

A LIGAÇÃO ÀS REDES TELEMÁTICAS E AS NOVAS FORMAS DE SOCIABILIDADE

Ana Sofia Marcelo*

RESUMO

O presente artigo tem por objectivo caracterizar o universo comunicacional que emerge da ligação às redes telemáticas e, em particular, à *Internet*. Neste âmbito, a nossa reflexão incidiu sobre as implicações sociais dos novos *media*, ao nível da análise do ciberespaço - espaço de interacção social, onde se desenvolvem as comunidades virtuais -, numa tentativa de compreender o contexto sócio-cultural da Era Digital, de onde parece irromper um novo Homem: o “*Ser Digital*”.

Palavras-chave: comunidade virtual, cibercultura, globalização, ciberespaço, sociabilidade.

ABSTRACT

The present article aim at characterising the communicational universe that emerges from the connection to telematic nets, and particularly to the *Internet*. In this context, our reflection fell upon the social implications of the new media, within the context of cyberspace – a space of social interaction where virtual communities develop – with the purpose of understanding the socio-cultural context of the Digital Era, out of which a new Being seems to arise – the *Digital Being*.

Key-words: virtual community, cyberculture, globalization, cyberspace, sociability.

1 - INTRODUÇÃO

O presente artigo está estruturado da seguinte forma: numa primeira parte procederemos à análise das formas tradicionais de sociabilidade, onde destacaremos a teoria de Thompson sobre as formas de interacção: (a) “interacção face a face”, (b) “interacção mediada” e (c) “interacção quasi mediada”. Em seguida, efectuaremos uma breve análise sobre o fenómeno da *cultura de massas* e as implicações na forma como os indivíduos se relacionam com a técnica, segundo a perspectiva apresentada por Theodor Adorno e Max Horkheimer no texto intitulado «A Indústria Cultural». Na terceira parte será objecto de análise a relação do indivíduo / técnica, no contexto das novas tecnologias da comunicação - “Era Digital”. Após esta reflexão será o momento de analisarmos, na quarta parte deste

* Docente na Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova

artigo, as implicações que o novo contexto comunicacional tem no âmbito das formas de sociabilidade estabelecidas entre os actores sociais da nova Era, segundo quatro vertentes: a) o ciberespaço (subversão das noções ancestrais de espaço e tempo); b) a comunidade virtual (inauguração de novas formas de sociabilidade); c) a cibercultura (cultura emergente) e d) o paradoxo da “aldeia global” de McLuhan (global versus local).

2 - AS FORMAS TRADICIONAIS DE SOCIABILIDADE

A vida em sociedade desenvolve-se num espaço reticular em que os diversos actores sociais estabelecem entre si, de uma forma deliberada, um conjunto de «... *laços, mais ou menos sólidos e exclusivos...*» (Baechler, 1995, p.68). No âmbito destas relações os sujeitos procuram ser sociáveis uns com os outros.

De acordo com Baechler o conceito de sociabilidade pode ser definido como «... *a capacidade humana de estabelecer redes, através das quais as unidades de actividades, individuais ou colectivas, fazem circular as informações que exprimem os seus interesses, gostos, paixões, opiniões...: vizinhos, públicos, salões, círculos, cortes reais, mercados, classes sociais, civilizações...*» (1995, p.57). A análise deste conceito implica que nos debrucemos, ainda que superficialmente dada a complexidade do tema, sobre as diversas formas de interacção social.

A forma de interacção social mais elementar neste espaço reticular é aquela em que os indivíduos interagem uns com os outros, através da partilha do mesmo contexto espaço-temporal, numa relação face a face. De acordo com Thompson (1995) a “interacção face a face” possui uma série de características entre as quais se destacam, para além do já referido contexto de “co-presença”, o facto de ser dialógica, ou seja, implica um fluxo de informação nos dois sentidos, em que os sujeitos da relação, no decorrer da mesma, trocam de papéis, de emissor e receptor respectivamente.

Nesta forma de interacção, os interlocutores têm à sua disposição um conjunto de indicadores (“cues”) simbólicos como sejam os gestos, sorrisos etc., que acompanham o desenrolar da situação interaccional e que permitem monitorizar as respostas dos outros participantes, reduzindo assim a ambiguidade e facilitando a compreensão da mensagem.

A “interacção face a face” pode assim ser determinada pelo conjunto de indicadores que acompanham esta forma de interacção e que permitem ao emissor aferir o grau de compreensão da mensagem por parte do receptor.

Com o aparecimento da imprensa no século XVI, e mais tarde (séculos XIX e XX) com a emergência dos meios electrónicos, e em especial da televisão, surgem as formas de interacção mediada. O impacto suscitado pelos novos dispositivos comunicacionais na sociedade traduziu-se no facto dos indivíduos utilizarem, cada vez mais, outras fontes para adquirirem conhecimentos / informação, em detrimento das fontes tradicionais, ou seja, os indivíduos com quem se relacionavam no dia a dia. Esta situação resultou no nascimento de novas formas de interacção social definidas por Thompson (1995) como “interacção mediada” e “interacção quasi mediada”. A análise destas formas de interacção adquire uma maior complexidade, comparativamente com a análise da forma de “interacção face a face”, visto que os actores sociais podem estar situados em contextos espaço temporais muito diferentes.

O impacto das novas tecnologias comunicacionais na forma como os indivíduos se relacionam no contexto social, e o aparecimento de formas de interacção mediadas, em particular a “interacção quasi mediada”, é objecto de análise muito pertinente por parte de alguns autores, como Thompson, que nos deixam testemunhos preciosos da forma como o Homem se relaciona com a técnica.

Na forma de “interacção mediada” como seja, por exemplo, a estabelecida numa conversa telefónica, a relação social entre os vários sujeitos é mediada pelo dispositivo

técnico, o que invalida, por exemplo, a partilha do mesmo contexto espacial. Desta forma observa-se uma restrição dos indicadores simbólicos, como os gestos (que abundam na “interacção face a face”), o que proporciona poucos meios para reduzir a ambiguidade.

A terceira forma de interacção apresentada por Thompson (1995) como “quasi mediada” define as formas de relação social estabelecidas entre os sujeitos, através dos meios de comunicação de massas. Uma característica distintiva desta forma de interacção prende-se com o facto de ser monológica, isto é, a informação flui apenas num sentido, acentuando a assimetria entre os sujeitos da relação, produtores e receptores, respectivamente. Sendo assim, não permite a reciprocidade e o envolvimento completo dos indivíduos, o que não invalida que seja uma forma de interacção tão genuína como as apresentadas anteriormente, na medida em que também define uma situação na qual os actores sociais são parte integrante de um processo comunicacional.

Distingue-se também das anteriores formas de interacção porque, neste caso, os indicadores simbólicos são transmitidos por uma série indefinida e indeterminada de potenciais receptores, verificando-se por parte dos produtores uma impossibilidade de monitorização. Esta ausência de monitorização relativamente às respostas dos outros, na forma de “interacção quasi mediada” pode ser perspectivada sob uma dupla vertente: por um lado habilita os participantes a uma espécie de criatividade interaccional; por outro constrange os participantes na medida em que constitui uma fonte de incerteza.

Do ponto de vista dos produtores, a ausência de monitorização das respostas dos receptores constitui, por um lado, uma forma de determinarem livremente os conteúdos da interacção sem prestarem atenção às respostas dos receptores; por outro lado constitui uma potencial fonte de incerteza, visto que estão privados de receberem formas de “feedback”, que lhes permitiriam determinar a forma como as suas mensagens estão a ser recebidas e compreendidas pelos receptores.

Do ponto de vista dos receptores, a ausência de monitorização representa por um lado a liberdade de determinarem o grau de atenção que prestam aos produtores, não se sentindo constrangidos, como na forma de “interacção face a face”, pela presença do “outro”. Os receptores podem, assim, controlar a natureza e a extensão da sua participação na “interacção quasi mediada” com o objectivo de suprirem as suas necessidades, mas, por outro lado, têm muito pouco poder para intervir nesta forma de interacção, pois, as suas eventuais respostas não atingem o emissor, nem afectam o conteúdo da “interacção quasi mediada”.

A tele-visibility é outra característica não menos importante desta forma de interacção, que combina a presença audiovisual com a distância espaço-temporal. Sendo assim, os produtores estão presentes perante os receptores, mas ausentes do contexto da recepção (os produtores podem ser vistos e ouvidos, mas não podem ver nem ouvir os receptores; os receptores pelo contrário podem ver e ouvir os produtores, mas não podem ser vistos nem ouvidos por eles). A combinação distinta da presença e da ausência é parte constituinte desta relação deveras peculiar: os receptores são anónimos e invisíveis espectadores de uma *performance* para a qual eles não podem contribuir directamente, mas que sem eles não poderia existir. A relação estabelecida entre produtores e receptores é definida como uma ligação de mútua dependência, apesar da natureza dessa dependência variar de caso para caso.

Thompson (1995) para explicar o impacto dos meios de comunicação de massas na relação social vai utilizar os conceitos definidos por Goffman de “front region” e “back region”. Segundo Thompson (1995), qualquer relação social tem lugar num determinado enquadramento interactivo, que implica que os sujeitos assumam determinadas convenções. Os sujeitos da relação social adaptam o seu comportamento a este enquadramento interactivo, procurando projectar uma imagem que pensam ser do agrado do seu interlocutor, aquilo que Goffman (*apud* Thompson, 1995) designa por “front region”. Todos os aspectos do comportamento do sujeito que sejam inapropriados, ou que possam ser do desagradado do seu interlocutor, e que não correspondam à imagem que o sujeito procura projectar, são

anulados numa “back region”.

Nas formas de interação mediada, os sujeitos estabelecem um enquadramento interativo que consiste em duas ou mais “front regions”. A cada uma destas “front regions” corresponde, por sua vez, uma ou mais “back regions”, o que exige dos participantes desta forma de interação, uma vez que se situam em contextos espaço-temporais diferentes, um grande esforço para gerirem os limites entre estas regiões.

No caso da “interação quasi mediada” o enquadramento interativo está fragmentado. As formas simbólicas são produzidas num contexto, que Thompson (1995) designa por “enquadramento interativo da produção” e recebidas numa multiplicidade de outros contextos, “os enquadramentos interativos dos receptores”. Visto que a informação flui apenas num sentido, a “front region” do “enquadramento interativo da produção” está disponível aos receptores e existe assim uma “front region” para os “enquadramentos interativos da recepção”. Mas, o contrário não acontece, ou seja, as regiões na esfera da recepção não colidem com o “enquadramento interativo da produção”, e assim não são em sentido estrito “front regions” e back regions” em relação a esse enquadramento.

A apresentação destas formas de interação não é estanque, o próprio autor sugere a possibilidade de que outras formas podem surgir com o desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação. Fica um capítulo em aberto para o nascimento da “Era Digital” e para as implicações que a ligação às redes telemáticas terão na forma como os indivíduos interagem neste novo universo comunicacional, que coloca na *interactividade* todo o seu potencial.

3 - A CULTURA DE MASSAS - RELAÇÃO HOMEM / TÉCNICA (ESCOLA DE FRANKFURT)

«El mundo entero es conducido a través del filtro de la industria cultural»

(Adorno & Horkheimer, 1994, p. 171).

Em 1947 dois dos mais ilustres intelectuais, membros do Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt, Theodor Adorno e Max Horkheimer, propuseram no texto «A Indústria Cultural», no âmbito da Teoria Crítica, uma importante análise sobre o fenómeno da cultura de massas, a redução do indivíduo à passividade, e a consequente atrofia da sua vida relacional.

Com este texto, os autores procuraram que a crítica sobre o fenómeno da cultura de massas se definisse no âmbito de uma crítica estética. O enfoque da nossa análise, ainda que sucinta, não consagra tanto este aspecto, mas mais as implicações que a “indústria cultural” teve na forma como os indivíduos se relacionam com a técnica.

A relação estabelecida entre os actores sociais, ao ser mediada pela técnica suscitou o nascimento do fenómeno da cultura de massas. Este fenómeno, de acordo com Adorno e Horkheimer (1994), é fruto da aplicação da técnica da “indústria cultural”, também designada “indústria de diversão”, que implica a produção industrial dos bens culturais, numa lógica em tudo semelhante à produção, por exemplo, da indústria automóvel. Esta lógica produtiva é monopolizada por um conjunto de indivíduos que detêm poder económico, e implica a tradução estereotipada de todos os produtos culturais, vazios de significado, que são produzidos em série. A palavra-chave da “indústria cultural” é indubitavelmente a *standardização*. A “indústria cultural” imprime a sua marca em todos os produtos, o que implica que *«el denominador común “cultura” contiene ya virtualmente la captación, la catalogación y clasificación que entregan a la cultura en manos de la administración»* (Adorno & Horkheimer, 1994, p.175). De acordo com esta teoria, a obra de arte não se diferencia de outros bens de consumo e, a exemplo destes, adquire valor na qualidade de simples mercadoria, na medida em que pode ser trocada, comercializada, não pelo facto de

constituir algo em si mesma. A cultura fica assim seriamente comprometida na medida em que ao transformar-se o acto/bem cultural em mercadoria, situação justificada por objectivos de rentabilidade económica e de controlo social, implica a substituição do valor de uso na recepção desse mesmo acto/bem pelo valor de troca; a obra de arte renega a sua autonomia, e anula de uma forma categórica todo o seu poder crítico, que lhe conferia sentido.

Como já foi objecto de análise, os actores sociais não poderiam ficar indiferentes a esta mediação técnica que teve profundas implicações na forma como os indivíduos se relacionam. Os actores sociais sucumbem à influência da “indústria cultural”. Segundo os autores supra-citados «... *el quebrantamiento de toda resistencia individual, es la condición de vida en esta sociedad*» (1994, p.183). Perdem, sob o peso da mesma, toda a espontaneidade e imaginação, todo o esforço intelectual é sacrificado. A passividade regula definitivamente o relacionamento entre os sujeitos e os *media*, caracterizado pela unidireccionalidade: os indivíduos limitam-se a receber a informação, a consumi-la numa atitude passiva que não lhes concede o direito de resposta. Como afirmam os autores «*la violencia de la sociedad industrial actúa en los hombres de una vez por todas*» (1994, p.171).

Os produtos da “indústria cultural” manipulam os indivíduos, defraudando-os, na medida em que nunca lhes concedem aquilo que prometem. O seu poder sobre os consumidores só produz efeitos na medida em que é mediatizado pela diversão, «*las massas tienen lo que desean y se aferran obstinadamente a la ideología mediante la cual se les esclaviza*» (Adorno & Horkheimer, 1994, p. 178).

Após esta explanação, podemos concluir que Adorno & Horkheimer (1994) consideram que a *estandardização* dos actos/bens culturais não introduz as “massas” em contextos sócio-culturais que lhes eram inacessíveis, implica antes a perda de toda a lógica da relação com os bens culturais. A relação do Homem com a técnica compromete desta forma a fruição dos bens culturais. O Homem da “indústria cultural” sucumbe à passividade; assiste-se ao *desmoronamento* da cultura.

4 - A “ERA DIGITAL” - RELAÇÃO HOMEM / TÉCNICA

«*Inteligência artificial, sistemas periciais e redes neurais estão a invadir todos os media integrando as tecnologias electrónicas - através da digitalização universal - fazendo convergir o audio, o vídeo, as telecomunicações e as tecnologias computacionais*» (Kerckhove, 1997, p. 73).

As novas tecnologias constituem um catalisador do novo universo comunicacional que se opõe à lógica definida pela Escola de Frankfurt.

O universo emergente dos *self-media* tem implicações profundas na relação que os indivíduos estabelecem com a técnica pondo em evidência, em oposição à teoria da “indústria cultural”, os conceitos de interactividade e bi-direccionalidade. Surge o *on-line* que implica a configuração de um novo design interactivo. Segundo Negroponte (1995), «*os computadores pessoais afastaram a informática do puro imperativo técnico... Está a ser directamente canalizada para as mãos de indivíduos muito criativos, a todos os níveis da sociedade, está a tornar-se um meio para a expressão criativa, tanto no seu uso como no seu desenvolvimento*» (p. 92). As novas tecnologias alteram definitivamente a nossa relação unidireccional e passiva com o televisor, anunciando desta forma, tal como refere Cádima (1996) «... *a crise das estratégias de encenação do actual campo mediático, que insiste de modo insuportável no discurso da actualidade trágica e no pequeno mundo da política e do fait-divers*» (p. 200).

Segundo Kerckhove (1997), os utilizadores dos novos dispositivos tecnológicos deixam de ser meros espectadores e consumidores e assumem definitivamente, na sua relação com a

técnica, o papel de sujeitos participativos e produtores de mensagens, «... *os consumidores foram instigados a tornarem-se produtores*» (p.177). Os novos *media*, em particular os computadores, transformam-se assim em potenciais “meios frios” de acordo com a terminologia de McLuhan (s.d.), na medida em que introduzem uma série de “interfaces” interactivos entre os indivíduos e os dispositivos tecnológicos, que requerem níveis elevados de participação por parte de todos os que os utilizam. A ligação às redes telemáticas, definida por Rodrigues (s.d.) como um «... *misto de teletecnologias e de informática*» (p. 145), proporciona os meios através dos quais os indivíduos comunicam com o resto do mundo, pois estar na rede permite aceder a todos e estar acessível a todos os que queiram comunicar conosco. O utilizador pode seleccionar, receber, tratar e enviar qualquer tipo de informação desde o seu terminal para outro qualquer ponto da rede. A rede passa a ser o universo comunicacional por excelência. De facto, Cádima (1996) refere mesmo que «... *a Net é o novo alfabeto na comunicação entre os homens*» (p. 203). A possibilidade do Homem estar em contacto com todo o planeta concretiza-se, definitivamente, através da ligação às redes telemáticas.

Através das redes digitais entramos numa nova Era, a “Era Digital”, que nos abre um leque de possibilidades nunca antes possível de concretizar. Nos dias de hoje, todos temos de estar *on-line*, sob pena de nos excluirmos da Sociedade de Informação que se configura. De facto, utilizar esta poderosíssima ferramenta das redes telemáticas é a condição da nossa existência na Sociedade de Informação que se projecta no final do século XX, operando assim, modificações profundas no nosso quotidiano que se traduzem em novas formas de interacção, novas formas de sociabilidade.

Que implicações é que os novos dispositivos tecnológicos têm na forma como os indivíduos se relacionam uns com os outros, constitui sem dúvida um ousado desafio a que nos propomos responder.

5 - A “ERA DIGITAL” E AS NOVAS FORMAS DE SOCIABILIDADE

«No próximo milénio, encontrar-nos-emos a falar tanto ou mais com as máquinas do que falamos com as pessoas. Aquilo que parece perturbar mais as pessoas é a nossa própria consciência de estar a falar com objectos inanimados» (Negroponte, 1995, p. 157).

«Há trinta anos atrás, usar um computador, tal como pilotar um veículo lunar, era coisa de uns eleitos instruídos nas artes mágicas necessárias à condução dessas máquinas...». Foi assim que Negroponte (1995, p.100) descreveu os primórdios da utilização da tecnologia informática, só acessível a alguns “eleitos”. No final do milénio, as “máquinas” multiplicaram-se e ligaram-se em rede, num crescimento exponencial. Os “eleitos” passamos a ser todos nós, seres humanos que partilham a experiência comunicacional da nova Era.

De acordo com o pensamento de Kerckhove (1997), a palavra-chave da “Era Digital” é inquestionavelmente a *globalização*, caracterizada pela transparência e pela instantaneidade, na medida em que através dos novos dispositivos tecnológicos, todos temos acesso imediato a todos os acontecimentos que ocorrem em qualquer parte do mundo. Nas palavras do autor, *«a democratização e proliferação das comunicações instantâneas e dos aparelhos de telecomunicações pessoais substituíram a nossa outrora opaca e distante percepção do Planeta por uma nova percepção da sua imediatez e transparência»* (Kerckhove, 1997, p. 190).

Todo o planeta caminha no sentido da globalização mas, mais do que isso, é o Homem que se está a tornar global, os “nómadas electrónicos” empreenderam a caminhada final rumo à ubiquidade.

Como podemos facilmente depreender pela análise anterior, cada inovação tecnológica implica profundas alterações no meio social que envolve o Homem. De facto, foi o que aconteceu, por exemplo, com os diversos *media* da Era Electrónica, em particular com

a televisão, que segundo Marshall McLuhan permitiram que o planeta se contraísse numa única comunidade, a “aldeia global”.

Com o nascimento da “Era Digital”, o computador ao ligar-se em rede envolveu todo o planeta transformando-o na “aldeia global”, actualizando mais do que qualquer outro *media* a visão de McLuhan sobre este conceito. A primeira inferência que podemos extrair é a de que, na qualidade de “nómadas electrónicos”, caminhamos nesta nova Era rumo à globalização. Ao estarmos *on-line* o planeta torna-se transparente permitindo-nos “ver” muito além do que os nossos olhos alcançam.

5.1 “CIBERESPAÇO” - SUBVERSÃO DAS NOÇÕES ANCESTRAIS DE ESPAÇO E TEMPO

Com a ligação às redes telemáticas as noções de espaço e de tempo também sofrem profundas alterações. Foi William Gibson na sua obra *Neuromante* (1991), o primeiro a utilizar a expressão “ciberespaço” para definir o novo ambiente tecnológico, que constitui um espaço não físico, sem fronteiras, artificial, definido pelo autor como “uma alucinação consensual”, que se compõe de um conjunto de redes de computadores através das quais circulam as mais variadas informações, sob as mais variadas formas (som, imagem, textos); percorrido livremente por todos aqueles que navegam nas redes, “cibernautas”, e que se libertam assim de um condicionador das formas de interacção tradicionais «*como nómadas telemáticos libertámo-nos dos constrangimentos de uma coincidência histórica entre o “espaço” e o “tempo” e ganhámos o poder de estar em todo o lado sem sairmos do mesmo sítio.*» (Donà *apud* Kerkhove, 1997, p. 237). Ao percorrermos as “auto-estradas da informação” a uma velocidade vertiginosa inauguramos uma nova percepção do factor tempo, fundada na instantaneidade. Na verdade, a redefinição destes dois conceitos implica que hoje, ao invés da modernidade em que espaço e tempo eram entidades concretas, o espaço seja aniquilado pelo tempo real.

O “ciberespaço” inaugura um autêntico rito de passagem, pois, no momento em que os indivíduos ligam o computador e entram neste espaço, realizam, segundo Negroponte (1995), uma passagem do átomo ao bit, do espaço físico ao espaço digital.

Nos dias de hoje, o “ciberespaço” deve ser entendido não só como um conjunto de redes de computadores, mas também como um *lugar* onde nos encontramos quando entramos num ambiente virtual (realidade virtual), o que implica a abertura de novas possibilidades para os indivíduos. A interligação destas duas concepções, permite definir o futuro espaço onde vai ocorrer a interacção entre os seres humanos como um mundo virtual a três dimensões. É por excelência um espaço social onde os indivíduos, oriundos dos quatro cantos do planeta, efectuam entre si trocas simbólicas. Assim, o “ciberespaço” pode ser definido como um “não lugar”, na medida em que constitui um espaço não físico e devido ao facto das redes que se estabelecem neste espaço serem invisíveis o que tem profundas implicações na relação que os indivíduos estabelecem entre si e inclusive com o seu próprio corpo, na medida em que têm a possibilidade de imergir num espaço tridimensional (realidade virtual) que estimula novas sensações corporais.

5.2 COMUNIDADES VIRTUAIS - INAUGURAÇÃO DE NOVAS FORMAS DE SOCIABILIDADE

Com a ligação às redes telemáticas e a construção de um novo universo comunicacional (numa lógica reticular), a experiência que o homem tem de si e do mundo que o rodeia nunca mais será a mesma; o estado de *deslumbramento* é partilhado por todos. Este *deslumbramento* tem por base a criação de comunidades designadas virtuais, que habitam o “ciberespaço” e inauguram novas formas de sociabilidade.

De facto, os indivíduos ligam-se uns aos outros num espaço reticular (ciberespaço) que surge como a actualização do espaço físico do adro da igreja, local de interacção por excelência na comunidade tradicional. Este espaço é o local privilegiado para os indivíduos comunicarem uns com os outros e acederem desta forma a informação muito diversa, que lhes chega a uma velocidade que os deixa atordoados e que tem a sua origem em todas as partes do mundo. Como afirma Woolley (1992) «... *everyone has equal access to the network, and everyone is free to communicate with as few or as many people as they like*» (p. 125).

O aparecimento das comunidades virtuais surge assim, inserido num novo contexto social, onde ganha força a ideia de um neotribalismo. Basta possuir um computador, um *modem* e uma linha telefónica para estabelecermos contacto com uma série de indivíduos, movidos pela «*pulsão de estar juntos*» (Maffessoli *apud* Manta & Sena, s.d.). Comunicamos com aqueles que partilham as mesmas afinidades, os mesmos gostos, os mesmos interesses, e que não têm outra finalidade senão a de reunirem-se. Partilhamos das ideias de Kerckhove (1997) quando refere que «... *não se vê apenas o sonho a desenrolar-se à nossa frente, entra-se nele e até se encontram outras pessoas lá dentro*» (p. 72).

Tonnies (1926) foi um dos sociólogos que analisou mais aprofundadamente este conceito. Segundo ele (*apud* Cruz, 1995, p. 511), comunidade é definida como «*toda a convivência íntima, familiar, exclusivista...*». O autor, ao analisar desta forma o conceito de comunidade, evidencia como características a partilha do sentimento de pertença a um grupo, a identidade comum e o estabelecimento de relações genuínas e autênticas com base na permanência. Numa primeira abordagem, parece deveras complexo aplicar este modelo aos agrupamentos sociais contemporâneos que se desenvolvem no “ciberespaço”. O que podemos constatar é que o conceito de comunidade evoluiu, permitindo caracterizar estes agrupamentos, ainda que encerrem relações sociais instáveis, esporádicas e efémeras, como comunidades genuínas, na medida em que se verifica um sentimento de pertença entre os elementos que os compõem, sentimento este que constitui uma das características mais importantes, senão a mais importante, para identificar uma comunidade.

A ligação às redes telemáticas é um meio através do qual se podem desenvolver novas formas de sociabilidade, no âmbito das comunidades virtuais recentemente criadas; o interface é o computador. Através dos diversos produtos apresentados na rede, como por exemplo o videotexto e o *real chat*, os indivíduos podem estabelecer relações sociais com diversas pessoas, em tempo real, sem saírem de casa. Estas relações sociais são estabelecidas em função de interesses comuns a vários indivíduos que se encontram na rede para os partilhar. Desta forma resgatou-se uma sociabilidade perdida, na medida em que a azáfama do dia-a-dia não permite que as pessoas se encontrem nos espaços de sociabilidade tradicionais (igrejas, cafés, etc.). Esta sociabilidade é então realizada no “ciberespaço”; a experiência em comunidade realiza-se num outro espaço que não o físico, mas que amplia e alarga as relações sociais, **o virtual complementa o real**.

As relações sociais ganham novos contornos, os utilizadores das redes telemáticas não se entrevêem podendo ocultar desta forma a sua verdadeira identidade e assumir identidades diferentes, não estando sujeitos, por isso, a representarem determinados papéis sociais ou a posicionarem-se em determinado nível das estruturas hierárquicas rígidas e formais das comunidades designadas tradicionais. Os indivíduos ensaiam, assim, versáteis estratégias de auto-defesa no domínio psicológico, na medida em que, no âmbito das relações que estabelecem nas redes digitais, se encontram com grupos de pessoas cada vez mais restritos. Partilham os mesmos gostos, as mesmas afinidades, e utilizam “máscaras” (encarnadas nos pseudónimos) que assumem um papel absolutamente central nessas interacções, assumindo diferentes *identidades* no acto de comunicar. A interacção nas redes digitais não se dá entre indivíduos, mas entre imagens “construídas” pelos indivíduos e projectadas num écran. A análise psicológica dessas atitudes não se enquadra no âmbito dos comportamentos de natureza patológica, como seja a dupla personalidade. Essas *máscaras* são fruto de um acto consciente dos indivíduos em

adoptarem uma atitude defensiva perante um universo que, se por um lado oferece inúmeras possibilidades de concretização do acto comunicacional, por outro constitui uma ameaça, na medida em que não conseguimos aferir a veracidade do comportamento dos indivíduos com os quais interagimos, através dos indicadores transmitidos por esta forma de interacção.

Os complexos sistemas tecnológicos da “Era Digital” implicam assim um redimensionamento da esfera social, a partir da instauração de âmbitos de interacção nunca antes possíveis na sociedade. Como afirma Lévy, «*uma alteração técnica é ipso facto uma modificação do colectivo cognitivo, implica novas analogias e classificações, novos mundos práticos, sociais e cognitivos*» (1994, p. 185).

Segundo Rheingold (1996, p. 224), «*a maior parte do conhecimento sobre a comunicação humana reunido pelos cientistas e académicos envolve a presença física potencial ou efectiva, ambas irrelevantes na IRC*». No âmbito do novo universo comunicacional que emerge com a ligação às redes telemáticas, os indivíduos estabelecem diferentes formas de comunicação. Apesar de não partilharem o mesmo espaço físico e da interacção ser por conseguinte mediada; «*apesar do anonimato e da natureza efêmera das respectivas comunicações...*» (Rheingold, 1996, p.221) os indivíduos estabelecem entre si laços de afinidade que se traduzem em relações muito sólidas, como por exemplo as relações de amizade, que permitem a configuração de uma comunidade de pleno direito. Verifica-se que esta forma de interacção, mediada pelos dispositivos tecnológicos informáticos, coexiste com formas de “interacção face a face”, complementando-a quando os indivíduos se conhecem fora da rede.

Segundo Rheingold (1996), outro aspecto interessante nas comunidades virtuais consiste no facto do processo de formação de laços de afinidade social sofrer uma espécie de inversão. Por exemplo, na forma tradicional de estabelecer laços de afinidade procuramos seleccionar as pessoas de entre os nossos vizinhos, colegas de trabalho etc. e só depois trocamos informações e procuramos descobrir se os seus interesses são idênticos aos nossos. Com a ligação às redes telemáticas o processo inverte-se, seleccionamos de imediato um grupo de pessoas que de antemão já sabemos que partilham os nossos interesses.

5.3 CIBERCULTURA - A CULTURA EMERGENTE

As grandes transformações operadas no domínio da informática surgiram da necessidade de suprir novas necessidades comunicacionais dos seres humanos. O aparecimento de um novo *medium*, o computador, e a ênfase que se colocou na ligação em rede, que proporcionou a junção entre comunicação massiva e interactividade, vai implicar um novo posicionamento do homem no contexto sócio-cultural. Segundo Kerckhove (1997), à medida que entramos nesta nova realidade «*...estamos a entrar numa terceira era mediática: a cibercultura. A cibercultura é o produto da multiplicação da massa pela velocidade, com as tecnologias do vídeo a serem intensificadas pelas tecnologias informáticas*» (p. 178).

O ser humano, sujeito desta nova cultura, é definido por este autor como “humano de velocidade”, na medida em que as potencialidades do novo *medium* permitem ao Homem aceder instantaneamente a todas as informações que circulam no “ciberespaço”. A velocidade da interacção atinge a imediaticidade. Os sujeitos deste universo comunicacional estão em todo o lado, no centro das coisas; a ubiquidade e a globalização são, sem dúvida, conceitos que dominam na perfeição. Segundo Kerckhove (1997, p. 192), «*a cibercultura é o resultado da multiplicação da massa pela velocidade*». A tónica coloca-se na relação do “Humano de Velocidade” *versus* “Humano de Massas”, que se traduz na junção entre comunicação massiva, em que um número infinito de indivíduos têm acesso aos mesmos produtos culturais, e interactividade, o acesso a esses produtos é imediato e permite aos indivíduos a configuração de um design interactivo nunca antes possível de definir no âmbito da Era dos *media* electrónicos.

A cibercultura permite criar um ambiente cultural caracterizado pela simbiose entre a racionalidade tecnológica, herdeira da modernidade, e o simbólico, o imaginário.

5.4 O PARADOXO DA “ALDEIA GLOBAL” DE MCLUHAN - GLOBAL VERSUS LOCAL

«Quanto mais noção temos da globalidade, mais ficamos conscientes das identidades locais, e mais as protegemos: é esse o paradoxo da aldeia global».

Kerckhove (1997, p. 243).

Como testemunha a afirmação supra referenciada, a ligação às redes telemáticas teceu um novo cenário que precipitou o conceito de “aldeia global” de McLuhan num paradoxo.

Segundo McLuhan e Powers (1989), através dos *media* electrónicos, em particular da televisão, o planeta contraiu-se numa “aldeia global” e o Homem “desnudou-se” perante as câmaras de televisão.

Os cenários que se configuram com a ligação às redes telemáticas são muito mais dramáticos, fruto da actualização do conceito de “aldeia global”. Perante este cenário, os “nómadas electrónicos”, cidadãos das comunidades virtuais, para além de continuarem a “navegar” rumo à globalização, começam a ensaiar estratégias de defesa contra essa excessiva exposição e encorajam a hiperlocalização, ou seja, protegem as identidades locais. Os primeiros sintomas que implicam uma certa agitação social, isto é o recrudescimento de conflitos de diversa natureza: sociais, políticos, económicos etc., já se fazem sentir. Como refere Kerckhove (1997), *«a imagem de uma “aldeia global” introduzida por Marshall McLuhan parece entrar em conflito com os crescentes regionalismos, separatismos e movimentos locais que aparecem todos os dias na televisão»* (p. 242), impelindo o indivíduo a enfatizar a sua identidade local, perdendo de vista o carácter globalizante que a ligação às redes proporcionou ao Homem. Segundo este autor, *«o hiperlocal é o complemento inevitável do hiperglobal»* (1997, p.243).

Com a “Era Digital”, os indivíduos apropriam-se de uma experiência do mundo que os rodeia em que se esbatem as diferenças entre global e local, privado e público, oral e escrito, individual e colectivo. Nesta nova Era estes conceitos complementam-se numa perfeita simbiose.

Como afirma Kerckhove (1997), com o advento da “Era Electrónica” *«éramos todos aldeões do mesmo planeta»* (p. 243). Hoje, com a “Era Digital”, somos “aldeões” de um planeta que desafia alguns dos conceitos em que assentou durante séculos a existência do Ser Humano, como sejam as noções de tempo e de espaço. O planeta real confunde-se com o planeta virtual.

6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

«O futuro indeterminado que é o nosso, neste fim do século XX, deve ser enfrentado de olhos abertos» (Lévy, 1994, p. 248).

A relação que o Homem tem estabelecido ao longo da sua existência com a técnica pode ser definida como uma relação complexa, que tem submetido o Homem a um conjunto de transformações que alteram a forma como se relaciona com o Mundo que o rodeia.

Com a modernidade processou-se uma cisão entre técnica e cultura; a técnica é definida como um sistema isolado, fechado e invulnerável ao mundo exterior.

O universo emergente dos *self-media*, que permitiu a configuração da “Era Digi-

tal”, exigiu uma reavaliação dos valores da modernidade. A fê inabalável na razão, ideal da modernidade, não se ajusta ao universo comunicacional que emerge com a ligação às redes telemáticas. Os valores da modernidade estão, assim, a dar lugar a outros valores, de contornos ainda pouco precisos. A ênfase recai, em oposição, no imaginário, na ludicidade, no sonho. O indivíduo depara-se com possibilidades infinitas de realização.

Com a ligação às redes telemáticas, a percepção da modernidade sobre a técnica como algo afastado da vida e do quotidiano é objecto de muitas críticas. Segundo Lévy (1994), as novas tecnologias precipitaram o Homem num novo universo comunicacional onde se processa a circulação do saber, que o autor designa como “inteligência colectiva”, que teve profundas implicações no reforço das competências e dos laços comunitários estabelecidos entre os actores sociais. A vivência do Homem nas comunidades virtuais que se configuram no final deste século inaugura novas formas de sociabilidade, novas formas de interagir entre os actores sociais que partilham entre si o “ciberespaço”. Esta convivência só é possível após o Homem se apropriar da técnica, do conjunto de dispositivos tecnológicos que lhe permitem aceder a este universo. A técnica interfere inevitavelmente no quotidiano, assim como o quotidiano se apropria da própria técnica.

A “cibercultura”, fenómeno ainda em expansão, percorre as novas redes por onde flui toda a comunicação humana e inaugura uma outra maneira de pensar e utilizar a tecnologia, através da ludicidade, da criatividade, do imaginário e do sonho. O “ciberespaço”, lugar por onde vai passar toda a cultura do próximo século, surge como um ambiente que tem vida própria e que é percorrido livremente por todos os seres humanos que encontram nesse espaço, no seio das comunidades virtuais, o destino com que sempre sonharam.

O Homem do final do milénio encontra nos novos dispositivos tecnológicos um instrumento que lhe permite relacionar-se com todos os indivíduos, todos os povos, todas as culturas. Apesar desta posição ser partilhada por muitos autores, ouvem-se vozes discordantes como a de Rodrigues (s.d.) que afirma que o Homem se encontra perante uma «*tecnologia paradoxal: permitindo relacionar os povos entre si, sem diferimento no tempo nem limites no espaço, deixam no entanto o homem entregue à sua mais radical solidão à perda da sua própria identidade como sujeito de discurso autónomo e de projectos de transformação do mundo. Entre o sujeito e o medium estabelece-se assim uma perfeita reversibilidade: é a máquina e não o utente que comanda e controla a performatividade e dita a competência*» (p. 156).

A ligação às redes telemáticas e a vivência nas comunidades virtuais define um novo design interactivo onde vai decorrer a existência do ser humano, uma existência que só se concretiza através da “ligação”. Independentemente da nossa reflexão sobre a influência que as novas tecnologias estão a operar no âmbito das formas de sociabilidade que se definem no final deste século ser favorável ou desfavorável, «*o futuro indeterminado que é o nosso, neste fim do século XX, deve ser enfrentado de olhos abertos*» (Lévy, 1994, p. 248). Não podemos ignorar o novo universo comunicacional e os seus efeitos sobre o Homem, pois isso equivale a abdicar da compreensão do contexto sócio-cultural de onde emerge um novo Homem, o “*Ser Digital*”. Escreve-se um novo capítulo da História da Humanidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adorno, T. & Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Ed. Trotta.
- Baechler, J. (1995). Grupos e Sociabilidade. In R. Boudon (Ed.), *Tratado de Sociologia*. Lisboa: Edições Asa, 57-95.
- Cádima, F. (1996). *História e Crítica da Comunicação*. Lisboa: Edições Século XXI, Lda.
- Cruz, M. (1995). *Teorias Sociológicas - Os Fundadores e os Clássicos*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2ª Ed.
- Gibson, W. (1991). *Neuromante*. São Paulo, Ed. Aleph.

- Kerckhove, D. (1997). *A Pele da Cultura - Uma Investigação sobre a Nova Realidade Electrónica*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Lévy, P. (1994). *As Tecnologias da Inteligência - O Futuro do Pensamento na Era Informática*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Manta, A. & Sena, L. (s.d.). *As Afinidades Virtuais: a Sociabilidade no Videopapo*. <<http://www.facom.upba.br/pesq/cyber/videopap.html>> (7 Novembro 1998).
- Mcluhan, M. (s.d.). *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem (Understanding Media)*. São Paulo: Editora Cultrix Lda.
- Mcluhan, M. & Powers, B. (1989). *The Global Village - Transformations in World Life and Media in the 21 st Century*. Oxford: University Press.
- Negroponte, N. (1995). *Ser Digital*. Lisboa: Editorial Caminho.
- Rheingold, H. (1996). *A Comunidade Virtual*. Lisboa: Gradiva, 1ª Ed.
- Rodrigues, A. D. (s.d.) *O Campo dos Media*. Lisboa: Vega.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity - A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Woolley, B. (1992). *Virtual Worlds - A Journey in Hype and Hyperreality*. Oxford: Ed. Blackwell, 1ª Ed.