los enquanto unitários e estáveis, que conciliam os seus interesses e tensões num ambiente digital de diálogo e participação.

Por um lado, este projecto pressupõe uma idealização da comunicação vertical entre os representantes políticos e os cidadãos: mesmo com a abertura de canais directos com os responsáveis políticos, tal não significa uma interactividade e um consequente aumento de responsabilização, tendo em conta as resistências das lógicas tradicionais de funcionamento das próprias estruturas políticas. Efectivamente, as formas de relacionamento e de interpelação entre os eleitores e os eleitos ainda se encontram enredadas numa comunicação política unidireccional, sem debates políticos abertos e recorrentes, que começam só agora a recorrer às potencialidades das novas tecnologias (e principalmente baseadas apenas em trocas de *e-mails*).

Por outro lado, ao apresentar uma expectativa de uniformização das diversas sensibilidades e necessidades dos cidadãos, este projecto não atende às realidades complexas, fracturadas e dispersas das vivências quotidianas, que se multiplicam em inúmeras redes de interacção. Denota-se assim uma tentativa de definição de um denominador comum aos vários grupos de cidadãos mediante um conceito de cidadania demasiado abrangente e simplista, que acaba por não reconhecer o carácter flexível e múltiplo das identidades dos indivíduos nas suas comunidades igualmente dispersas e fluidas, distintas entre si por constrangimentos económicos, sociais e culturais.

É precisamente este último ponto que introduz o segundo conjunto de problematizações, relacionadas com a necessidade de conceptualizar a interligação e o entrecruzamento entre os espaços públicos físicos e virtuais. As potencialidades democratizantes dos novos *media* encontram o seu principal obstáculo na acessibilidade a esses espaços electrónicos de informação e de comunicação com outros, que coloca algumas condições tecnológicas básicas: computador e ligação à Internet através de linha telefónica ou digital. Por

outro lado, subsistem outras condições culturais e sociais que não podem ser descuradas, tais como tempo livre disponível, e níveis de literacia que permitam aos sujeitos capacidades linguísticas e expressivas adequadas; conseqüentemente, uma cidadania participada não depende apenas de um maior e melhor acesso à informação, mas também de uma alteração de condições de vivência, sem as quais os indivíduos não se encontram aptos a exercer os seus direitos e deveres políticos e cívicos.

Adicionalmente, a ‘suspensão’ das distinções sociais, de idade e de género na comunicação electrónica, presente nos discursos tecnofílicos, constitui outra ilusão tecnológica que se desvanece perante a existência de determinados indícios de *status* e de diferenciações de condutas e relacionamentos. Para Habermas, os espaços públicos dos salões, sociedades e cafés diluíam as clivagens sociais em prol da qualidade dos argumentos; contudo, as ‘dicas’ estão sempre presentes nos espaços, mesmo em meio textual, no qual a linguagem ocupa o lugar de destaque. Moradas de *e-mail* que indicam organização de pertença ou país por vezes, fluência linguística, formas discursivas, apresentam-se como recursos distintos que realizam a formação de identidades sociais diferenciadas.

Em vez de se operar uma separação entre os espaços, persiste assim uma forte interligação entre o físico e o virtual, na medida em que os indivíduos ‘transportam’ consigo os seus quadros de interpretação e referência, seja qual for o espaço onde se movem. Efectivamente, o ‘espaço dos fluxos’ reenvia necessariamente para o ‘espaço dos lugares’, enquanto organização espacial historicamente enraizada, que se constitui enquanto referencial dos significados e identidades construídas pela maior parte dos actores, isto é, a sua experiência e interacção social organizam-se principalmente (pelo menos por enquanto) em torno de lugares fisicamente determinados.

Ao subestimar a inseparabilidade dos espaços físicos e electrónicos, o projecto de ‘Aveiro – Cidade Digital’ incorre na lacuna grave em termos da sua concepção, estrutura e desenvolvimento. Como nos dizem Graham e Marvin (2000), as ‘cidades virtuais’, que variam desde simples bases de dados locais de promoção turística, até sites sofisticados que procuram alargar os serviços interactivos às

populações, apresentam geralmente duas ordens de problemas.

Primeiro, tendem a constituir-se como iniciativas fragmentadas e locais, ignorando-se entre si, algo que ocorre igualmente em Aveiro, visto que não desenvolveu as redes previstas com outras cidades digitais europeias, nem com os outros projectos portugueses enunciados, para troca de experiências e conjugação de sinergias valiosas. Em segundo lugar, as ‘cidades virtuais’ desenvolvem-se sem pouca ou nenhuma atenção ao domínio físico urbano ou às dinâmicas de desenvolvimento das ‘cidades reais’ a que se reportam e se referenciam. Ou seja, é vital aferir a adequação das aplicações destas novas ferramentas, seja a Internet, televisão por cabo, quiosques multimedia, ou videotexto, às necessidades sociais, geográficas e institucionais dos sujeitos em questão, através de estudos de implementação e de avaliação aprofundados, inexistentes no caso de Aveiro.

Frequentemente, os promotores destas iniciativas subestimam e subvalorizam a importância e continuidade das organizações e associações locais que podem desempenhar um papel central na sensibilização dos cidadãos, operando a um nível micro. Aproveitando as redes comunitárias já existentes, opera-se então uma interligação entre os espaços electrónicos e os espaços físicos, na medida em que *“Urban places and electronic spaces are increasingly being produced together. The power to function economically and link socially increasingly relies on constructed, material places that are intimately woven into complex media infrastructures linking them to other places and spaces.”* (Graham e Marvin, 2000:89) Denota-se então uma desejada interligação entre as iniciativas estatais e as populações não apenas a um nível abstracto e formal, mas de real disponibilização de instrumentos aos indivíduos integrados nas suas comunidades. Segundo Graham e Marvin, a longo prazo, as redes de computador ‘enraizadas’ em comunidades locais concretas podem ser mais sustentáveis, efectivas e significativas em comparação com aquelas baseadas apenas na troca e disponibilização global de informação. Com efeito, tais iniciativas inspiram maiores níveis de confiança aos utilizadores, e tornam-se mais eficazes na resolução de problemas reais, em inter-relação com centros de formação e com contacto face-a-face, sustentando interacções recíprocas e frequen-

tes que se relacionam com o espaço público mais alargado.

O sucesso deste tipo de iniciativas consubstancia-se no caso de um projecto implementado em 1996 numa comunidade pós-industrial no Norte de Inglaterra de uma rede electrónica civil – o ‘*Trimdon Digital Village*’ ou TDV (Loader, 2000) – que procurou, precisamente, uma ligação de espaços virtuais de redes electrónicas a formas locais de interacção comunitária. Em vez de ser apenas um processo vertical de fornecimento de informação, o projecto partiu, desde o primeiro momento, de uma concepção de envolvimento directo dos cidadãos na implementação da rede, começando por uma avaliação inicial aprofundada das estruturas sociais existentes e dos rendimentos familiares, e da incorporação de membros da comunidade na própria equipa do projecto. Assim, a comunidade teria um papel central na tomada de decisões, atendendo às suas necessidades, desejos e especificidades, procurando igualmente envolver um número alargado de grupos comunitários, fornecedores de informação, estabelecimentos de educação, empresas e consultadores em telecomunicações.

Esta necessária conexão entre os grupos e comunidades ‘físicas’ e os ambientes digitais ilustra assim a crescente interdependência dos diversos espaços físicos através das redes de telecomunicações, seja com outros espaços físicos, seja com espaços electrónicos, na medida em que são progressivamente coordenados entre si pelos fluxos de informação, complementados em ferramentas e meios que não se encontram disponíveis em locais fisicamente próximos, e potenciados através da troca de experiências e ‘*know-how*’ com outros distantes. Principalmente, os espaços físicos não desaparecem nem se diluem em ‘mundos digitais’, mas assumem e podem assumir papéis ainda mais centrais na configuração das experiências individuais e colectivas, enquanto locais de referência e de contextualização das práticas e representações – “*More physical places are needed for the cyberworld, not less*” (Biswas, 2000:6).

Efectivamente, ao mesmo tempo que o espaço electrónico expande as possibilidades comunicacionais e informacionais, os locais físicos surgem como contextos e metáforas para a criação e desenvolvimento de interfaces entre os indivíduos e esses sistemas, presentes nas actividades da vida quotidiana. Assim, “*Physical settings*

and virtual venues will function interdependently, and will mostly complement each other within transformed patterns of urban life rather than substitute within existing ones. Sometimes we will use networks to avoid going places. But sometimes, still, we will go places to network” (Mitchell, 2000:155).

Os diferentes espaços onde se movem os cidadãos, com as suas distintas lógicas de funcionamento, regras, valores e práticas, tornam necessária uma concepção mais alargada de cidadania, não restrita a uma ideia de comunidade política nacional. Para além das críticas já formuladas à definição de cidadania unitária presente nos programas governamentais, também se critica uma visão democrática radical nas formulações de Chantal Mouffe (Isin e Wood, 1999), na medida em que sustenta uma ‘identidade política comum’ que compatibiliza a pertença a diferentes comunidades culturais, étnicas, linguísticas, etc, com a pertença a uma cidadania universal. Mesmo reconhecendo e integrando na sua conceptualização as tensões entre estas distintas formas de identificação, surge aqui de novo uma explicação teleológica: o objectivo de associação e participação política apresenta-se como a própria causa dessa mesma associação, segundo um chamado ‘interesse comum’.

De forma menos extrema, apresenta-se aqui um conceito de cidadania multidimensional e plural, influenciado por Isin e Wood, que admite a identidade do cidadão enquanto conjunto de formas de cidadania nos diversos campos de acção, numa negociação contínua e com restrições nos recursos disponíveis aos indivíduos. Pode contrapor-se que esta concepção não torna claro a articulação entre as diferentes identidades e a cidadania; porém, considero que somente um quadro de referência múltiplo e complexo dará conta da experiência política contemporânea, sem a ideia de um centro agregador único. Precisamente, o que marca essa experiência é a sua dispersão em inúmeras redes que se potenciam nos novos *media*, o que permite falar de uma ‘cidadania tecnológica’, possibilitadora de novas formas de actuação nas esferas civis, políticas e sociais.

Dada a importância crescente destes novos *media*, a desejada melhoria da comunicação e informação (entre os cidadãos e entre estes e os seus representantes políticos) deverá passar necessariamente, segundo Pinto (2000), por uma preparação na utilização

crítica dos *media* e da informação veiculada pelos múltiplos agentes no campo político. O acesso rápido e imediato a um conjunto crescente de informação não torna, por si só, um indivíduo num ‘cidadão’. Talvez, pelo contrário, este sobrecarregamento de informação, proveniente de fontes distintas, obriga a um esforço adicional por parte do agente em se apropriar e organizar essas informações, colocando em questão as suas reais possibilidades de administração das múltiplas escolhas ao seu dispôr.

Assim, as políticas de alargamento da utilização das novas tecnologias devem ser complementadas com formação de “novas competências”, através de uma educação adequada para os *media* e para a comunicação. Segundo essa formação, os conteúdos centrar-se-iam na decodificação das mensagens veiculadas pelas fontes de informação, na desconstrução das lógicas e interesses que estruturam essas mesmas mensagens, na apreensão das diferentes ‘versões’ dos acontecimentos mediante as interpretações dos diversos agentes, e na conscientização da liberdade de informação enquanto direito de acesso à mesma.

Salientar a questão das competências dos indivíduos significa, por outra parte, reconhecer igualmente a relevância do discurso de defesa do ‘*empowerment*’/capacitação dos recursos disponíveis aos actores, apelando a um maior empenho na apropriação e modificação das suas condições, através de escolhas conscientes e com peso nas decisões políticas. A par do papel regulador e promotor inerente aos actores políticos, denota-se aqui um ênfase nas acções, valores e escolhas dos actores sociais enquanto elementos preponderantes e essenciais para o fortalecimento destes novos processos de democratização.

Porém, esta consideração das escolhas planeadas dos actores deverá atender a outras dimensões que condicionam a tomada de decisões e a participação política e cívica dos mesmos. Precisamente, as escolhas disponíveis aos indivíduos tendem a ser contextualizadas em termos, processos e iniciativas previamente estabelecidos e delimitados num leque de acessos e serviços, isto é, advêm de formulações limitadas à partida que condicionam as escolhas. Criticando visões optimistas, tais como as de Graham e Mitchell, sobre a centralidade das opções dos agentes locais, Robbins adverte que

“(...) this choice is simply not enough, for it requires us to express our agency only within the meager and restricted technological terms set by the technoculture” (Robbins, 1999:51).

Precisamente, um dos papéis cruciais desempenhados pelos movimentos sociais será a análise da estruturação das escolhas tecnológicas e sociais ao dispôr dos cidadãos, frequentemente escamoteadas nas iniciativas e discursos governamentais. A própria afirmação dos ‘novos’ movimentos sociais construiu-se na resistência às instituições de poder e às suas formas legitimadoras, contrapondo questões como a qualidade de vida, a valorização das identidades pessoais e colectivas, os direitos humanos, formas não-alienadas de trabalho, etc. Na crítica da noção de Alain Touraine (1992, 1998) segundo a qual estes movimentos realizam uma separação entre a esfera social e a esfera do Estado e da acção política, prevalece agora uma conceptualização destes movimentos enquanto agentes políticos fulcrais, imersos na politização de novos domínios sociais através do seu envolvimento com os outros agentes locais, nacionais e até internacionais.

Ao utilizarem as características tecnológicas dos novos *media*, particularmente a Internet, os movimentos sociais podem estender as suas linhas de acção com outros agentes para além dos espaços físicos geograficamente delimitados, com a vantagem de desenvolverem redes de interacção mais fluidas e descentralizadas. Em comparação com os projectos telemáticos governamentais, definidos na sua maior parte pela sua estrutura e funcionamento rígido e burocrático, os movimentos sociais que potencializam as facilidades de comunicação da Internet podem criar um novo conceito de activismo, se reformularem as suas noções por vezes extremas de ‘militância activa’.

Efectivamente, torna-se crucial compreender o carácter complexo, disperso e múltiplo das identidades dos cidadãos e dos espaços onde se movimentam, e procurar compatibilizar estas tendências fragmentadoras com as exigências de participação política colectiva. Certamente tal não passará por concepções tradicionais de ‘cidadania universal’ ou de comunitarismo, mas sim na apreensão de formas de actuação desenvolvidas nos novos *media* – ao mesmo tempo que se encoraja a diferença, a diversidade e a liberdade de

expressão, a Internet conseguiu, até certo ponto, animar uma cultura de respeito pela individualidade a par de uma comunicação alargada com outros próximos ou distantes.

A complexidade destes processos de capacitação e participação dos actores individuais e colectivos nos espaços públicos físicos e electrónicos não permite, porém, caminhos claros e lineares, suscitando antes uma certa indeterminação no evoluir desses processos, na qual “(...) o espaço público tanto pode ser redinamizado e proporcionar uma sociabilidade mais densa e uma participação mais democrática com benefícios para a qualidade da cidadania vivida, como pode ser instrumentalizado ao serviço do reforço das competências e capacidades já estabelecidas e de cristalização das hierarquias sociais” (Fortuna, 1998:113). Afinal, esta reflexão sobre o ‘homem público’ permitiu analisar algumas tendências fulcrais sobre novas identidades e novos *media*, mas pretendeu também suscitar interrogações válidas, urgentes na sua consideração: será que a comunicação múltipla e dispersa potenciada pelos novos *media* poderá fragilizar o associativismo, em vez de o reforçar? A noção de activismo poderá ser formulada segundo uma lógica não presencial, electrónica, múltipla, combinada com uma lógica presencial, física? Como modificar as formas governamentais de actuação electrónica de modo a estimular o acesso aos conteúdos públicos e promover um diálogo público com todos os agentes? É possível uma cidadania descentrada e desenvolvida em distintos espaços públicos, físicos e virtuais, de encontro com outros que, por sua vez, podem encontrar-se geograficamente distantes? Que modelos políticos podem configurar uma comunicação mais directa e multinodal entre os cidadãos e entre estes e o sistema político, constituída em redes vastas e complexas?

Bibliografia

Ascher, François (1998), *Metapolis – Acerca do futuro da cidade*. Oeiras: Celta. (1995).

Bauman, Zygmunt (2000), *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.

- Bauman**, Zygmunt (2001), *The Individualized Society*. Cambridge: Polity Press.
- Biswas**, Ramesh Kumar (ed.) (2000), *Metropolis Now! Urban Cultures in Global Cities*. Viena: Springer-Verlag/Wien.
- Bryan**, Cathy (1998), "Manchester: democratic implications of an economic initiative?" in Tsagaroussianou, Roza, Damian, Tambini, Bryan, Cathy (1998) *Cyberdemocracy – Technology, cities and civic networks*. London: Routledge.
- Bryan**, Cathy, Tsagaroussianou, Roza, Damian, Tambini (1998), "Electronic democracy and the civic networking movement" in Tsagaroussianou, Roza, Damian, Tambini, Bryan, Cathy (1998). *Cyberdemocracy – Technology, cities and civic networks*. London: Routledge.
- Cádima**, Francisco Rui (2000), "Miragens digitais", PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, *Os Cidadãos e a Sociedade de Informação*. Conferência promovida pelo Presidente da República, 9 e 10 Dezembro de 1999, Lisboa, INCM.
- Cardoso**, Gustavo (1998), *Para uma Sociologia do Ciberespaço*. Oeiras: Celta Editora.
- Cardoso**, Gustavo e Afonso, João (1999), *As cidades: Uma Incursão sobre a Cidadania*, <http://www.cav.iscte.pt/gustavo/snm/telepolis.htm> (23.02.2001).
- Carr**, Stephen et al (1992), *Public Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Castells**, Manuel (1991), *The informational City*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Castells**, Manuel (1997), *The Information Age: Economy, Society and Culture*, Volume II – The Power of Identity. Oxford: Blackwell.

- Castells**, Manuel (2000a), *The Information Age: Economy, Society and Culture*, Volume I – The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell. (2nd edition – 1997).
- Castells**, Manuel (2000b), “Grassrooting the space of flows” in Wheeler, James, Aoyama, Yuko, Warf, Barney (eds.) (2000). *Cities in the Telecommunications Age – The Fracturing of Geographies*. London and New York: Routledge.
- Docter**, Sharon, Dutton, William H. (1998), “The First Amendment online: Santa Monica’s Public Electronic Network” in Tsagaroussianou, Roza, Damian, Tambini, Bryan, Cathy (1998) *Cyberdemocracy – Technology, cities and civic networks*. London: Routledge.
- Donath**, Judith S. (1996), *Inhabiting the Virtual City*, [http://persona.www.media.mit.edu/Thesis/\(04.03.2001\)](http://persona.www.media.mit.edu/Thesis/(04.03.2001)).
- Downey**, John (1999), “Afterword: Back to the Future?” in DOWNEY, John e MCGUIGAN, Jim (1999) *Technocities*. London: Sage.
- Dutton**, William H. (2000), “Os cidadãos em rede e a democracia electrónica”, PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, *Os Cidadãos e a Sociedade de Informação*. Conferência promovida pelo Presidente da República, 9 e 10 Dezembro de 1999, Lisboa, INCM.
- Fortuna**, Carlos, Ferreira, Claudino, Abreu, Paula (Nov. 1998/Fev. 1999), “Espaço público urbano e cultura em Portugal” in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 52/53: pp. 85-117.
- Francissen**, Letty, Brants, Kees (1998), “Virtually going places: square-hopping in Amsterdam’s Digital City” in Tsagaroussianou, Roza, Damian, Tambini, Bryan, Cathy (1998) *Cyberdemocracy – Technology, cities and civic networks*. London: Routledge.
- Giddens**, Anthony (1992), *As Consequências da Modernidade*. Oeiras: Celta Editora (1991).

- Giddens**, Anthony (1997), *Modernidade e Identidade Pessoal*. Oeiras: Celta Editora (1991).
- Gonçalves**, Maria Eduarda (2000), "Democracia e Cidadania na Sociedade da Informação", PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, *Os Cidadãos e a Sociedade de Informação*. Conferência promovida pelo Presidente da República, 9 e 10 Dezembro de 1999, Lisboa, INCM.
- Graça**, Susana, Gonçalves, Jorge (2001), "Agorafobia ou a nova condição do indivíduo urbano", Encontro temático intercongressos *Cidade e Culturas: Novas Políticas/Novas Urbanidades*, 27 e 28 de Setembro de 2001, Associação Portuguesa de Sociologia (APS).
- Graham**, Stephen (1999), "Towards Urban Cyberspace Planning: Gro-unding the global through Urban Telematics Policy and Planning" in Downey, John e McGuigan, Jim (1999) *Technocities*. London: Sage.
- Graham**, Stephen, Marvin, Simon (2000), "Urban planning and the technological future of cities" in Wheeler, James, Aoyama, Yuko, Warf, Barney (eds.) (2000) *Cities in the Telecommunications Age – The Fracturing of Geographies*. London and New York: Routledge.
- Guerra**, Isabel (1993), "Modos de vida – Novos percursos e novos conceitos" in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 13: pp. 59-74.
- Habermas**, Jurgen (1978), *L'espace public: archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris: Payot.
- Habermas**, Jurgen (1992), *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus humanidades.
- Hacker**, Kenneth L., Van Dijk, Jan (eds.) (2000), *Digital democracy – issues of theory and practice*. London: Sage.

- Isin**, Engin F., Wood, Patricia K. (1999), *Citizenship Identity*. London: Sage.
- Kellner**, Douglas (1999), “New Technologies: Technocities and the prospects for democratization” in Downey, John e Mcguigan, Jim (1999) *Technocities*. London: Sage.
- Lefebvre**, Henri (2000), *La production de l'espace*. Paris: Anthropos (4ª edição).
- Loader**, Brian D. (2000), “Reflexões sobre a Democracia Civil na Era da Informação: um estudo de caso do Nordeste de Inglaterra”, PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, *Os Cidadãos e a Sociedade de Informação*. Conferência promovida pelo Presidente da República, 9 e 10 Dezembro de 1999, Lisboa, INCM.
- Matias Ferreira**, Vitor (2001), “Qualidade de vida e qualidade das cidades” in PÚBLICO, nº 2203, 3 de Outubro, <http://jornal.publico.pt/2001/10/03/Nacional/P07.html>.
- Matias Ferreira**, Vitor (2000), “Cidade e Democracia – Ambiente, Património e Espaço Público” in *Cidades – Comunidades e Territórios*, Centro de Estudos Territoriais (CET), ISCTE, nº 1, Dezembro 2000.
- Matias Ferreira**, Vitor, Castro, Alexandra (2000), “Espaços Públicos e Verde Urbano de Lisboa – Um Estudo de Caso sobre Ambiente Urbano” in *Cidades – Comunidades e Territórios*, Centro de Estudos Territoriais (CET), ISCTE, nº 1, Dezembro 2000.
- Mitchell**, William J. (1997), *City of Bits – Space, Plan and the Infoban*, <http://mitpress.mit.edu/e-books/City-of-Bits/index.html> (Outubro 2001).
- Mitchell**, William J. (2000), *E-topia – “Urban Life, Jim – but not as we know it”*. Cambridge: The MIT Press.

- Moss**, Mitchell L., Townsend, Anthony M. (2000), “How telecommunications systems are transforming urban spaces” in Wheller, James, Aoyama, Yuko, Warf, Barney (eds.) (2000) *Cities in the Telecommunications Age – The Fracturing of Geographies*. London and New York: Routledge.
- Nascimento**, Susana (2001), “*Eu sou eu, não é?*” – construção e apresentação das identidades na CMC. Dissertação de Licenciatura em Sociologia: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (I.S.C.T.E.).
- Nascimento**, Susana (2001), “Para uma compreensão sociológica das identidades na CMC” (2001), Biblioteca online de Ciências da Comunicação (a publicar nas actas do II Congresso das Ciências da Comunicação – “Rumos da Sociedade da Comunicação” – organizado pela Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), <http://bocc.ubi.pt/pag/nascimento-susana-identidades-cmc1.html> (Janeiro 2002).
- Paquete de Oliveira**, José Manuel (2000), “Cidadania e novas tecnologias”, PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, *Os Cidadãos e a Sociedade de Informação*. Conferência promovida pelo Presidente da República, 9 e 10 Dezembro de 1999, Lisboa, INCM.
- Pinto**, Manuel (2000), “A formação para o exercício da cidadania numa sociedade mediatizada”, PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, *Os Cidadãos e a Sociedade de Informação*. Conferência promovida pelo Presidente da República, 9 e 10 Dezembro de 1999, Lisboa, INCM.
- Plotke**, David (1990), “What’s so New About New Social Movements?” in Lyman, Stanford M. (ed.) (1995) *Social Movements – Critiques, Concepts, Case-Studies*. London: MacMillan.
- Rheingold**, Howard (1993), *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading: Addison-Wesley.
- Ribeiro**, Joana (2001), “A apropriação do espaço urbano por agentes de produção cultural – Uma (nova) paisagem cultural?”,

- Encontro temático intercongressos *Cidade e Culturas: Novas Políticas/Novas Urbanidades*, 27 e 28 de Setembro de 2001, Associação Portuguesa de Sociologia (APS).
- Robins**, Kevin(1999), “Foreclosings on the City? The Bad Idea of Virtual Urbanism” in Downey, John e McGuigan, Jim (1999) *Technocities*. London: Sage.
- Rodotà**, Stefano (2000), “Para uma cidadania electrónica: a democracia e as novas tecnologias da comunicação”, PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, *Os Cidadãos e a Sociedade de Informação*. Conferência promovida pelo Presidente da República, 9 e 10 Dezembro de 1999, Lisboa, INCM.
- Schmidtke**, Ed. (1998) “Berlin in the Net: prospects for cyberdemocracy from above and below” in Tsagaroussianou, Roza, Damian, Tambini, Bryan, Cathy (1998). *Cyberdemocracy Technology, cities and civic networks*. London : Routledge.
- Sennet**, Richard (1990), *The conscience of the eye: the design and social life of cities*. London: Faber and Faber.
- Sennet**, Richard (1992), *The Fall of Public Man*. New York: W. W. Norton.
- Silva**, Filipe Carreira da (2001), “Habermas e a esfera pública: reconstruindo a história de uma ideia” in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº 35: pp. 117-138.
- Thornton**, Alinta (1996), *Does Internet create democracy?*, Master Thesis in Journalism, University of Technology, Sidney, <http://www.wr.com.au/democracy/index.html> (Outubro 2001).
- Touraine**, Alain (1992), “Beyond Social Movements?” in Lyman, Stanford M. (ed.) (1995) *Social Movements – Critiques, Concepts, Case-Studies*. London: MacMillan.
- Touraine**, Alain (1998) *Iguais e Diferentes – Poderemos Viver Juntos?*. Lisboa: Piaget (1997).

Tsagaroussianou, Roza (1998), "Electronic democracy and the public sphere: opportunities and challenges" in Tsagaroussianou, Roza, Damian, Tambini, Bryan, Cathy (1998) *Cyber-democracy – Technology, cities and civic networks*. London: Routledge.

Capítulo II

O Mundo Online da Vida

Apresentação

António Fidalgo e Paulo Serra
Universidade da Beira Interior.
E-mails: fidalgo@ubi.pt
pserra@alpha2.ubi.pt

Online e mundo da vida

Pensar as “repercussões” do online no mundo da vida (*Lebenswelt*) obriga-nos, desde logo, a colocar dois problemas fundamentais, referentes, um, à relação entre tecnologia e sociedade, o outro, à natureza da mudança histórica. Começemos por este último.

Existirá um ponto – chamemos-lhe “crítico” – a partir do qual é possível dizer, de uma sociedade, que ela não é já a que era? Dir-se-á que, no limite, qualquer sociedade é sempre “a mesma”, na medida em que, para ser sociedade, ela envolve sempre uma certa continuidade – de território, de cultura, de traços físicos, etc... Mas até que ponto se pode dizer, dessa sociedade que é sempre “a mesma”, que ela já entrou num novo “ciclo”, numa nova “fase” da sua existência? Quais são os critérios que permitem determinar essas transições, por vezes subtis e imperceptíveis, entre o que já não é e o que ainda não é, entre o “passado” e o “futuro”, para glosarmos a conhecida expressão de Hannah Arendt? Porque os efeitos de superfície são, nas sociedades, muitas vezes enganadores – o que parece “novo” não é senão um anacronismo, o que parece velho já é, na realidade, uma outra coisa. Aquilo que parece certo é que há, nas sociedades que conhecemos, mesmo nas mais “frias” – para utilizarmos aqui uma classificação de Lévi-Strauss –, momentos em que as maneiras mais ou menos habituais, mais ou menos consolidadas de pensar e fazer as coisas começam a provocar estranheza naqueles que as vivem e as sofrem. Mais do que uma tomada de consciência clara e racional, parece haver uma vaga impressão, uma *Stimmung* que, pouco a pouco, de forma irresistível, vai alertando os protagonistas para o seu desfasamento em relação ao “espírito do tempo” (*Zeitgeist*).

Sobre o problema da relação entre sociedade e tecnologia, até que ponto se pode pretender, como McLuhan, que os “meios” determinam os “fins”, isto é, a sociedade no seu conjunto? Ou ainda mais radicalmente, como Heidegger, que a tecnologia é o verdadeiro *deus ex machina* que regula o destino do humano?

Os argumentos contra este determinismo tecnológico são mais ou menos conhecidos, e estribam-se em casos repetidamente glosados como o da China medieval que, conhecendo de há muito a pólvora ou a impressão, não fez nem de uma nem de outra as utilizações que delas viriam a fazer as sociedades ocidentais; ou o caso mais recente, da ex-União Soviética que, demonstrando toda a sua capacidade tecnológica ao enviar os satélites para o espaço, não demonstrou capacidade suficiente para resolver problemas tão “simples” como o da habitação ou o da alimentação do seu povo.

O mesmo é dizer que a tecnologia é-o sempre de uma sociedade, ao mesmo tempo que uma sociedade o é sempre de uma certa tecnologia; aliás, e querendo ser mais precisos, diremos que a tecnologia é apenas – ainda que este “apenas” seja de extrema importância – um dos vários “sistemas” da sociedade, entretendo relações complexas com os “sistemas” económico, político, militar, científico, ideológico, mediático, etc. dessa mesma sociedade.

Ora, o conceito husserliano de *Lebenswelt* revela-se como um conceito profundamente relevante para pensarmos, *em conjunto*, os dois problemas que acabámos de referir. Com efeito, o essencial desse conceito reside, quanto a nós, no facto de apontar para que todo o processo de descontinuidade tenha de ser visto – quer quanto à sua origem “real” quer quanto à sua “interpretação” – a partir de um contexto de continuidade. O que, aplicado quer à mudança histórica quer à tecnologia, significa que uma e outra emergem do mundo da vida, aparecem como uma solução para problemas colocados por este – mesmo que, logo a seguir, tal solução se possa revelar como fonte de novos problemas, quiçá mais graves do que aqueles a que a solução procurava responder; problemas que terão de ser, eles próprios, reconduzidos ao mundo da vida e aí resolvidos.

É muito significativa, a este respeito, a afirmação aparentemente paradoxal de Husserl de acordo com a qual “a Terra não se move”. Com efeito, se a Terra se movesse, como poderíamos nós perceber

– perceber, entender – qualquer movimento? Era esse precisamente o problema que os tão vilipendiados aristotélicos colocavam, em pleno Renascimento, a Galileu. O que, transposto para a questão que aqui nos ocupa, significa: como seria possível conceber a partida ou a chegada sem um ponto de partida ou um ponto de chegada? O movimento sem a imobilidade? O elevar-se no ar sem o chão sobre o qual temos os pés bem assentes?

Problemas, soluções e novos problemas

Tendo em conta o anterior, diremos que o que o mundo da vida traz ao online é o sentido vital – semântico, pragmático, existencial – do próprio online; o que o online traz ao mundo da vida são maneiras diferentes de viver e trabalhar. Maneiras diferentes – mas não “radicalmente” ou “revolucionariamente” diferentes. São essas pequenas – ainda que, por vezes, maiores do que julgamos – diferenças que os textos a seguir apresentados se dedicam a explorar a partir de temas e perspectivas diversos.

Assim, o texto de António Fidalgo, “Nova corte na aldeia”, analisa a forma de viver, hoje já bastante frequente, que resulta da junção entre o habitar na aldeia – ou, pelo menos, no exterior da urbe – e o trabalhar na cidade, seja presencialmente, se e quando necessário, seja sobretudo através dessas novas formas de trabalho à distância a que globalmente se tem vindo a chamar o “teletrabalho”. É precisamente este conceito, nas suas origens e nas suas implicações em termos económicos, sociais e psicológicos, que é analisado no texto de Paulo Serra, “O teletrabalho – conceito e implicações”. A novidade das formas de viver e trabalhar analisadas nestes textos permitem compreender que um autor como Mark Poster se tenha vindo a referir, nos últimos anos, a um “modo de informação” alternativo – e substitutivo – do “modo de produção” característico da sociedade industrial, teorizado por Marx. O conceito de Poster não está, no entanto, isento de críticas – que se prendem, nomeadamente, com a sua visão demasiado “panóptica” e foucaultiana –, como o demonstra o texto de António Fidalgo, “O modo de informação de Mark Poster”.

Mas, para além destas alterações visíveis, constatáveis a olho

nu, por assim dizer, o online acarreta alterações mais subtis, mais ocultas – e, quiçá, de maior profundidade e alcance a longo prazo. Referimo-nos, nomeadamente, às alterações que se repercutem nas formas como é concebida e exercida a memória da informação – analisadas no texto de Luís Nogueira, “O mundo como base de dados” –, como se produz e comunica o conhecimento, nomeadamente o conhecimento científico – formas discutidas no texto de António Fidalgo, “Os novos meios de comunicação e o ideal de uma comunidade científica universal” –, como se vive a corporalidade, ou a (suposta) ausência dela – problemática a que se refere o texto de Catarina Moura, “A vertigem. Da ausência como lugar do corpo” – como percebemos o mundo – tema do texto de António Fidalgo, “Percepção e experiência na Internet”.

Um certo tom

Se há algo comum ao conjunto dos textos incluídos neste capítulo – não por acaso o capítulo final da presente publicação – tal é, sem dúvida, o seu pendor “descritivo” ou “fenomenológico”, que intenta respeitar à letra quer a observação hegeliana de que a coruja de Minerva só levanta voo ao anoitecer quer a injunção husserliana do “regresso às coisas”. O mesmo é dizer que o facto de procurarem apreender as “repercussões” do online no mundo da vida não conduz os autores a uma especulação mais ou menos vã em torno de “possibilidades” que poderão ou não verificar-se, centrando-se antes no que *já* existe. Que eventualmente se pretenda, a partir daí, extrair conclusões – sejam elas “apocalípticas” ou “integradas” – acerca do nosso futuro próximo, eis um risco que cada um terá de assumir por si próprio. Aliás, assumir esse “risco” nem será uma grande novidade – numa sociedade que, e a acreditarmos em autores como Ulrich Beck, se caracteriza precisamente pelo facto de ser uma “sociedade de risco”.

Nova corte na aldeia

António Fidalgo
Universidade da Beira Interior.
E-mail: fidalgo@ubi.pt

Sustentadas tradicionalmente na agricultura, as aldeias vêem-se condenadas à morte pela redução rápida e definitiva da actividade agrícola no conjunto das actividades económicas. O despovoamento brutal do interior de Portugal nas décadas de sessenta a noventa é consequência e espelho da incapacidade de as aldeias acompanharem a mudança económica e social provocada pela modernização do país. As novas tecnologias da informação e da comunicação podem dar azo a uma viragem. Com efeito, com as suas reconhecidas potencialidades nas áreas do trabalho, do lazer e da participação cívica, elas transformam o espaço em que vivemos. O ciber-espaço é sobretudo visível nas modificações que introduz no espaço real. Assiste-se actualmente a uma emancipação territorial do espaço da vida, isto é, a uma emancipação do papel socio-económico, cultural e político, do indivíduo relativamente aos seus confins locais. Ora é a partir destas modificações do espaço real que deverá ser repensado o modo de vida das aldeias. A qualidade de vida que se goza nas aldeias, o equilíbrio social e ecológico que as caracteriza, são factores de atracção para muitos que podem desenvolver as suas actividades longe dos grandes centros urbanos.

O conceito de “corte na aldeia”

Francisco Rodrigues Lobo concebe em *Corte na Aldeia*, obra vinda a lume em 1619, uma corte ideal, onde associa a cultura da corte aos costumes simples do campo. Em 1619 Portugal não tem verdadeira corte, a régia, pela simples razão de que não tem rei: desde 1580 que era regido pelos Filipes de Espanha. Sem rei e a respectiva corte, resta aos cortesãos fazer corte nas aldeias. Rodrigues Lobo escreve na dedicatória do livro: “Depois que faltou a Portugal a Corte dos Sereníssimos Reis, (...) retirados os títulos pela vilas e lugares de

Portugal e os fidalgos e cortesãos por suas quintãs e casais, vieram a fazer Corte nas Aldeias”.

A visão de Rodrigues Lobo de uma corte na aldeia, ou seja, de um local de cultura cortesã, refinada, fora da cidade, é no final de século XX mais verosímil que no início do século XVII. Não é por hoje como então a cidade não ter rei, mas sim por a cidade se ter tornado mais numa arena de luta económica e social do que num local de habitação e de convívio. Os cidadãos são hoje, na maioria, suburbanos que trabalham na cidade. As dificuldades de acessos, a desertificação humana dos núcleos urbanos, a museologização crescente desses núcleos, a droga e a violência, a inospitalidade dos subúrbios, o desenraizamento cultural e social, fazem da cidade um dos locais menos indicados para fazer a corte.

O tempo da corte era e é um tempo de ócio. Mas esse tempo, que dantes era prerrogativa de reis e fidalgos, em contraposição aos camponeses que trabalhavam de sol a sol, é hoje um bem de quem vive fora da azáfama das grandes metrópoles.

Aldeias e aldeamentos

A par da desertificação das aldeias do interior assiste-se ao surgimento, na periferia das grandes cidades, de condóminos milionários e de urbanizações tipo aldeia. Os aldeamentos começaram por ser turísticos, sazonais, mas hoje são também de tipo residencial permanente, à volta dos grandes centros urbanos, a maior ou menor distância. Foram as vias rápidas que os possibilitaram e os problemas urbanos que os impulsionaram. Fugindo aos problemas das cidades, nomeadamente à violência e ao congestionamento, pessoas de elevada capacidade económica optam por ir residir para longe da cidade em condomínios fechados de vivendas.

Diferentemente dos bairros de vivendas cidadãos, os aldeamentos dispõem de infra-estruturas colectivas, como piscinas e campos de ténis, que, para além do uso proporcionado a cada residente, estabelecem tipos de convivência e níveis de socialização. O condomínio estabelece de algum modo formas de vida análogas às da aldeia. Criam-se laços de vizinhança típicos de uma aldeia e inexistentes na cidade. Por outro lado ainda há o envolvimento pelo

campo tal como ocorre nas aldeias.

O que provoca ou o que justifica estes novos condomínios ou aldeamentos? Antes de mais o sossego e a qualidade de vida impossíveis nas grandes cidades. O que se procura ali é a possibilidade de viver em sintonia com a natureza, gozar o ar puro, deixar as crianças brincar tranquilamente nas ruas, não viver de portas trancadas. As razões dos novos aldeamentos são tanto de ordem social como ambiental. Foge-se tanto à violência como à poluição das cidades.

Mas ao mesmo tempo que os aldeamentos são uma demarcação das cidades, eles continuam a depender das cidades. Ao contrário das aldeias tradicionais, que tinham uma vida económica autónoma, habitualmente baseada na agricultura, os aldeamentos vivem na órbita das cidades. Os aldeamentos são determinados pela cidade. São citadinos os seus habitantes e é urbano o *modus vivendi*.

A localização do aldeamento é determinada em larga medida pela facilidade e rapidez de acesso à cidade: ou ficando perto de um nó de auto-estrada ou então de uma estação de caminho de ferro com boas ligações à cidade. Muito mais importante que a distância em quilómetros é o tempo e a comodidade da viagem. A localização do aldeamento joga-se mesmo na relação inversa entre a distância e a rapidez de acesso à cidade: a localização é tanto melhor quanto mais longe estiver da cidade e do desordenamento urbanístico dos subúrbios e quanto mais rápido e cómodo for o acesso à cidade.

Os residentes dos novos aldeamentos dispõem de horários flexíveis de trabalho. Pertencem maioritariamente às profissões liberais ou então são empresários. Não têm de entrar na cidade ou dela sair às horas de ponta. Entram normalmente mais tarde e saem mais cedo ou mais tarde, consoante as conveniências, evitando os congestionamentos de trânsito. Parte deles não se desloca diariamente à cidade, fazem-no apenas uma, duas ou três vezes. Muito do seu trabalho pode ser feito por telefone ou fax.

A crise das cidades

Os aldeamentos revelam a crise das cidades. As cidades desmembram-se. Os centros das cidades, os históricos e os de serviços, não

têm habitantes, mas apenas visitantes e ocupantes. As grandes cidades perdem residentes para as cidades-satélite que crescem e transformam o conjunto em grandes áreas metropolitanas em que se avolumam os problemas sociais e ambientais.

Vejam-se os casos de Lisboa e do Porto. As respectivas áreas metropolitanas, ainda que geradoras de grandíssima parte da riqueza nacional, apresentam em Portugal os maiores problemas sociais (habitação, pobreza, exclusão, droga, criminalidade) e ambientais (caos urbanístico, tratamento de lixo, poluição do ar e dos cursos de água).

A cidade indubitavelmente extravasou os seus muros, expandiu-se pelas áreas circundantes, urbanizou o mundo à sua volta. A velha contraposição de urbe e orbe está a ser substituída por uma orbe mais e mais urbanizada. Neste movimento a cidade desmembra-se, torna-se difusa. A assimilação que continuamente provoca à sua volta mata o termo de oposição, aquilo que faz a diferença, e com isso destrói a sua identidade. É que não há identidade sem diferença.

Os meios eléctricos e electrónicos de comunicação, nomeadamente o rádio e a televisão, contribuíram decisivamente para o esbatimento das fronteiras da cidade. Hoje qualquer pessoa fora da cidade recebe a mesma informação, os mesmos programas de divertimento, música, filmes e telenovelas, que os residentes da cidade. Aquilo que dantes era um privilégio de quem vivia na cidade, a proximidade da vida política, o saber o que se passava nos centros do poder e a possibilidade de intervir na formação da opinião pública, é hoje comum tanto a residentes da cidade como aos de fora da cidade.

A representação ou encenação pública já não se joga como antigamente em determinados locais físicos, edifícios ou praças, que constituíam o cerne da cidade, mas antes no espaço público dos *media*. Para um político é muito mais importante um minuto na televisão ou uma entrevista num jornal nacional que a sua presença em qualquer ponto que seja na cidade. Trata-se de uma presença não mais espacial, mas sim mediática e esta é independente da cidade.

É fácil de prever que com os novos meios de comunicação o

esbatimento acima referido ainda será maior. Se com a rádio, a televisão, o telefone e o fax, a cidade perde as vantagens outrora associadas à presença física, à presença do rei, então com as novas possibilidades de teletrabalho, telemedicina, compras *on-line*, etc., essa perda será ainda mais acentuada.

A urbanização geral

O esbatimento das fronteiras da cidade significa o desaparecimento da separação queirosiana entre cidades e serras. Os Zés Fernandes de hoje dispõem das mesmas maravilhas técnicas que os Jacintos. Água canalizada, saneamento básico, electricidade, telefone, telemóvel, carro, computador encontram-se tanto nas aldeias como nas cidades. O modo de vida nos campos urbanizou-se. E parece claro que a uniformização de modos de vida e de valores entre as cidades e as serras tende a ser cada vez maior.

As condições de trabalho nos campos são cada vez mais parecidas com as condições de vida na indústria ou nos serviços, com o mesmo horário de trabalho, as mesmas regalias sociais, as mesmas apetências de consumo, e os mesmos tipos de entretenimento. Além disso, mesmo nas aldeias o sector primário na economia já não é exclusivo, havendo também pequenas indústrias e serviços, a bem dizer idênticos aos das cidades.

Muito mais importante, porém, que as condições “urbanas” das aldeias na uniformização entre os habitantes das cidades e os das serras é a uniformização de mentalidades. A escolaridade obrigatória, o acesso à rádio e à televisão, a emigração do campo para a cidade e a consequente ligação familiar entre quem ficou no campo e quem vive na cidade, a considerável melhoria de acessibilidades, a maior mobilidade de pessoas e bens, a dupla residência, o fortalecimento dos médios centros urbanos por todo o país, com novas instituições de ensino superior, induziram a valores e comportamentos idênticos. Hoje é fácil encontrar quem na cidade seja menos “cidadino” do que quem vive numa aldeia.

O fim das aldeias

É um facto que o sustento económico das aldeias era a agricultura tradicional. Com a modernização e a “industrialização” da actividade agrícola as estruturas produtivas das aldeias ficaram obsoletas, nomeadamente a divisão e a dimensão da propriedade fundiária, a adequação das culturas e dos métodos tradicionais aos mercados, as tecnologias usadas, a formação profissional das pessoas. Em Portugal foi todo um mundo rural, ainda com características medievais, que ruiu a seguir à Segunda Guerra Mundial.

Pertence à sociologia e à história averiguar em detalhe porque é que a resposta às transformações económicas e sociais nas aldeias do interior foi a emigração para o litoral português ou para o estrangeiro. Será consensual todavia que as razões que levaram muitos à saída das suas terras não foram só de ordem económica. Bastas vezes a saída comportava pesados riscos que acabavam por não compensar. Os bairros de lata de Lisboa e de Paris, frequentemente destino imediato de quem emigrava, não constituíam propriamente uma melhoria para quem na sua aldeia gozava de estabilidade social e da segurança económica de um trabalho certo. Tão ou mais importantes do que os benefícios económicos imediatos eram as expectativas que levaram centenas de milhares de pessoas a darem o salto.

Com a electrificação e com os adubos chegaram também novas ideias e novos valores às aldeias. As formas sociais, produtivas e ideológicas, rígidas de séculos, começaram a mover-se e, de repente, em pouco mais de uma ou duas décadas, o velho mundo rural desaparecia.

Por paradoxal que pareça é a urbanização geral, a universalização das formas urbanas de vida e respectivos valores, que leva à emigração das aldeias para as cidades. Em contacto com os novos valores e com as diferentes formas da vida urbana, o mais simples era realizá-los e concretizá-las num novo espaço, de preferência marcadamente urbano. Assim como o vinho novo exige novo vasilhame, assim as novas ideias exigiam novos espaços. Muito mais difícil seria aderir às novas formas de vida no seio das estruturas antigas.

É de presumir que se o esforço e a tenacidade que os emigrantes investiram nos locais de acolhimento tivessem sido investidos nos locais de origem as condições de vida aí teriam melhorado significativamente. Porém, tal seria muito mais difícil, não por condicionalismos meramente económicos, mas sim por condicionalismos culturais e ideológicos. As aldeias não eram somente um local de residência e de trabalho, mas fundamentalmente uma forma de vida, uma maneira de nascer, viver e morrer, solidificada ao longo de séculos, incompatível com os tempos modernos. A generalização da urbanidade atrás referida o que fez foi expor clara e dramaticamente essa incompatibilidade.

As aldeias tradicionais morreram e não vale a pena tentar ressuscitá-las nos moldes em que vigoraram.

O novo espaço de vida

Entendendo por espaço de vida o espaço balizado pela residência, local de trabalho, local habitual de compras, e locais de culto, cultura e lazer, não há dúvida que o seu perímetro tem vindo a aumentar significativamente. Numa aldeia anda-se a pé, para o trabalho, para a mercearia, para as casas dos familiares, para a igreja. O mesmo já não sucede numa cidade. Aqui há que utilizar meios de transporte, carro, autocarro ou comboio. As áreas metropolitanas assentam mesmo na realidade destes transportes.

As distâncias não são mais o que sóiam ser. Os modernos meios de transporte tornaram perto o que dantes era longe. Presentemente assiste-se em Portugal a um extraordinário “encurtamento” de distâncias através das novas estradas e auto-estradas, encurtamento, é óbvio, não em distâncias propriamente ditas, em quilómetros, mas em tempo e em comodidade em as percorrer.

Hoje é trivial encontrar pessoas que no seu dia a dia se deslocam largas dezenas de quilómetros, quando não mesmo ultrapassando a centena. Vivem numa localidade, trabalham noutra, deslocam-se de carro para fazer compras, para visitar amigos, para se divertir, para ir à praia, etc. O facto de as zonas industriais e as zonas comerciais privilegiarem a facilidade de acessos e de estacionamento, muito mais que a proximidade física aos centros residenciais, mostra bem

quanto o espaço de vida se alargou e se alterou nas últimas décadas.

A relatividade do espaço de vida depende muito mais do tempo e da comodidade de deslocação que da distância. É que esse espaço é um espaço de deslocação de pessoas, pelo que o que está em causa não é o espaço físico em si, mas sim a capacidade de as pessoas percorrerem e viverem esse espaço. Pode-se dizer com propriedade que se assiste a uma libertação do homem relativamente às distâncias geográficas. Não que o homem se tenha convertido num espírito, mas a sua mobilidade empresta-lhe uma leveza que até agora era um atributo exclusivo dos espíritos.

Mas se a facilidade de deslocação permite o alargamento do espaço de vida, esse espaço ficaria de algum modo vazio sem uma comunicação entre os diferentes pontos que marcam esse espaço. Não houvesse comunicação e o espaço de vida alargado fisicamente seria, mais do que um mesmo espaço, um conjunto de pontos de mundos diferentes. Com efeito, para a constituição do espaço de vida, enquanto um mesmo espaço, como espaço pessoal, os meios de comunicação, como a rádio, a televisão, o telefone, o fax, são tão importantes como os meios de transporte modernos e as várias redes viárias. São eles, os meios de comunicação, que emprestam a densidade indispensável ao espaço alargado. É pela rádio, imprensa e televisão, que os trabalhadores de determinada fábrica ou de um hipermercado, vindos de sítios dispersos, afastados dezenas e dezenas de quilómetros, recebem as mesmas notícias, os mesmos programas de diversão e de entretenimento, e assim lhes permite uma convivência de próximos e não de estranhos. É pelo telefone e pelo fax, e hoje sobretudo pelo telemóvel, que um indivíduo assegura uma presença de percepção e de acção que em muito excede a sua presença física. Apesar de o espaço se ter alargado imenso, mais do que nunca, o homem consegue-o ocupar, pelos meios de comunicação electrónicos, como quando antigamente era muito mais reduzido.

As novas distâncias e o seu desaparecimento

As novas rodovias em Portugal, as auto-estradas, os itinerários principais e os complementares, vieram trazer uma nova geografia ao

país. A distância entre as diferentes localidades não é percebida só a partir da sua localização nos mapas, mas percebida sobretudo através do tempo e da facilidade de deslocação rodoviária entre elas. Desenhado o mapa de Portugal, não de uma perspectiva aérea, mas da perspectiva de que sem se desloca entre as diferentes localidades, ele seria muito diferente. Aqui de pouco valeriam as distâncias de quilómetros em linha recta; as referências seriam agora a velocidade média e o grau de conforto de quem viajasse de uma localidade para a outra.

Da mesma maneira se pode fazer uma nova geografia a partir do custo das chamadas telefónicas. Numa época em que as telecomunicações são cada vez mais um factor decisivo na economia dos países, e na vida das pessoas, pode tomar-se como novo critério de distância o custo por minuto de uma chamada telefónica e a facilidade em estabelecer uma ligação. Obviamente que, por estes critérios, a geografia do mundo se alteraria profundamente. O mundo desenvolvido encolheria extraordinariamente e o terceiro mundo estender-se-ia dramaticamente ainda muito mais. Mas o mesmo acontece dentro de um país. Para uma empresa ou instituição que esteja situada no interior de Portugal os custos telefónicos são muito mais elevados do que para as congéneres situadas em Lisboa. Por exemplo, as chamadas telefónicas feitas de uma universidade situada em Lisboa são na sua larga maioria chamadas regionais, ao custo mínimo. Para uma universidade do Interior, porém, dependente dos ministérios e serviços centrais, muitas das chamadas serão nacionais. Não se trata pois só de uma distância física, mas também de uma distância comunicacional.

Entretanto há alterações importantes a registar nesta geografia das comunicações. Antes de mais, o custo único das chamadas dos telemóveis. Aqui o espaço nacional é único, desaparecendo as distinções entre chamadas locais, regionais e nacionais. Trata-se da destruição de um centro e, correlativamente, das periferias. Quem tem telemóvel não tem um endereço de campo ou de cidade. Passa de um a outro local sem que se altere o modo de comunicação. A noção de proximidade ou de distância neste universo desaparece.

Com a Internet, com o seu custo igual ao de uma chamada telefónica local, com as possibilidades crescentes que a digitalização

abre na transmissão de dados, texto, imagem e som, é todo o espaço que se transforma. Mais do que com o telemóvel, confinado a um território, com a Internet é todo o mundo, dos Estados Unidos à Austrália, que se torna a mesma vizinhança. Enviar um *e-mail* para um destinatário residente na mesma cidade ou para um residente num país distante custa o mesmo e leva o mesmo tempo. Aceder a uma página ou “local” da Internet em Portugal ou no estrangeiro é, em princípio, indiferente em termos de tempo e de custo. Consultar-se um jornal ou uma biblioteca estrangeiros da mesma maneira que os nacionais. Aqui deixa de haver fronteiras, as únicas que continuam a existir são as linguísticas. Mas as distâncias tornam-se radicalmente idênticas.

Com a introdução crescente da comunicação via satélite, seja de voz ou de dados, cada vez menos o papel dos locais será importante na comunicação. Todos os locais da terra terão a mesma acessibilidade comunicativa. Há como que uma desmaterialização do espaço da comunicação. De todo o lado se comunica com todo o lado com a mesma rapidez e com a mesma facilidade.

A reafirmação das identidades

Em contraposição ao movimento de globalização e de uniformização de estilos de vida, de tipos de trabalho, de hábitos de consumo e de lazer, assiste-se actualmente, na última década do Século XX, a uma reafirmação das identidades seculares, de que os conflitos étnicos são a expressão mais visível e mais dramática. É notório um recrudescimento da afirmação de especificidades face à vaga geral de uniformização levada a cabo sobretudo pelos meios de comunicação e pelas indústrias culturais. Tal afirmação traduz-se na recuperação de tradições moribundas, na consciencialização histórica, na preservação de língua, religião e cultura, e na reivindicação de autonomia administrativa e política.

O retorno às origens é um sinal claro da necessidade de preservar as identidades, e as diferenças, num mundo em que as distâncias e as fronteiras tendem a desaparecer, num mundo cada vez mais igual. Todas as raízes, porém, se fundam na terra, num local próprio. Apesar das novas geografias, a identificação faz-se pelas e nas velhas

geografias, nos locais concretos de proveniência.

É neste ponto que as aldeias têm um valor que em muito ultrapassa a sua dimensão sócio-económica. As aldeias continuam a ser um ponto de referência, um elemento crucial de identificação, tanto para os que lá nasceram e de lá partiram, como para os que, não tendo nascido lá, traçam a sua genealogia a partir de quem lá nasceu, viveu e morreu. Os indivíduos identificam-se pela sua origem, pelas aldeias, suas ou dos seus antepassados. Mas isso só é possível porque as aldeias elas mesmas têm uma identidade própria, uma história.

Ao contrário dos novos aldeamentos, sem passado e sem memória, as aldeias têm toda uma história, mitos e lendas de fundação, têm igreja, cemitério, festas de santos. Demarcam-se umas das outras, não só pela geografia, mas sobretudo pelas tradições, usos e costumes, e um sem número de pequenas especificidades, que lhes emprestam um carácter único e o seu encanto. Talvez mais do que qualquer outro elemento, são os cemitérios que marcam a diferença entre as aldeias e os aldeamentos enquanto ponto de referência identitária. É ali nos cemitérios que se encontram as raízes ancestrais, e diferentes, de quem no mundo actual apenas encontra igualdade e semelhanças.

As aldeias são identidades fortes, de raízes profundas, identidades sedimentadas naturalmente ao longo de gerações, em contraste com a novidade e o artificialismo dos aldeamentos. A sua mais valia num mundo em que as marcas, os famosos “brand”, são parte essencial de produtos e serviços, é evidente.

Os novos aldeões

São citadinos os novos aldeões. Citadinos pelos tipos de trabalho, pelas exigências sociais e económicas, e sobretudo pela educação e cultura. Isso já começa a ser visível nas aldeias próximas dos meios urbanos. O médico especialista que trabalha num grande hospital da cidade, o professor de uma universidade, o empresário, o advogado com escritório na cidade, que nelas residem são claramente citadinos. O tempo de trabalho na cidade, a facilidade de deslocação e de comunicações, permitem-lhes trabalhar na cidade

e gozar da vida de aldeia. Ora o raio destas permutas entre cidades e aldeias circundantes vai aumentando e os respectivos círculos vão-se tocando e intersectando com os círculos de outras aldeias à volta de outros centros urbanos.

Há que ter em conta que, em muitos destes casos, os citadinos aldeões ou os aldeões citadinos têm uma ligação familiar às aldeias em que residem; cresceram nas aldeias, a sua família era de lá, ou tinham casas de família que recuperaram. Mas, por outro lado, há evidentemente novos residentes que não tinham uma ligação anterior, mas que passaram a residir nas aldeias por opção. As razões dessa opção variam obviamente, mas, feita a opção, vão aos poucos adquirindo, pelo menos em parte, a identidade emprestada pela aldeia.

Todavia são as novas formas de trabalho, o trabalho independente, por conta própria, o enorme aumento de diferentes tipos de trabalho executados com computadores, o teletrabalho, que aumentará sensivelmente os residentes das aldeias. Esses trabalhos não são típicos das aldeias tradicionais, mas serão as formas de trabalho dos novos aldeões. Fundamental neste ponto, é que as aldeias não mais terão a sua base económica na agricultura, mas sim no teletrabalho. Daí que os novos aldeões não sejam agricultores, que também poderão ser, mas sobretudo pessoas que desenvolvem o seu trabalho numa economia global assente nas comunicações em rede.

Quem passa os seus dias trabalhando em frente ao monitor de um computador em rede – e o número dessas pessoas não deixa de aumentar! –, tanto o poderá fazer num arranha-céus de uma grande cidade, como numa casa de aldeia. Só que aqui terá os benefícios de não ter de se deslocar, de não perder horas e horas no trânsito, de poder adaptar o ritmo de trabalho ao seu ritmo de vida.

O que é claro é que estes novos tipos de trabalho pressupõem competências escolares e técnicas que até agora eram características de quem habitava nas cidades. Daqui que as novas tecnologias não significarão a manutenção das aldeias como as conhecemos, mas que as aldeias serão repovoadas por novos aldeões. Contudo, esses novos aldeões, sendo citadinos, pela educação, pela cultura e pelos tipos de trabalho, terão todas as vantagens em escolher as aldeias onde têm raízes, que sentem como suas, porque dos seus antepassados,

com as quais se sentirão identificados.

O novo luxo: terra, ar e água

O acesso aos bens considerados de luxo aumentou muitíssimo na sociedade de consumo. Jóias, relógios, perfumes, carros, são hoje objectos que uma grande parte da população compra e usa. O supérfluo que dantes era característica dos muito ricos é agora uma característica da própria sociedade de consumo. A esse luxo desigmo por luxo velho. O novo luxo consiste hoje no que dantes era considerado necessário, como a terra, o ar e a água.

O maior luxo é hoje o espaço físico, casas amplas, jardins, quintas. A terra não se fabrica nem se multiplica, apenas se compra e vende a que já existe e sempre existiu. A par da terra há o ar e a água. São necessidades que ninguém pode dispensar, mas o que importa aqui destacar é a qualidade do ar e da água. Gozar ar puro, não poluído, é hoje um bem raro. Ter água em quantidade e em qualidade, viver à beira de um rio ou de um lago de águas limpas, poder regar em abundância um jardim, é algo que se vai tornando cada vez mais difícil.

Os produtos de consumo podem multiplicar-se, produzir-se indefinidamente, mas a terra, o ar e água são bens limitados e, face ao aumento da população, cada vez mais escassos. E onde a sua escassez é maior e já uma realidade é justamente nas cidades. Aí os espaços são exíguos, as zonas verdes sempre poucas, e a poluição do ar, incluindo a poluição sonora, um problema grave. O mesmo se diga para o fornecimento de água, que exige captações sempre mais longínquas.

As aldeias apresentam um equilíbrio entre o espaço de habitação e a natureza que é cada vez mais um bem precioso e que constitui um verdadeiro luxo. Campos e floresta à volta, ribeiras e fontes, silêncio, são marcas que caracterizam habitualmente as aldeias e que proporcionam uma qualidade de vida, impossível ao cidadão normal de uma cidade.

Viver numa aldeia significa mais do que viver num espaço diferente do espaço da cidade. Representa um modo de viver guiado por valores estéticos e até morais. O frenesim da vida urbana tornou-se

um elemento viciante de grande parte da população. As pessoas “precisam” das correrias, do barulho, da azáfama da cidade, precisam de emoções. Ao contrário, a quietude e o sossego das aldeias é visto como pasmaceira, como tédio.

No mundo actual das telecomunicações e da Internet, porém, o movimento da cidade já não significa mais informação ou maior representação relativamente ao sossego das aldeias, tal como uma zona de movimento na cidade não representa maior valia do que um bairro calmo e arborizado dessa mesma cidade. O que conta hoje na vida de uma aldeia é a possibilidade de, através dos novos meios de comunicação, ter os mesmo acessos ao vasto mundo da informação e do trabalho que uma cidade.

O teletrabalho - conceito e implicações

Joaquim Paulo Serra
Universidade da Beira Interior.
E-mail: pserra@alpha2.ubi.pt

Introdução

“Se se encontrar um mortal que não tenha nenhuma outra ambição senão a de ampliar o império e o poder do género humano sobre a imensidade das coisas, terá de se convir que essa ambição é pura, mais nobre e mais augusta que todas as outras.” – Francis Bacon, *Novum Organum*

“Conhecer a natureza para a dominar” – tal é a divisa da revolução científica europeia dos séculos XVI e XVII, de que Bacon é um dos arautos. Esta divisa prenunciava, desde logo, o advento de um “novo mundo”, baseado na progressiva união entre a ciência e a técnica. Esse “novo mundo” traria o bem-estar, a abundância e a felicidade a todo o género humano, construindo uma sociedade mais livre, mais igualitária e mais fraterna.

Com a Revolução Industrial, nos séculos XVIII/XIX, tal sonho parece começar a tomar forma. No entanto, rapidamente o sonho começa, nalguns aspectos, a tornar-se pesadelo: a falta de habitações e/ou as más condições de habitabilidade, o trabalho infantil e feminino, as longas jornadas de trabalho, os baixos salários, a ausência de condições de segurança no trabalho, de assistência médica e de segurança social, a anomia, a desorganização familiar, as greves, a destruição da maquinaria, etc. É a época da chamada “questão social”, do triunfo das doutrinas socialistas e comunistas, dos sindicatos, dos conflitos sociais que parecem ameaçar a própria sobrevivência da sociedade.

Com o desenvolvimento da Revolução Industrial surge a preocupação do “Estado Social”, e muitos destes problemas vão sendo

resolvidos de forma satisfatória. No entanto, outros problemas surgem, resultantes do crescimento da produtividade científico-tecnológica, da industrialização e da urbanização: o congestionamento das cidades, a poluição, a escassez dos recursos energéticos, o alargamento dos subúrbios, o desemprego dito “estrutural”, as novas regras da competição económica, o falhanço do “Estado Social”, incapaz de responder às crescentes exigências em matéria de saúde, segurança social, etc..

A pouco e pouco, começa a desenhar-se a necessidade – e a realidade – de uma nova viragem. Segundo alguns teóricos, já estaríamos a viver, de algumas décadas a esta parte – alguns falam dos anos 60 –, uma “nova revolução industrial”. Ao contrário da anterior, não se trata agora de produzir mais e melhor determinados bens físicos ou materiais – essa não será a resposta aos problemas do nosso tempo; trata-se, isso sim, de melhor produzir, distribuir e utilizar a informação e o conhecimento. Baseada nas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC’s), essa “revolução” está a criar uma sociedade radicalmente diferente das anteriores, a que muitos chamam “sociedade da informação”.¹ Os seus efeitos começam, hoje, a tornar-se visíveis em todos os domínios da vida social. Um dos domínios em que nos interessa estudar esses efeitos é o do trabalho. Fala-se actualmente, e cada vez mais, de uma nova forma, supostamente mais flexível, mais produtiva e mais cómoda de organizar o trabalho: o teletrabalho. O que é o teletrabalho? Como e quando surgiu? Que razões levaram e levam ao seu aparecimento e desenvolvimento? Quais as suas implicações sociais, as suas “vantagens” e “desvantagens”? Qual a posição dos parceiros sociais

¹É nas décadas de 60 e 70 que são publicadas algumas das obras consideradas fundamentais na teorização da chamada “sociedade da informação”: *Understanding Media*, de Marshall McLuhan (1964), *The New Industrial State*, de John K. Galbraith (1967), *The Age of Discontinuity*, de Peter Drucker (1969), *La Société Post-Industrielle*, de Alain Touraine (1969), *The Coming of the Post-Industrial Society*, de Daniel Bell (1973), *The Information Economy*, de Marc Porat (1977), *The Third Wave*, de Alvin Toffler (1980). Apesar dos diferentes nomes que estes e outros autores dão à nova sociedade emergente – “aldeia global”, “novo estado industrial”, “sociedade pós-industrial”, “economia da informação”, “terceira vaga”, etc. –, acabou por se generalizar a expressão “sociedade da informação”.

– governos, sindicatos, empresários – sobre o teletrabalho? Que experiências têm sido feitas? Quais as tendências futuras? Estas são algumas das questões a que procuraremos responder, de forma necessariamente sumária, nas páginas que se seguem.

Breve análise histórica

Como observam Lemesle e Marot, cuja exposição acompanharemos nesta breve análise histórica, o conceito de “trabalho à distância”, com que muitas vezes se identifica o teletrabalho, aparece pela primeira vez nos anos 50, com os trabalhos de Norbert Wiener sobre a Cibernética. Wiener dá o exemplo hipotético de um arquitecto que, vivendo na Europa, poderia supervisionar, à distância, a construção de um prédio nos EUA, utilizando a comunicação por fac-simile. Assim, segundo Wiener, podemos distinguir dois tipos de comunicação, permutáveis entre si: como transporte físico e como transporte de informação. Por outro lado, nos anos 60 reaparece em força, na sociedade europeia, algo que estava quase extinto desde os finais do século XIX: o trabalho no domicílio. Incidindo inicialmente na produção de vestuário, têxteis e calçado, ele estende-se, na década de 70, a sectores como a embalagem e montagem de artigos eléctricos e electrónicos, a alimentação industrial, as bebidas, os detergentes, os plásticos, os cosméticos, etc. Ora, é da convergência destas noções de “trabalho à distância” e “trabalho em casa” que surge o primeiro conceito de “teletrabalho”, nos anos 70. Este conceito está perfeitamente ilustrado em Alvin Toffler que, no seu livro *A Terceira Vaga*, de 1980, anuncia a probabilidade de, num futuro próximo, milhões de pessoas se deslocarem dos escritórios e fábricas para os seus domicílios, dando origem a “uma indústria familiar dum tipo superior, fundada sobre a electrónica e, concomitantemente, uma nova polarização sobre o lar, tornado o centro da sociedade.”²

As experiências de teletrabalho surgidas nos anos 70 e 80 são concebidas segundo o que Lemesle e Marot chamam o “paradigma

²Alvin Toffler, citado em Raymond-Marin Lemesle, Jean-Claude Marot, *Le Télétravail*, Paris, PUF, 1994, p. 4.

da deslocalização” ou da “substituição”, assente nos seguintes pressupostos:

i) Desconcentração da actividade assalariada: na formulação de 1973 de Jack Nilles, citada pelos autores, trata-se de levar o trabalho ao trabalhador, e não o inverso, substituindo o *commuting* pelo *telecommuting*, o transporte (físico) do trabalhador pela telecomunicação (da informação);

ii) Acção paliativa e correctiva: o teletrabalho como solução para problemas como o congestionamento do tráfego urbano, a poluição atmosférica, o “atraso” de zonas mais desfavorecidas, nomeadamente as rurais, a “depressão” económica e social dos subúrbios, etc.;

iii) Dinâmica exógena de desenvolvimento de micro-realizações: o teletrabalho como medida coerciva ou incitadora para levar as empresas a deslocalizarem postos de trabalho, a fim de evitar a concentração geográfica e urbana, reduzir o congestionamento do tráfego e a poluição atmosférica – estas foram as razões fundamentais que levaram ao lançamento de muitas das experiências de teletrabalho nos EUA, nomeadamente no Estado da Califórnia;

iv) Redução dos custos: o teletrabalho como forma de reduzir custos de deslocação, de instalações, de mão de obra, etc.;

v) Motivação social: o teletrabalho como solução para pessoas incapacitadas, idosas, donas de casa, portadoras de deficiência, etc. poderem aceder ao mercado de trabalho, contribuindo assim para evitar a sua exclusão social;

vi) Simplicidade da fórmula de emergência: o teletrabalho visto como assentando na seguinte equação “desenvolvimento tecnológico + política de ordenamento = capacidade de desenvolver uma nova organização espacial da empresa”.³

O facto de, nesta época, o teletrabalho ser frequentemente concebido – e praticado – como “trabalho no domicílio”, faz surgir opiniões fortemente críticas sobre ele, acusando-o de conduzir ao isolamento social, à atomização do trabalho e à exploração do trabalhador, predominantemente feminino.⁴

³Cf. Lemesle e Marot, *op. cit.*, p. 16-18.

⁴Cf. David Horner, Peter Day, “Labour and the information society: trade union policies for teleworking”, *Journal of Information Science*, 21 (5) 1995, p.

Talvez por isso tenham falhado, na maior parte dos casos, as experiências fundadas neste tipo de paradigma, muitas vezes promovidas e financiadas pelos poderes públicos. Tal falhanço mostra que, nos anos 90, que viram ressurgir o interesse pelo teletrabalho, este deve ser visto no contexto de um outro paradigma, a que Lemesle e Marot chamam o “paradigma económico” ou da “diferenciação”, assente nos seguintes pressupostos:

- i) Conceber o teletrabalho como fonte de valor acrescentado e, como tal, com interesse económico para as empresas; o que implica
- ii) Substituir a noção “clássica” de teletrabalho pela de “tele-serviço” – telegestão, tele-tradução, teleformação, telesecretariado, telecontabilidade, etc.; o que implica, por sua vez
- iii) Criar as estruturas que permitam organizar o mercado desses tele-serviços.

Uma das formas ilustrativas deste paradigma é, segundo os Autores, a “corretagem em teletrabalho”, surgida em França por volta de 1990, e que envolve organismos que funcionam como interface entre os clientes que procuram um determinado tipo de serviço à distância e os trabalhadores independentes ou empresas susceptíveis de fornecerem esse serviço.⁵

Conceito e modalidades de teletrabalho

A breve análise histórica do conceito de teletrabalho que acabámos de fazer permite-nos constatar, desde logo, que não há um, mas vários conceitos de teletrabalho – sendo que tais conceitos não têm de ser, necessariamente, contraditórios, podendo mesmo ser complementares.

Etimologicamente – e habitualmente – teletrabalho significa “trabalho à distância”. Mas, por demasiado ampla – o delegado de informação médica que, trabalhando para uma empresa farmacêutica sediada em Lisboa, vende medicamentos no Porto, é um teletrabalhador? –, esta definição é insuficiente. Por isso mesmo, as diversas definições do teletrabalho propostas pelos especialistas⁶ tendem a

334.

⁵Cf. Lemesle e Marot, *op. cit.*, p. 100-101 e 117.

⁶Vejam-se, a título de exemplo, as três seguintes: “Dado que o teletrabalho

acentuar dois aspectos essenciais do mesmo: por um lado, o facto de se exercer à distância; mas, por outro lado – e isto é decisivo para o conceito de teletrabalho –, o facto de ele implicar a utilização das novas tecnologias de informação e telecomunicação.

Há, no entanto, autores que consideram que, sendo o teletrabalho uma realidade multiforme, será mesmo impossível aceitar qualquer definição essencial do mesmo que não seja unilateral, optando por uma definição do tipo descritivo, que se concentra em identificar e descrever as várias formas ou modalidades do teletrabalho.⁷ Seguindo esta via descritiva, um estudo da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre o teletrabalho, publicado em 1990, distinguia quatro grandes modalidades ou formas de exercer esta actividade: o trabalho, com computador, em casa; o trabalho nos centros-satélites; o trabalho nos centros de vizinhança, também chamados “centros de teletrabalho” ou “de recursos”; o trabalho móvel. A literatura consultada, seguindo em geral esta posição da OIT, distingue as seguintes modalidades ou formas de teletrabalho:

i) Quanto ao local de trabalho (a flexibilidade do local de tra-

significa trabalho à distância, qualquer pessoa que opere afastado de um ponto central mas permaneça em contacto com ele por telefone, é, num certo sentido, um teletrabalhador. (...) Contudo, mais frequentemente, a palavra ‘teletrabalhador’ é usada para descrever indivíduos cujo trabalho envolve, também, pelo menos alguma espécie de computador com apresentação em écran, um telefone, um fax e, possivelmente, texto online e conexão de dados, seja directa seja através de um modem.” (Judy Hillman, *Telelifestyles and the Flexicity: The Impact of the Electronic Home*, Dublin, European Foundation for the improvement of living and working Conditions, 1993, p. 10); “[O teletrabalho é uma] actividade profissional exercida à distância graças à utilização interactiva das novas tecnologias da informação e da comunicação. Diz respeito ao trabalho assalariado ou independente e engloba todas as tarefas consistindo em manejar, tratar, analisar ou produzir informação.” (Michel Rubinstein, *L’Impact de la Domotique sur les Fonctions Urbaines*, Dublin, Fondation Européenne pour l’amélioration des conditions de vie et de travail, 1993, p. 57); “O termo ‘teletrabalho’ designa actividades exercidas longe da sede da empresa (é chamado também, por vezes, trabalho à distância) mediante a comunicação diferida ou directa por meio das novas técnicas.” (Jane Tate, “Le travail à domicile dans l’Union Européenne (Rapport du Groupe de Travail ad hoc”, *Europe Sociale*, Supplément 2/95, Luxembourg, Office des publications officielles des Communautés Européennes, 1995, p.63).

⁷Cf. Lemesle e Marot, *op. cit.*, p. 7-10.

balho é um dos aspectos fundamentais e uma das apregoadas vantagens do teletrabalho):

– *Em casa*: o trabalhador está em casa, ligado a um escritório central ou sede. Esta é a modalidade em que se pensa habitualmente, quando se fala em teletrabalho, talvez por ser a que mais cedo foi teorizada e iniciada; ela liga-se a um outro conceito – utópico? – importante na teorização da sociedade da informação, e ainda por realizar: o de “domótica”, “casa electrónica” ou “casa inteligente”. Segundo Ursula Huws⁸, esta modalidade de teletrabalho admite ainda as três possibilidades seguintes: a) teletrabalho a tempo parcial, sendo o resto do tempo passado no local de trabalho; b) teletrabalho a tempo inteiro, para um empregador exclusivo; c) teletrabalho “free-lance”, para vários clientes ou empregadores.

– *Num centro-satélite ou escritório-satélite (“satellite broad office”)*: que é pertença de uma empresa, mas está situado em local diferente da sede, normalmente próximo da residência do trabalhador. Este tipo de solução existe por exemplo na Califórnia e na Suíça; para citarmos um caso: o Crédit Suisse, com sede em Zurique, tinha em 1993 oito escritórios-satélites, de onde cerca de 100 trabalhadores podiam trabalhar em ligação com a sede.

– *Num centro de teletrabalho ou centro de recursos (partilhados)*: os equipamentos, dos próprios ou alugados, são partilhados por utilizadores pertencentes a várias empresas ou independentes. Situa-se geralmente perto do local da residência dos utilizadores – há quem lhe chame também “centro de vizinhança” – e pode também ser utilizado para telefonemas, telecompras, lazer, etc.. São deste género as “telecottage” ou telecabanas, de que falaremos adiante, com a diferença de estarem implantadas no meio rural.

– *O teletrabalho móvel, nómada ou itinerante*: assenta no conceito de “escritório móvel” ou “portátil”, e pode ser feito a partir do hotel, da estação de serviço, do automóvel, do avião, etc. Há quem afirme mesmo que, com a crescente oferta de produtos nas áreas dos computadores portáteis e das telecomunicações móveis, talvez o futuro do teletrabalho passe mais pela “motótica” do que

⁸Ursula Huws, “Le Télétravail (Rapport à la Task Force Emploi, DG V, de la Commission Européenne)”, *Europe Sociale*, Supplément 3/95, Luxembourg, Office des Publications Officielles des Communautés Européennes, 1995, p. 10.

pela “domótica”.⁹ A título de exemplo, Ursula Huws refere que a sociedade nova-iorquina de estudos de mercado Link Resources estimava, em 1994, em 7 milhões o número de trabalhadores móveis nos EUA, e previa que esse número atingisse os 20 milhões no ano 2000.¹⁰

– *O tele-serviço, fornecido por empresas de trabalho à distância:* o que está à distância são os clientes ou os utilizadores do serviço, podendo o trabalhador estar na empresa ou em outro (ou outros) dos locais acima assinalados.

Para concluir a caracterização destas modalidades de teletrabalho, faremos ainda duas observações. Uma primeira, a propósito das modalidades de *escritório-satélite* e *tele-serviço*: actualmente, algumas empresas europeias e americanas instalam os seus escritórios-satélites em ou subcontratam empresas de tele-serviços de outras zonas do globo, nomeadamente o Sudoeste Asiático, pondo em prática o chamado teletrabalho “off-shore”. Tarefas como a programação e a análise de sistemas, a dactilografia, a fotocomposição, a impressão, a construção de bancos de dados, a elaboração de catálogos, para citar alguns dos casos mais correntes, são feitas em países como a Índia, a China, as Filipinas, a Jamaica, a Malásia, etc., em que os custos são muito inferiores e a mão-de-obra é tão qualificada como a ocidental.¹¹ Uma segunda observação, de carácter genérico: sendo o local de trabalho flexível, o teletrabalhador poderá utilizar uma ou simultaneamente várias das soluções que acabámos de enumerar. Por exemplo: dois dias em casa, dois dias no escritório-satélite, ocasionalmente no carro ou no hotel, um dia da semana no escritório central...

ii) Quanto ao horário de trabalho (a flexibilidade do horário de trabalho é outra das características fundamentais do teletrabalho):

– *A tempo inteiro:* podendo o trabalhador gerir o seu tempo da forma que entender, trabalhando num ou em vários locais;

– *A tempo parcial.*

iii) Quanto à situação sócio-profissional:

– *Trabalho assalariado;*

⁹Cf. Rubinstein, *op. cit.*, p. 73.

¹⁰Cf. Huws, *op. cit.*, p. 24.

¹¹Cf. Lemesle e Marot, *op. cit.*, p. 29-34.

– *Trabalho independente.*

Combinando todas as possibilidades anteriores – em termos de local, de horário e de situação sócio-profissional –, facilmente vemos a grande quantidade de modalidades ou formas que o teletrabalho pode, pelo menos teoricamente, assumir. O que justifica, plenamente, a qualificação de “flexível”, que se costuma aplicar ao teletrabalho, e que constitui um dos grandes motivos do interesse actual em relação ao mesmo.¹² Pelo interesse que poderão ter, para Portugal em geral e para a Beira Interior em particular, analisaremos mais detidamente duas das modalidades do teletrabalho que acabámos de referir.

O trabalho em casa

Como dissemos anteriormente, citando Ursula Huws, o teletrabalho em casa pode admitir três possibilidades diferentes, que passamos a analisar:

i) Teletrabalho a tempo parcial: os teletrabalhadores implicados são, em geral, altamente qualificados – gestores, quadros, técnicos, vendedores, etc. –, parecendo ser esta a forma de teletrabalho que mais apreciam.

ii) Teletrabalho a tempo inteiro, para um empregador exclusivo: envolve trabalhadores em geral pouco qualificados, da área do secretariado, incluindo dactilografia, televendas, telesecretariado, tarefas administrativas, etc.. A maior parte destes trabalhadores são mulheres, não têm grande segurança de emprego, são muitas vezes remunerados em função da sua produtividade e ganham geralmente menos que os seus colegas não teletrabalhadores.

Uma das experiências mais famosas e bem sucedidas – pelo menos de acordo com os seus promotores – no campo desta forma de teletrabalho foi a levada a efeito pela British Telecom, com a participação da Union of Communication Workers, no decorrer de 1992/93 (terminou em Junho de 1993), em Inverness, na Escócia, envolvendo 12 operadores telefónicos. Em cada uma das casas foi escolhido um espaço próprio, apenas destinado ao efeito ou sendo parte da sala de jantar, que foi equipado com uma estação de tra-

¹²Cf. Hillman, *op. cit.*, p. 5; Horner e Day, *op. cit.*, p. 333.

balho. Os operadores deviam aprender a usar o correio electrónico, *bulletin boards* e formulários electrónicos. Apesar de os trabalhadores poderem ir ao escritório e serem visitados regularmente pelos gestores, foram instalados *vision phones* para, quando o desejassem, falarem com os seus supervisores e colegas. Os trabalhadores continuavam a ganhar o mesmo salário e a usufruir do mesmo tipo de regalias que tinham anteriormente, a que se juntavam condições como o reforço da iluminação e o pagamento dos gastos do aquecimento e luz.¹³ De acordo com a avaliação da British Telecom, a experiência teria mostrado que os operadores “apresentavam menos *stress*, tinham metido menos baixas por doença e eram mais produtivos.”¹⁴

iii) Teletrabalho “free-lance”: envolve profissionais independentes, de áreas como o jornalismo, a tradução, a edição, a consultoria, etc. Recobre, em parte, a forma de trabalho a que alguns autores chamam “tele-serviço”.

Olson defendeu, em 1981 – e a maior parte das pesquisas americanas posteriores tê-lo-ão confirmado – que, para ter sucesso, o trabalho em casa deve obedecer às seguintes condições:

- i) Limitar e simplificar ao máximo os equipamentos (exemplo: computador e telefone);
- ii) Dar ao indivíduo os meios para controlar o seu ritmo de trabalho;
- iii) Fazer com que os resultados da actividade sejam facilmente mensuráveis;
- iv) Preferir as actividades que necessitem de concentração intelectual;
- v) Definir planos de trabalho, quando necessário;
- vi) A actividade não deve consumir demasiadas comunicações de longa distância.¹⁵

¹³Cf. Hillman, *op. cit.*, p. 14.

¹⁴Citado em Horner e Day, *op. cit.*, p. 338.

¹⁵Citado em Lemesle e Marot, *op. cit.*, p. 82-88.

Os centros de teletrabalho

Para evitar uma das principais desvantagens que é normalmente atribuída ao teletrabalho em casa – o isolamento social do trabalhador, com todas as consequências daí decorrentes – foram criados os centros de teletrabalho, referidos atrás.

O “antepassado” directo desse tipo de centros é a chamada “telecabana” (*telecottage*) ou “centro comunitário de tele-serviço”, surgida na Escandinávia por volta de 1985, com o objectivo de minorar as desvantagens das áreas rurais, propiciando-lhes condições e recursos existentes apenas nas cidades, de forma a criar emprego e promover o desenvolvimento. Desde o seu aparecimento, o seu número não parou de crescer: em 1990 já havia cerca de 50 na Dinamarca, Finlândia, Noruega e Suécia; em 1993 o seu número atingia as 100 unidades. Na Grã-Bretanha, onde a ideia também foi lançada, já havia 45 no final de 1992; e, em Junho de 1994, a “Tellecottage Association” contava com mais de uma centena de membros.¹⁶

Algumas das “tele-cabanas” não utilizam edifícios próprios, instalando-se em Escolas e Bibliotecas. Podem facultar serviços de informação local e regional, económica e comercial, serviços educativos, serviços de apoio a pequenos negócios, formação profissional, serviços de tele-compras, acesso a bases de dados nacionais e internacionais, serviços de telecomunicações, actividades de lazer – TV por cabo, por exemplo –, salas para reuniões, etc.; onde é possível, oferece também facilidades de “telecommuting”. A sua gestão corrente está a cargo de um especialista em tecnologias da informação, que ajuda os utilizadores – público em geral, profissionais, comerciantes, etc.. O interesse deste tipo de solução, para Portugal, está bem patente num documento da Comunidade Europeia, de 1988, em que se diz que as autoridades dinamarquesas “forneceram recentemente, às autoridades Espanholas, Gregas e Portuguesas informação relevante”.¹⁷

¹⁶Cf. Hillman, *op. cit.*, p. 15-16; Huws, *op. cit.*, p. 31.

¹⁷Cf. European Communities. Commission, *The Future of Rural Society*, COM (88) 371 final, Bulletin of the European Communities, Supplement 4/88. Commission Communication transmitted to the Council and to the European Parliament on July 1988, p. 55. Para a descrição das “tele-cabanas” cf. *ibidem*,

A realidade sócio-profissional do teletrabalho

Profissões e sectores de actividade

Em princípio, o teletrabalho pode aplicar-se em todas as profissões e actividades que não se refiram à produção e distribuição de bens materiais. Essas profissões e actividades, por vezes chamadas “informacionais” ou “de escritório”, são classificadas por Lemesle e Marot da seguinte forma:

- i) Produção da informação: profissões científicas e técnicas, recolha de informação, consultoria, etc.;
- ii) Tratamento da informação: dactilografia, secretariado, tratamento de texto e edição electrónica, corretagem, programação, comunicação de gestão, realização de relatórios, controlo e supervisão, etc.;
- iii) Distribuição da informação: educação, formação, espectáculos, “media”, publicidade, vendas, marketing, etc.;
- iv) Exploração e manutenção dos sistemas de informação: “hot line” informática, exploração e manutenção das telecomunicações, etc..¹⁸

Quanto aos sectores de actividade, o teletrabalho já abrange, com sucesso, sectores muito importantes das sociedades, de que se destacam os seguintes:

- i) Administração Pública: o teletrabalho já existe, sobretudo a partir de 1985, e revela tendência para aumentar, na administração central e regional de países como os EUA, particularmente no Estado da Califórnia, a Grã-Bretanha, a Suécia, a Alemanha, a Holanda, etc.. Optou-se, normalmente, pelo trabalho em casa ou em escritórios-satélites, conjugando teletrabalho com trabalho tradicional no escritório.
- ii) Ensino e formação: existem estruturas de ensino e formação à distância em países como os EUA, o Canadá, a Grã-Bretanha, a Holanda, a França, etc., fornecendo o seu serviço ao domicílio, em centros próprios ou no local de trabalho, em empresas como a

p. 54-55 e Hillman, *op. cit.*, p. 15-16.

¹⁸Cf. Lemesle e Marot, *op. cit.*, p. 25. Sobre a mesma questão, cf. também José Garcez Lencastre, “O teletrabalho”, *Dirigir – Revista para Chefias*, N.º 36, Março/Abril de 1995, Instituto de Emprego e Formação Profissional, p. 29.

France-Télécom, a Telecom Argentina, a Hewlett-Packard e a Bull. O Programa europeu Developing European Learning through Technological Advance (DELTA), lançado em 1988, é um bom exemplo desta tendência.

iii) Companhias de Seguros e Bancos: recorrem ao teletrabalho Bancos como o Crédit Suiss, o Chase Manhattan Bank, o Midland Bank e Companhias de Seguros como as Mutuelles Unies, a AXA, a MACIF, a New York Life, a Massachussets Life, a Tavelers Insurance, etc..

iv) Venda por correspondência e “telemarketing”: empresas como La Redoute, Trois Suisses e Otto desenvolveram formas diversas de teletrabalho.

v) Sector da Informática: as principais empresas deste sector, como a Rank Xerox, a ICL, IBM, a Control Data Equipement, a Hewlett-Packard, a Fujitsu, a Digital e a Integrata desenvolvem aplicações do teletrabalho.

vi) Sector das telecomunicações: encontram-se aplicações de teletrabalho na maior parte das empresas mundiais de telecomunicações, como a US West, a Pacific Bell, a ATT, a British Telecom, a France-Télécom.

São de referir ainda os seguintes sectores: sociedades especializadas no tratamento do texto; serviços de tradução; a imprensa e a edição; a indústria aeronáutica; sociedades de consultoria; sociedades de inquéritos por sondagem.¹⁹

O teletrabalho em números

Aquilo em que a literatura consultada concorda, acerca dos números referentes ao teletrabalho, pode sintetizar-se em dois pontos essenciais: i) As estimativas feitas acerca do teletrabalho, nos fins dos anos 60 e princípios dos anos 70, pecaram, algumas delas estrondosamente, por excesso; ii) Não há, mesmo actualmente, números fiáveis sobre o teletrabalho, mas apenas estimativas.

No que se refere a tais estimativas, segundo o *Compuserve Magazine*²⁰, nos EUA haveria, em 1995, 12 milhões de pessoas que

¹⁹Cf. Lemesle e Marot, *ibidem*, p. 21-28; Lencastre, *ibidem*, p. 29.

²⁰Referido em Lencastre, *ibidem*, p. 28.

trabalhavam em casa a tempo inteiro e outros 12 milhões a tempo parcial, num número total de 125 milhões de trabalhadores; na Europa, uma em cada oito pessoas trabalharia a partir de casa, como empresário ou *telecommuter*. O *Livro Branco* da Comunidade Europeia refere que, na altura da sua elaboração(1993), haveria cerca de 6 milhões de teletrabalhadores nos EUA. Comparando este número com os anteriores, referentes a 1995, é de concluir que, efectivamente, o teletrabalho parece ser uma tendência irreversível das nossas sociedades. Quanto à incidência do teletrabalho nos vários países europeus, Tate refere que o Reino Unido e a França serão, logo a seguir aos Estados Unidos, os países com maior número de teletrabalhadores em casa a nível mundial.²¹

Vantagens e desvantagens do teletrabalho

Como qualquer realidade social, o teletrabalho envolve implicações económicas, sociais, psicológicas, etc. susceptíveis de serem valorizadas positiva ou negativamente – às vezes pelas mesmas razões – por diferentes actores e grupos sociais. Por isso, a literatura consultada²² fala em termos de “vantagens” e/ou “desvantagens” do teletrabalho para os trabalhadores, para as empresas, para a sociedade em geral. Por uma questão de sistematização, seguiremos essa ordem de análise – ainda que, por vezes não seja fácil decidir em que categorias enquadrar determinados aspectos. Acresce, ao anterior, que as vantagens e as desvantagens devem ser entendidas como *potenciais*, dependendo a sua existência efectiva das reais condições, oferecidas pela empresa e pela sociedade global, em que se efectua o teletrabalho: características dos locais, do equipamento, salários, férias e outras licenças, saúde, segurança social, etc..

²¹Cf. Tate, *op. cit.*, p. 66.

²²Cf. Hillman, *op. cit.*, p. 12 e ss; Horner e Day, *op. cit.*, p. 333-338; Huws, *op. cit.*, p. 3-4 e 10-38; Lemesle e Marot, p. 61 e ss; Lencastre, *op. cit.*, p. 28 e 31; Rubinstein, *op. cit.*, p. 58, 61-62 e 64.

Vantagens

i) Para o trabalhador: possibilidade de reduzir ou mesmo eliminar o tempo gasto na deslocação casa-trabalho; economia no gasto de combustíveis; flexibilização do horário de trabalho, permitindo conciliar vida profissional e familiar; flexibilização do local de trabalho; autonomia relativa, com a diminuição dos constrangimentos hierárquicos; clima de trabalho mais confortável.

ii) Para as empresas: redução de custos imobiliários, de transportes, de pessoal, etc.; aumento da produtividade; maior facilidade de recrutamento de pessoal, independentemente do seu local de residência.

iii) Para a sociedade: preservação do espaço rural; desenvolvimento de áreas menos favorecidas, nomeadamente as rurais; “desconcentração” do centro das cidades; participação na divisão internacional do trabalho, com o trabalho “off-shore”; criação de empregos; aumento da produtividade; descongestionamento do tráfego urbano; economia em combustíveis; redução da poluição; revitalização dos subúrbios; redução dos investimentos em infra-estruturas de transportes; integração, no mercado de trabalho, de pessoas que não podem sair de casa, nomeadamente idosos, portadores de deficiência, donas de casa, etc..

Desvantagens

i) Para o trabalhador: isolamento social, quando o trabalho é feito em casa a tempo inteiro; redução dos contactos com os colegas de trabalho e a hierarquia; possível tendência para a feminilização do teletrabalho; desenvolvimento da precariedade de emprego; déficit de protecção jurídica; possibilidade de condições de emprego menos favoráveis, em termos de regalias económico-sociais; degradação da vida familiar, devida à intrusão do trabalho no lar; apagamento da diferenciação entre trabalho e lazer; maiores possibilidades de conflitos familiares no alojamento, quando o teletrabalho aí é feito; maior dificuldade de defesa dos seus interesses laborais e profissionais, já que o contrato de trabalho tende a ser individual, dificultando ou impedindo as reivindicações colectivas; parcelarização do trabalho; aumento do trabalho a tempo parcial; controlo invisível

e onnipresente pelo computador central; menos oportunidades de promoção.

ii) Para as empresas: impossibilidade de assegurar o controlo da presença e a disponibilidade imediata do trabalhador no local de trabalho – para evitar esta desvantagem, a empresa deve medir o trabalho em termos de resultados ou tarefas; aumento de custos em equipamentos extra, energia e telecomunicações; destruição da unidade da empresa e do colectivo de trabalho; aumento dos custos de formação do trabalhador.

iii) Para a sociedade: efeitos negativos na integração social do trabalhador na comunidade de trabalho e residencial; vulnerabilidade crescente face ao teletrabaho “off-shore”, com as possíveis consequências em termos de desemprego; desaparecimento das formas colectivas de trabalho e dispersão da mão de obra; exploração de trabalhadores em situação mais vulnerável, nomeadamente mulheres, crianças, pessoas com deficiência, membros de minorias étnicas, etc.; aumento da polarização entre uma elite de trabalhadores bem pagos e com posição estável – masculinos, brancos, altamente qualificados e sem deficiências – e uma maioria de trabalhadores mal pagos e com posição instável – mulheres, membros de minorias étnicas ou outras; erosão das estruturas tradicionais de educação e formação profissional; transferência, para as zonas menos desenvolvidas, apenas dos empregos pouco qualificados e mal pagos, agravando assim as assimetrias.

É de notar que muitas das desvantagens apontadas ao teletrabalho em geral se referem, na realidade, ao teletrabalho feito em casa, a tempo inteiro – normalmente pouco qualificado, para um empregador exclusivo, em condições contratuais ambíguas ou claramente desfavoráveis para o trabalhador. Ora, esta forma de teletrabalho não representa, na actualidade, nem a única nem a forma mais importante de teletrabalho – nem sequer representa, como vimos atrás, a única possibilidade de trabalho em casa.

Os parceiros sociais e o teletrabalho

Para ter sucesso, o teletrabalho exige todo um conjunto de condições tecnológicas, económicas, sociais, espaciais, etc... Nesse conjunto de

condições assume especial importância a posição – positiva ou negativa, decidida ou reticente – dos seus principais intervenientes: trabalhadores e respectivos sindicatos e empresários.

Os sindicatos

Nos anos 80, as principais centrais sindicais, tanto europeias como americanas manifestam, em geral, uma posição de rejeição e resistência em relação ao teletrabalho. Assim, e a título de exemplo, uma resolução da central sindical americana AFL-CIO reclama, em 1983, a abolição do teletrabalho informático em casa. O teletrabalho é encarado, por esta central sindical, como um retrocesso ao trabalho doméstico do século XIX, mal pago, precário, pouco qualificado, sem regalias sociais; e, como tal, reforçando o trabalho a tempo parcial e o isolamento social dos trabalhadores, contrariando ao mesmo tempo a possibilidade de estes se organizarem na defesa dos seus interesses. Posições semelhantes são tomadas, em 1985, pelos sindicatos na Dinamarca, na RFA e no Reino Unido. Note-se, contudo, que as grandes críticas feitas ao teletrabalho, pelos Sindicatos, são-no sobretudo ao teletrabalho em casa, e parecem ter algum fundamento – como refere Tate, há casos conhecidos que mostram que a situação dos teletrabalhadores ao domicílio é pior do que a dos trabalhadores tradicionais, em termos de remunerações, situação na profissão e segurança de emprego.²³ À posição geralmente crítica dos Sindicatos também não será alheio o facto de que, para além de colocar problemas aos trabalhadores, o teletrabalho coloca problemas aos próprios sindicatos enquanto organizações: a força de trabalho fragmenta-se e dispersa-se, perde a capacidade de organização colectiva, quebra a sua ligação aos sindicatos, diminui o número de trabalhadores sindicalizados, os contratos individuais substituem a contratação colectiva – logo, os sindicatos perdem poder e influência.²⁴

Referindo-se ao Reino Unido, Horner e Day distinguem três tipos de posições dos sindicatos, nos anos 70 e 80, em relação à “revolução tecnológica” em geral e ao teletrabalho em particular:

²³Cf. Tate, *op. cit.*, p. 8.

²⁴Cf. Horner e Day, *op. cit.*, p. 335.

i) Receptiva: é a posição de sindicatos sobretudo ligados às telecomunicações, que vêem o teletrabalho como um meio de incrementar a flexibilidade e a autonomia, desenvolver as competências profissionais e melhorar as condições de vida do trabalhador; assim sendo, defendem que ele deve ser promovido.

ii) Defensiva: é a posição dominante da Trades Union Congress (TUC) que, influenciada sobretudo pelos sindicatos dos “colarinhos-brancos”, vê o teletrabalho como uma realidade inevitável mas, ao mesmo tempo, problemática. Para estes sindicatos o teletrabalho pode ser positivo, se se conseguirem evitar os potenciais problemas que a ele podem estar associados, nomeadamente o isolamento, a exploração, etc., e forem garantidas, aos teletrabalhadores, todas as regalias comuns aos outros trabalhadores.

iii) Oposta: é a posição de sindicatos do sector das indústrias da impressão e radiodifusão, mas não só. É uma posição muito proteccionista, preocupada em defender as competências tradicionais dos trabalhadores e o seu controlo sobre o produto do trabalho. A BIFU (Banking, Insurance and Finance Union) ilustra bem esta posição, ao encarar o teletrabalho como oposto aos interesses dos seus membros e do próprio sindicato, assinalando em relação ao mesmo as seguintes desvantagens: em relação aos trabalhadores – o potencial isolamento social, os problemas psicológicos de motivação, o potencial perigo de pôr um “espião” (electrónico) em casa, o aumento dos custos domésticos, os problemas derivados do cuidar dos filhos, etc.; em relação ao sindicato – dificuldades no recrutamento de filiados, problemas de organização colectiva, nomeadamente no que se refere a reuniões no local de trabalho, comunicação entre o sindicato e os trabalhadores, etc..

A existência destas posições contraditórias mostra que, por um lado, não há, da parte dos sindicatos, uma estratégia comum e coerente, permanecendo estes, na sua maioria, encerrados no seu papel tradicional de reivindicação (sobretudo) salarial; e que, por outro lado, se torna cada vez mais urgente que os sindicatos, sob pena de serem completamente ultrapassados pela situação, promovam e aprofundem o debate sobre a problemática do teletrabalho.

Os empresários

Os empresários mostram, em geral, uma posição reticente sobre o teletrabalho, sendo que a reflexão sobre o mesmo se situa sobretudo a nível dos dirigentes das grandes empresas.²⁵ As suas reticências parecem derivar, sobretudo, do facto de muitos deles continuarem presos a um modelo de gestão que já vem do século XIX e que, de modo geral, exige o contacto directo e a disponibilidade imediata do trabalhador, quando necessários, e a possibilidade de controlo permanente do seu trabalho.²⁶

Os estudos levados a efeito sobre as experiências de teletrabalho mostram que o seu sucesso, nas empresas, depende de factores como a familiaridade já existente na aplicação das TIC's, a sua vontade de inovar nos planos técnico e organizacional e a sua capacidade de gestão por objectivos.²⁷ Encarar o teletrabalho como uma mera estratégia para redução de custos, nomeadamente de salários, é condená-lo ao fracasso, na medida em que não pode competir com o teletrabalho “off-shore”, que envolve salários muito mais baixos, mais horas de trabalho e menores encargos sociais; há que encará-lo no contexto de uma estratégia centrada na inovação, capaz de conquistar novos mercados, oferecer melhor qualidade e, assim, acabar por efectivamente reduzir os custos.²⁸

Conclusões – e alguns problemas

De forma semelhante ao que aconteceu em relação à Revolução Industrial, e ao “Novo Mundo” que ela iria realizar, também o “Mundo Novo” da sociedade da informação tem os seus profetas e os seus críticos – ou, se quisermos, os seus optimistas e os seus pessimistas.

Tomem-se por exemplo os textos representativos da posição da Comunidade Europeia, de que consideramos o *Livro Branco* como

²⁵Cf. Lemesle e Marot, *op. cit.*, p. 72.

²⁶Cf. Hillman, *op. cit.*, p. 33-35.

²⁷Cf. Lemesle e Marot, *op. cit.*, p. 85.

²⁸Cf. Karl a. Stroetman, Lutz Kubitschke, “Teleco-operation case study: improving competitiveness”, in *Information culture and business performance*, University of Hertfordshire Press, 1995, p. 71.

a pedra de toque. Neles, o desenvolvimento da sociedade da informação – nos seus aspectos tecnológicos, económicos e sociais – e das suas aplicações, nas quais se inclui o teletrabalho, é encarado como a única via para a Europa combater o desemprego e competir com sociedades como o Japão e os Estados Unidos. O tom é, em geral, optimista e voluntarioso, fazendo por vezes lembrar alguns dos textos utópicos, por exemplo de Saint-Simon ou de Comte sobre a Revolução Industrial. E, no entanto, a realidade, de 1993 para cá, parece obstinar-se em não dar razão a tal tipo de posições: o crescimento económico estagna, o desemprego não pára de aumentar, mesmo em países super-desenvolvidos como o Japão e a Alemanha, em que esses problemas eram desconhecidos, assiste-se à falência do “Estado Social”, cresce a despesa pública, etc.. O que nos pode levar a pensar que, se as TIC’s eram a solução do problema – do desemprego, da falta de competitividade – elas parecem ter-se tornado, agora, o problema da solução.

Há, por outro lado, um conjunto de posições, de autores como David Lyon, Tom Forester, Tony Benn, Frank Webster, Kevin Robbins, Thimothy Luke, Stephen White, bem como de muitos Sindicatos, pelas quais perpassa um olhar bastante crítico da sociedade da informação e do teletrabalho. Para alguns, tais realidades representam uma forma de o sistema – esgotada a sua solução industrial, por problemas como a escassez de recursos energéticos, as diversas formas de poluição, a impossibilidade de satisfazer as crescentes exigências de bens para consumo – fazer uma viragem no sentido de uma economia mais volátil e menos poluente; não será assim por acaso que os defensores mais entusiastas da sociedade da informação e do teletrabalho são empresas das áreas das telecomunicações, da informática, dos produtos da informação em geral. Para outros, a sociedade da informação mais não é do que uma estratégia para o Estado aumentar a eficiência da produção e do controlo sobre os cidadãos, numa linha que já vem do taylorismo e é retomada pelo fordismo. Outros, ainda, vêem a sociedade da informação como o culminar do domínio das elites científicas e tecnocráticas, detentoras do monopólio do saber e do discurso, sobre o cidadão em geral.

Qualquer destas visões nos parece, no entanto, unilateral. Se é verdade que a sociedade da informação em geral, e o teletrabalho

em particular, nos trazem problemas novos, não é menos verdade que também comportam potencialidades que devemos ter em conta e tentar explorar.

Quanto aos problemas colocados pelo teletrabalho, gostaríamos de salientar os seguintes:

i) De ordem económica: o teletrabalho “off-shore” mostra que o conceito de teletrabalho encerra uma ambiguidade fundamental. Promovido, pelos países desenvolvidos, nomeadamente os europeus, como uma forma de trabalho flexível e inovadora, possibilitando a criação de emprego e aumentando a produtividade, ele pode vir a tornar-se gerador de desemprego – criando empregos, sim, mas no local errado. Porque, se é verdade que a desmaterialização e a globalização da economia, características da sociedade da informação podem trazer novas oportunidades em termos de mercados e negócios, não é menos verdade que também poderão ter os seus efeitos perversos.

ii) De ordem sociológica: o teletrabalho insere-se na tendência crescente, observável desde o advento da “Galáxia Marconi”, para substituir as relações humanas pessoais e directas, “face-a-face”, por tele-relações, isto é, relações à distância, mediatizadas pelas tecnologias de informação e comunicação, e em que a pessoa é substituída pela sua “imagem” textual, sonora ou visual, na máquina. Esta tendência traz consigo o perigo de levar as pessoas a pensar – e a pôr em prática – o contrário do que afirma Judy Hillman, de que “as pessoas precisam de pessoas”²⁹, e, assim, a minar a própria noção de sociedade enquanto conjunto de interações *reais e directas* entre seres humanos. Ao mesmo tempo, o teletrabalho pode contribuir para esbater as tradicionais distinções entre o público (o social) e o privado (o lar), o trabalho e o lazer, levando o indivíduo a tornar-se numa espécie de “escravo” dos imperativos colectivos da produtividade “informacional”.

iii) De ordem psicológica: a sociedade de informação em geral e, logo, também o teletrabalho introduz um novo conceito de realidade: o de “realidade virtual”. Pode defender-se que, em certa medida, toda a realidade comporta sempre algo de “virtual”, no sentido de imaginário. Mas, até ao aparecimento da sociedade da

²⁹Hillman, *op. cit.*, p. 32.

informação, essa realidade virtual existia apenas na imaginação humana – mesmo quando traduzida em romances e outras obras de ficção, estas nada seriam sem a imaginação do leitor. Agora, a “realidade virtual” está presente aos nossos sentidos: vê-se, ouve-se, toca-se, e transforma a “realidade real” em mera imaginação. O que é “real”: as imagens da guerra no Ruanda que eu vejo na máquina ou a situação no terreno, que eu tenho de conceber a partir delas? Correremos o risco de, e para utilizarmos uma metáfora de Judy Hillman, nos transformarmos todos em “telezombies”, encerrados na carapaça da nossa “realidadezinha virtual”, sempre mais cómoda e menos problemática?

Quanto às virtualidades do teletrabalho, gostaríamos de chamar a atenção para as seguintes:

i) A grande vantagem do teletrabalho reside no facto de ser uma forma de trabalho “flexível”, em termos de local e de horário de trabalho. Se for entendido – e posto em prática – em condições económica e socialmente vantajosas, ele representará, para o trabalhador, uma forma de trabalhar mais motivadora, mais cómoda e mais eficiente, permitindo conciliar vida pessoal/familiar e vida profissional, administrar melhor o tempo de trabalho e de lazer, ter um maior espaço de liberdade e autonomia.

ii) O teletrabalho, no contexto da sociedade da informação, é uma maneira mais ecológica de o homem se relacionar com a natureza, não produzindo resíduos poluentes, reduzindo custos de energia, poupando a nível dos recursos, promovendo a contenção no consumo dos bens materiais.

iii) Nos países mais desenvolvidos observa-se, desde a década de 70, uma tendência crescente para a dispersão urbana e a suburbanização – para fugirem aos problemas das grandes cidades e aumentarem a sua “qualidade de vida”, cada vez mais pessoas procuram as vilas e as pequenas cidades para viverem. O teletrabalho pode representar um meio muito importante para sustentar e reforçar esta tendência, que achamos, por razões económicas e sociais, altamente positiva.

Parece-nos, assim, que a redução ou mesmo eliminação das desvantagens e problemas do teletrabalho, com a correspondente potenciação das suas virtualidades e vantagens, deverá implicar uma

discussão que: i) envolva a sociedade no seu conjunto (sindicatos, empresários, agentes políticos, cidadãos em geral); ii) encare o teletrabalho não apenas nos seus aspectos económicos – o que levará a uma visão economicista e reducionista – mas também sociológicos, jurídicos, políticos, psicológicos, etc., promovendo uma visão globalizante e integrada do problema; iii) tenha, na sua base, a consideração da pessoa como valor ou fim fundamental a promover, encarando sempre a tecnologia e a organização social como meios para o atingir.

Bibliografia

AA. VV., *Revista Exame. Edição Especial: “Guia das Tecnologias da Informação”*, Maio/Junho de 1995.

Agger, Ben, “The Dialectic of Desindustrialization: An Essay on Advanced Capitalism”, in Forester, John (ed.), *Critical Theory and Public Life*, Cambridge, The Mit Press, 1988, p. 3-21.

Bates, Peter, et al., *Telematics for Flexible and Distance Learning (Delta): Final Report*, European Commission, DG XIII, 1995.

Benn, Tony, “Information and Democracy”, *The Electronic Library*, February 1995, vol. 13, no 1, p. 57-62.

Comunidades Europeias. Comissão, *Crescimento, Competitividade, Emprego: os desafios e as pistas para entrar no século XXI (Livro Branco)*, Luxemburgo, Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, Publicado no Boletim das Comunidades Europeias, Suplemento 6/93.

European Communities. Commission, *The Future of Rural Society*, COM (88) 371 final, Bulletin of the European Communities, Supplement 4/88, p. 53-58. Commission Communication transmitted to the Council and to the European Parliament on July 1988.

- Forester**, Tom, "Megatrends or Megamistakes? What Ever Happened to the Information Society?", *The Information Society*, V. 8, 1992, p. 133-146.
- Gonçalves**, António, "Trabalhe por controle remoto", *Revista Exame*, Novembro de 1995, p. 132-134.
- Hill**, Michael W., "Information policies: premonitions and prospects", *Journal of Information Science*, 21 (4) 1995, p. 273-282.
- Hillman**, Judy, *Telelifestyles and the Flexicity: The Impact of the Electronic Home*, Dublin, European Foundation for the improvement of living and working conditions, 1993.
- Horner**, David, Day, Peter, "Labour and the information society: trade union policies for teleworking", *Journal of Information Science*, 21 (5) 1995, p. 333-341.
- Huws**, Ursula, "Le Télétravail (Rapport à la Task Force Emploi, DG V, de la Commission Européenne)", *Europe Sociale*, Supplément 3/95, Luxembourg, Office des Publications Officielles des Communautés Européennes, p. 1-69.
- Lemesle**, Raymond-Marin, Marot, Jean-Claude, *Le Télétravail*, Paris, PUF, 1994.
- Lencastre**, José Garcez, "O teletrabalho", *Dirigir. Revista para Chefias*, N.º 36, Março/Abril de 1995, Instituto de Emprego e Formação Profissional, p. 27-32.
- Luke**, Timothy W., White, Stephen, "Critical Theory, the Information Revolution, and an Ecological Path to Modernity", in Forester, John (ed.), *Critical Theory and Public Life*, Cambridge, The Mit Press, 1988, p. 22-53.
- Lyon**, David, *The Electronic Eye*, Cambridge, Polity Press, 1994.
- Martin**, William J., "The information society – idea or entity?", *Aslib Proceedings*, 1988, vol. 40, no 11/12, p. 303-309.

- Priestley**, John, "Using the information superhighways", *Information services and uses*, V. 15, 1995, p. 25-29.
- Robbins**, Kevin, Webster, Frank, "Information as capital: a critique of Daniel Bell", in Slack, J., Freges, F. (eds.), *The Ideology of the Information Age*, Norwood, New Jersey, Ablex Publishing Corporation, 1987.
- Robbins**, Kevin, Webster, Frank, "Plan and control: towards a cultural history of the Information Society", in *Theory and Society*, Dordrecht, Kluwer Academic Publishers, 1989, p. 323-351.
- Rubinstein**, Michel, *L'Impact de la Domotique sur les Fonctions Urbaines*, Dublin, Fondation Européenne pour l'amélioration des conditions de vie et de travail, 1993.
- Stroetman**, Karl A., Kubitschke, Lutz, "Teleco-operation case study: improving competitiveness", in *Information culture and business performance*, University of Hertforshire Press, 1995.
- Tate**, Jane, "Le travail à domicile dans l'Union Européenne (Rapport du Groupe de Travail ad hoc)", *Europe Sociale*, Supplément 2/95, Luxembourg: Office des Publications Officielles des Communautés Européennes.

O modo de informação de Mark Poster

António Fidalgo
Universidade da Beira Interior.
E-mail: fidalgo@ubi.pt

Origem e demarcação do conceito

Modo de informação é o conceito cunhado por Mark Poster, nomeadamente nos livros *Critical Theory and Poststructuralism* de 1989 e *The Second Media Age* de 1995 (*A Segunda Era dos Média*, Celta Editora, 2000) para designar “o modo como a comunicação electronicamente mediada desafia e, ao mesmo tempo, reforça os sistemas de dominação emergentes na sociedade e cultura pós-moderna”.¹ O conceito desenvolve-o Poster a partir da teoria marxista do modo de produção (e daí nome de modo de informação!).² Entre os dois modos há afinidades e diferenças. As primeiras são três, a saber, que todas as relações sociais são transitórias, constituídas historicamente, que o teórico faz parte da realidade que analisa e, portanto, não dispõe de uma supra-posição epistemológica que lhe possibilite uma análise universal e intemporal da linguagem, e que, finalmente, o objectivo da teoria é tanto revelar as estruturas de dominação como a de descortinar o potencial libertador de todo e qualquer padrão de experiência linguística.³

O que diferencia o modo de informação do modo de produção é desde logo a recusa da prioridade que Marx concede ao trabalho. Embora Poster reconheça que o trabalho continua a desempenhar um papel fundamental nas sociedades contemporâneas, considera que se trata de um conceito desadequado para servir de charneira numa análise das actuais situações de dominação. A segunda diferença está na eliminação do aspecto teleológico do materialismo

¹ *A Segunda Era dos Média*, p. 71.

² “The Mode of Information” in *Critical Theory and Poststructuralism*, p. 130.

³ *Ibidem*.

histórico. A preservação da teleologia no modo de informação tornaria o elemento linguístico no ‘centro’ ou na ‘essência’ do campo social a que acabariam por se reduzir todos os outros aspectos deste campo. Aliás, e esta é outra diferença, a teoria do modo de informação mina de certo modo a teoria do modo de produção na medida em que enquanto esta se centra no modo como os objectos que satisfazem as necessidades humanas são produzidos e trocados, aquela incide sobre o modo como os símbolos são usados para partilhar sentidos e constituir objectos. Em quarto lugar, e finalmente, as sociedades contemporâneas, tecnologicamente sofisticadas, caracterizam-se por distintos novos modos de informação que alteram radicalmente o quadro das interrelações sociais. É neste sentido que também é legítimo falar das sociedades da revolução industrial como modos de produção.

Mas Poster além de caracterizar o modo de informação demarcando-o do modo de produção, fá-lo também relativamente ao modo de significação de Baudrillard, tal como aparece na obra deste *Para uma Economia Política do Signo*. Poster considera que Baudrillard ao limitar-se às categorias saussureanas reduz a comunicação a um código abrangente e totalizante, limitado ao campo semiológico, mas incapaz de analisar os fenómenos linguísticos além dos que estão associados ao marketing e ao comércio de produtos, como sejam as técnicas de vigilância e as possibilidades comunicacionais das novas tecnologias.⁴

Feita a definição do conceito de Poster mediante o confronto com os conceitos de modo de produção e de modo de significação, há a salientar antes do mais o carácter marxista do novo conceito, nomeadamente no seu propósito de analisar as relações sociais de dominação e de simultaneamente, mediante essa análise, procurar potenciais elementos de libertação social. Declaradamente o modo de informação visa dar um novo alento aos propósitos finais da teoria do modo de produção.⁵ Com efeito, Poster assume declaradamente a teoria crítica como ponto de partida para analisar a hegemonia ideológica da sociedade capitalista avançada, a cultura

⁴*Ibidem*, p. 134.

⁵“Seeking to undermine the theoretical hegemony of the latter [mode of production] if only to support its final purposes”. *Ibidem*, p. 131.

de massas e a diluição da classe operária como factor de libertação social. A especificidade do modo de informação está no contributo que Poster vai buscar ao pós-estruturalismo, em particular na inter-relação entre discurso e poder explorada por Michel Foucault. As relações sociais de poder são indissociáveis dos tipos de discurso que as instituem e as justificam. é com base na intelecção do papel da linguagem nas relações sociais que Poster aborda a forma como a própria linguagem vem sendo alterada pelos sistemas electrónicos de comunicação.⁶

Discurso e poder

Não só Marx, mas também os outros pais das ciências sociais, como Weber e Durkheim, partiam do princípio de que era a acção, e não a linguagem, que determinava as relações de poder e que, portanto, o objecto de análise seria a acção. Ora é este princípio que é posto em causa com os contributos linguísticos do século XX, nomeadamente com a emergência e a afirmação das teorias da linguagem, Saussure, Wittgenstein, Austin, Chomsky entre outros.

Poster atribui a Foucault o mérito de muito claramente ter exposto a íntima relação entre linguagem e poder, colocando no centro da atenção que dedica ao filósofo francês a noção de discurso. O discurso não pode ser analisado como simples forma da consciência ou expressão do sujeito, mas como uma forma de positividade. Retira-se assim o discurso do reino da pura subjectividade para o submeter a um conjunto de categorias objectivas. é antes a positividade do discurso que faz a síntese das variações subjectivas da consciência e do indivíduo. Em dois artigos⁷ cita Poster a passagem da *Arqueologia do Saber* em que a unidade do discurso é contraposta à unidade do sujeito, onde o discurso deixa de ser a manifestação majestosa de um sujeito que pensa, conhece e fala, para, pelo contrário, se tornar

⁶ “The mode of information designates social relations mediated by electronic communication systems, which constitute new patterns of language”. *Ibidem*, p. 126.

⁷ “Foucault, Poststructuralism, Mode of Information” in *Critical Theory and Poststructuralism*, p. 118, e “Bases de dados como discurso” in *A Segunda Era dos Media*, p. 96.

uma totalidade em que se subsume a totalidade no seio da qual se determina a dispersão do sujeito e respectivas discontinuidades.

Mas onde melhor sobressai a relação de linguagem e poder, em que o discurso é configurado como uma forma de poder e a concepção de poder pressupõe a actuação através da linguagem é na concepção do “panopticon como discurso”.⁸ A questão fundamental é o da construção histórica e contextualizada do sujeito pelo discurso. “O desafio de Foucault é construir uma teoria do discurso que analise a razão à luz da história, revele o modo como o discurso funciona como poder e incida sobre a constituição do sujeito.”⁹

O panopticon, o sistema de vigilância prisional, em que de uma torre central os guardas podiam observar a todo o momento os presos sem que estes os vissem, instituiu um regime de autoridade que tudo vê, mas que é invisível. O propósito consistia em, mediante a percepção de estarem sempre a ser vigiados, os presos interiorizarem essa vigilância e, assim, os princípios e os valores que a justificavam enquanto causa final. Ora é este dispositivo de vigilância e de enformação psico-social que Foucault e Poster estendem à constituição do sujeito e da sociedade moderna.¹⁰

Como entidade objectiva dominadora, mas ao mesmo tempo imperceptível, o discurso cumpre as funções do panopticon. “O discurso actua sobre o sujeito posicionando-o na relação com as estruturas de dominação de modo a que essas estruturas possam então agir sobre ele ou ela. A influência do discurso caracteriza-se principalmente por disfarçar a sua função constitutiva relativamente ao sujeito, aparecendo apenas após a formação do sujeito enquanto destinatário do poder.”¹¹ O poder inerente ao discurso está na sua omnipresença face ao sujeito e nos ditames invisíveis que tal facto

⁸Título de uma das partes do artigo “Bases de dados como discurso” in *A Segunda Era dos Media*, p. 98-100.

⁹*Ibidem*, p. 98.

¹⁰“As a means of punishment and reform of criminals, the panopticon was a failure. As a means of control and discipline of a population, it was a success. (...) Its success as a tool of the administration of large institutions ensured its widespread use in schools, asylums, workplaces, the military and so forth.” “Foucault, Poststructuralism, Mode of Information” in *Critical Theory and Poststructuralism*, p. 121

¹¹“Bases de dados como discurso”, p. 99.

inculca neste.

O estruturalismo desta posição é evidente na negação de um sujeito primordial, autónomo, detentor de uma razão constituinte da linguagem, da sociedade e do mundo. A afirmação estruturalista, pelo contrário, é de que o sujeito é um construto de estruturas discursivas. O pós-estruturalismo, por seu lado, fica patente na multiplicidade, diversidade e até na contraditoriedade dos discursos enformativos do sujeito. Não há um discurso único, coerente, e, como tal, também não há um sujeito único, mas um sujeito espartilhado pela diversidade dos discursos a que é sujeito e de que é sujeito.

Discurso e poder são conceitos imbrincados e inseparáveis, e esse é o primeiro contributo fundamental que Poster vai buscar ao estruturalismo de Foucault. Só que a deconstrução da noção do sujeito moderno vai ainda mais longe na visão pós-estruturalista na medida em que o sujeito é o resultado simultâneo e sucessivo de múltiplos discursos. Mais do que discurso e poder há que falar de discursos e de poderes que concorrem entre si na formação e dominação do sujeito. Este é o segundo contributo que Poster retira da leitura de Foucault.

O modo de informação e o super-panopticon

Segundo Mark Poster os meios de comunicação de massas introduzidos no século XX, telefone, rádio, televisão e internet, instauram novos tipos de acção e de discurso. A vida quotidiana transformou-se radicalmente no último século graças aos avanços tecnológicos e são essas transformações que distinguem especificamente o capitalismo avançado.¹² São justamente estas transformações que há a

¹² “For what characterizes advanced capitalism is precisely a sudden explosion of multiple types of linguistic experience at every point in daily life. The act of production, for one, is increasingly defined by computer-regulated machines. The world of leisure, as well, increasingly concerns the manipulation of information processors. Social controlsystems are dependent on vast amounts of stored information and on organizations that can manipulate. Knowledge about the social worlds is indirectly transmitted from one person to another through the mediation of electronic devices.” in “Foucault, Poststructuralism, and the Mode of Information”, p. 109-110.

ter em conta nos discursos determinam os sujeitos. Para isso importa estudar as novas linguagens ditadas pelos novos média.¹³ Só mediante a exploração dos novos tipos de discurso é que se entenderão as novas formas de dominação que caracterizam o capitalismo actual.

Muito mais do que simples dispositivos instrumentais que, na perspectiva do marxismo tradicional, em nada ou em muito pouco alterariam as relações de poder, Poster encara os sistemas de comunicação electrónica como linguagens determinantes da vida dos indivíduos e dos grupos em todos os seus aspectos, social, económico, cultural e político. Os meios e as formas de comunicação constituem tipos de discurso determinantes das relações de poder e de dominação nas sociedades contemporâneas. Daí que Poster defenda como tese geral que “o modo de informação decreta uma reconfiguração radical da linguagem, que constitui sujeitos fora do padrão do indivíduo racional e autónomo”.¹⁴ O modo de informação mostrará como o familiar sujeito moderno se transforma num sujeito “múltiplo, disseminado e descentrado, interpelado continuamente como uma identidade instável”.¹⁵

Um dos exemplos mais desenvolvidos por Poster de como o modo de informação dissolve o sujeito estável da modernidade, autónomo e crítico, é a transformação operada pela passagem da informação impressa à informação electrónica feita em tempo real. O livro impresso é uma materialidade que tanto promove a substantividade do leitor e do autor, na medida em que os isola criando entre eles um hiato espaço-temporal. “A materialidade espacial da imprensa – a apresentação linear das frases, a estabilidade da palavra na página, o espaço ordenado e sistemático das letras pretas num fundo branco – permite aos leitores afastarem-se do autor. Estas características da imprensa promovem uma ideologia do

¹³ “To avoid absolescence critical theory must account for the line of new languages that stretches from body signals, grunts, spoken language, and writing to print, the telegraph, radio, film, television, computers, and other new linguistic technologies. These new phenomena constitute a rupture with traditional linguistic experience, and they make possible new forms of communicative relationships.” *Ibidem*.

¹⁴ “O modo de informação e a pós-modernidade”, p. 71.

¹⁵ *Ibidem*.

indivíduo crítico, lendo e pensando em isolamento, fora da rede das dependências políticas e religiosas.”¹⁶ Do outro lado, o escritor, ao criar a materialidade da palavra impressa, estável, duaradoira, em contraposição à evanescência da palavra oral, vê afirmado o seu estatuto de autoridade. A imprensa constitui os indivíduos como sujeitos, entidades estáveis e fixas. A história da imprensa é também a história do sujeito tal como foi sendo concebido pela modernidade.

As comunicações electrónicas podem ser compreendidas, e são-no frequentemente, dentro do quadro conceptual da imprensa ou da modernidade, apenas como melhorias de eficiência. Toda a evolução dos média, dos sinais de fumo aos satélites da comunicação, seria entendida a partir do mesmo princípio, o de expandir a voz humana. A teoria subjacente seria a mesma, a do indivíduo racional autónomo.¹⁷

A proposta teórica de Poster de com o modo de informação entender as linguagens instauradas electronicamente é radicalmente contrária à teoria tradicional dos média, comum também ao marxismo e à teoria crítica. O hiato existente na imprensa entre autor e leitor também existe na dimensão electrónica, com emissor e receptores, mas a natureza dessa distância altera-se. “No modo de informação, a distância entre o orador e o ouvinte trans-torna os limites da auto identidade do sujeito. A combinação destas distâncias com o imediatismo temporal produzida pelas comunicações electrónicas, tanto os afasta como os aproxima. Estas distâncias opostas – opostas do ponto de vista da cultura impressa – reconfiguram a posição do indivíduo de forma tão drástica que a figura do *self*, fixa no tempo e no espaço, capaz de exercer controlo cognitivo sobre os objectos circundantes, não consegue ser mantida. A linguagem já não representa a realidade, já não é uma ferramenta

¹⁶ *Ibidem*, p. 72.

¹⁷ “As teorias que olham para as tecnologias de comunicação puramente como uma questão de eficiência desencorajam novas questões que são geradas pelas comunicações electrónicas, colocando-as ao nível dos velhos paradigmas gerados para teorizar a cultura oral e impressa. Quando as comunicações electrónicas são vistas como permitindo simplesmente um prolongamento espacial e temporal, o investigador reafirma a figura do indivíduo racional autónomo e reinstala a estabilidade do sujeito”, *ibidem*, p. 73.

instrumental que realce a racionalidade instrumental do indivíduo: a linguagem torna-se, ou melhor, reconfigura a realidade. E, ao fazê-lo, o sujeito é interpelado através da linguagem e não pode escapar facilmente ao reconhecimento dessa interpelação. As comunidades electrónicas removem sistematicamente os pontos fixos e estáveis, as fundações que eram essenciais à teoria moderna”.¹⁸

Mark Poster analisa o mundo da publicidade televisiva, aliás no seguimento das análises de Jean Baudrillard, para mostrar como as perspectivas tradicionais são insuficientes na análise. De um ponto de vista humanista, os ‘spots’ publicitários são enganadores, ilusórios, induzem a decisões irracionais por parte dos consumidores. Vistos pelo marketing são poderosos instrumentos para criarem uma procura efectiva para o produto. Olhados de uma cultura democrática, “minam o pensamento independente do eleitorado, diminuindo a sua capacidade para distinguir o verdadeiro do falso, o real do imaginário e estimulam um estado de passividade e indiferença”. Na perspectiva do marxismo, apenas estimulam falsas necessidades dos trabalhadores, alienadores da sua condição e desmotivadores do propósito revolucionário.¹⁹

Ora, segundo Poster, nenhuma destas perspectivas, apesar de válidas no seu âmbito, “aborda o papel principal da publicidade televisiva na cultura contemporânea, nenhuma revela a estrutura alterada da linguagem dos anúncios e, mais importante, nenhuma dá atenção à relação entre a linguagem e a cultura na constituição de novas posições do sujeito, isto é, novos lugares na rede de comunicação social”.²⁰ Claro que a publicidade televisiva pode ser olhada apenas como mais uma forma de comunicação unidireccional tal como acontece na imprensa e na rádio, onde um emissor emite para um receptor. Porém, ao contrário destes modos comunicativos unidireccionais, na publicidade televisiva não há possibilidade de uma intervenção, de um feedback, de uma resposta, mesmo a posteriori. Os anúncios de publicidade criam uma realidade própria, uma hiper-realidade, misturam facilmente imagens, som e escrita, permitem a introdução da voz-*off* da autoridade. As

¹⁸ *Ibidem*, p. 74.

¹⁹ *Ibidem*, p. 75.

²⁰ *Ibidem*, p. 75.

referências e as associações que os anúncios publicitários criam são autónomos face à realidade que pretendem influenciar, hábitos de consumo, mudanças de atitude e outros.²¹

Mediante a dissociação com a realidade, os anúncios permitem uma identificação do espectador com a mensagem e os artigos que veiculam, ao nível de emoções e desejos. O que se pretende justamente é que com essa dissociação se alcance uma integração e identificação do expectador com o produto anunciado. As fronteiras do real quotidiano desaparecem no anúncio, e assim tudo se torna possível. No reino da publicidade as mais ínfimas hipóteses, as probabilidades mínimas, ficam ao alcance de qualquer um, mediante um simples gesto de consumo. Desta análise, tira Poster a conclusão de que linguagem tradicional, referencial do mundo real se altera. “O paradigma linguístico realista é abalado. O anúncio televisivo trabalha com simulacros, com invenções e com imaginações”.²² Só que o desfazamento da realidade da vida quotidiana e da realidade simulada nos anúncios, em que o espectador se vê mergulhado, não é esporádico, mas um fenómeno contínuo, “todos os dias e por longas horas”.

Ainda no seguimento de Baudrillard, Poster considera que o mundo dos bens é cada vez mais atravessado de múltiplas significações e interpretações. “Os bens são afastados do domínio da teoria económica ou comentário e visto como um código complexo. A chave para o consumo não é uma tendência irracional para uma ostentação, mas a inserção dos indivíduos numa relação de comunicação na qual recebem mensagens sob a forma de artigos para consumo.”²³ O referente do anúncio não é um objecto de compra ou consumo, não é objectivo, mas um simulacro criado pelo próprio

²¹ “Com grande flexibilidade, a publicidade constrói uma realidade onde as coisas são colocadas em justaposições que violam as regras do dia-a-dia. Em particular, os anúncios televisivos associam significados, conotações e modos de estar que são inapropriados à realidade, sujeitos a objecções em comunicações dialógicas, mas efectivas ao nível do desejo, do inconsciente e do imaginário. A publicidade televisiva constitui um istema linguístico que deixa de fora o referente, o simbólico e o real, trabalhando ao invés, com cadeias de significantes e significados”. *Ibidem*.

²² *Ibidem*, p. 76.

²³ *Ibidem*, p. 77.

anúncio.

Ainda que Poster não ligue directamente o conceito baudrillardiano de simulacro à análise que faz das bases de dados é provavelmente nestas que melhor se descortina o mundo hiper-real dos simulacros.²⁴ Os objectos de uma base de dados são segmentados em múltiplas entradas que se combinam e recombinaem em sínteses diversas, e às quais eles se reduzem. Linguisticamente as bases de dados são de extrema pobreza narrativa, “estruturas de informação intrinsecamente limitadas e restritas”.²⁵ A experiência particular, a percepção de um qualquer objecto do mundo quotidiano, é reduzida a entradas “que podem ser caracterizadas como caricaturas”. Mas à pobreza linguística corresponde na proporção inversa uma operacionalidade tremenda na classificação e na velocidade de encontrar a informação.

De modo algum se pode falar de uma verosimilhança entre o objecto da base de dados e o possível correspondente do mundo da experiência individual. Tratam-se de identidades diferentes. Ora é na constituição das identidades assentes em bases de dados que Poster liga o tema à análise que Foucault faz do panopticon. Tal como o mecanismo prisional de vigilância determinava o comportamento e a identidade dos reclusos, assim também as bases de dados, de que mais e mais se socorrem as instituições públicas, determinam as identidades dos indivíduos com que estas instituições tratam. “Os indivíduos são ‘conhecidos’ das bases de dados, têm ‘personalidades’ distintas e em relação às quais os computadores ‘tratam-nos’ de formas programadas. Estas identidades são pouco inocentes uma vez que podem afectar seriamente a vida do indivíduo (...). O indivíduo é transformado em relação à sua identidade e é consituído na base de dados. Simplesmente porque esta identidade não tem uma íntima relação com a consciência interna do indivíduo, com os seus atributos definidos, não minimiza de forma alguma a sua

²⁴Seguindo a definição do próprio Baudrillard: “O real é produzido a partir de células miniaturizadas de matrizes e de memórias, de modelos de comando e pode ser reproduzido um número indefinido de vezes a partir daí. É um hiper-real, produto de síntese irradiando modelos combinatórios num hiperespaço sem atmosfera.” *Simulacros e Simulação*, Lisboa: Relógio d’Água, 1991, p. 8.

²⁵“O modo de informação e a pós-modernidade”, p. 80.

eficácia. Com a disseminação das bases de dados, as tecnologias da comunicação invadem o espaço social e multiplicam a identidade dos indivíduos, independentemente da sua vontade e intenção, sentimento ou cognição”.²⁶

As bases de dados constituem, segundo Poster, como um super-panopticon, na medida em que “operam de forma contínua, sistemática e sub-reptícia, acumulando informação acerca dos indivíduos e compondo-os em perfis”.²⁷ Neste caso a vigilância não depende de qualquer tipo especial de arquitectura, antes se exerce no decorrer da vida normal e quotidiana dos indivíduos. O super-panopticon não interfere com o indivíduo, não o constrange ou o limita nos seus movimentos. O indivíduo é, de certo modo, inteiramente livre. O que o super-panopticon faz é registar e tratar informaticamente os rastros que a utilização dos meios electrónicos deixa atrás de si, utilização progressiva uma vez que facilita a vida social, económica e institucional do próprio indivíduo. A enorme capacidade de armazenamento de dados e a extrema facilidade de transmissão desses dados entre computadores assegura a eficiência da vigilância imperceptível e indolor do super-panopticon.

As bases de dados como discurso

O mais interessante na abordagem que Poster faz das bases de dados, no entanto, é o entendimento que faz delas como discurso no sentido foucaultiano.²⁸ “As bases de dados são discurso, em primeira instância, porque afectam a constituição do sujeito”.²⁹ Tal como o discurso também a base de dados é entendida, não como expressão ou acção de um sujeito prévio, mas como positividade constituinte de sujeitos. A base de dados liberta-se do seu criador

²⁶ *Ibidem*, p. 81 e 82.

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ “Bases de dados como discurso, ou interpelações electrónicas” em *A Segunda Era dos Média*, pp. 93-109. “Neste capítulo salientarei o modo como as bases de dados informáticas funcionam como discurso, no sentido foucaultiano do termo, ou seja, o modo como constituem sujeitos fora da imediatez da consciência.” p. 93.

²⁹ *Ibidem*, p. 100.

ou utilizador para se tornar numa realidade autónoma que cresce e estende o seu poder sobre os próprios utilizadores.³⁰

Ao entender as bases de dados como discurso Poster demarca-se da abordagem que liberais e marxistas fazem das bases de dados, nomeadamente como instrumentos de dominação de um governo central burocrático ou como factores da disputa no controlo dos meios de produção. Para Poster a limitação destas abordagens reside no facto de encararem o campo social principalmente como campo de acção, descurando a linguagem como factor enformante da cultura e da sociedade. “Como forma de linguagem, as bases de dados têm efeitos sociais apropriados à linguagem, ainda que também tenham, certamente, relações diversas com formas de acção”.³¹

Entendidas as bases de dados como discurso, objectivas, e por isso anteriores aos sujeitos que criam, dever-se-á proceder por um lado à abstracção da sua formação e até da sua pertença. Desde Saussure que a estrutura linguística, a língua, é vista como elemento social anterior à fala, ao uso individual da linguagem. Mas a língua também não existe sem as falas que a realizam e de algum modo a modificam. O que interessa aqui, porém, são as regras estruturantes da língua, as regras de formação e de transformação. “Se considerarmos as bases de dados como um exemplo da noção foucaultiana de discurso, encaramo-las como ‘exterioridades’, e não como constituídas pelos agentes, e procuramos nas suas ‘regras de formação’ a chave para o modo de constituição dos indivíduos.”³²

A estrutura das bases de dados é de listas “organizadas, digitalizadas com o objectivo de tirar partido da velocidade electrónica dos computadores”. Mas cada elemento ou registo destas listas é classificado por múltiplas entradas ou campos, o que permite a ordenação das listas por cada um destes campos e, assim, ter tantas listas – e

³⁰ “Na sua forma electrónica e digital, a base de dados pode perfeitamente ser transferida no espaço, indefinidamente preservada no tempo; ela pode inclusivamente durar para sempre em qualquer parte. Ao contrário da linguagem oral, a base de dados não é apenas alheia a qualquer presença autoral, mas é da autoria de tantas mãos que escarnece do princípio do autor como autoridade.” *Ibidem*, p. 100.

³¹ *Ibidem*, p. 94.

³² *Ibidem*, p. 102.

modos de busca! – quantos os campos em que o elemento é classificado. Da alteração da ordenação por campos resultam diferentes perfis dos elementos integrantes da base de dados. Pode-se ordenar por número de entrada, nome, diversos campos de morada, rua, bairro, cidade, idade, sexo, mas também por rendimentos, hábitos de consumo, e quaisquer transacções electrónicas, de comunicação ou de compra. Basta cruzar uma procura por idade e rendimentos, por exemplo, para saber exactamente quais as idades a que correspondem os maiores rendimentos, ou cruzar moradas e hábitos de consumo para extrair da base de dados informações relevantes de um ponto de vista socio-geográfico. Se a facilidade e a velocidade de acesso a uma informação são as características primeiras de uma base de dados electrónica, não deixam também de ser relevantes as características da sua portabilidade, isto é o facto de serem facilmente reproduzidas, copiadas e enviadas *ad libitum* para qualquer outro sistema informático (a expansão da Internet, veio a simplificar e a incrementar enormemente essa portabilidade), a sua expansão e, em particular, a faculdade de serem cruzadas com outras bases de dados.

Consoante a finalidade e a estrutura da base de dados assim se altera o perfil do indivíduo registado. “Estas listas electrónicas tornam-se identidades sociais adicionais à medida que cada indivíduo é constituído pelo computador como agente social, variando em função da base de dados em causa”.³³ Sendo apanhado ou introduzido em diferentes bases de dados os indivíduos vão ganhando perfis específicos. O mesmo indivíduo tem seguramente um perfil diferente enquanto cliente de um supermercado na base de dados que é possível aí fazer dele, nomeadamente através do pagamento electrónico, que enquanto sócio de um clube de futebol. As bases de dados constituem ‘grelhas de especificação’ que são uma das regras de formação do discurso em termos foucaultianos, na medida em que os elementos ou registos são relacionados, agrupados, classificados, derivados uns dos outros como objectos de discurso.³⁴ Mais do que em qualquer outro tipo de discurso, psicológico, clínico, económico, etc., as bases de dados possuem uma performatividade

³³ *Ibidem*, p. 103.

³⁴ *Ibidem*, p. 103 e 104.

linguística. “A ênfase é colocada no aspecto perforamativo da linguagem, naquilo que a linguagem realiza para além de denotar e conotar. As bases de dados são apenas máquinas performativas, mecanismos de produção de identidades recuperáveis”.³⁵

Acrescente-se ainda que o aspecto discursivo das bases de dados sai mais reforçado na medida em que são os próprios indivíduos que vão alimentando as bases de dados que os enformam enquanto sujeitos. É tal como no modelo saussureano, em que a língua se reforça mediante o uso que dela se faz na fala. Quanto mais falada for uma língua tanto maior é a sua independência face às falas individuais. No que concerne às bases de dados são os próprios indivíduos que precisam e lucram com sua utilização, deixando com isso novos traços electrónicos automaticamente introduzidos e que, assim, as completam e ao mesmo tempo diversificam. A vida contemporânea requer cada vez mais a utilização dos computadores e da sua ligação em rede, possibilitando dessa forma a constituição de bases de dados maiores. Quem utiliza um telemóvel, usa um cartão electrónico, passa pela via verde das auto-estradas, está voluntariamente a contribuir para a alimentação da base de dados, isto é do discurso que o enforma enquanto sujeito. É, aliás deste modo, que se esboroa a fronteira entre o público e o privado. Os actos privados dos indivíduos, com quem fala ao telefone, quanto tempo, o que compra, quando e onde, passam a constar de bases de dados. O que, diga-se, representa o triunfo do super-panopticon. “A indesejada vigilância da escolha individual torna-se parte de uma realidade discursiva através da participação voluntária do indivíduo vigiado. Nesta situação, o jogo de poder e discurso tem uma configuração singular, uma vez que o vigiado é quem fornece a informação necessária para a vigilância”.³⁶

Modo de informação e resistência

Dito isto, falta perguntar em que é que o modo de informação, depois de analisar as estruturas discursivas de dominação, e em

³⁵ *Ibidem*, p. 104.

³⁶ *Ibidem*, p. 102.

particular as bases de dados como super-panopticon, pode despoletar o potencial libertador de todo e qualquer padrão de experiência linguística. Com efeito, alinhando o modo de informação com o modo de produção marxista, há como que um dever de oferecer, ou pelo menos de descortinar, uma saída para a dominação que os meios electrónicos de comunicação, nomeadamente as bases de dados, exercem enquanto discursos configuradores da própria subjectividade. Poster rejeita a solução de Lyotard, feita em *A Condição Pós-Moderna* de uma acessibilidade plena e universal às bases de dados. E rejeita-a pelo princípio teórico de que parte, o de que as bases de dados são constituintes de sujeitos. A solução de Lyotard ainda é moderna, já que “a tese da liberalização das bases de dados pressupõe a figura social do sujeito centrado e autónomo que as bases de dados rejeitam”.³⁷ Ora a posição verdadeiramente pós-moderna, a assumida por Poster, é de que os sujeitos se fazem e se refazem pelos discursos e em particular pelos discursos extremamente performativos das bases de dados. “A função cultural das bases de dados não é tanto a instituição de estruturas de poder dominante contra o indivíduo, mas a restauração da própria natureza do indivíduo”.³⁸

A proposta libertadora de Poster assenta na multiplicidade de sujeitos que as bases de dados efectivamente criam. Ao contrário do panopticon, que segundo Foucault criava “o indivíduo moderno, ‘interiorizado’, consciente da sua auto-determinação”, o super-panopticon gera “indivíduos com identidades dispersas, identidades de que eles podem nem sequer ter consciência. O escândalo do super-panopticon é talvez a violação flagrante do importante princípio do indivíduo moderno, da sua identidade centrada, ‘subjectivada’”. É justamente com base nas novas identidades que se podem gerar movimentos de resistência.³⁹ A resistência tem de partir não da concepção moderna do indivíduo autónomo, mas da constatação

³⁷ *Ibidem*, p. 108. “Como estratégia de resistência este argumento não toma em consideração o efeito performativo do discurso das bases de dados, a sua capacidade de constituir sujeitos. A posição de Lyotard implica a recuperação, pelos sujeitos ‘reais’, do ‘poder’ inerente às bases de dados”.

³⁸ *Ibidem*.

³⁹ *Ibidem*.

das identidades sempre em mutação que o novo mundo da comunicação electrónica contantemente gera. “A via para uma maior emancipação deve passar pelas formações do sujeito do modo de informação e não pelas da precedente era moderna e da sua cultura, em rápido declínio”.⁴⁰

É justamente nos movimentos que surgem a partir das novas identidades, nas comunidades de algum modo virtuais, que surge a possibilidade de resistência às estruturas de dominação. A desconstrução da racionalidade autónoma típica da modernidade e consequente fragmentação de identidades pelas comunicações electronicamente mediadas constituem desde logo, segundo Poster, uma base para a crítica das formas de dominação que preponderantemente elas próprias geram.⁴¹ Embora haja, com a comunicação electrónica, um fortalecimento das estruturas modernas, ele ocorre ao mesmo tempo que surgem interstícios entre essas estruturas, interstícios que só emergem devido às novas tecnologias. Poster refere o impacto político da comunicação electrónica na “propagação dos movimentos de protesto exteriores ao paradigma modernista, algumas posições feministas e étnicas, certos aspectos de algumas políticas *gays* e lésbicas, certo tipo de preocupações ecológicas e anti-nucleares”.⁴² Existe aqui um questionamento da ideologia moderna e uma alteração dos termos da discussão política.

Resumindo. O potencial libertador do modo de informação está fundamentalmente na intelecção da fragmentação do sujeito. “Esclarece o modo de ver o *self* como múltiplo, mutável, fragmentado, em resumo como fazendo um projecto da sua própria instituição”.⁴³ Ora esse esclarecimento permite o desafio das práticas e discursos tradicionais de dominação. “Esta possibilidade desafia todos aqueles discursos e práticas que poderiam restringir este processo, que poderiam fixar e estabilizar a identidade, fossem estes fascistas que

⁴⁰ *Ibidem.* p. 109.

⁴¹ “O que não significa que toda a emissão desta comunicação tecnológica é automaticamente revolucionária; a grande preponderância destas comunicações trabalha para solidificar a sociedade e a cultura existente. Mas existe uma forma de entender os seus impactes que revelam o seu potencial para a mudança estrutural.” “O modo de informação e a pós-modernidade”, p. 90.

⁴² *Ibidem.* p. 90.

⁴³ *Ibidem.* p. 91.

assentam as suas ideias nas teorias de raça essencialistas, liberais que se baseiam na razão ou socialistas que confiam no trabalho. Uma compreensão pós-estruturalista das novas tecnologias da comunicação levanta a possibilidade de uma cultura e sociedade pós-moderna que ameaça a autoridade como a definição da realidade pelo autor”.⁴⁴

⁴⁴*Ibidem.* p. 91.

O mundo como base de dados

Luís Nogueira
Universidade da Beira Interior.
E-mail: luisnog@sapo.pt

Um dos traços distintivos daquilo que se poderia designar, genericamente, como a Era do Digital é o facto de a informação, nas suas diversas formas e num espectro cada vez mais vasto de actividades e campos de estudo e de prática (da medicina à indústria, das telecomunicações aos transportes, da economia ao entretenimento), se ter tornado no valor essencial de troca (e aqui não falamos apenas do seu valor económico, mas também do seu valor epistemológico e simbólico), num mecanismo de controlo e, logo, de poder, e num conceito fulcral e quase dominador dos discursos, das estratégias, das acções e das seduções. De certa forma, impôs-se em todos os momentos da vida: na compreensão dos fenómenos, na construção dos discursos, na troca de bens, na governação da polis.

É decerto necessário entender que quando enquadramos genericamente certo fenómeno e olhamos o mundo segundo o modelo que assumimos, não estamos a falar de uma iso-utilização dos instrumentos e conceitos com que procuramos sustentar uma determinada visão do mundo. A informação (ou melhor, a sua importância social, económica e política) é constitutiva do mundo ocidental. Ela não se impôs necessariamente na vida de todos, e as constatações e os alertas que frequentemente vêm a público tentando dar visibilidade aos info-excluídos (esses alvos passíveis e passivos de discriminação que é necessário proteger democraticamente) assim o atestam. Mas, para o que nos interessa, devemos não perder de vista o facto de, naquilo que poderíamos denominar o mundo ocidental, muitos dos jogos de verdade e poder (e não só a verdade científica e não só o poder político, mas a verdade subjectiva e o poder diário) passarem cada vez mais pela posse, interpretação e valor da informação. Se alguma verdade existe, pelo menos inicialmente, em qualquer constatação empírica, então podemos adivinhar que a informação dos tempos que correm não se restringe já à veiculada

pelos meios de comunicação de massas (a televisão, a imprensa, o cinema, a rádio), aquilo que anteriormente de certo modo acontecia, quando com os seus erros taxonómicos se confundia informação e comunicação e se separava intransigentemente informação e conhecimento, mas de certo modo, e sobretudo com as possibilidades de simultaneidade trazidas pela internet e com a disseminação das telecomunicações móveis, ela adquire agora novos regimes de presença no quotidiano. Vejamos: a televisão interactiva, mesmo na sua forma que se crê mais imediata, ainda que decerto se trate de um primeiro nível numa escala de evolução de consequências e sentido incertos, promete uma espécie de individualização da informação audiovisual. A garantia dessa individualização de certa forma é subsidiária da noção de hipertexto (e a televisão interactiva, não deixando de ser um produto da tão falada convergência, acabará por dever, estou em crer, muito mais e de uma forma bastante significativa ao modelo da internet que ao televisivo): é com o fim da lógica linear assente no paradigma do livro que de certo modo estruturou todos os modelos de comunicação dominantes (a televisão, a rádio, o filme) e com o surgimento das hiperligações que se passa do modelo da grelha para o que se poderia chamar, metaforicamente, o modelo da rede. Claro que a lógica da narrativa, o fechamento do sentido, a disposição sequencial continuam a ser determinantes para a fruição da informação, a formação do conhecimento e a vivência das ficções; o que aconteceu foi apenas a fragmentação e multiplicação das entradas e das saídas, a introdução na escolha individual da possibilidade exponencial das selecções, das interrupções, dos caminhos, no fundo, modos novos de navegação no território da informação.

Para cada um a sua identidade de espectador, a cada um o seu produto ou serviço. Se existe para muitos o receio de que estejamos cada vez mais dispostos a ser “programados”, é inegável que estes dispositivos de especificação da oferta e da procura trazem um aliciente: a possibilidade de escolha. Que essa possibilidade de escolha seja de certa forma um veículo para a circulação de publicidade por parte dos anunciantes (ou seja, mais um instrumento para a perpetuação do mercado), e que de certo modo os nossos gostos e escolhas acabem por funcionar como uma espécie de endereço pu-

blicitário para aqueles que querem comercializar os seus produtos não nos deve espantar. Afinal de contas, e isso é bem perceptível na internet (ou, se quisermos ser mais paradoxais, em alguns órgãos de informação regionais), no fundo a publicidade entrou já num regime de parcial equivalência com a informação jornalística ou artística e, estou em crer, essa promiscuidade acentuar-se-á no futuro, queiramos ver aí algo de eticamente reprovável ou aceitável. Cada vez mais é determinante olharmo-nos como agentes na paisagem comunicacional. E ser agente implica, também, uma espécie de vigilância. Que aqui se fale dessa estratégia de precaução e se veja nela algo como uma armadura ética ou uma defesa política que a alguns poderia parecer reaccionária só o é no sentido em que o reforço das possibilidades tecnológicas abertas pela cibernética reivindica das novas faculdades de agenciamento um sentido avisado e crítico.

Se bem que possa estar longe, é, contudo, inevitável o momento em que o assalto final da informação se fará sentir em cada acto e decisão levada a cabo, seja ela empresarial, subjectiva, política, técnica ou outra. Porquê? Porque parece ser na informação, enquanto utensílio teórico ou matéria subjacente a todo e qualquer fenómeno, que se pode encontrar a resposta para todo e qualquer problema. Não que todas as matérias, metodologias e linguagens se equivalham. Mas, de algum modo, estudar, medir e calcular, logo depois agir, parece ser a táctica comum. De certa forma estamos a assistir à criação de padrões, o mundo é cada vez mais estatístico, mais *data*. E o facto de o cálculo de probabilidades se ter tornado cada vez mais o regime de administração das vontades – no que vai lado a lado com a proliferação do consumo e a presunção inescapável de um mercado – pode não ter por trás um simples desejo de domínio político ou económico do indivíduo: algo como uma necessidade poderá esconder-se nesses instrumentos estatísticos de gestão das mensagens e dos valores; não é fatal que seja na criação de médias, maiorias e padrões que se encontre a resposta para a necessidade de um rumo de acção, mas não deixará também de ser consensual que, sendo o mundo cada vez mais uma base de dados, o tratamento estatístico destes acabe por se revelar, até ao momento, como a melhor forma de controlar a entropia, ou seja, a melhor

forma de processar a informação em conhecimento. Que o conhecimento produzido seja eticamente questionável não nos deve impedir de ver que não deixa de ser, contudo, uma forma de conhecimento.

Não é difícil entender de que forma me parece que a informação mediática está a entrar em novos regimes de equivalência: porque havemos afinal de atribuir a uma notícia sobre um terramoto num determinado país, uma epidemia numa determinada cidade, um acidente de viação numa determinada estrada, um valor acrescido só porque são factos veiculados por um órgão de informação, em relação ao estado de saúde do nosso corpo, ao percurso da viagem que nos aprestamos para fazer ou ao desempenho do automóvel que diariamente utilizamos. De certa forma, aquilo que de mais significativo as facilidades introduzidas pelas formas de comunicação digitais trouxeram foi a passagem do macrocosmo para o microcosmo. Ou seja, se é verdade que não perdemos o contacto com o mundo (antes pelo contrário, agora podemos aceder a informação que antes não podíamos, ligados que estamos nessa espécie de rede que é como que uma segunda pele do cosmos e que é precisamente a internet), também não deixa de ser verdade que as formas de comunicação mediada tecnologicamente deram-nos novas possibilidades de contacto com as entidades e as pessoas que nos estão mais próximas, veja-se isso no uso dos telemóveis ou do correio electrónico. Que agora possamos receber no telemóvel ou no correio electrónico notícias do mundo, do nosso desporto preferido ou dos filmes em exibição na nossa cidade como da data de aniversário de um amigo, do saldo de uma conta ou do valor de uma acção na bolsa, isso só prova que a democratização da informação parece ser, agora sim (e não se veja aqui nada de messiânico, pois como atrás se disse, as consequências destes estados e regimes das tecnologias da informação e da comunicação são por enquanto pouco mais que intuídas), uma realidade: falo de democratização aqui apenas por uma ordem de razão: o poder de aceder a certo tipo de informação como uma escolha individual. Ou seja, coloco-me aqui na esfera da recepção, apesar de se saber que, no contexto da economia de mercado que nos domina e condiciona, a produção e a recepção de conteúdos são dois processos imbricados, cheios de falácias e promiscuidades.

Que esta tendência para o especificismo não significa o crepúsculo dos meios de comunicação generalista é bem óbvio (e uma série de fenómenos na paisagem audiovisual ou literária estão aí para nos o provar). O que está em vias de acontecer, e que me parece merecer mais atenção ao nível dos estudos de comunicação e dos enunciados políticos que sobre ela são feitos, é talvez o abandono daquilo que há já algum tempo parece caminhar para a obsolescência: o paradigma da maléfica massificação. Talvez se possa ver nos detractores indefectíveis dessa cultura de massas uniformizante ainda um vestígio de um sentir (não necessariamente nefasto) aristocrático, elitista e erudito do mundo e do saber, com os seus privilégios, exclusividades e vaidades, que os novos regimes de produção de conteúdos (comunicacionais, artísticos ou ideológicos) têm vindo a minar. Que não se veja aqui a aceitação acrítica ou resignada da massificação, bem pelo contrário: o que se procura aqui constatar é que a massificação corresponde a uma fase necessária do desenvolvimento das comunicações e que as novas questões que na paisagem mediática se colocam têm mais a ver com o pluralismo do que com a uniformidade. Importa-me mais questionar a consistência dessas denúncias por duas ordens de razões: será certo que a massificação é inegavelmente má e que o combate que lhe movamos pode apenas ter por objectivo a sua erradicação? E será que ela ainda aí está tão visível quanto durante muito tempo nos pareceu? Quer queiramos quer não a massificação, longe de ser exclusivamente aquilo que muitos vêem como a nefasta e apocalíptica tendência para a homogeneização tantas vezes denunciada, é também uma espécie de cimento social, algo que constitui como que a matéria indispensável para a existência de um edifício político, no qual não podemos esquecer os seus contributos para a formação de consensos, indispensável aos regimes de tolerância em que, com as suas imperfeições, reconhecemos viver – não isentos de conflito, é certo, nem de tentações totalitaristas. No fundo, será a massificação condição de existência e organização humana? Se optarmos por este ponto de vista, estou em crer, que o que mais importa questionar nesta nova configuração mediática é, antes, se a sociedade tende a encontrar novas formas de tribalismo ou não. E, neste aspecto, parece-me inevitável concluir que, desde há uns anos a esta parte (e se calhar

este fenómeno teve início nos movimentos vanguardistas do início do século) uma certa forma de fragmentação da paisagem mediática tem vindo a acontecer: os canais televisivos, as estações de rádio ou as publicações temáticas podem bem ser entendidos como um limiar para aquela que seria a nova (possível, mas não inevitável) configuração tribal do quadro mediático. Ora, aquilo em que me parece que a era do digital mais contribuiu para esta nova realidade é nas comodidades e potencialidades que abriu ao nível da recolha, tratamento e difusão de informação, a formação de novos espaços e públicos diferenciados. Colher informação é cada vez mais uma apetência oferecida pela tecnologia ao comum cidadão. A mesma lógica se aplica ao seu tratamento e a disseminação do software assim o atesta. E ainda à sua transmissão, como bem o comprova a internet. Mais que a distribuição do top do share televisivo importa questionar talvez se as franjas que não aparecem representadas nos programas mais vistos ou nas músicas mais ouvidas ou nos espectáculos mais frequentados estão a diminuir ou não. Porque, julgo, são esses indicadores que nos ajudam a medir o grau de pluralismo das sociedades contemporâneas.

Temos a sensação cada vez mais comum de que o quotidiano tende para uma espécie de omni-monitorização (seja na observação, estudo e organização da dinâmica social, na sustentação da vitalidade económica, na prática jornalística, no funcionamento e performance do próprio corpo, na perscrutação científica da natureza, na grelha mediática, nas redes de transportes), e que em todo o lado se trava essa luta obsessiva para colher qualquer informação passível de ser armazenada, tratada, utilizada ou economizada. Tudo conhecer para em tudo poder agir, poder controlar, gerir, otimizar, parece ser fórmula e mandamento – procedimentos que a filosofia, a ciência ou a política sempre praticaram, é certo, mas que agora um novo instrumento e conceito vem determinar: a informação, precisamente. E com um dado de certa forma novo: é através dela, ou se calhar em função dela, que essas disciplinas e regimes parecem estar a reunir-se, como se o conceito de inter-disciplinaridade ganhasse novo contorno e nova força. E que força é essa? Precisamente a força oferecida pela cibernética: pela ideia de que todo o fenómeno se inscreve em fluxos de informação, tratada neces-

sariamente por uma rede de disciplinas diferenciadas, mas que, e historicamente isso é constatável, acabam por encontrar sempre as suas vias de contacto. Que a metáfora do planeta como um organismo interligado, uma espécie de inteligência colectiva onde seria possível descobrir mais e mais insuspeitas articulações parece estar mais do lado do misticismo que da prova científica configura uma espécie de desapontamento para aqueles que gostavam de encontrar uma imagem unificadora e transparente para a multiplicidade de dimensões e fenómenos que ocupamos e nos ocupam. Que uma melodia, um carro, uma explosão, um neurónio, uma letra são entidades que não se confundem, todos o sabemos. Que todos eles são informação, não o negamos. E o que me parece é que, cada vez mais, cada um parece poder gerir a sua informação, construir as suas referências e fabricar as suas mensagens.

Se antes víamos a informação como domínio quase exclusivo dos meios de comunicação de massas e se o conhecimento do mundo era dividido em áreas científicas mutuamente pouco permeáveis, está talvez na altura de rever esses pressupostos. Como já ficou subentendido atrás, cada indivíduo tem agora maior facilidade em construir a sua comunidade de receptores – e nisso, que é a possibilidade de refazer as suas condições de sujeito, a tecnologia abriu sem dúvida novas portas. E cada vez mais o conhecimento do mundo se tornou não só profano (no sentido em que a sacralidade que de certo modo recobria a comunidade científica se esbateu – e, talvez por isso, a voz dos *opinion-makers* nos parece um discurso em crise e as próprias instituições educacionais para fugirem à deterioração e à depauperação necessitam cada vez mais de dialogar com o espaço cívico das vontades e opiniões), como cada fenómeno parece convocar múltiplas abordagens e disciplinas se não para a sua resolução, pelo menos para a sua explicação. De certa forma, o saber e o agir tornam-se cada vez mais experimentais: a verdade descobriu a sua natureza provisória e a sua dimensão plural. Se temos a sensação que o mundo cada vez mais se torna numa espécie de notação e caracterização estatística e que a medição se torna a premissa do seu controlo, não podemos dar de barato que isso significa um apagamento do sujeito. O sujeito tem que ser visto mais e mais como uma partícula, mas uma partícula determinada, voluntarista,

intérprete de um jogo político, mediático, económico e social cada vez mais complexo – o que não significa necessariamente opaco. Talvez neste paradoxo se jogue a complexidade da fenomenologia social contemporânea e a crise do agir autónomo seja a face visível dessa insuficiência explicativa, sem que contudo essa ideia de crise esgote as hipóteses de entendimento deste conflito entre o regime político das médias, maiorias e audiências e o espaço do voluntarismo que ciclicamente o indivíduo vem nele escrever. A ideia de ciclo, e talvez mesmo mais a ideia de espiral, de certa forma pode servir-nos para avaliar a dinâmica dos consensos sociais: veja-se, por exemplo, esse fenómeno tão típico e tão enigmático dos revivals artísticos onde as revisitações parecem ser uma constante, mas para passarem sempre ligeiramente ao lado do património, da matéria de base, fenómeno onde por vezes a lógica da reavaliação opera verdadeiros milagres na dignificação de ideias que se acreditavam para sempre desterradas no esquecimento ou na pobreza. Se me parece que o que se pretende é que nenhuma informação se perca ou se ignore, e que o seu tratamento e transmissão sejam cronometricamente sempre optimizados, porque toda ela tem o seu contributo a dar para a praxis social, política, económica, científica, estética, o sujeito é cada vez menos inocente nesse fenómeno.

Procurar e transmitir informação nunca foi, no fundo, privilégio de jornalistas e media, mas era neles que ela adquiria o seu valor. O que se nota agora é que toda a informação, independentemente da sua fonte ou canal, se parece aprestar para esbater os contornos com que antes se discriminava e assumir um valor cada vez mais homogéneo, bem como uma circulação mais integrada: uma espécie de base de dados global ou um mundo em forma de base de dados parece ser a destinação futura. Não que toda a informação, todo o saber, todas as ideias, todos os valores se indiferenciem. Acontece apenas que aquilo que já se adivinhava no tão criticado esbatimento das altas e das baixas culturas, que tão apegadas elegias suscitou, vem sucedendo de forma aparentemente imparável: nada na nossa herança histórica e cultural garante *a priori* o seu privilégio sacro, todas as verdades e crenças estão sujeitas ao consenso e à transitoriedade.

Uma humanidade reduzida a números, a jogos, a permutas? Ha-

verá sempre algo residual a resistir à estatística, à computação, ao cálculo. E aquilo que resiste é o fundo emocional do indivíduo, a sua capacidade de julgamento, a sua assumpção de regimes éticos e estéticos próprios. Mas talvez mesmo as emoções estejam cada vez mais a ser enformadas e estruturadas pelo valor e qualidade da informação que as serve. Não terá já muito sentido desfraldar a bandeira da liberdade contra um *big brother* vigilante, manipulador e punitivo (aliás, e há aqui uma espécie de anedota irónica, o Big Brother tornou-se mesmo, para muita gente, o irmão que se calhar nunca tiveram, como a televisão se calhar é para muitos o confidente que nunca ouviram), mas nesta contemporaneidade de estímulos e estratégias de sedução que à lei do mercado tudo submetem (de um filme a um frigorífico, de uma praia a uma guerra, de um jornal a um livro) o sujeito só pode estar, ele mesmo, vigilante: as ferramentas que lhe prometem a libertação são também aquelas que lhe escondem a armadilha onde se podem ver enredados. Se nos propomos respostas para este estado paradoxal do indivíduo no interior das novas cidadanias electrónicas, elas só podem vir de um cuidado de si que não se deixa fixar em fórmulas e que não pode assumir nunca uma espécie de fechamento, uma vez que o domínio do social e a forma como nos movemos politicamente nos intervalos estatísticos que enformam a sociedade e pesquisamos as matérias com que construímos o eu neste mundo tecnológico, e de infindáveis bases de dados que constituem uma espécie de cosmogonia inescapável, dependem umas vezes de estratégias de camuflagem, outras de guerrilha e outras de resignação.

Uma espécie de utopia se parece desenhar no horizonte, silenciosa e dócil: a qualquer momento, em qualquer lado, pesquisar e trocar informação, de forma instantânea e eficiente. No fundo, impor à (ou dispor a) informação (n)uma grelha espaço-temporal, com as suas coordenadas, distâncias, trânsitos e fusos precisos. Se antes a arte, a religião ou a política pareciam desempenhar papel fulcral nos regimes de reconhecimento do mundo e contextualização das existências, as tecnologias da informação parecem agora querer substituir-se-lhes como motor universal. Uma visão cibernética do mundo pode ser algo que o futuro nos queira oferecer.

Aceitarmos ou não a presença nessa grelha, partilharmos ou

não o seu modo de funcionamento, reconhecermos ou não a sua validade é algo que em muito escapa ao indivíduo. No fundo, e isto não tem nada de resignação política, antes de discernimento factual, sabemos bem que a estrutura da rede ou do sistema é aquilo que nos assegura um lugar na teia social. Cada um não é mais que uma soma de dados, passível de entrar nesse trânsito plural que nos põe em movimento entre as esferas do político, do social, do económico, do estético? É, e é sempre mais que isso. Mas aquilo que ele acrescenta, aquilo que o individualiza é também aquilo que o objectiviza. Ter consciência dessa dupla face ou do gume duplo que corta de um lado e do outro no mesmo movimento é a única forma que se reserva a cada um para poder ser o autor das suas narrativas, das suas ficções e das suas performances.

Os novos meios de comunicação e o ideal de uma comunidade científica universal

António Fidalgo
Universidade da Beira Interior.
E-mail: fidalgo@ubi.pt

Idade Média – o intercâmbio de conhecimentos, as universidades, a língua franca

A criação medieval das universidades no dealbar do século XIII constitui um dos momentos mais altos da realização e da celebração comunitária do conhecimento científico. As universidades surgiram com as cidades, como diz Jacques le Goff: “No princípio foram as cidades. O intelectual da Idade Média – no Ocidente – nasce com elas. É com o seu desenvolvimento, ligado à função comercial e industrial (artesanal) que ele aparece, como um dos homens de ofício que se instalam nas cidades onde se impõe a divisão de tarefas.” Em termos institucionais a universidade começa por ser a corporação dos que ensinam e aprendem a ler e escrever. A universidade é uma entre as outras corporações existentes nas cidades medievais e que contemplam as mais diversas formas de actividade profissional, como as dos sapateiros e dos carpinteiros. Mestres e aprendizes organizam-se na defesa socio-económica da sua profissão. Mas as universidades surgem nas cidades medievais, e é isso que me interessa hoje aqui realçar, porque as cidades são pontos de passagem e de comércio. Mais uma vez cito Le Goff, p. 33: “As cidades são placas giratórias da circulação dos homens, carregados de ideias como de mercadorias, local de trocas, mercados e encruzilhadas do comércio intelectual. Nesse século XII em que o Ocidente não faz mais do exportar matérias primas – embora comece a despertar o desenvolvimento têxtil – os produtos raros, os objectos de valor vêm do Oriente, de Bizâncio, de Damasco, de Bagdade, de Córdoba. Com as especiarias e a seda, os manuscritos trazem para o Ocidente a cultura greco-árabe”. Certamente não é mera

coincidência que o nascimento das universidades ocorra na mesma altura em que as obras dos pensadores gregos (filósofos, geómetras e médicos) desaparecidas ao longo de séculos, chegam às cidades medievais. Outra vez Le Goff: “As obras de Aristóteles, Euclides, Ptolomeu, Hipócrates, Galieno haviam seguido para o Oriente os cristãos heréticos – monofisitas e nestorianos – e os judeus perseguidos por Bizâncio e tinham sido legadas às bibliotecas e às escolas muçulmanas que as receberam abertamente. Ei-las agora, num périplo de retorno, que desembarcam nas praias da cristandade ocidental(...) Acolhem os manuscritos orientais duas zonas primordiais de contacto: a Itália e sobretudo a Espanha.

Os caçadores cristãos de manuscritos gregos e árabes desfraldam as velas até Palermo, onde os reis normandos da Sicília e depois Frederico II com a sua chancelaria trilingue – grega, latina e árabe – animam a primeira corte italiana renascentista; precipitam-se sobre Toledo, reconquistada aos Infiéis em 1087, onde os tradutores cristãos já puseram mãos à obra, sob a protecção do arcebispo Raimundo (1125-1151).”

As universidades desenvolvem como que uma sofreguidão intelectual pelas obras científicas redescobertas. Numa enorme tensão com as autoridades eclesiásticas, os universitários lançam-se temerariamente ao comentário de teorias filosóficas e cosmológicas elaboradas na antiguidade pagã e contrárias às verdades dogmáticas proclamadas pelo magistério cristão, nomeadamente a criação do mundo e a imortalidade da alma. Mais do que isso, as universidades competem entre si quanto ao ensinamento das obras dos pensadores pagãos. Quando o ensino da física e da metafísica de Aristóteles era proibido em Paris (1215), ele era autorizado em Toulouse e os mestres aqui não se coíbiam de tirar os louros e os proveitos desse ensino. Étienne Gilson explica por que razão era tão grande a apetência pelos escritos de Aristóteles: “a física de Aristóteles oferecia um conjunto de conceitos e de princípios tão flexíveis e tão fecundos para explicar as coisas naturais que não era de bom grado que se punha de lado. Esta física podia ser inquietante e difícil, mas ela era a única física sistemática que então havia. Pela primeira vez, e de repente, os homens da idade média deparavam com uma explicação integral dos fenómenos da natureza. Os conceitos

fundamentais que estavam na base dessa explicação eram os mesmos que eles encontravam nos tratados de astronomia, de física e de medicina.”

Um dos proveitos mais importantes que as universidades tiravam da leccionação das novas (velhas) matérias era a atracção de estudantes de todos os cantos da Europa. É sem dúvida algo que nos fascina hoje a enorme mobilidade de mestres e alunos (deslocando-se a pé e a cavalo – quem sabe, de burro! –, e sem os fundos dos programas comunitários Erasmo e Sócrates!) na Idade Média. Talvez o caso mais típico seja o do nosso conterrâneo Tomás de Portugal, citado por Veríssimo Serrão na sua *História das Universidades*: “*pluribus anni[s] in partibus Angliae artes et theologiam audiverit, et demum in Provincia Portugaliae pluribus anni[s] legi ... et demum in studio parisiensi... Theologiae facultatem annis pluribus audiverit, et subsequenter in studio Salamantino duobus ut Baccalarius et tribus annis ut lector regerit ... subsequenter Parisius ad hoc canonice electus redierit ibique sermones et disputationes plures perfecit, postea ad legendum librum sententiarum in Studio Cantabrigiae... et demum in Studio Tolosano electus fuit ubi magisterium recipiat*” (p. 16). Le Goff fala mesmo da vagabundagem intelectual dos estudantes pobres que, escolhendo o estudo e não a guerra, partem à aventura intelectual “seguindo o mestre que lhes agradou, acorrendo em direcção àquele de quem se fala, respigando de cidade em cidade os ensinamentos nela ministrados.” As próprias universidades (note-se que originariamente o termo “universidade” não designa uma instalação física, mas sim uma corporação de pessoas) mudam de local. Veja-se a Universidade de Coimbra, que anda num corrúpio entre Lisboa e Coimbra no primeiro século de vida; criada primeiro em Lisboa no reinado de D. Dinis no ano da graça de 1290, transferida pelo mesmo rei em 1308 para Coimbra por o “movimento e bulício de Lisboa não ser o lugar apropriado para sede de um estabelecimento escolar de tipo universitário” (Rómulo de Carvalho, *História do Ensino em Portugal*, p. 74), transferida novamente para Lisboa em 1338 e de volta a Coimbra em 1354 no reinado de D. Afonso IV, e outra vez mudada para Lisboa em 1377 por D. Fernando “por alguns lentes que de outros reinos mandámos vir não queriam ler senão na cidade de Lisboa. Por isso, havendo

sobre isto acordo com os do nosso conselho, mandámos que o dito estudo, que ora está na dita cidade de Coimbra, seja em a dita cidade de Lisboa pela guisa que antes soía de estar” (*ibidem*, p. 82). (E há ainda quem critique a UBI por ter professores estrangeiros!)

Uma tremenda mobilidade das pessoas, uma concomitante intensa troca de ideias, são características marcantes das universidades medievais. Mas tudo isto tornado possível pela unidade de uma Europa cristã e por uma língua franca, o latim. E quero aqui deter-me um pouco sobre a importância do latim como língua franca na vida universitária e científica de então.

Nas universidades os estudantes organizam-se pelo sistema das nações, consoante o lugar de origem. A universidade de Paris tem no século XIII quatro nações: a francesa, a picarda, a normanda, a inglesa, a de Oxford tem os Boreais, incluindo os escoceses, e os Austrais, incluindo galeses e irlandeses, a de Bolonha tem os citramontanos e os ultramontanos, mas todos se entendem em latim. Nas universidades ensina-se em latim, lê-se e escreve-se em latim. O texto bíblico é a Vulgata e rezam-se as horas, laudes, matinas e vésperas, obviamente em latim. Escreve Le Goff: “A língua científica é o latim. Originais árabes, versões árabes de textos gregos, originais gregos, são portanto traduzidos quer por indivíduos isolados quer, mais frequentemente, por equipas. Os cristãos do Ocidente fazem-se acompanhar de cristãos espanhóis que viveram sob a dominação muçulmana – os moçárabes; e também por judeus ou até por muçulmanos.” (p. 34)

As academias do século XVII e XVIII

De certo modo a revolução científica dos séculos XVII e XVIII está para a fundação das academias de ciências como a redescoberta da ciência grega está para a criação das universidades medievais. O paradigma científico moderno, de Copérnico, Galileu, Leibniz e Newton entre outros, encontra nas academias uma sede de debate e de publicitação. Cito aqui Dias Agudo, membro da Academia das Ciências de Lisboa e Prof. Visitante da UBI: “...como as universidades se mantiveram, e por alguns séculos, pouco envolvidas nos novos métodos científicos, a nova ciência foi sendo desenvolvida por

indivíduos ou por pequenos grupos à volta de um ou dois líderes. Os resultados eram comunicados oralmente, ocasionalmente através de textos manuscritos muitas vezes por cartas aos amigos; livros impressos, quando os havia, e frequentemente à custa dos próprios autores, eram de elevado custo devido a terem um mercado muito restrito. Mas, com o aumento do número de interessados nestas actividades científicas – com a democratização da ciência, como hoje diríamos – surge o desejo (e a necessidade) de ampliar a troca de informações, de estimular encontros entre pessoas com os mesmos interesses intelectuais; e são estas reuniões, de início informais, que acabam por conduzir à fundação das academias científicas da era moderna.”

É assim que se fundam as academias pela Europa fora: a dei Lincei, a primeira, em Roma em 1603, e da qual fez parte Galileu, a del Cimento em Florença em 1657, tendo tido como sócio Torricelli, a Royal Society em Londres em 1662, de que foi destacado sócio Isaac Newton, a Académie Royal des Sciences em Paris em 1666, e a de Berlim em 1700, graças aos esforços de Leibniz, e a portuguesa Academia das Ciências de Lisboa em 1779, obra do empenho do Duque de Lafões, D. João Carlos de Bragança e do Abade Correia da Serra.

“Além de permitirem contactos directos entre cientistas – o que é essencial para o desenvolvimento da sua capacidade inventiva e inovadora – a influência das academias para o progresso das ciências pode avaliar-se por outras acções igualmente importantes: por um lado, passaram a publicar ou a apadrinhar actas, memórias, jornais científicos que facilitavam e estimulavam a divulgação dos resultados que se iam obtendo.”

Na difusão da ciência moderna os correios desempenham um papel crucial. Mais que isso, os correios são um dos serviços que marcam os tempos modernos e sobremaneira o iluminismo. Das cartas de Madame de Sévigné (1626-1696, *Lettres*) ao romance epistolar de Choderlos Laclos, *Les Liaisons Dangereuses* (1782), os homens da luzes, fazem uma utilização intensiva dos serviços da mala-posta. Voltaire (1694-1778) escreve cerca de 20.000 cartas e Leibniz (1646-1720) cerca de 15.000. Aqui há a atender que a maioria do intercâmbio científico-epistolar era feito nas línguas francas

da altura: ainda o latim e o francês.

São os serviços postais que permitem a existência de sócios correspondentes das academias e a difusão de revistas científicas, que surgem efectivamente ligadas às academias.

Os novos meios de comunicação

Muitas das virtualidades das comunidades científicas passadas tornam-se hoje uma realidade graças aos novos meios de comunicação. Refiro-me em especial à universalização da ciência e da comunidade científica.

Falar dos novos meios de comunicação é falar das diferentes formas de comunicação tornadas possíveis pela associação entre as telecomunicações e a informática: o correio electrónico (e-mail), o protocolo de transferência de ficheiros(ftp), a ligação remota a computadores (telnet), e sobretudo a rede em hipertexto (world wide web). Em suma, falar dos novos meios de comunicação é falar dos diferentes serviços da internet. São estes novos meios de comunicação que potencializam à escala universal o espírito científico tal como foi realizado pelas universidades medievais e pelas academias do iluminismo.

a) A compilação universal do saber

A compilação do saber, de todos os conhecimentos em todas as áreas, obtidos em todas as épocas, em todos os lugares, foi sempre uma aspiração, ou pelo menos uma tendência, de todas as comunidades científicas. Não há ninguém que queira descobrir segunda vez a pólvora.

As bibliotecas são o caso mais paradigmático da reunificação do saber. Elas constituíram sempre um dos principais instrumentos do trabalho científico. Mas as bibliotecas estão mais ou menos bem apetrechadas, e não há bibliotecas que, sob pena de se converterem em arquivos, não tendam a aumentar o seu acervo de documentos, sejam eles livros, manuscritos, revistas, ou quaisquer outras formas de fixação do pensamento.

Só hoje, porém, graças à digitalização e às telecomunicações,

podemos vislumbrar a realização do sonho de uma biblioteca universal. Esta mais não será do que a biblioteca virtual de todos os documentos, guardados em todas as bibliotecas do mundo. Tal biblioteca não estará numa localidade ou num país, mas consistirá de todos os documentos disponíveis em rede e, portanto, ela estará espalhada por todo o mundo. Ela encontra-se também aqui na Covilhã, graças às obras que a UBI disponibiliza através dos seus servidores.

A digitalização da escrita é hoje uma realidade. Veja-se a utilização quase universal dos processadores de texto. Quase já não há documentos escritos que não tenham sido processados por computadores. Provavelmente já todas as editoras utilizam, pelo menos no que diz respeito ao texto, a edição electrónica, e aquelas que o não fazem têm os dias contados. A escrita será doravante uma escrita digitalizada.

Mas também os livros do passado estão a ser progressivamente digitalizados (técnicas de scanning) e uma vez digitalizados ficarão disponíveis para serem copiados e transferidos electronicamente com uma rapidez extraordinária. Será uma questão de tempo a digitalização dos milhões de documentos das maiores bibliotecas do mundo, como a Bibliothèque Nationale de Paris ou a norte-americana Library of Congress. Neste momento, a rede já possui bibliotecas com um espólio muito superior ao de algumas bibliotecas públicas, e até universitárias, sobretudo no que concerne às grandes obras dos autores clássicos, da literatura e da ciência. As obras de Platão, Aristóteles, Cícero, Stº Agostinho, Shakespeare, Descartes, Newton, Kant, a Bíblia, entre tantos, tantos outros, já se encontram digitalizadas e disponíveis em rede e podem ser importadas mediante a simples linha telefónica lá de casa, serem gravadas no disco duro do computador pessoal e enviadas para a impressora local.

b) A actualidade em tempo real

Não é, todavia, apenas o saber do passado que se encontra digitalizado e acessível em rede. Daqui da UBI, a bem dizer a partir de qualquer computador instalado na nossa universidade, pois a grande maioria já se encontra ligada em rede, podemos aceder a

uma das muitas milhares de universidades e de centros de investigação do mundo inteiro e verificar os cursos que leccionam, quais os planos desses cursos e quais os projectos de investigação em que se encontram envolvidos. Mas também de qualquer parte do mundo, uma pessoa pode ligar-se à UBI, ao www.ubi.pt, visitar a *home page* da nossa universidade, aceder a um dos nossos centros de investigação ou a uma das unidades científico-pedagógicas, verificar quais os cursos que leccionamos, que cadeiras são aí ministradas, e quais os docentes desses cursos (e até verão a fotografia de alguns deles!). Em rede, sabemos o que se passa, o que se lecciona, o que se aprende, o que se investiga, a bem dizer no mundo inteiro. Os mais recentes artigos que circulam pela rede, sobre todas as temáticas, podem ser consultados e importados.

Desta possibilidade de todos sabermos de todos advém um espírito de emulação único na história da ciência. Ninguém quer ficar para trás. Porque sabemos o que se passa nos locais mais afastados do mundo, podemos comparar continuamente, e a bem dizer em tempo real, a nossa realidade com a deles. Nada pior para a ciência que um mundo fechado. Ora, com os novos meios de comunicação, todas as comunidades científicas locais, em todos os ramos da ciência, se vêem confrontadas com o trabalho de outras comunidades científicas noutras partes do mundo. A curiosidade e o confronto necessariamente presentes no trabalho científico aumentam à escala universal com os novos meios de comunicação. As palavras de Pinto Peixoto relativamente às academias do iluminismo aplicam-se ainda muito mais nos nossos dias: “Os cientistas do século XVII reconheceram a necessidade e a utilidade em difundir e permutar os conhecimentos obtidos e as novas descobertas, entre os seus pares. (...) Através de jornais científicos, de correspondência e de viagens, estes primeiros “cientistas modernos” trocavam impressões, debatiam ideias e pontos de vista, mantendo acesa a chama da curiosidade científica. Esta, que embora, por vezes, brilhe num só génio, nunca é tão produtiva como quando alimenta o entusiasmo conjunto e é repartida por muitos outros cientistas. Era como se fossem participantes que, para a execução de uma obra, prosseguissem por várias rotas, com a certeza de que, por último, haveriam de atingir a verdade.”

Todos sabemos o que o comboio significou para a geração coimbrã de 70. Os caixotes de livros trazidos pelos comboios vindos de Paris provocaram nos estudantes de Coimbra um grande tumulto intelectual. Com os livros chegavam ideias, sistemas, estéticas, formas, sentimentos, interesses humanitários

Aqui e agora, na Universidade da Beira Interior em Abril de 1996, a quantidade de informação que chega, e que sai, através dos novos meios de comunicação é incomparavelmente superior àquela que poderia chegar através dos meios tradicionais de livros e revistas. Actualmente a média do tráfego da UBI, somando as entradas e as saídas, é de cerca de 24.000 bits por segundo, 3 kilobytes, o que representa cerca de 10.800 kilobytes por hora, de dia e de noite, incluindo sábados e domingos. Obviamente há que ter em conta que a larga maioria desse tráfego é composta por gráficos ou por programas, muitíssimo mais pesados que simples textos; mas servindo-nos do texto para podermos fazer uma ideia do que representa esse tráfego, informo que esta oração de sapiência tem cerca de 26 kb e que um livro de 300 páginas, composto só de texto, sem gráficos, terá cerca de 700 a 800 kb. Se nos ativermos, todavia, apenas ao correio electrónico que chega e sai da UBI, a média diária, incluindo sábados e domingos, é de cerca de 2.800 a 3.000 mensagens (diária, repito). Com estes dados bem objectivos, ninguém poderá acusar a UBI de ser uma universidade fechada.

c) O debate universal

Mas talvez mais importante ainda que a compilação universal do saber e a informação actualizadíssima de qualquer um, em qualquer local, em qualquer tempo, é o debate universal. O correio electrónico, o escrever uma carta no computador e enviá-la imediatamente para o computador do destinatário, para qualquer canto do mundo, onde chegará após alguns segundos, é sem dúvida um avanço significativo da técnica, todavia, as possibilidades do e-mail não se limitam a substituir o correio tradicional ou a telecópia. Através do correio electrónico podemos enviar um texto, um artigo, um livro, a uma outra pessoa, com custos reduzidíssimos. Mas não só a uma pessoa; a mesma carta, o mesmo texto, pode enviar-se

no mesmo acto a dezenas, a centenas de pessoas. É graças a esta facilidade do correio electrónico que surgem os grupos de discussão na Internet. Estes grupos de discussão constituem, em meu ponto de vista, uma das maiores vantagens para os homens de ciência. Os grupos de discussão centram-se à volta de uma temática, que pode ser mais ou menos especializada. Para fazer parte de um desses grupos uma pessoa subscreve-se, sendo a subscrição geralmente livre. Um subscritor recebe então todas as cartas que os outros subscritores enviam para esse servidor, incluindo as que ele próprio envia. Escusado será dizer que nesses grupos encontram-se participantes de todas as partes do mundo.

Uma pessoa pode fazer parte de quantos grupos de discussão quiser, mas isso não é de todo aconselhável; a quantidade de correio que certos grupos desenvolvem é de tal ordem que as mensagens podem chegar às largas dezenas por dia. O melhor é refrear o apetite e participar unicamente nos grupos de maior qualidade e cujas temáticas mais nos interessam.

Nestes grupos pode-se tomar parte de uma discussão em curso lançada por um outro membro, pode iniciar-se uma nova discussão, podem colocar-se questões. Não há qualquer obrigatoriedade de escrever – uma pessoa pode limitar-se a seguir *what is going on* –, mas há sempre a vantagem de saber não só quais os assuntos que estão em causa, como também de seguir em casa novas *questiones disputatae* à escala mundial.

A comunidade científica universal

Não é certamente linear, em tempos de pós-modernidade (ou, pelo menos, de crítica acérrima à modernidade), falar da universalidade da ciência ou de uma comunidade científica universal. No seguimento da teoria das revoluções científicas de Thomas S. Kuhn e do anarquismo epistemológico de Paul Feyerabend, a concepção tradicional (moderna, iluminista) de ciência como saber único e universal sofreu um rude golpe. Feyerabend vai mesmo ao ponto de afirmar que “podem existir muitas espécies diferentes de ciência” e que “a ciência do primeiro-mundo [o tipo de saber ocidental e europeu a que se convencionou chamar ciência] é uma ciência entre muitas

outras” e ainda que a “A ciência é uma tradição entre muitas outras e uma fonte de verdade apenas para os que fizeram as escolhas culturais adequadas”.

Efectivamente a crise das ciências nos finais do século passado e inícios deste século e as novas teorias da ciência levaram à derrocada da concepção tradicional de ciência e, outrossim, à universalidade transcendental e anónima de que se revestia. A nova universalidade da ciência, ou das ciências, não será mais monolítica, igual para todos, antes será matizada pela diversidade da história e da cultura dos cientistas de todo o mundo.

A comunidade científica universal tornada possível pelos novos meios de comunicação é uma comunidade muito especial, composta de muitas pequenas comunidades, regidas por línguas, culturas, ramos do saber, ideologias, mas todas elas interligando-se nos mesmos espaços ou vias de comunicação. Nada mais errado do que conceber a comunidade científica universal como uma comunidade perfeitamente organizada, hierarquizada, regida toda ela pelos mesmos princípios e objectivos comuns. Muito pelo contrário, a nova comunidade científica será como uma imensa feira, onde permanentemente se trocam os conhecimentos mais díspares das formas mais díspares.

Quero terminar falando da inserção da Universidade da Beira Interior na comunidade científica mundial. Hoje uma boa universidade não necessita de se encontrar num grande centro urbano para estar em contacto com o vasto mundo da ciência. Basta dispor de bons meios de comunicação. Graças a estes meios não há periferias. Embora a UBI esteja numa região do Interior de Portugal, os seus docentes encontram-se em permanente contacto com os seus colegas cientistas de todas as partes do mundo. A UBI, dez anos após a sua criação, faz já parte da comunidade científica nacional e internacional.

A vertigem. Da ausência como lugar do corpo

Catarina Moura
Universidade da Beira Interior.
E-mail: cmoura@ubi.pt

“Se alguém me perguntasse o que somos, o que o homem é, responder-lhe-ia: é a abertura a todo o possível, é a expectativa que nenhuma satisfação material poderá apaziguar”.¹

“Quem somos nós neste tempo que é o nosso?”² Onde nos situamos neste espaço-tempo urbano em que a caleidoscopia dos *media* e a onnipresença da técnica impõem um ritmo de tal modo frenético e desenfreado que não deixa tempo para reflectir? Onde nos situamos neste imenso abismo escavado pela técnica no seio do real?

A experiência está em crise, diz-nos Walter Benjamin em meados do século passado. Afirma-o ao diagnosticar na falência da arte de narrar a alienação dessa capacidade aparentemente inalienável que é a troca de experiências. Há algo de visionário, de premonitório no entendimento que Benjamin tem dos efeitos da técnica, detectando no excesso de imagens com que o sujeito é diariamente confrontado a fonte do empobrecimento da sua experiência real, da substância da “vida vivida”. Não falta hoje quem concorde com o diagnóstico benjaminiano da experiência em crise. Mas talvez em crise esteja não a experiência mas apenas uma noção de experiência, assente em padrões profundamente alterados pela devoradora evolução de uma técnica tornada tecnologia.

I. Há uma “vontade inscrita em nós de exceder os limites”³, uma vontade histórica, que nos define como espécie, de tocar o extremo,

¹Georges Bataille, 1998.

²Michel Foucault cit. por Maria Teresa Cruz in *Revista de Comunicação e Linguagens* nº 25/26, 1999.

³Bataille, 1998.

uma fome de eternidade, um desejo febril, poético por vezes, de ultrapassar essa fronteira última entre o humano e o divino. Essa vontade deixou, a dada altura, de caber no espaço clássico, progressivamente insuficiente para abarcar o agir humano – um agir marcado por um poder de criação apoiado na técnica e que leva o sujeito a comparar-se com Deus e, nesse gesto, a matá-lo e a substituí-lo por um *deus ex machina* que cumpre o que o primeiro durante séculos só prometeu.

O fascínio humano pela máquina passa pela possibilidade de realizar o sonho. O homem sonha, a máquina concretiza. E o homem sonhou um espaço-outro onde a realização não encontrasse limite, um espaço aberto, ilimitado, rizomático, definido em função do desejo, sem ruído. Um espaço que é pura lógica, ideia e comunicação.

Vivemos a vertigem de um tempo que nos ultrapassou. “Como nómadas telemáticos, libertámo-nos dos constrangimentos de uma coincidência histórica entre o *tempo* e o *espaço* e ganhámos o poder de estar em todo o lado sem sairmos do mesmo sítio”⁴. O “imenso continente do possível” abriu-se ao homem comum à medida que as tecnologias de informação foram transferindo para a esfera quotidiana características até então exclusivas do divino. O mundo virtual que nos apresentam é o mundo da infinita possibilidade, cuja proeza última parece ser permitir que o sujeito abandone a passividade da relação que ainda mantém com a imagem e participe activamente no interior da mesma – estando *na* imagem, *sendo* imagem.

Espaços lineares, posições fixas, perspectivas estáticas vão, cada vez mais rapidamente, sendo ultrapassadas por *media* que, ao adicionar a velocidade ao espaço e ao tempo clássicos, eliminam o *aqui* em função do *agora*, colocando a tónica num tempo real que se define como amputação de um tempo a três dimensões – passado e futuro implodem no eterno presente. Esta contracção espaço-temporal operada pela introdução da velocidade na técnica devolve-nos um mundo real perdido como distância e finitude, ao mesmo tempo que nos apresenta esse espaço-outro que a técnica racionalizada implantou na nossa geografia mental.

“Sonho com uma casa” – dizia Flusser – “com paredes que po-

⁴Kerckhove, 1997.

dem ser modificadas em qualquer altura, com um mundo cuja estrutura não seria mais do que uma expressão das minhas ideias”⁵.

Este espaço, pura abstracção matemática, assente nos formalismos da ciência da computação e no desenvolvimento dos sistemas multisensoriais, tem tido na ficção, muito especialmente no cinema, o seu principal explorador. Esta dimensão ficcional contribui para que continuemos a olhar para este *espaço* como um possível longínquo, muitas vezes como impossível, quase sempre como irreal. Mas a realidade anda a par com a ficção. Mergulhar em ambientes tridimensionais, imergir na paisagem digital, já não são experiências exclusivas do património imaginário. E se ainda não são experiências correntes, o mesmo não poderá dizer-se da Internet, o *fetiche* tecnológico do momento. A liberdade de viajar sem peso nem contrariedade para qualquer ponto do planeta faz do sujeito contemporâneo um ser comunicacional imbuído de uma universalidade que não deixará de o definir como pessoa.

Tal como o barco pirata de que fala Michel Foucault, também o espaço digital é “um pedaço de espaço flutuante, um lugar sem lugar, que existe por si próprio, que está fechado sobre si próprio e ao mesmo tempo se abandona à infinitude”⁶. Não é fácil compreender o digital como *topos*. Não poder visualizá-lo é para o humano tão estranho como conceber o infinito. Ao contrário do espaço clássico, este não tem qualquer referência à medida humana. O sujeito como centro do mundo perde agora totalmente sentido, num espaço cuja imensidão anula, antes de mais, o conceito de centro.

Rizomático, aberto a todas as possibilidades lógicas de circulação, o virtual digital opõe ao universo palpável da geometria clássica um espaço fluido, transparente, oferta de múltiplos percursos e possibilidades infinitas – o *ciberespaço* que William Gibson descreve em 1984 como “alucinação consensual” e que é agora experimentado diariamente por milhões de pessoas.

Há na relação do sujeito com a ideia de realidade virtual algo de inevitavelmente alucinatório e psicótico. A absoluta libertação de si que essa relação implica – libertação que é sempre desdobramento,

⁵ *Cit.* por Bragança de Miranda, 1998.

⁶ *Cit.* por Bragança de Miranda in *Revista de Comunicação e Linguagens* n.º 25/26, 1999.

libertação que é também ou sobretudo diluição, libertação que é ausência ao mesmo tempo que é *hiperpresença* – influi inevitavelmente na imagem que o sujeito tem de si enquanto subjectividade corpórea. O “ser no mundo” passa a “ser nos mundos”, sujeito enquanto presença e ausência, subjectividade encorporada e desencorporada, matéria e imagem.

II. “(In virtual reality) you don’t need a body; you can be a floating point of view. You can be the mad hatter or you can be the teapot”⁷.

A transformação de uma certa noção de experiência está hifenizada à transformação de uma noção de sujeito. A partir do momento em que consegue conceber-se como *ponto de vista flutuante*, a visão que o sujeito tinha de si tem necessariamente que mudar. A liberdade individual passa a estar ligada, entre outras, à possibilidade de produção de novas figuras a partir de si, possibilidade essa oferecida pela técnica como novo registo do que Fernando Pessoa chamou “mecanismos de outrar”, isto é, de multiplicar (e, no mesmo gesto, dividir) o *eu*. Mecanismo que Ieda Tucherman designa por “princípio de identidade *prêt-a-porter*” e do qual sublinha o perigo e a perversidade, descrente do potencial de sociabilização da rede. Na condição fragmentária e acidentada do *self* enquanto corpo incessantemente possuído e despossuído, conectado e desconectado, pelos dispositivos da sociedade globalizada, adivinha-se a desintegração da figura, a *mise-en-abyme* de um sujeito em vertigem, fragmentado até ao infinito nesse espaço que lhe permite ser quantos de si desejar sob o anonimato de máscaras textuais e imagéticas.

1. Da ideia de sujeito como *ponto de vista flutuante* emergem duas considerações decisivas, que fazem do nosso tempo a incubadora de uma tensa substituição do humano pelo pós-humano (não necessariamente inumano). Por um lado, manifestam-se as múltiplas possibilidades de representação abertas pela simulação. “You can be the mad hatter or you can be the teapot” – no fundo, podemos ser quem ou o que quisermos, numa lógica do “faz-de-

⁷ *Idem*.

-conta” que transpõe para essa experiência virtual características típicas do jogo. A cultura dos jogos de computador, intensa e motivante, pode já fornecer pistas para a compreensão de uma situação limite na qual se joga-ria/rá a própria vida, não só nessa lógica do “fazer-de-conta” mas sobretudo do “fazer-de-novo”. “Cada uma das nossas experiências mais profundas” – reflecte Benjamin a propósito do brinquedo e do jogo – “anseia insaciavelmente, anseia até ao fim, por repetição e retorno”⁸. Repetição e retorno que o espaço-tempo linear da realidade material remetem para a categoria dos impossíveis. O que atrai no jogo é essa possibilidade de viver o impossível, de encarnar um personagem e viver todas as aventuras que quotidianamente nos estão interditas. De, por algumas horas, entrar num mundo de possibilidades inesgotáveis e de o fazer com toda a segurança, sem risco real. No jogo, o “fazer-de-novo” abre espaço para o erro que, numa lógica da repetição, perde a sua condição de estigma. Errar, perder, morrer significam apenas começar de novo, sem maior drama que uma frustração logo substituída pelo pulsar da adrenalina provocado pelo retomar da aventura. Benjamin cita um ditado de Goethe segundo o qual “tudo seria perfeito se o homem pudesse fazer as coisas duas vezes”. No jogo pode fazê-lo as vezes que forem necessárias para atingir a perfeição. À irreversibilidade da decisão humana opõe-se a reversibilidade absoluta – fim da angústia, da ansiedade e do medo de falhar.

Ao mergulhar como *outro de si* num espaço que não parece sujeito a qualquer lei e que foi configurado em sua função, o sujeito sente que tudo lhe é permitido. A liberdade (traduzida pela multiplicidade de situações de opção e livre-arbítrio), ainda que ilusória, é sempre aliciante e pode viciar a partir do momento em que o sujeito sente que é ali que encontra o que procura, uma sensação acentuada pela crescente aproximação do jogo ao real. Cada vez mais é a perseguição do real que move a simulação, a integração no virtual do “acontecer do acontecimento”⁹, de uma imprevisibilidade ainda não contemplada na realidade digitalmente construída. Deste modo, estaria finalmente criada “a” realidade virtual, o simulacro perfeito, capaz de reunir o imprevisível e o sentir característicos

⁸Benjamin, 1992.

⁹Rötzer in *Revista de Comunicação e Linguagens* n° 25/26, 1999.

da realidade com o fim da contingência, do esforço, do obstáculo e do ruído num mundo asséptico, puro, dado como instantaneidade, simultaneidade e infinitude.

O *Game-pod* que Cronenberg apresenta em “eXistenZ” sugere, em muitos pontos, este simulacro perfeito. O eXistenZ é tão realista (“I feel just like me” diz Pikul quando “entra” no jogo) que os jogadores não conseguem estabelecer qualquer distinção entre aquela realidade e a que ficou a guardar os seus corpos semi-adormecidos. Neste jogo sem regras ou objectivos definidos, há que jogar para se saber que se está a jogar. Allegra, a inventora do Game-pod, convida Pikul para jogar consigo (“Foge da tua jaula, Pikul” desafia Allegra, aludindo à vida como sendo o mínimo espaço possível para a acção humana), algo que ele aceita com relutância, devido à fobia que sente em relação a qualquer tipo de perfuração cirúrgica no seu corpo. É-lhe instalado um *bio-port* (literalmente um portal biológico) na extremidade inferior da coluna, através do qual se liga ao *Game-pod*, cujo funcionamento é gerado pela energia emanada pelo seu sistema nervoso. O jogo começa e, após uma sensação inicial de profunda emoção pelo reencontro com os sentidos que julgava adormecidos no “mundo real”, Pikul começa a sentir-se vulnerável (“Quero voltar ao meu corpo. À minha vida. Sinto que estou a perder a estrutura.”). Ao pausar o jogo, abre os olhos e é a própria vida que agora lhe parece irreal. A vida continua a parecer o jogo – uma confusão que é ela mesma substância do filme, que termina com alguém a perguntar: “Digam-me a verdade – ainda estamos no jogo?”.

Apesar de ser o jogo que todos os jogadores esperam ver concretizado, eXistenZ ainda não está absolutamente aberto ao real. Embora o jogador não esteja consciente do *plot* que o aguarda, é conduzido por um esquema pré-definido, que não deixa o acontecimento “acontecer”. As próprias personagens que compõem o jogo são ainda muito limitadas, reagindo exclusivamente a frases previstas para despoletar determinadas respostas e acções da sua parte.

Independentemente de não ser ainda o jogo perfeito, eXistenZ sugere já essa transformação da substância da experiência e do sujeito que se tem procurado analisar. Há desde logo uma visão do corpo como mediação absoluta entre dois mundos que, ao mesmo

tempo que confirma a carne como material de trabalho das tecnologias contemporâneas, paradoxalmente também a apresenta sacrificada em função de uma identidade desencarnada, sublimada pela mente.

A ideia do corpo como *interface*, substituindo a técnica na sua função mediadora, torna clara a crise da própria ideia de mediação, resultado de uma relação ao mundo de que se ausenta progressivamente a noção de necessidade e instrumentalidade, abolidas por uma intelectualização profunda das ligações. Há algo na lógica maquínica que a distancia do utensílio ou da ferramenta. Algo que já havia sido pensado por Hegel no início do século XIX, ao analisar na passagem do trabalho efectuado pelo homem ao trabalho efectuado pela máquina uma passagem da realidade para a possibilidade. A principal característica da máquina, segundo Hegel, é a sua capacidade de fabricar não só o real como o possível – um possível formal que, como tal, ao abrir espaço para a concepção de todas as formas possíveis, desemboca hoje numa total abstracção intensificada pelo virtual.

Diz Pierre-Maxime Schul¹⁰ que “é do uso que fizemos da técnica que dependerá a nossa felicidade e o sucesso ou fracasso da experiência humana”. Do uso, da instrumentalização da técnica, advém acima de tudo a possibilidade de a controlar – uma questão pertinente num momento em que a ideia de necessidade que preside historicamente à inovação técnica se desvanece à medida que essa mesma técnica evolui para uma logotécnica, para uma técnica racionalizada, uma técnica discurso, que tende progressivamente para a imaterialização.

2. O desaparecimento do objecto enquanto matéria compromete-o igualmente enquanto mediação “dentro de um agenciamento que se acelerou até à velocidade da luz”¹¹, o que nos conduz à segunda consideração que deriva da ideia de sujeito como *ponto de vista fluctuante*. Ao propor a ligação directa entre o computador e o sistema nervoso central, ao eliminar a distância e a mediação, a tecnologia

¹⁰ Cit. por Bragança de Miranda in *Revista de Comunicação e Linguagens* n.º 4, 1986.

¹¹ *Idem.*

está a pôr em causa o corpo como lugar do sujeito e da experiência.

A relação técnica-corpo surge cada vez mais como amputação e/ou substituição, tanto ao nível material como imaterial. A familiaridade do humano com a prótese deixa antever a falência da carne. Hoje é o dedo que navega (“let your finger do the walking”). Amanhã será (poderá ser) a projecção do sujeito, o seu clone electrónico, que se dará como desejo e experimentação.

Entender o sujeito como corpo é reconhecer-lhe limites que ancoram nesse corpo, directamente ligado à ideia – verdadeira fobia humana – de finitude. O corpo é muitas vezes visto como um empecilho para a realização dos desafios que o futuro apresenta à humanidade, crença que desemboca inevitavelmente numa *teoria da desencarnação*. Lyotard é um dos teóricos contemporâneos que sustenta que a evolução da técnica desembocará inevitavelmente na emergência de configurações técnicas desincorporadas, dotadas da natureza leve da linguagem. Esta “irresistível atracção por soluções puras”¹² já havia, aliás, sido referida por Gehlen a respeito da evolução perfeita da técnica.

A ideia da desincorporação como inevitabilidade não é nova. Já no início do século XX o físico anglo-irlandês John Desmond Bernal, no seu livro “*The World, the Flesh and the Devil, Three Enemies of the Rational Soul*” (1926), defendia que, sendo o conhecimento a finalidade da existência humana, o sujeito deveria renunciar consciente e deliberadamente ao corpo, transcendendo a sua condição biológica para perseguir a vocação cognitiva da espécie sob outras formas ontológicas. O extremismo quase ficcional da sua teoria foi fonte de inspiração para uma das mais significativas distopias do fim do milénio: *Brave New World*, de Aldous Huxley.

Também Hans Moravec fala de um *pós-biológico* resultante do divórcio literal entre a mente e o corpo. A separação seria concretizada fazendo a remoção cirúrgica das funções mentais do cérebro humano e a sua *transmigração* para um computador como software.

A possibilidade de um pós-biológico, de um pós-humano, é analisada por Katherine Hayles, para quem o que está a desaparecer não é o corpo material mas uma visão abstracta do corpo como base natural do eu. Nas *teorias pós-humanas*, o corpo é visto como um

¹²*Ibidem.*

acidente e não como uma inevitabilidade histórica, acolhendo consequentemente a fusão homem-máquina como uma evolução natural e desejável. Deste hibridismo metamórfico emergem criaturas que, desde Mary Shelley, integram o nosso imaginário envoltos numa aura simultaneamente poética e apocalíptica, que se traduz num sentimento misto de fascínio e terror. O monstro há muito deixou de ser o temível dragão que aprisionava princesinhas em torres inacessíveis. Agora é um *cyborg* – que se anuncia como absoluta invasão e apropriação do espaço humano. Esta figura que surge do encontro entre o humano e a tecnologia vem perturbar a identidade ao apresentar a possibilidade de contaminação do próprio, inaugurando um novo capítulo na história dos medos e das fobias humanas. E no entanto, apesar da repugnância e do horror que desperta em nós a ideia de fusão com o inorgânico, há muito que esta vai sendo preparada por uma convivência progressivamente mais fácil e desejada com as mais variadas próteses – óculos, lentes de contacto, *pacemakers*, mãos, pés, pernas... uma imensidão de apoios e substitutos para as mais variadas funções, que levaram a socióloga Donna Haraway a concluir que, sem nos apercebermos, todos nós já somos *cyborgs*.

III. A natureza por vezes exacerbada destas ideias ancora no impacto negativo que a obsolescência do corpo tem no ser humano, obrigando-o a enfrentar-se como ser finito, a enfrentar a morte. O medo da morte abre espaço para o sonho de um corpo invulnerável, sem fraquezas, afecções ou patologias – pura lógica e funcionamento. Mas não haverá um sentir humano cujo sentido resida precisamente na sua finitude, nas suas falhas e nas suas angústias, na singular capacidade de desejar, de sentir dor e prazer?

[“*Are you human or are you spirit?*” – “*I am sorrow.*”]¹³

O corpo não é apenas um invólucro que possa ser inconsequentemente deixado para trás. Há no *corpo vivido* algo que conta uma história e que, ao fazê-lo, individualiza o sujeito, unificando a ex-

¹³ *Cit.* de *LadyHawke*, filme realizado por Richard Donner em 1985 e protagonizado por Michelle Pfeiffer, Rutger Hauer e Matthew Broderick.

periência, atribuindo-lhe sentido. Não existe um corpo mudo, puro objecto de análise, como o perspectivou o positivismo, ou mero habitáculo de uma alma que o anima, função atribuída por uma tradição cristã cuja influência só lentamente foi sendo superada.

Ao instituir o corpo como “o lugar e o meio do nosso estar no mundo significante”¹⁴, a Fenomenologia contribuiu decisivamente para o fim da dualidade corpo-alma, físico-psíquico, sensível-inteligível. Elegendo temas como a carne e o corpo próprio, o pensamento fenomenológico transforma essa dualidade em dialéctica, demonstrando que a consciência, existindo como encarnação, não pode declarar-se autónoma desse corpo que a envolve e que, por outro lado, o corpo só é próprio porque contém essa mesma consciência. O sensível e o inteligível deixam assim de ser vistos como partes diferentes e necessariamente apartadas – na sua reunião celebra-se um sujeito uno e *afectado*, que se define na relação que mantém como o outro e com o mundo.

A visão do corpo como um todo só é possível, na perspectiva partilhada por Didier Anzieu e François Dagognet, devido à existência da pele, que funciona deste modo como lugar da identidade do sujeito. O eu-pele – *moi-peau* de que fala Anzieu – é a apresentação de uma figura englobante e elíptica que tem na pele o limiar, a fronteira, a envolvência que define o *topos* do sujeito e que é, ao mesmo tempo, superfície de contacto e de inscrição, abertura, comunicação bidireccional – não só entre o eu e o outro mas também, no próprio corpo (ou no corpo dito próprio), entre verso e reverso, interior e exterior.

A vocação comunicacional uniformemente reconhecida como essência do ser humano é também uma vocação do corpo – de um corpo de cuja relação ao mundo emerge o sentido desse mesmo mundo. Eu sou este corpo físico, esta estrutura, este volume espesso e opaco. Eu possuo este corpo, como ele me possui a mim.

Mas eu sou também esse corpo sublimado que a tecnologia transformou em imagem sem carne. E é como habitante deste mundo actual que me exhibe como subjectividade a um tempo encarnada e desencarnada que devo procurar definir-me.

¹⁴Fontanille in *Revista de Comunicação e Linguagens* nº 29, 2001

Conclusão

O sujeito universal, onnipresente, inaugurado pelas novas tecnologias da informação teve como consequência imediata a desintegração das figuras e das referências visíveis, entre elas o outro. Sendo a alteridade a principal referência da mesmidade, estando a produção de sentido dependente da reciprocidade e do “contágio” entre os corpos (como defendeu Greimas a propósito de uma semiótica de acção e interacção entre sujeitos), é inevitável que a perda do outro tenha consequências directas na subjectividade. Desde logo o drama de ter que produzir o outro na sua ausência. De ser ele próprio ausência para o outro e para si mesmo.

Deste encontro desincorporado no espaço digital o sujeito emerge como ideia de si e é essa ideia que comunica ao outro. Uma ideia sem rosto, sem corpo, sem lugar. Uma ideia imagem – construída à medida do simulacro que a envolve e em resultado directo do permanente encontro/desencontro do corpo com o seu *outro-sublimado*, fabricado pelas novas tecnologias.

As referências em relação às quais geríamos a nossa relação com o exterior – assentes num espaço “grâce auquel je me situe par rapport à celui qui est à cotê de moi, celui qui me touche au sens physique”¹⁵ – acham-se reduzidas a duas: *on* e *off*. A experiência quotidiana do sujeito contemporâneo encontra-se marcada pelos diversos dispositivos que o ligam e desligam do que o rodeia. Telemóvel, televisão, internet, jogos de computador, ... ligar/desligar – ligar/desligar – ligar/desligar – ligar/desligar... O sujeito salta de máquina em máquina, funde-se com ela, dilui-se nela, exige tudo dela como ela exige tudo de si. Com isso algo se perde – algo se cria – algo se transforma.

Não se pretende aqui contribuir nem para o endeusar nem para a diabolização da técnica, muito menos fazer uma avaliação qualitativa do tipo de experiência que as novas tecnologias permitem actualmente. Não se discute, portanto, o empobrecimento da experiência – afirma-se que o nosso estar no mundo mudou com a influência progressiva da técnica e tenta-se deixar espaço para que, ao aceitar essa transformação, se aceite que possa não ser total-

¹⁵Virilio, 1984.

mente negativa, tal como não será por certo totalmente positiva.

A nossa época está ainda impregnada de um discurso profundamente maniqueísta, incapaz de encontrar um meio termo entre o utópico e o distópico – entre a perspectiva do humano como ser essencialmente comunicacional, socorrendo-se de dispositivos que permitem a resolução progressivamente acelerada dessa vocação através do crescente depuramento de formas e linguagens – e, por outro lado, a certeza de uma subjectividade inalienável do corpo que a ancora ao real, desse corpo cuja amputação e abandono surge como a mais violenta e intolerável das ideias. Só no momento em que uns acalmarem da euforia experimentalista que de distração se transformou em verdadeira *addiction* e outros aceitarem que poderá não ser terrífica essa experiência sinestésica e angelical anunciada pela tecnologia, é que poderemos saber “quem somos nós neste tempo que é o nosso”.

Bibliografia

- Babo**, Maria Augusta, “Para uma semiótica do corpo”, in *Revista de Comunicação e Linguagens* nº 29: O Campo da Semiótica, Lisboa: Relógio D’Água, 2001.
- Bataille**, Georges, *O Erotismo*, Lisboa: Antígona, 1998.
- Baudrillard**, Jean, *Simulacros e Simulação*, Lisboa: Relógio D’Água, 1981.
- Benedikt**, Michael (ed.), *Cyberspace*, Cambridge: MIT Press, 1992.
- Benjamin**, Walter, *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*, Lisboa: Relógio D’Água, 1992.
- Bragança de Miranda**, José, “Reflexões sobre a perfeição da técnica e o fim da política na modernidade”, in *Revista de Comunicação e Linguagens* nº 4: TecnoLógicas, Porto: Edições Afrontamento, 1986.

-- "O controlo do virtual", in *Bocc – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação* (http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=miranda-controlo.html), 1998.

Cruz, Maria Teresa, "Da nova sensibilidade artificial", in *Bocc – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação* (http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=cruz-teresa-sensibilidade-artificial.html), 2000.

Fontanille, Jaques, "Máquinas, Próteses e Impressões, O Corpo pós-moderno (a propósito de Marcel Duchamp)", in *Revista de Comunicação e Linguagens* n° 29: O Campo da Semiótica, Lisboa: Relógio D'Água, 2001.

Gil, José, *Metamorfoses do Corpo*, Lisboa: Relógio D'Água, 1981.

Hayles, Katherine, *How we became posthuman: virtual bodies in cybernetics, literature and informatics*, University of Chicago Press, 1999.

Kerckhove, Derrick de, *A pele da cultura – uma investigação sobre a nova realidade electrónica*, Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

Landowsky, Eric, "Fronteiras do Corpo – Fazer signo, fazer sentido", in *Revista de Comunicação e Linguagens* n° 29: O Campo da Semiótica, Lisboa: Relógio D'Água, 2001.

Levy, Pierre, *Cibercultura*, São Paulo: Edições 34, 1999.

Lyotard, Jean-François, *A condição pós-moderna*, Lisboa: Gradiva, 1989.

Mourão, José Augusto, "Hibridismo e Semiótica – os quase-objetos", in *Revista de Comunicação e Linguagens* n° 29: O Campo da Semiótica, Lisboa: Relógio D'Água, 2001.

---- *Real Vs. Virtual*, *Revista de Comunicação e Linguagens* n° 25/26, Março 1999, Lisboa: Edições Cosmos.

---- *Tendências da Cultura Contemporânea*, *Revista de Comunicação e Linguagem* n° 28, Outubro 2000, Lisboa: Relógio D'Água.

Tucherman, Ieda, Entrevista de Luís F. Teixeira *in INTERACT*, *Revista On-line de Arte, Cultura e Tecnologia*, nº 3, Julho de 2001 (<http://www.interact.com.pt/interact3/>).

Virilio, Paul, *L'horizon négatif. Essai de dromoscopie.*, Éditions Galilée, 1984.

Percepção e experiência na Internet

António Fidalgo
Universidade da Beira Interior.
E-mail: fidalgo@ubi.pt

Introdução

As redes abriram novos campos à experiência e conduziram a novas formas de experiência. A visita a um museu virtual ou a consulta de uma biblioteca on-line, a participação numa *mailing-list* ou num *chat* são inquestionavelmente tipos de experiência novos. Ora, seguindo a teoria de Aristóteles de que a experiência é um conhecimento que surge no seguimento de diversas percepções ligadas pela memória, ou seja, de que a experiência emerge quando relacionamos diferentes acontecimentos apercebidos ao longo do tempo como sendo do mesmo tipo ou da mesma natureza, e de que um homem é tanto mais experiente em certas coisas quantas mais vezes as tiver percepcionado, ou seja, se tiver dado conta delas ou mesmo as tiver vivido, cabe questionar essas experiências relativamente às percepções que as constituem. A questão é tanto mais pertinente quanto mais claro for que as novas experiências, por mais diversas que forem entre si, têm lugar a partir de uma base perceptiva idêntica: um computador ligado em rede.

A questão é sobre a constituição da experiência e é nesta perspectiva que abordarei o tema das percepções na rede.

Considerações prévias

Percepções e sensações

Antes de prosseguir com a inquirição sobre as percepções mediadas por computador, há que clarificar o próprio conceito de percepção. Desde logo há que distingui-lo do conceito de sensação.

Uma pessoa analfabeta não vê menos que uma pessoa que saiba ler. Defronte do mesmo texto ambas vêem o mesmo e, no entanto,

não é o mesmo que elas vêem. As sensações são idênticas, mas as percepções são completamente distintas. O analfabeto dá-se conta de um papel com rabiscos, até pode mesmo saber que se trata de um texto, mas não percebe o texto. Ao nível de sensações todos vêem o mesmo, mas ao nível da percepção, há uns que vêem muito mais que outros. Duas pessoas que ouvem a mesma peça musical de Gustav Mahler, uma com formação musical e a outra sem a mínima educação musical e sem ouvido musical, escutam os mesmos sons. Mas onde a última não consegue ouvir mais que um amontoado de sons, a primeira dá-se conta dos sons dos vários instrumentos e do jogo musical entre eles. Só esta é capaz de analisar os diferentes sons, de perceber os sons elementares que os constituem. As percepções não se reduzem pois às sensações. As sensações que obtenho defronte de uma cadeira são as cores que vejo, a dureza que toco. Mas é a cadeira que percebo e não as cores ou a dureza da cadeira. A percepção seria efectivamente impossível sem as sensações que lhe estão na base, mas a percepção é muito mais que essas sensações. Ali as mesmas sensações podem estar na base de percepções completamente diferentes no mesmo indivíduo. Ao ler um livro o que procuramos perceber é o sentido do texto. Habitualmente nesse caso não nos damos conta do vocabulário utilizado ou das construções de estilo empregadas. Nada nos impede, no entanto, de centrarmos a nossa atenção sobre o estilo, relegando para plano secundário o sentido do texto. Além disso é ainda possível lermos o texto unicamente em mira das gralhas que nele ocorrem, como normalmente faz quem corrige provas tipográficas. Ou podemos ainda olhar para o livro apenas para nos darmos conta da grafia, se os caracteres são *roman* ou *sans-serif*. As sensações são idênticas nestas diferentes percepções. Vê-se sempre a mesma coisa e, no entanto, vê-se de cada vez coisas diferentes.

As sensações não se aprendem. Temos as sensações que temos e é tudo. Mas a percepção educa-se. Educa-se musicalmente o ouvido, treina-se a vista, desenvolve-se o tacto, apura-se o gosto e aperfeiçoa-se o olfacto. A aprendizagem das percepções, isto é, aprender a perceber, a ver as coisas com olhos de ver, não é algo assim tão simples, apesar de ser fundamental.

A mediação nas sensações e nas percepções

Feita a distinção sumária entre sensações e percepções convém agora aprofundá-la através de uma análise dos meios para melhorar umas e outras. Quem vê mal procurará suprir essa deficiência com uma ida ao oftalmologista e o uso de lentes. Quem lê numa sala com falta de luz, procurará aproximar-se de uma janela, ou então utilizar um candeeiro, para ver melhor as letras. Quem lê um texto impresso em fontes muito pequenas socorrer-se-á de uma lupa. Quem ouve muito mal usará um aparelho auditivo. Um médico usará um estetoscópio para melhor escutar os sons internos do seu paciente. Em todos estes casos o que se procura é obter sensações mais claras e definidas. Os meios encontrados são directamente atinentes à fisiologia humana, aos órgãos perceptivos, com o fim de melhorar a sua actividade.

As percepções dependem das sensações, e de tal modo, que não havendo sensações, não há percepções; mas, não se reduzindo às sensações que as constituem, há meios diferentes para melhorar determinadas percepções. Ler é muito mais que ter uma boa visão das letras, e tanto o é que a diversidade de fontes tipográficas visa facilitar a leitura. A legibilidade de um texto não depende apenas das condições estritamente sensoriais, mas também de condições de tipo especificamente perceptivo, como sejam o tipo de fonte, o alinhamento, o espaçamento e o cumprimento de linhas.

A natureza simbólica das percepções

O algo mais que impede as percepções de se reduzirem às sensações em que se baseiam é a sua dimensão simbólica. As análises dos discípulos de Franz Brentano, sobretudo a fenomenologia de Edmund Husserl e a psicologia da *Gestalt* de Christian Ehrenfels, trouxeram à luz a natureza simbólica da percepção. A percepção incorpora uma constituição activa do sujeito que percebe. Quando vemos um objecto físico, uma cadeira, ou uma mesa, vemo-lo sempre de determinada perspectiva, alterando-se esta consoante os movimentos que fazemos. O objecto físico dá-se em facetas, na linguagem fenomenológica, e o todo não se reduz à soma das suas partes, na teoria morfológica. Na mesma linha de compreensão da

percepção, Charles S. Peirce dirá que ela tem uma natureza abdu-tiva, ou seja, o quadro perceptivo das sensações é traçado por uma hipótese quase intuitiva.

As ilusões ópticas, ou os desenhos que permitem diferentes in-terpretações, como a silhueta do cálice que pode ser vista como a silhueta de dois rostos frente a frente, ou as escadas que tanto podem ser vistas de uma perspectiva ascendente ou descendente, são exemplos típicos de como as percepções incorporam elementos simbólicos. Mas também, numa análise mais próxima, chegamos à conclusão de que não há percepção que não seja em parte um produto do sujeito percipiente. Ao olhar para uma mesa, de certo modo, nunca é uma mesa que vejo, mas sim um tampo, ou melhor a superfície deste, ou então uma parte do objecto, um canto, uma perna, a que chamo mesa. De qualquer modo é sempre a mesma mesa que afirmamos ter como objecto da percepção.

A passividade da experiência

Mas o que caracteriza fundamentalmente as percepções e as sensa-ções é o serem passivas (de serem sofridas). Quem sente ou per-cebe, sente ou percebe o que lhe vem do exterior, o que de certa maneira lhe é imposto pelo mundo, realidade, ou o que lhe queira-mos chamar. Ninguém determina as sensações ou percepções que tem, mas, ao contrário, é por elas bombardeado constantemente. Nisso se distinguem as percepções (e sensações) de outros tipos de representações como fantasias ou juízos. Para Kant é muito claro que a experiência (*aistesis*) é o domínio da passividade e o enten-dimento o da espontaneidade.

O computador como base perceptiva

O que caracteriza as experiências mediadas por computador é que têm uma base sensitivo-perceptiva comum, o computador; e agora já não um computador apenas em modo de texto, como no início da Internet, mas um computador com uma superfície gráfica e com pla-cas de som e de vídeo. Seja lendo um jornal, ouvindo uma rádio, ou vendo uma televisão online, seja consultar uma biblioteca científica,

ver um sítio pornográfico, enviar e receber *email*, telefonar, fazer *chat* ou vídeo-conferência, o computador é a base sensitiva de todas estas experiências. Pode o computador ter várias configurações, ser de mesa ou portátil, ter um monitor de maior ou menor resolução, isso não importa, o que importa, é que tenha um monitor para a visão e uma placa de som e altifalantes para a audição.

Como meio de análise desta base sensitiva, vale compará-la ao papel. Também este constitui um suporte visual para múltiplos tipos de experiência. Ler uma carta, ler um jornal, ler um romance, ler poesia, ver as reproduções coloridas de quadros, ver mapas, esquemas, fotografias, etc., são experiências que têm uma base sensitivo-perceptiva comum, o de serem feitas através da visão ou leitura do papel. O papel pode ser de diferentes tipos e gramagens, branco ou colorido, solto, agrafado ou encadernado em revista, folheto, caderno ou livro, o que importa é que ele constitua a base sensitiva para percepções visuais. Como veículo de comunicação o papel, ou os seus antecedentes papiro, pergaminho, etc., antecipou o monitor em milhares de anos na função de proporcionar experiências diferidas no espaço e no tempo. Os papéis que se enviavam e recebiam como cartas ou livros representavam a comunicação com interlocutores afastados, geográfica e historicamente. A revolução que a escrita representou na comunicação, a possibilidade de transcrever a oralidade, de fixar fisicamente o que era dito ou visto num determinado momento, não foi menor que a revolução telemática dos finais do Século XX e princípios do Século XXI.

A folha de papel, primeiro manuscrita e depois impressa, foi, de alguma maneira, o primeiro ecrã a dar conta de gente e terras longínquas, dos seus costumes, dos feitos e das palavras, da sua filosofia, história, cultura, religião. O papel tornou-se a janela do mundo e a imagem que temos dos sábios dos renascimento e dos primórdios da modernidade é a de homens que vivem dos livros, com os livros e para os livros. Com a imprensa nasce a Galáxia Gutenberg do *homo typographicus* com “novas formas de experiência, de perspectiva mental e de expressão”.¹ No papel podiam-se fixar as palavras ditas, as não ditas, mas pensadas – e temos os índices

¹Cf Marshall McLuhan, *La Galáxia Gutenberg. Génesis del homo typographicus*, Círculo de Lectores, Barcelona, 1998, p. 8.

dos livros proibidos! –, os relatos de viagens, de terras estranhas, as notícias vindas de além-mar, mas também os desenhos de homens, animais, castelos e paisagens. Depois veio a impressão a cor e o papel ainda pôde e pode representar melhor o mundo, o mundo da arte, por um lado, mas também, por outro, o mundo específico da imprensa cor-de-rosa. Por mais diferentes que fossem os campos, desde a carta de amor ao relatório científico, do folheto propagandístico ao documento secreto, tudo podia ser transposto para o papel e experimentar o relatado graças a ele. A diversíssima panóplia do que o papel podia transmitir convergia nas manchas da impressão sobre o papel. As sensações básicas eram e são extremamente semelhantes, mas as percepções e as experiências destas resultantes são completamente diferentes.

O computador ligado em rede comunga com o papel o estatuto de ponto de convergência onde vêm desaguar as informações de todo o tipo sobre o mundo que nos rodeia. Só que o computador ultrapassa o livro em muitos aspectos. Desde logo pela própria incorporação de tudo o que, podendo ser impresso, pode também ser digitalizado e colocado on-line e acessível na Internet. Hoje temos *email*, jornais, livros, imagens, na Internet, numa substituição digital do papel. Se a fotocópia representou um progresso assinalável na difusão da informação em papel, agora a digitalização permite que esse processo seja feito muito mais facilmente e à escala de todo o planeta. Uma vez um texto ou uma imagem colocados na Internet podem ser copiados, guardados, enviados e reenviados vezes sem conta.

Por outro lado, o computador multimédia em rede ultrapassa o papel porque junta ao texto e à imagem o som e o vídeo. Com um computador, sobretudo se ligado em banda larga, é possível aceder para além de jornais, livros e museus, também a músicas, a rádios, a televisões, telefonar e fazer vídeo-conferência. O computador juntou ao reduzido mundo visual da imagem estática do livro, o rádio, a televisão e o telefone. À imagem juntou o som e a imagem em movimento. No computador convergem hoje várias funções de comunicação e informação dispersas até agora pelos livros, pelos aparelhos de rádio e televisão, correio e telefone.

As percepções mediadas por computador

As percepções mediadas por computador limitam-se neste momento às de tipo visual e auditivo, embora se vislumbre já a possibilidade das de tipo olfactivo e táctil. Que percepções visuais e auditivas são essas? De certo modo são idênticas às percepções directas, não mediatizadas. Todos os sons podem ser gravados, tudo o que é visível pode ser fotografado ou filmado a cores, e, assim, podem ser também veiculados pelo computador. No entanto, há diferenças importantes. Um som ouvido ao vivo tem o volume que tem, volume que se impõe ao ouvinte. No caso de um computador esse som pode ser controlado no seu volume e até nas suas características de graves e agudos, por exemplo. Pode-se ouvir uma sinfonia ao vivo ou num computador, seja transmitida em directo seja ouvida indirectamente, através de gravação. O que distingue desde logo os dois tipos de percepção é a possibilidade de interferir e de controlar essas percepções no caso de serem mediatizadas e de fazê-lo através dos meios que as mediatizam. Numa sala de concerto ao vivo os sons chegam com determinado volume e timbre que os ouvintes não são livres de alterarem, a não ser que tapem os ouvidos ou alterem a distância a que se encontram da orquestra. O mesmo se pode dizer para as percepções visuais. Aliás nestas tudo fica reduzido à bidimensionalidade do monitor, bem assim como às respectivas polegadas de diâmetro.

Por outro lado, as percepções mediadas por computador podem-se dividir em dois tipos: as percepções já mediadas por outros meios, como a imprensa, a rádio, a televisão ou o telefone, e que o computador se limita a copiar; e as percepções específicas dos computadores, novas, não possíveis de experimentar por outros meios. Teremos neste caso as percepções que integram o elemento da interactividade. Embora já presentes de maneira incipiente na televisão, mas que a televisão digital virá seguramente incrementar, os elementos interactivos, de escolha, selecção, e configuração, são já um elemento chave da maneira como vemos e lidamos com os computadores.

Um texto pode ser visualizado e lido na televisão; e sabemos como no teletexto há uma forte componente de interactividade, à

semelhança aliás de um browser de navegação na Internet. Mas é difícil conceber uma biblioteca on-line na televisão, algo que se tornou bastante trivial na Internet.

O que caracteriza, porém, as novas formas de experiência na rede é, mais do que novas percepções, a combinação revolucionária dos diferentes tipos de percepção, e nomeadamente da interactividade. Na escrita de um texto pode-se facilmente averiguar como uma percepção se altera radicalmente se em vez de se utilizar a velha máquina de escrever se utilizar um computador. As possibilidades de alterar o texto, de apagar, copiar e colar, de o formatar, de um modo extremamente simples e rápido, alteram a percepção da escrita. Mas para analisar melhor as experiências mediadas por computador o melhor será analisar uma experiência hoje típica da cultura das redes, a de uma biblioteca on-line.

Fenomenologia de um caso concreto

Estou em casa, sentado à minha secretária, em frente ao portátil. Sei que para aceder à biblioteca on-line que pretendo preciso de ter o computador ligado à Internet e que tenho de abrir um programa chamado browser. Com esses meios tanto posso aceder a um jornal on-line, à página de uma universidade, à página pessoal de um amigo, mas é uma determinada biblioteca on-line que pretendo. No local próprio coloco o URL da biblioteca. No ecrã do computador aparece a página inicial da biblioteca qual hall de entrada virtual. A partir daqui posso procurar os títulos por temática, por autor, por título, por escola por ano. Obviamente tomo como exemplo a BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (<http://www.bocc.ubi.pt>, onde está parte do meu trabalho ao longo dos últimos 3 anos).

Encontro um título que me agrada, cliço nele e o texto correspondente começa a aparecer no meu computador. No ecrã aparece o título e uma vintena de linhas, mas sei pela barra lateral do browser que o texto é muito mais extenso. Posso fazer o scroll do texto, avançar mais umas tantas linhas, aumentar o corpo de letra do texto para ler melhor, etc. Vejo que o texto afinal não me interessa, faço uma nova pesquisa pela biblioteca à procura de ou-

tros textos ou autores. Encontro um do meu agrado, interessa-me, gravo-o no meu disco duro para um eventual acesso posterior, mais rápido e off-line, ou então imprimo parte do texto ou o todo.

Podemos relacionar estas experiências com as experiências análogas a uma biblioteca física (não digo real!!). Aqui em vez de me assentar à secretária e de ligar o computador, desloco-me à biblioteca em causa, por exemplo à biblioteca da Faculdade da Universidade Católica, posso dirigir-me aos catálogos, cada vez mais aos terminais de computador com os ficheiros organizados em bases de dados – os catálogos de fichas são já uma relíquia do passado – ou então vou directamente à secção de livros que me interessa e procurar nas estantes os livros. Um livro chama-me a atenção, pelo título, pelo formato, pela lombada, não importa pelo quê, tiro-o da estante, abro-o, vejo o índice, afinal não me interessa muito, volto a colocá-lo na estante, retiro outro, que me interessa, levo-a para uma mesa de leitura, sento-me, verifico que efectivamente é um livro importante para o trabalho que estou a fazer, decido fazer a fotocópia de dois ou três capítulos que acho cruciais, vou à máquina de fotocópias, devolvo o livro, venho-me embora.

Obviamente que apesar de todas as analogias, a consulta de uma biblioteca on-line é muito diferente da visita a uma biblioteca física. Imaginemos até que o acervo das obras é exactamente o mesmo.² Podemos consultar exactamente os mesmos livros, melhor, os mesmos textos, mas as experiências são muito diferentes. Num lado estou sempre sentado à secretária, olhando para o mesmo monitor, servindo-me sempre do teclado e do rato, na biblioteca física, tenho de percorrer corredores, vejo estantes cheias de livros (nas bibliotecas de livre acesso, claro), tenho de usar uma escada para chegar a um livro colocado numa prateleira mais alta, curvar-me para ver as lombadas dos livros das prateleiras do fundo.

Desçamos agora às percepções que enformam as diferentes experiências. Numa primeira abordagem, ao nível das sensações, temos percepções completamente distintas, do que ninguém du-

²Podemos mesmo imaginar que a biblioteca on-line consiste de ficheiros pdf feitos a partir dos livros existentes na biblioteca física, como acontece em gallica.bnf.fr e que, portanto, podemos até dar-nos conta dos pequenos riscos existentes nos livros físicos.

vida, mas, a um nível mais elaborado, quando nos concentramos no próprio texto, verificamos que a percepção do texto é similar num e noutro caso. Tal como é possível ler os mesmos textos sob formas diferentes, diferentes caracteres tipográficos, em edições de bolso ou luxuosas, e, às tantas, abstraímos do suporte sensível mediante o qual chegamos ao texto, da mesma forma podemos ler um texto, um artigo, no papel de um jornal ou de um livro ou então num ecrã. A percepção do texto é uma percepção própria, diferente das sensações que lhe subjazem e a tornam possível, e é a mesma percepção que ocorre tanto no ecrã como no papel físico. As palavras são as mesmas, as frases, os parágrafos, etc. É uma percepção bem real e positiva. Não cabe ao nosso arbítrio determinar as palavras, registamo-las passivamente.

Se a percepção de leitura de um texto é uma percepção comum, esteja esse texto on-line ou num livro físico, com determinado peso, tantas páginas, etc., o mesmo se passa relativamente a outras actividades que caracterizam a experiência de consultar uma biblioteca, seja ela on-line, ou esteja ela num edifício e composta por milhares de volumes. Uma biblioteca tem o espólio que tem, e disso dou-me conta por uma percepção, tem os catálogos que tem, o tipo de indexação que tem, etc., etc., coisas de que me dou conta e a partir das quais determino a minha acção. Também uma biblioteca on-line tem o espólio que tem, os índices que tem, etc., etc. São dados que o utilizador regista e não determina.

Semelhanças e diferenças das experiências mediadas e das não mediadas

O campo das experiências mediadas, como o caso da experiência de uma biblioteca on-line, é balizado pelas experiências imediatas. A leitura de um jornal on-line tem não só obviamente semelhanças com a leitura de um jornal impresso, como também segue o seu figurino. As razões destas semelhanças advêm desde logo do facto de os produtos on-line, daquilo que se experimenta pela rede, copiarem os produtos tradicionais, como jornais, rádios e revistas. Se os produtos são análogos, não admira que a forma de os experimentar

seja também análoga. Por outro lado, mesmo em novos tipos de experiência on-line é-se levado sempre a recorrer a tipos conhecidos e habituais para lidar com essas novas experiências.

As formas básicas de experiência não se alteram por estas passarem a ser mais e mais mediadas. O progresso tecnológico retira o homem cada vez mais do imediato e situa-o no mediato. Mas isso mais não é do que o processo cultural em que o homem se distancia progressivamente do estado meramente natural da sua condição física e fisiológica. Com as redes informáticas a moldarem crescentemente as formas como se vive e experimenta, nas múltiplas formas do ser e do estar do homem no mundo, seja no tele-trabalho, seja na comunicação com os outros, *email*, *chat*, *netmeeting*, na informação ou no entretenimento, alcança-se um novo patamar na experiência humana. O homem continua a dispor das mesmas capacidades sensitivas e perceptivas já analisadas pelos filósofos gregos, os primeiros a apresentarem uma teoria da experiência. No fundo há uma analogia essencial subjacente à diversidade e multiplicidade das experiências: é o mesmo homem que vê, ouve e sente directamente o mundo que o rodeia sem quaisquer meios instrumentais ou que o vê, ouve e sente através de meios técnicos sofisticados. Os horizontes deste mundo, e os paradigmas da sua experiência, é que se alteram. O que sabemos hoje do mundo é através dos meios de comunicação e mais e mais através da comunicação on-line.

Fundamentalmente é o horizonte da percepção que se altera com a comunicação on-line. A percepção do quer que seja pode agora perspectivar-se da percepção on-line. Por um lado, é possível reter, mais do que jamais se pensou, a imagem e o som do que foi percebido, pela via da gravação digital. A miniaturização dos equipamentos, a facilidade e rapidez de transmitir as gravações em formato digital, o impressionante aumento e não menos extraordinário baixo custo das capacidades de armazenamento, constituem um elemento presente, pelo menos enquanto possibilidade, de qualquer percepção visual ou auditiva. O modo como se vê um jogo de futebol ou qualquer outro evento desportivo é balizado pela possibilidade de o visionar a posteriori de outras perspectivas. Quando vemos ou ouvimos algo hoje é sempre sob o signo da possibilidade de haver uma câmara de filmar por perto. Mesmo quando olha-

mos para as coisas fazemo-lo muitas vezes como se as víssemos da perspectiva de um objectiva.

Por outro lado, aumentam em número e em importância as percepções mediadas digitalmente e veiculadas pelas redes. Ora aqui é possível voltar, em princípio, sempre a elas. À partida sabemos que o objecto das experiências mediadas pela rede podem ser objecto de novas percepções, repetidamente e em outros espaços, por nós ou por outros. A percepção é um acto único, feito num determinado momento e num determinado lugar, mas o que é dado na percepção é guardado digitalmente, podendo vir a ser reproduzido vezes sem conta.

É claro que haveria que distinguir aqui o objecto da percepção enquanto entidade própria e enquanto elemento integrante do acto perceptivo, como o fez a fenomenologia. Mas isso terá de ficar para uma outra análise. O que importa realçar desde já é que a percepção do carácter único de certos eventos é hoje substancialmente alterada pela possibilidade de os rever mais tarde gravados, e não apenas na memória.

E-publishing ou o saber publicar na Internet

António Fidalgo
Universidade da Beira Interior.
E-mail: fidalgo@ubi.pt

Algumas confusões e erros à mistura

Confunde-se tipografia com o escrever em letra de imprensa num computador. Com os modernos processadores de texto, *Word*, *Wordperfect*, etc., qualquer pessoa, que saiba mexer em computadores, formata os seus próprios textos, escolhe o tipo de letra, o espaçamento entre linhas, o tamanho dos títulos, a largura das margens, e o *layout*. Ora a tipografia é uma arte centenária e a maior parte das pessoas que escrevem em computadores não domina essa arte. O resultado das incursões tipográficas dos leigos não é, nem poderia ser, brilhante. Normalmente usa-se e abusa-se das capacidades técnicas dos processadores de texto sem o mínimo critério tipográfico. Dois ou três exemplos mostram isso. Misturam-se fontes, o espaçamento entre linhas não corresponde ao tamanho das fontes, e a mancha do texto normalmente não obedece a qualquer critério.

Ora a mancha do texto deve adequar-se ao tamanho da folha de papel, e há velhas fórmulas que permitem fixar a mancha.¹ Por outro lado, sendo o tamanho de folha o A4 a mancha é usualmente demasiado larga, fazendo com que uma linha tenha 80 até 90 caracteres. Ora esse cumprimento é por demais longo, dificultando a passagem de uma linha para a seguinte, ou seja terminando a leitura de uma linha à direita, saltar para o início à esquerda da linha seguinte. Quanto mais curta for a linha mais fácil se torna passar de uma linha à seguinte. Não é por acaso que as páginas dos livros

¹Cf. Robert Bringhurst, *The Elements of Typographic Style*, Hartley & Marks, Vancouver, 1 edition, 1992, em particular o capítulo *Shaping the Page*, pgs 129-162.

de maior dimensão – os dicionários são um bom exemplo – têm um layout com duas ou mais colunas.

Basta comparar a página de um livro tradicional, impresso segundo as velhas normas tipográficas, e a página de um trabalho escrito a computador e impresso numa impressora a laser, para ver que há grandes diferenças entre uma e outra. É evidente que o tamanho das folhas A4, de 29,7 centímetros de altura e 21 centímetros de largura não é o mais indicado para criar uma mancha tipográfica típica. De qualquer modo pode melhorar-se em muito a forma como se formatam os textos em computador e se imprimem. Aliás, sendo o papel um bem precioso em tempos passados, um livro de qualidade caracterizava-se justamente por ter largas margens, onde o leitor poderia fazer abundantes e extensas anotações.

Os *bits* e o papel

Há certamente uma disfunção ou até mesmo uma esquizofrenia entre a enorme facilidade de publicar a informação na Internet e a extrema pobreza gráfica da sua apresentação e, ainda pior, da respectiva impressão. Se os aspectos tipográficos são secundarizados em textos compostos por computador, o panorama ainda é mais sombrio quando esses textos são disponibilizados na Internet em linguagem html. Ora esta disfunção prejudica em muito a eficiência dos textos *online*. Ninguém se dará ao trabalho de ler no ecrã um artigo de mais de dez mil caracteres, o correspondente a cinco páginas A4 impressas em formato tradicional, com uma fonte de 12 pontos e um intervalo de espaço e meio. As pessoas normalmente imprimem esse artigo para o lerem no suporte de papel, a que estão habituadas, e que ainda constitui provavelmente o suporte mais adequado a uma leitura atenta e proveitosa.

Começa a ser frequente sítios na Internet, nomeadamente jornais e revistas *online*, disponibilizarem os seus textos em diferentes formatos, o primeiro para o ecrã e o segundo adequado à impressão. É a prova provada de que a versão de ecrã serve como apresentação primeira do tema ao visitante do sítio, e que, querendo esse visitante ler o texto com detenção, o deverá imprimir e ler no suporte papel.

A melhoria das impressoras, o embaratecimento extraordinário que a tecnologia de impressão laser representa relativamente à impressão a jacto de tinta, os *drivers* de impressão que permitem a impressão de apenas páginas pares ou ímpares (podendo neste caso, imprimirem-se primeiro as ímpares e depois, virando as folhas, as pares), a recente introdução de impressoras que imprimem frente e verso das folhas, são factores extremamente importantes a ter em conta para quem disponibiliza textos *online*. É possível, com meios triviais e baratos de impressão, obter uma qualidade gráfica aceitável na informação recolhida a partir da Internet. Sem dificuldades de maior poder-se-á ter um texto em folhas impressas de um e do outro lado, poupando em papel e em espaço na estante. Quer isto dizer que, ao colocar textos na Internet, é necessário dar um passo mais, isto é, pensar no leitor, no modo de como este poderá corporizar da melhor forma possível os *bits* visíveis do ecrã numa mancha sobre o papel.

Processadores de texto *versus* tipografia

Os processadores de texto seguem a lógica da máquina de escrever e não podem ser confundidos com programas de DTP (*Desktop Publishing* = composição gráfica) de que os mais conhecidos serão eventualmente o *Pagemaker* e o *QuarkXPress*.

Obviamente que as mais recentes evoluções dos processadores de texto os capacitam de funcionalidades que ainda há poucos anos estavam reservadas aos programas especializados de composição gráfica, mas a lógica subjacente aos processadores de texto, nomeadamente o *Word* da Microsoft, e sobretudo a habituação dos seus utilizadores, é a da máquina de escrever, de ir inserindo texto linha após linha, e – grande vantagem dos computadores! – de facilmente proceder a correcções, de apagar texto, e de deslocar blocos de texto, palavras, linhas ou parágrafos de um lado para o outro.

Por outro lado, os processadores de texto são mais ou menos intuitivos, com uma aprendizagem rápida, ao contrário dos programas de composição gráfica, que exigem não só uma aprendizagem técnica, mas também uma aprendizagem tipográfica. Os programas podem ser muito bons, excelentes mesmo, mas o resultado depen-

derá sempre do saber profissional e da sensibilidade artística do compositor. Aliás a qualidade gráfica das fontes, a composição das linhas e dos parágrafos, a hifenização, é muito superior quando feita num programa especializado do que num processador de texto, por mais evoluído que seja. Compare-se, a título de exemplo, o mesmo texto, com o mesmo *layout*, feito em *Word* e feito em *Pagemaker* e ver-se-á de imediato a diferença de qualidade.

O que se requer a quem decida proceder à publicitação própria dos seus escritos, sem o recurso a uma editora ou tipografia, é que o faça de uma forma o menos desajeitada possível, e recorra a instrumentos relativamente acessíveis, de modo a que o resultado corresponda de algum modo ao esforço dispendido.

Esta proposição tem tanto mais cabimento quanto a difusão pela Internet vem ganhando um relevo crescente na publicitação de textos, nomeadamente de textos científicos. Daí que seja meu propósito, aqui, indicar alguns instrumentos e modos de os utilizar para proporcionar uma publicitação mais adequada, seja mediante papel, seja utilizando a Internet como veículo de distribuição.

***Latex* ou a tipografia para leigos**

Latex é um programa que reúne as funções de simples editor de texto e de composição gráfica. Habitualmente é entendido como um programa destinado a escrever fórmulas científicas, utilizado sobretudo por matemáticos, físicos e engenheiros.

Se bem que isso fale a favor do programa, é um erro reduzi-lo a um editor de fórmulas algébricas e outras que tais. Muito mais do que isso, *Latex* é um programa universal que se presta à composição de cartas, artigos e livros. É justamente nas suas capacidades tipográficas que me irei aqui concentrar. Aliás, reza a história da criação de Tex (que está na origem do *Latex*!) que foi por não gostar da correcção de provas do seu segundo livro que Donald Knuth avançou para a criação de uma linguagem de programação que permitisse fazer aquilo que os compositores tipográficos faziam.

Aliás neste texto não irei tocar sequer o modo matemático do *Latex*, mas concentrar-me unicamente naquilo que é de interesse sobretudo para os textos típicos das humanidades e das ciências

sociais.

O *Latex* é, de começo, um editor de texto, e, neste sentido, é igual a qualquer programa que se limita a guardar os ficheiros sob o formato .txt. Neste caso o programa é uma simples máquina de escrever electrónica, onde se insere simplesmente texto. Aliás o formato dos textos de *Latex*, caracterizados por terminarem em ...tex, é o formato de .txt e como tal podem ser abertos e trabalhados por quaisquer processadores de texto, incluindo o *Word* da Microsoft. Pode-se perfeitamente escrever os textos para *Latex* em *Word*, beneficiando com isso dos dicionários que normalmente vêm associados a este programa. A vantagem é que os ficheiros de ...tex são muitíssimo mais pequenos que os ficheiros de .doc.

O que distingue o *Latex* de um processador normal de texto é que é ele próprio que faz a tipografia, isto é que ajusta as margens, que formata a mancha e os parágrafos, que estabelece a relação entre o tamanho de fontes do corpo, das notas de rodapé e dos títulos, que faz o índice, que administra e uniformiza toda a bibliografia, etc.

WYSIWYG ou a pressa do resultado

O funcionamento actual dos processadores de texto é o que se convencionou chamar *WYSIWYG*, isto é, *what you see is what you get*, querendo com isso dizer que o se vê no monitor do computador é justamente aquilo que vai sair na impressora. Um utilizador quer colocar uma palavra em itálico ou em negrito e isso aparece imediatamente no texto, quer introduzir uma nota de rodapé, e ela aparece logo no fundo da página. Ora no caso do *Latex* não é isso que acontece. O utilizador limita-se a escrever texto e a declarar quais as palavras que devem surgir em itálico ou a negrito, qual o texto que deve aparecer em nota de rodapé, sem visualizar o resultado nesse preciso momento. Contudo, pode fazer uma espécie de *print-preview* e ver qual o resultado.

Neste aspecto, e noutros, a linguagem de *Latex* assemelha-se à linguagem html da *World Wide Web*, a linguagem franca da Internet. O resultado aparece *a posteriori*.

Convém aqui chamar a atenção para um facto, melhor um erro,

corrente nos textos feitos em processadores de texto, e filhos da pressa do *WYSIWYG*. Em quase todos estes textos há uma falta de uniformidade no que toca a títulos, espacejamentos, referências bibliográficas, etc. É que o critério aqui é meramente subjectivo, o olho. O tamanho de fontes varia, sobretudo quando se trata de títulos, a colocação do título na página ora se situa mais acima ora mais abaixo na página, o parágrafo a seguir a um título ora tem um espaço maior ora menor, que pode ser o espaço de um ou de dois, ou de três parágrafos. Quanto maior for o texto, maiores são as hipóteses de falta de uniformidade ao longo do documento. Ora é justamente isso que um programa como o *Latex* evita e que o torna adequadíssimo para um trabalho académico como uma tese de mestrado ou de doutoramento. Como essas formatações são feitas pelos mesmos comandos, e não a olho, o resultado será igual em todo o documento.

Publicar na Internet

Para quem hoje quiser efectivamente publicar os seus textos, torná-los acessíveis ao público, não há dúvida que a sua disponibilização na Internet é a forma mais barata, mais rápida, e mais abrangente. Quantos e quantos artigos científicos não são publicados em revistas de especialidade que vão na grande maioria acabar em estantes de bibliotecas. Quase se pode falar de cemitérios de artigos científicos. Ao contrário, *online*, o artigo está disponível, a qualquer hora, de qualquer lugar, para qualquer pessoa, em qualquer computador ligado à Internet.

Mas para alguém colocar os seus textos na Internet tem de os formatar em *.html*, e isso consegue-se com programas especializados, muito embora os próprios processadores de texto mais evoluídos – e aqui há que novamente referir o *Word* da Microsoft – tenham a possibilidade de converter um ficheiro *.doc* num ficheiro *.html* e, assim, poder ser posto *online*. Há programas melhores, outros piores, para trabalhar em *html*, os chamados editores de *html*, de que os mais conhecidos serão porventura o *Frontpage* da Microsoft e o *Dreamweaver* da Macromedia. Com esses programas o texto pode ser formatado, tabelado, podem-se inserir gráficos, etc. Pode

de facto considerar-se que esses editores são para a Web o que os programas de DTP são para a composição gráfica. Mas esses editores estão sobretudo vocacionados para uma apresentação gráfica no ecrã, o que é diferente de uma preparação adequada dos textos para a sua disponibilização *online*.

Uma disponibilização otimizada de textos *online* na Internet obriga a que sejam colocadas duas versões: uma para ser consultada *online* e outra destinada a ser impressa. A primeira deverá estar em formato .html – isto é quase uma verdade de *La Palisse!*, – que tem desde logo a vantagem de começar a ser carregada de imediato. É a linguagem universal da Internet, acessível a qualquer *browser*, e sem que seja necessário qualquer outro programa para visionar o texto no ecrã e para o imprimir. A segunda versão deve ser a versão tipográfica, destinada a ser impressa. Aqui a Internet deverá apenas cumprir a função hoje exercida pelas tradicionais distribuidoras de livros.

As duas versões, tanto a versão de ecrã, como a versão tipográfica, devem obedecer a critérios específicos. Para a versão de ecrã convém utilizar a tecnologia de hipertexto, permitindo que mediante um índice inicial, remetendo por links para as partes indicadas, se possa aceder rápida e confortavelmente à parte, capítulo ou secção desejada do texto. Se o texto for longo, o melhor será dividi-lo por capítulos, acessíveis, por hipertexto, a partir do índice. Quanto à versão tipográfica, convém que cumpra os requisitos da boa tipografia, já aqui enunciados. A melhor forma de o fazer é fazê-lo através de ficheiros em .pdf, que num único ficheiro incluem texto, figuras, gráficos e tabelas. Para além de, como se disse, possibilitarem uma impressão profissional do texto, têm também a vantagem de poderem ser guardados num único ficheiro (ao contrário da versão em .html, que muitas vezes, sobretudo quando inclui figuras e gráficos, obriga à criação de uma pasta com diferentes ficheiros).

Trabalhar com *Latex* tem a vantagem de se exportar o ficheiro directamente em .pdf, e à medida que se elabora o texto ir vendo, ao jeito de *print-preview*, como será o resultado justamente em ...pdf. A juntar a essa vantagem, há a possibilidade de exportar o ficheiro em .tex para .html através de um programa muito simples, o *latex2html*. Ou seja, escrevendo um texto em *Latex* conseguem-se

simultaneamente vários objectivos: 1 – obtém-se um excelente resultado tipográfico; 2 – o ficheiro pode ser exportado no formato de .pdf, que mais e mais se vem tornando num formato universal para a partilha de textos mais complexos, que incluem fórmulas, gráficos, etc.; 3 – obtém-se uma versão em formato .html destinado à Web.²

Um exemplo concreto do que aqui acabo de expor, de publicar na Internet sob os dois formatos na Web, encontram-se nos últimos textos colocados na Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, <http://www.bocc.ubi.pt>, e que aparecem nas novidades.

É óbvio que não basta saber fazer a composição gráfica dos textos da forma mais profissional, disponibilizá-los na Web sob os formatos mais adequados, para que tenham uma boa difusão, ou melhor, a maior difusão possível. Aqui passa-se o mesmo que no mundo tradicional dos livros, de editores, tipografias, distribuidoras e livreiros. Um livro pode ser excepcional, quanto ao conteúdo, estar primorosamente composto e impresso, mas o seu êxito irá depender sobretudo da sua distribuição. Cada vez mais o sucesso de um livro depende da sua distribuição. O mesmo se passa na Internet. O texto mais pertinente, mais bem composto e paginado, não será bem publicitado se for disponibilizado numa página pessoal. Há sítios na Internet que têm milhões de visitantes por dia e outros que têm uma meia dúzia por mês. Quanto à distribuição o ideal é disponibilizar o texto num sítio apropriado e isso depende, evidentemente, da natureza do texto. Mas esse é um outro assunto, que vai além da problemática aqui abordada. Saber formatar um texto para a Internet é uma condição necessária, mas não é certamente uma condição suficiente. Ou seja, deve saber-se fazer, mas isso não significa que o trabalho acabe aí. Outros passos terão de ser dados, e enumero apenas alguns: disponibilização do texto num sítio que ofereça garantias de continuidade (muitos textos anunciados na Internet deixaram de estar acessíveis porque os sítios e os

²Diga-se que estes objectivos também podem ser conseguidos de outra maneira, e até de uma maneira mais intuitiva. O *Word* da Microsoft, entre outros processadores de texto, também exporta os ficheiros em formato .html e, associado a outros programas, como o Adobe Acrobat (que não é o mesmo que o Acrobat Reader!) também exporta sob o formato .pdf.

servidores em que estavam alojados deixaram de funcionar), publicação do texto em *mailing-lists* e em revistas da especialidade, sobretudo através de *links* directos para o *url* do texto em causa, etc., colocação do texto em bases de dados de bibliotecas *online*, sobretudo de temáticas afins às do texto em causa.