

Tales Tomaz (org.)

# SOCIABILIDADE & COMUNICAÇÃO

dilemas na cibercultura



**Centro Universitário Adventista de São Paulo**  
Fundado em 1915 — [www.unasp.edu.br](http://www.unasp.edu.br)

**Missão:** Educar no contexto dos valores bíblicos para um viver pleno e para a excelência no serviço a Deus e à humanidade.

**Visão:** Ser uma instituição educacional reconhecida pela excelência nos serviços prestados, pelos seus elevados padrões éticos e pela qualidade pessoal e profissional de seus egressos.

**Administração da Entidade  
Mantenedora (IAE)**

*Diretor Presidente:* Domingos José de Souza  
*Diretor Administrativo:* Énio Álvares de Freitas  
*Diretor Secretário:* Emmanuel Oliveira Guimarães

**Administração Geral do Unasp**

*Reitor:* Euler Pereira Bahia  
*Pró-Reitora de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão:* Tânia Denise Kuntze  
*Pró-Reitora de Graduação:* Sílvia Cristina de Oliveira Quadros  
*Pró-Reitor Administrativo:* Énio Álvares de Freitas  
*Pró-Reitor de Relações, Promoção e Desenvolvimento Institucional:* Martin Kuhn  
*Secretário Geral:* Marcelo Franca Alves

**Campus Engenheiro Coelho**

*Diretor Geral:* José Paulo Martini  
*Diretora de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão:* Francisca Pinheiro S. Costa  
*Diretor de Graduação:* Afonso Ligório Cardoso

**Campus São Paulo**

*Diretor Geral:* Douglas Jeferson Menslin  
*Diretor de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão:* Marcos Natal de Souza Costa  
*Diretor de Graduação:* Ilson Tércio Caetano

**Campus Virtual**

*Diretor Geral:* Valcenir do Vale Costa  
*Gerente Acadêmica:* Andressa Jackeline Oliveira M. e Paiva

**Faculdade de Teologia**

*Diretor:* Emilson dos Reis  
*Coordenador de Pós-Graduação:* Ozéas Caldas Moura  
*Coordenador de Graduação:* Reinaldo Wesceslau Siqueira

**Faculdade Adventista  
de Hortolândia**

*Diretor:* Euler Pereira Bahia  
*Diretora de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão:* Tânia Denise Kuntze  
*Diretora de Graduação:* Sílvia Cristina de Oliveira Quadros  
*Diretor Administrativo:* Énio Álvares de Freitas  
*Diretor de Relações, Promoção e Desenvolvimento Institucional:* Martin Kuhn  
*Secretário Geral:* Marcelo Franca Alves

**Campus Hortolândia**

*Diretor Geral:* Laureci Bueno do Carito  
*Diretor de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão:* Eli Andrade Rocha Prates  
*Diretora de Graduação:* Eina Pereira Nascimento Cres



Imprensa Universitária Adventista

**Editor:** Rodrigo Follis

**Editor Associado:** Felipe Carmo

**Conselho Editorial:** José Paulo Martini, Afonso Cardoso, Elizeu de Sousa, Francisca Costa, Adolfo Suárez, Emilson dos Reis, Rodrigo Follis, Ozéas C. Moura, Betania Lopes, Martin Kuhn

A Unaspres está sediada no Unasp, campus Engenheiro Coelho, SP.

Tales Tomaz (org.)

# SOCIABILIDADE & COMUNICAÇÃO

dilemas na cibercultura

1ª edição - 2016, Engenheiro Coelho, SP

**UNASPRESS**

Imprensa Universitária Adventista

**UNASPRESS**

Imprensa Universitária Adventista

Caixa Postal 11 - Unasp  
Engenheiro Coelho-SP 13.165-000  
(19) 3858-9055

<http://unaspress.unasp.edu.br>

Editoração: Rodrigo Follis, Felipe Carmo  
Normatização: Giulia Pradela  
Programação Visual: Fábio Roberto  
Capa: Márcio Trindade

Comunicação e sociabilidade  
1ª edição - 2016  
E-book (pdf)

*Todos os direitos reservados para a Unasp. Proibida a reprodução por quaisquer meios, salvo em breves citações, com indicação da fonte.*

Todo o texto, incluindo as citações, foi adaptado segundo o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, assinado em 1990, em vigor desde janeiro de 2009.

#### Dados Internacionais da Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

---

Sociabilidade e comunicação : dilemas da cibercultura / Tales Tomaz ( org. ). – 1. ed. – Engenheiro Coelho, SP : Unasp - Imprensa Universitária Adventista 2016. PDF

ISBN: 978-85-8463-040-0

1. Comunicação 2. Comunicação - Aspectos sociais 3. Comunicação - Teoria 4. Comunicação de massa 5. Teoria da comunicação I. Tomaz, Tales. .

14-03589

CDD-302.2

---

#### Índices para catálogo sistemático:

1. Comunicação: Teoria : Sociologia 302.2
2. Teoria da comunicação: Sociologia 302.2

Editora associada:

 Associação Brasileira  
das Editoras Universitárias

041436

# SUMÁRIO

Prefácio	7
Tales Tomaz	
Uma história de amor com o virtual	17
Kendra Paulienne Martins	
A desumanização no processo de ciberculturalização das relações	51
Júlia Tudella Bianco	
Tecnologia e humanidade em Medianeras - a era do amor virtual	71
Ingrid Lacerda	
Paraíso tecnológico em Elysium: o real e a influência do capitalismo	93
Sandra Martins Maciel	
A cultura do grotesco: exclusão, narcisismo e composição cibercultural	113
Guilherme Cavalcante Silva	

Comunicação na cibercultura: individualismo, livre-arbítrio e tempo livre	135
Bárbara Gonçalves de Oliveira	
Redes sociais e consumo: o capitalismo na socialização online	157
Otávia dos Santos Scharlack	
O consumidor e o ciberespaço	181
Debora Garcez	
Catástrofe digital: as tecnologias interativas e as crises empresariais	199
Jefferson Paradello	
Reflexos da “dromocracia cibercultural” e da “sociedade de risco” na comunicação corporativa	223
Márcio Tonetti	
Consultas públicas digitais como meio de participação pública na internet	251
Marcelle Ferrari	

# PREFÁCIO

Tales Tomaz<sup>1</sup>

No dia 19 de fevereiro de 2016, um dos maiores pensadores do século XX encerrou os seus trabalhos. Umberto Eco morreu aos 84 anos, depois de décadas de reflexão frutífera e contribuição ímpar para o pensamento ocidental. Dentre os seus grandes méritos, destacam-se os romances, mas também as obras de cunho mais acadêmico. Como pensador de grande estirpe que era, não se limitou a apenas um tema ou área, afinal, os fenômenos não escolhem “área de concentração” e não se limitam às “linhas de pesquisa”. São muito mais multifacetados, híbridos e fugidios do que gostaríamos. Quem quer pensar de fato o presente precisa estar aberto à transdisciplinaridade. Era o caso de Umberto Eco. Por isso, ele também se lançou à reflexão sobre os meios de comunicação e sua relação com a cultura contemporânea.

---

<sup>1</sup> Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Doutorando em Meios e Processos Audiovisuais pela ECA/USP. Professor-assistente nos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Rádio e TV do Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp). Coordenador do Grupo de Estudos em Cibercultura e Comunicação (Geccom/Unasp)

Seguindo essa senda, Eco lançou o já clássico *Apocalípticos e integrados* (1984, publicado originalmente em 1964), em que classifica todas as principais teorias da comunicação e dos *media* como uma coisa ou outra: pessimistas ou otimistas; profetas do caos e da destruição de todos os valores ocidentais ou anunciadoras dos novos caminhos que, na falta de alternativa, temos que trilhar e abraçar. Como todo grande pensador, Eco também cometeu erros. E essa concepção das teorias da comunicação e dos *media* certamente é um dos principais que o escritor italiano deixou na história. É ingenuidade achar que todo o universo dessas teorias se reduz a esses dois pólos. A cena é muito mais plural. Mas não apenas isso. A divisão – reproduzida a torto e a direito por professores da área – dá a entender que não existem ideias certas e ideias erradas, de que a questão é simplesmente se o pesquisador tem a tendência de ver as coisas mais negativa ou mais positivamente. Tudo seria mero ponto de vista e perspectiva de abordagem. O ideal estaria no chamado “equilíbrio”.

Nem mesmo os mais convictos defensores do pós-modernismo compactuam com essa tese. Sejam justos, nem mesmo Umberto Eco vai tão longe. Prova disso é a forma nada “equilibrada” como ele se voltou contra as redes sociovirtuais (Facebook, Instagram e outros) ao longo dos últimos anos, fazendo

.....

críticas ferrenhas àquilo que elas estão se tornando. E agora? Seria ele mesmo um apocalíptico? Ou seria ele antes um crítico, que avalia, julga e coloca à nossa disposição os seus juízos para que possamos considerar se ele tem razão ou não? Curiosamente, se seguirmos meramente a sua divisão em apocalípticos e integrados, temos que ficar com a primeira alternativa. Mas, se optarmos por uma visão mais aprofundada, podemos ficar com a segunda. Em outras palavras, em vez de ficar com a divisão pueril em apocalípticos e integrados, faz mais sentido ver cada perspectiva como uma contribuição para o entendimento do e a ação sobre o real. Essas contribuições devem ser avaliadas e julgadas, de forma que se possa ver o que delas faz sentido diante do real. As contribuições ao pensamento devem ser diferenciadas umas das outras. Elas devem ser *criticadas*.

Aliás, esse é o próprio significado original da palavra *crítica*. No grego, κριτική (*kritiké*) queria dizer a arte de diferenciar e julgar as coisas. Crítica é uma necessidade constante de quem pensa, afinal, há tantas explicações para o real disponíveis no mercado que, a menos que nos entreguemos ao niilismo total, é necessário avaliar com cuidado cada explicação. Tecnologia, sabe-se bem hoje, não é meramente objeto, mas um *discurso* a respeito do real. Por essa razão emerge uma tendência relativamente recente na academia de chamar a tecnologia moderna

de *tecnociência*, com a finalidade de ressaltar o caráter discursivo desse fenômeno da contemporaneidade. Tecnologia é uma explicação, uma forma de ver e enxergar o mundo. Como tal, é passível de crítica, como qualquer outro discurso e explicação. Mas a crítica, convém frisar, não quer dizer necessariamente “falar mal”. Criticar é diferenciar, avaliar, julgar. Ser crítico, portanto, não significa ser apocalíptico.

Nem mesmo o filósofo alemão Martin Heidegger, considerado o patrono dos críticos da tecnologia moderna (ao lado, claro, da Escola de Frankfurt, embora em outra direção), via as coisas de forma tão unilateral. “Onde há o perigo, cresce também a salvação”, sentenciou ecoando o poeta Hölderlin (HEIDEGGER, 2007, p. 391). O discurso tecnológico apresenta um risco iminente, que é o da dissolução do humano como tal. Esse risco se apresenta das mais diversas formas e nas mais diversas áreas, como os capítulos deste livro exemplificam. Mas, Heidegger sugere, é justamente a proximidade do abismo que faz o humano ser mais cuidadoso. É justamente quando entregamos (quase) tudo à técnica que somos capazes de perceber um “resto” que não pode ser tecnicizado. Para ele, portanto, a questão não era tanto se vamos usar ou não usar objetos tecnológicos. [Aliás, em *Gelassenheit* (1960) Heidegger deixa claro que a mera recusa desses aparatos é impossível no

.....

mundo contemporâneo.] A questão é o que nós vamos entender a respeito do real e de nós mesmos a partir desses novos aparatos. Vamos chegar ao ponto de nos considerarmos meras máquinas, como se pudéssemos nos colocar atrás do nosso próprio pensamento e saber a nossa essência? Vamos nos considerar como sujeitos-objetos determinados, totalmente programados, seja pela nossa educação, pelos nossos genes ou por qualquer outro processo e/ou ente? Somos, de fato, substituíveis por qualquer ente que desempenhe a nossa função? No final das contas, somos apenas *função*? Essa é nossa *substância*? Essas são as questões que estão em jogo na tecnologia.

Quanto mais atividades humanas são executadas com êxito por objetos tecnológicos, mais somos colocados diante dessas perguntas, sem que por vezes o notemos. E cada um dá a sua resposta particular. Mas nem todas são corretas. É necessária *crítica* para avaliar as possíveis respostas e quais delas fazem mais sentido. Não se advoga aqui a ilusão neodarwinista de que, diante da crítica, a melhor resposta sobreviverá. Basta conhecer superficialmente a história das revoluções científicas para sabermos que há muitos outros componentes que determinam quais respostas (e construtos teóricos) se tornarão paradigmas. A questão, portanto, não é vencer, mas lutar; colocar as nossas ideias no campo de batalha. Por vezes sairão dilaceradas – com e

sem razão. Então será hora de voltar para casa, pesar as críticas, apropriar-se daquelas que fazem sentido, descartar as demais, refazer o argumento e ir novamente para a luta. E assim sucessivamente. É na luta do pensamento, na lida com a imperfeição, com as privações e com os nossos próprios interesses que nos fazemos humanos – e nos diferenciamos da máquina, que não tem interesses próprios e para a qual nada falta.

Reflexões dessa natureza formam o contexto em que a presente obra foi gestada. É a segunda obra produzida por pesquisadores do Grupo de Estudos em Cibercultura e Comunicação (Geccom), sediado no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp). A primeira foi *A nova comunicação: fenômenos emergentes da cultura mediática*, trazida a público em 2012 também pela Unaspres. Com intuito semelhante, *Sociabilidade e comunicação: novos dilemas na cibercultura* traz alguns dos desdobramentos mais recentes dos trabalhos desenvolvidos pelos pesquisadores, graduandos ou graduados em Jornalismo ou Publicidade e Propaganda.

A ênfase da obra está na questão da sociabilidade e da comunicação, nas relações que nós temos com o outro. Para tanto, diversos aspectos devem ser pesados. O livro é aberto com um texto de Kendra Paulienne Martins. Nesse texto, a autora mostra como os mais ferrenhos defensores da cibercultura

veem a relação entre o mundo físico e o mundo virtual. Em seguida, Júlia Tudella Bianco discute as implicações desse discurso cibercultural, concluindo que, no final das contas, ele representa uma desumanização.

Ingrid Lacerda discute a forma como o filme *Medianeras* apresenta, ainda que de forma um pouco nostálgica, o contraste entre as sociabilidades online e offline. Outra análise de filme é a realizada por Sandra Martins Maciel, que vê no filme *Elysium* alguns paralelos com a utopia cibercultural de um paraíso tecnológico.

Em seu texto, Guilherme Cavalcante da Silva mostra como as redes sociovirtuais ressuscitaram a cultura do grotesco, mas dando-lhe outra finalidade: em vez de libertação das amarras sociais – como na Idade Média –, o grotesco também se vê absorvido pela (tecno)cultura dominante. A questão da liberdade é enfatizada ainda no texto de Bárbara Oliveira, que aponta a falácia do discurso cibercultural de que as muitas possibilidades do mundo digital favorecem o livre-arbítrio e a individualidade.

Voltando-se para o contexto político-econômico da era atual, Otávia Scharlack aborda em seu texto a lógica capitalista presente, embora muitas vezes imperceptível, nas redes sociovirtuais. Na mesma direção, Debora Garcez ressalta a tônica consumista do ciberespaço, que reside na permanente criação

de necessidades. Para se pensar o contexto organizacional, Jefferson Paradello mostra como a lógica dromocrática atual potencializa a geração de crises empresariais, que surgem e se avolumam na velocidade da comunicação em tempo real. Marcio Tonetti focaliza o tópico seguinte, os desafios que as organizações agora precisam enfrentar diante de um contexto tal.

Mesmo se a tendência é dromocrática – e não democrática –, o mundo digital também oferece ferramentas que podem ser usadas pela democracia. É com um texto nesse sentido que o livro se encerra. Esse é o tema de Marcelle Ferrari, que analisa consultas públicas digitais nos anos recentes e mostra como essa iniciativa democrática tem se firmado.

Esperamos com este livro prestar uma contribuição à reflexão a respeito do mundo tecnológico, especialmente na sua relação com os *media*, a sociabilidade e a comunicação. E queremos aproveitar para, por meio desse debate, fazer jus à memória de Umberto Eco. Em toda relação com o mestre, o aluno só entendeu exatamente o que o mestre tinha a lhe proporcionar quando consegue caminhar com as próprias pernas, criticar (julgar) aquilo que ele lhe ensinara e, se for o caso, dar um passo à frente em direção àquilo que o próprio mestre não viu. Se Umberto Eco foi um mestre para o pensamento ocidental, acreditamos que estamos sendo fiéis ao seu pensamento

.....

justamente quando o ultrapassamos na querela entre apocalípticos e integrados. Que a perspectiva crítica aqui apresentada não seja vista, portanto, como mais uma das teorias apocalípticas, mas como uma avaliação sobre as tendências do presente, que pode estar certa ou errada. Que o leitor, que está vivendo nesse mundo que buscamos descrever e desvelar, seja o nosso juiz. Esse é o nosso tributo a Umberto Eco.

## REFERÊNCIAS

ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. 7. ed. Barcelona: Lumen, 1984.

HEIDEGGER, M. **Gelassenheit**. Tübingen: Günther Neske, 1960.

HEIDEGGER, M. A questão da técnica. **Scientiae Studia**, São Paulo, v. 5, n. 3, p. 375-398, 2007.



# UMA HISTÓRIA DE AMOR COM O VIRTUAL

Kendra Paulienne Martins<sup>1</sup>

Um pequeno bebê, ao receber uma revista, delicadamente desliza seu dedo no centro da página e espera. Vendo que nada acontece, tenta mais uma vez. Não obtendo resposta, insiste, mas logo chora porque o “aparelho” não lhe obedece. O que é esse objeto estranho que não obedece ao comando do toque? Certamente, algo que as gerações futuras conhecem cada vez menos. Algo muito mais manual do que aquilo que estão acostumados, algo de uma natureza que aos poucos se torna ultrapassada. A tecnologia está avançando rumo a patamares antes inimagináveis, alcançando fronteiras antes inalcançáveis e rapidamente deixando para trás aquilo que um dia foi novo. O modo de pensar que vem junto com os aparatos inovadores muda a forma do indivíduo se relacionar com o meio em que vive, até porque ele está sendo ‘transportado’ para outro meio.

---

<sup>1</sup> Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp)

E a sociedade, mergulhada nesse rebuliço de novidades constantes, corre o risco de acompanhar cegamente, sem atentar para seus efeitos e tendências.

No seio do crescimento tecnológico, consolidou-se uma nova sociedade, intermediada por máquinas eletrônicas. A vida, com todo seu contexto social, foi sendo ‘transferida’ para um novo mundo: a realidade virtual (MARCONDES FILHO, 1994, p. 50).

A realidade virtual é um espaço que surge da tecnologia computacional. Abre-se perante o ser humano uma janela para um novo mundo, mediado por interfaces, “e ali o indivíduo ‘mergulha’, como que por um túnel do tempo” (MARCONDES FILHO, 1994, p. 60) e se encontra numa forma de “existência simulada” (WOOLLEY, 1993, p. 62). Uma simulação da vida, porém idealizada, onde é possível a manipulação daquilo que está diante dos olhos.

A simulação dentro do mundo virtual apresenta-se de forma sedutora pelo apelo visual das imagens e pelo controle colocado nas mãos de quem o adentra. As pessoas são atraídas “da aspereza do real para a suavidade do virtual” (TURKLE, 2009, p. 6). Como não ser atraente um mundo onde o homem controla sua própria existência, podendo trocar de ambiente ou sair quando quiser (TURKLE, 2004, p. 101), e manipular ou levar onde quiser (MARCONDES FILHO, 1994, p. 62), onde suas interações sociais são customizáveis e não apresentam

grandes consequências? O que era gordo agora é magro, o que era azul agora é vermelho. Pode-se interagir sem compromisso, escolher sem ter que dar satisfação, explorar sem se revelar, e há espaço para ser politicamente incorreto.

O que se vê a seguir é uma migração para essa realidade e a vida passando a ser pautada com foco naquilo que acontece nas redes. E então o que começou com um olhar cético e uma promessa deslumbrante hoje é aceito por grande parte da população sem estudo ou análise.

Faz-se necessário, portanto um estudo crítico quanto às intenções intrínsecas da virtualidade. É preciso questionar os verdadeiros intuitos na proposta da cibercultura<sup>2</sup> de imersão virtual. Portanto, este capítulo visa a mostrar como a teoria propõe o relacionamento entre o mundo físico e virtual e detectar quais as

---

<sup>2</sup> Para Trivinho (2007a) e Rüdiger (2007), a cibercultura é um projeto histórico da humanidade. Ela constitui uma configuração material, simbólica e imaginária correspondente à gradual hegemonia mundial da tecnologia informática e digital das máquinas, em todos os setores da sociedade. Em outras palavras, uma cultura social que se desenvolve na interação das novas tecnologias digitais nas esferas “do trabalho, do tempo livre e do lazer” (TRIVINHO, 2007a, p.116). Essa relação compreende diversos aspectos, dos quais destacam-se a dromocracia, o império da velocidade como princípio social, e a glocalização, a “mescla inextricável entre o conteúdo global da rede e o espaço local de socialização e reprodução da existência cotidiana” (TRIVINHO, 2006, p. 3). Rüdiger (2007, p. 176) vai ainda mais longe ao afirmar que essa cultura social tem a “pretensão maximalista de que a derradeira solução de nossos problemas está na superação maquinística do ser humano, através do ciborgue e, logo, de algo pós-humano”.

consequências já vivenciadas desse processo. Esse esclarecimento possibilita uma crítica da sociedade vigente, a qual irrompe com um padrão de aceitação cega de toda proposta tecnológica em busca de uma vida sem “as incertezas, as imprevisibilidades” (GORZ, 2005, p. 87). Permanecendo seres críticos e pensantes, é possível rever os sonhos e projetos da sociedade, a fim de prosseguir sem medo rumo ao futuro (RÜDIGER, 2007, p. 180-181).

Para isso, algumas perguntas precisam ser feitas, que este capítulo tenta responder: Como as teorias da cibercultura propõem o relacionamento entre mundo físico e o mundo virtual? Quais são as consequências desse deslocamento rumo à vida virtual? Como a realidade virtual sobreposta à realidade física afeta o relacionamento do indivíduo com o meio, consigo mesmo e com o outro?

Para responder a essas perguntas, considera-se como hipótese que o ser humano possui características físicas e sentimentais inerentes que não são totalmente contempladas pela virtualidade, causando, portanto, efeitos negativos sobre o relacionamento com o outro e consigo mesmo. A realidade virtual, por si só, não é capaz de satisfazer muitas das necessidades humanas, dando apenas a ilusão de fazê-lo. Assim, o homem tende a ter dificuldade de se relacionar em sua plenitude com o mundo físico à medida que se relaciona mais com o mundo virtual.

Para alcançar os objetivos propostos, primeiramente será explanado o conceito da realidade virtual para, então, expor os caminhos da cibercultura, que tenta alcançar uma imersão completa do ser humano na realidade virtual. Em seguida, serão identificados os efeitos desse relacionamento entre o mundo físico e o mundo virtual proposto, no que se diz às emoções, percepções temporal e espacial e a visão do indivíduo de si mesmo.

## AMOR À PRIMEIRA VISTA: O FÍSICO E O VIRTUAL

Quando se fala em internet e em mundo virtual, às vezes parece faltar uma definição clara. Nos últimos anos, o termo ‘virtual’ foi popularizado e discussões sobre a realidade virtual permearam a mídia de massa e os livros, levando ao senso comum termos e concepções muitas vezes vagas ou confusas. Logo, é necessário, como primeiro passo, esclarecer alguns termos.

Faz-se necessária, então, uma distinção clara entre a realidade virtual e a que chamamos de realidade geográfica ou mundo físico. Eugênio Trivinho descreve esta última como sendo o “espaço geográfico”, “espaço no campo perceptual comum” (TRIVINHO, 2007a, p. 256), que é, nada mais nada menos, do que o mundo em que vivemos.

Em outras palavras, o que está ao alcance dos sentidos, o mundo em que estamos inseridos corporalmente, o “espaço urbano extensivo”, “território convencional”, onde até pouco tempo era feita a interação social com exclusividade (TRIVINHO, 2007a, p. 272).

Já a realidade virtual é proporcionada pelas tecnologias computacionais e definida por Trivinho como “interface”, “socioespacialização” eletrônica/tecnológica, “universo virtual realizado” (2007a, p. 325). É um local para onde foi transferido o espaço geográfico numa espécie de simulação, numa “conversão mediática do mundo em dados e de irradiação desterritorializada” (TRIVINHO, 2007a, p. 325). A realidade virtual é entendida como uma simulação mediada por tecnologias digitais que reproduz uma experiência do usuário de modo tridimensional, multissensorial e interativo, “como se” habitando e agindo num ambiente externo (BURBULES, 2004, p. 91), um espaço cibercultural ou ciberespaço.

Atualmente a vida acontece na intersecção dessas duas realidades, a realidade geográfica e a virtual. A interação virtual de múltiplos indivíduos inseridos na realidade geográfica em tempo real cria uma experiência que produz consequências fora da sua própria realidade, fazendo-se portanto real. Feitas essas definições iniciais podemos seguir adiante.

## PRIMEIRO ENCONTRO: A IDEIA DA VIRTUALIDADE PLENA

Na sociedade atual, é comum ver alguém sentado em frente à televisão, computador ou com um celular ou aparelho móvel em mãos, completamente absorto em seu conteúdo. A imersão parece cada vez mais real e presente, além de acessível. Difícil é encontrar alguém que não tenha um celular ou computador ou televisão. A integração e interação das tecnologias cada vez mais presentes no cotidiano social criam um mundo virtual a todo tempo envolvente, que interage com as percepções físicas da realidade geográfica.

Desde os primeiros contatos com a simulação da realidade, na década de 1940, teóricos estudaram e definiram a realidade virtual, expondo-a como oriunda da “tecnologia usada para prover uma ‘interface’ mais íntima entre seres humanos e imagens do computador” (WOOLLEY, 1993, p. 9), uma extensão do ser humano que ele é livre para explorar sem as limitações do mundo natural (TURKLE, 1999, p. 644).

Os avanços tecnológicos, portanto, ao longo desses anos, se deram na direção de fazer o mundo virtual o mais parecido com o real. As fotos estáticas ganharam movimento, os desenhos e jogos 2D se tornaram 3D, redes sociais foram criadas

imitando as redes de relacionamento físicas, as compras se transferiram do offline para o online. A vida é simulada numa realidade virtual e o usuário tem a impressão de estar presencialmente naquele mundo abstrato, dotado da habilidade de navegar livremente e manipular o seu conteúdo.

O fazer do mundo simulado se aproxima cada vez mais à realidade física natural do ser humano, está aí o poder de conquista do virtual. Então, revela-se a máxima da virtualidade na cibercultura. A simulação quer, e exige, imersão (TURKLE, 2009, p. 6).

24

Em meio a esse fenômeno é observado que, com o advento da virtualidade, tornou-se prática a ideia de que as relações sociais existentes podem ser transferidas para um banco de dados desencarnado – um panorama imaterial onde a vida virtual acontece (HILLIS, 1999, p. XV). O desenvolvimento tecnológico é, portanto, influenciado pelo “desejo de transcendência de limites corporais por parte de uma subjetividade descorporificada, alienada” (HILLIS, 1999, p. 1-2) que poderia ser imersa completamente no mundo virtual, no que seria uma virtualidade plena. Segundo esse pensamento seria possível não só imergir, mas uma imersão completa no mundo virtual.

Deveras sedutora parece a ideia de viver num mundo livre das oscilações e incertezas do mundo geográfico, onde se tem um controle muito maior até mesmo do que o indivíduo é ou

deixa de ser. Parece óbvio que todo esforço tecnológico fosse feito nesse sentido, para que o indivíduo se sinta parte desse mundo, imerso nele. A ideia, portanto, que acompanha esse desenvolvimento seria de que algo concreto pudesse ser transferido para o imaginário ou espaço virtual.

Esse conceito surge de outras duas prerrogativas. A primeira, de que somente aquilo que é inserido na rede online é validado como real (MARCONDES FILHO, 1995, p. 64). A segunda de que a consciência é mais ampla que o corpo físico finito e capaz de “circular livremente entre diferentes substratos sem ser alterada” (HAYLES, 1999, p. 1).

Assim, as ideias pós-humanistas são reveladas na imersão. Na sua forma mais radical, essa corrente de pensamento proclama a ideia de que seria possível fazer o upload dos seres humanos para uma existência totalmente virtual dentro do armazenamento de um computador, abolindo a evolução biológica e vivendo em prol das máquinas, o que levaria a uma existência imortal (MORAVEC, 1990, p. 109).

Com o passar dos anos diversos cientistas e pesquisadores conduziram experimentos e pensamentos no sentido de transferir a alma do homem para a máquina. Enfim, estabeleceu-se ao longo do tempo na sociedade a ideia de que o natural é incerto e inseguro, desordenado e arriscado. Que o corpo, como

sugeriam os ideais helenistas, com suas emoções e sentimentos é inimigo da razão. Portanto, que estes devem ser dominados, suprimidos, se possível, trocados por um novo mundo, o mundo virtual, onde a razão impera.

Essa dinâmica pós-humanista de separação da consciência do corpo foi incorporada às emergentes tecnologias digitais. Os meios que criam a realidade virtual buscam, através dela, erradicar a diferença entre o real e a simulação, abalando a separação entre o verdadeiro e o falso, o real e o imaginário (BAUDRILLARD, 1991, p. 8-9). O alvo é que o corpo e aquilo à sua volta sejam uma só interface. Empreende-se rumo ao rompimento com a diferença entre o “self e o ambiente” criado, onde o indivíduo desaparece nas redes de informação (KUMAR, 2006, p. 104, 164-165).

Ainda assim, em meio ao rebuliço para o rompimento com o ambiente geográfico há quem defenda, como Ted Randall, professor no MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts), que ainda não há como representar tudo na tela, ainda existem elementos do real físico que não podem ser simulados (TURKLE, 2009, p. 17). Ele afirma que as versões na tela nunca abarcarão toda a realidade, ou seja, sempre ficará algo de fora, mesmo que simulem tão similarmente a realidade natural.

## NAMORO: TENTANDO A VIRTUALIDADE PLENA

Um jovem sobe a Torre Eiffel tira uma foto dele mesmo lá de cima e imediatamente desce, posta na rede social e segue seu caminho. No Museu do Louvre, o mesmo se espreme em meio a tantos outros que tentam tirar uma foto do famoso quadro de Monalisa. Poucos observam de fato a obra, estão preocupados em registrar o momento e validar sua presença ali publicando a foto em redes sociais virtuais.

Essas são cenas comuns, não só em lugares turísticos, mas cada vez mais no dia a dia. As pessoas fotografam e divulgam uma foto para afirmar sua presença no local, deixam de experimentar o momento para viver a experiência de fotografar.

Tal comportamento é sintomático de uma vida cada vez mais virtual. Aqui se apresenta claramente uma “necessidade de vivenciar, por meio da foto, [do virtual], a experiência do presente” (GOMBATA, 2013). Há, na verdade, uma sobreposição da realidade virtual por sobre a realidade geográfica, esta passa a ser vivenciada em função da primeira.

Com crescente eficiência, o mundo da simulação torna-se um espaço substituto, tomando o lugar do real geográfico no tempo e importância dedicado a ele pelos indivíduos. Este é “cada vez menos vivenciado, sentido pelas pessoas em sua

plenitude” (MARCONDES FILHO, 1994, p. 61). Em seu lugar, os investimentos são direcionados para a realidade virtual.

Mas todo “projeto histórico da humanidade” (RÜDIGER, 2007, p. 176) traz consigo características que definem a época. Com a imersão virtual na cibercultura não é diferente. De fato, no cotidiano experimenta-se os benefícios da imersão virtual e diante dela muitos ficam extasiados com a imensa gama de possibilidades que ela proporciona. Mas, imerso na simulação, o indivíduo também torna-se vulnerável. “Às vezes, pode ser difícil lembrar de tudo o que está além dela, ou mesmo reconhecer que nem tudo é capturado na mesma”, que na verdade, também muitos malefícios provêm dela (TURKLE, 2009, p. 17). Há consequências significativas do advento do ciberespaço no relacionamento do homem consigo mesmo, com o meio e com o próximo.

28

### PERCEPÇÃO ESPACIAL

“Espaço e tempo são categorias sociais pertencentes a um determinado tipo de civilização” (ORTIZ, 1999, p. 53). A civilização cibercultural traz consigo uma nova formação de espaço e tempo: um território móvel e recombinante num ritmo contínuo de aceleração, que é potencializado pelas tecnologias digitais que dão origem ao mundo virtual. Para entender

melhor essa reconfiguração inicia-se esse tópico caracterizando esse novo espaço.

O ser humano tem uma noção de território que se relaciona com a noção de “acesso e controle no interior de fronteiras” (LEMOS, 2009, p. 43). O que ocorre, na cibercultura, é que as tecnologias digitais reconfiguram a forma de sociabilizar e comunicar dentro de um novo território virtual. No encontro do espaço virtual com o espaço geográfico cria-se os “territórios digitais informacionais”, os quais “se formam na emissão e recepção de informação digital em espaços híbridos, informacional e físicos, através dos dispositivos móveis”, como *smartphones*, *laptops* e *tablets* (LEMOS, 2009, p. 42, 61). Ou seja, no cruzamento do material com o virtual, mediado por um aparelho que esteja conectado à rede global, cria-se esse novo território.

Então, quando o indivíduo se encontra estático dentro de sua casa, mas desterritorializado pelo aparelho digital, pois vivencia elementos estranhos à sua cultura, o glocal<sup>3</sup> faz com que ele pense no espaço independentemente das limitações físicas.

---

<sup>3</sup> Termo cunhado por Eugênio Trivinho, denominando o fenômeno corrente na sociedade atual que é uma mescla entre a esfera global, o conteúdo mediático da rede ao qual a realidade se sujeita como subordinada, e o espaço local, o meio cultural onde ocorre a socialização e a reprodução da existência diária. O local e o global, por meio da tecnologia, passam a coexistir simultaneamente num mesmo espaço imersivo, conduzidos pelo tempo real.

Ocorre, então, uma reterritorialização nesse novo espaço. A desterritorialização afasta “o espaço do meio físico que o aprisionava e a reterritorialização o atualiza como dimensão social”, localizando assim o indivíduo (ORTIZ, 1999, p. 61).

Há uma mudança radical, portanto, na “concepção de espaço, tradicionalmente vinculada ao território físico, seja a nação, sejam os limites geográficos das culturas” (ORTIZ, 1999, p. 61). O espaço agora independe dos limites territoriais anteriores. Vê-se, “um executivo que viaja com um *laptop* e um celular está em mobilidade, mas, ao mesmo tempo controlado e, assim, territorializado” (LEMOS, 2009, p. 43), porque tem acesso ao novo espaço e controle da informação. Fredric Jameson (1996, p. 70) nomeia esse novo espaço como o “hiperespaço pós-modernista”, que altera o modo do homem de se localizar e “mapear cognitivamente sua posição em um mundo exterior mapeável”.

O processo de criação desse espaço físico descrito começa com a invenção do telégrafo (TRIVINHO, 2001; HILLIS, 1999), quando a comunicação, ao que ostenta a cibercultura, foi desatada das restrições da geografia, e hoje é possível uma comunicação de forma similar àquela que se faz no dia a dia no mundo geográfico. Não só o comunicar, mas toda a vida humana é imitada e recriada, dando uma espécie de liberdade.

Essa recriação tornou-se, portanto, “uma espécie de ‘real-instrumental’, que você pode manipular, levar consigo, acionar quando quiser, ou seja, um real do qual se tem controle e do qual, de uma forma ou de outra, você pode sair quando bem o desejar”, o que caracteriza esse espaço como fluido (MARCONDES FILHO, 1994, p. 62).

O espaço não é mais concreto e palpável como a realidade geográfica, mas sim fluido e rápido. David Harvey (2001, p. 212) explica que as barreiras de espaço tradicionais são bombardeadas em prol de um espaço mundial, onipresente, o qual é marcado pela mobilidade do virtual, e onde as raízes dão lugar à fluidez. “Os indivíduos possuem certamente referências, mas não propriamente raízes”, pois esse outro território condiciona o “desenraizamento” (ORTIZ, 1999, p. 65).

Aos olhos da cibercultura, o processo de reterritorialização abre “novas possibilidades do ser, agir, sentir, pensar, sonhar, imaginar” (IANNI, 2008, p. 102). Segundo Octavio Ianni (2008, p. 102-103), quando esses indivíduos adentram o mundo virtual global:

Libertam-se para o pensamento científico, filosófico e artístico horizontes desconhecidos, insuspeitados e escondidos. Ampliam-se e generalizam-se outras e novas condições de realização das diversidades, singularidades e universalidades. Os indivíduos, os grupos, as classes e todos os outros setores sociais adquirem distintas possibilidades de se

desenvolverem e se expressarem. Diante de horizontes abertos, insuspeitados, uns e outros podem visualizar múltiplas perspectivas. Uns e outros deixam de estar vinculados a somente, ou principalmente, uma cultura, história, tradição, língua, religião, ideologia, utopia.

Esse fenômeno também pode ser visto no consumo multicultural. Um japonês, comendo num restaurante mexicano, nos Estados Unidos, usando roupas feitas na Índia. De fato, são visíveis os sinais dessa “territorialidade dilatada” (ORTIZ, 1999, p. 61). O mundo virtual expandiu os horizontes territoriais. Hoje, é possível, por exemplo, conhecer o Museu do Louvre sem nunca pôr os pés na França ou comunicar-se com outra pessoa milhões de quilômetros de distância em tempo real, apenas pela internet.

32

Se é dito que a geografia, em parte, não mais prende o indivíduo, e que tornou-se possível explorar o mundo sem sair do lugar. Na verdade, o mundo explorado não é o das percepções físicas e sim, o virtual. Portanto, se por um lado pode-se ultrapassar os limites territoriais em explorar o mundo, está-se também restrito ao mundo virtual. “O tempo e o espaço, o ‘passado’ e o ‘futuro’ estão sendo cada vez mais manipulados e condicionados para servir às necessidades do aqui e agora, tornando a experiência vivida do urbano cada vez mais indireta, filtrada através de simulacros” (SOJA *apud* KUMAR, 2006, p. 163).

Aos olhos desatentos vê-se somente uma abertura dos horizontes da geografia, ou seja, uma possibilidade de navegar sem

aparentes fronteiras por lugares distantes ou até mesmo inexistentes geograficamente. O comércio é estimulado e também a produção de conhecimento. Uma pessoa pode se comunicar com a outra do outro lado do mundo, em tempo real, num simples *click*. O comércio online também possibilita adquirir mercadorias de lugares muito distantes. A rede traz informações sobre todo o mundo e vemos isso convertido num senso de proximidade global, que facilita e incentiva viagens interculturais.

Mas, lembra-se aqui, o estado citado anteriormente de um condicionamento da vida material em prol da virtual, o local em prol do global. Por causa da predominante importância do global sobre o local, o primeiro é o que legitima o que real. Já foi visto que “a marca desta era é que as coisas não valem pelo que elas são, elas só valem se forem comunicadas, divulgadas pelo sistema de comunicação, se mediadas por esse processo” que as legitima no global (MARCONDES FILHO, 1994, p. 64). Por isso, o local é desvalorizado e só é validado mediante a transferência e divulgação no global. Segundo Ciro Marcondes Filho (1994), o que em tempos passados passava-se de geração em geração, de boa em boca, diga-se, histórias, acontecimentos, notícias, ou seja, conhecimento, hoje de nada vale pois não têm o selo do global validando como fato. Portanto, o acidente em frente à loja da esquina, a greve dos trabalhadores da cidade, o nascimento

do filho da vizinha, o projeto de reflorestamento, a mobilização e reforma na cidade para a inclusão social, o que antes valia por si mesmo, pois a informação se propagava da maneira anteriormente citada, agora não tem valor, a menos que seja transferido para a dimensão global, nos meios de comunicação, aí, então, é conhecido e real. Por isso, também, é característico na sociedade atual uma busca acentuada das pessoas em se inserir no mundo virtual, para garantir sua legitimidade como ser existente.

Esse fenômeno de deslegitimação ocorre porque já não ocorre mais a “troca pessoal de informações” (MARCONDES FILHO, 1994, p. 64). O próprio Ciro explica que a cidade, antes o “ponto de encontro e cruzamento das pessoas”, onde se fazia a interação social e disseminação de ideias e fatos, se tornou deserta, “impessoal” e “desconhecida” (MARCONDES FILHO, 1994, p. 57). Com a aceleração da vida cotidiana na cibercultura e o novo espaço de vivência virtual, as cidades se tornaram grandes, populosas, mas desertas. O fluxo move os carros velozes de um ponto a outro, sem demorar-se pelo caminho, sem interação. A cidade geográfica tornou-se apenas um trajeto, um intermediário entre dois ou três destinos. Assim, ela recebe menos investimento, se torna mais esquecida, e as atividades que antes eram praticadas nela, que reunia a população, são transferidas, em parte, para a realidade virtual.

Esse processo de desertificação acentua e difunde a solidão. As pessoas falam-se menos, encontram-se e tocam-se menos, veem-se menos e têm cada vez menos tempo umas para as outras, caracterizando-se um isolamento gradual e crescente (MARCONDES FILHO, 1994, p. 51). Portanto, com a migração das cidades para o novo espaço virtual, vê-se uma crescente individualização da sociedade. “Indivíduos, famílias, grupos, classes e outro segmentos sociais perdem-se no desconcerto do mundo” (IANNI, 2008, p. 101).

Além disso, a desterritorialização, em mudar o espaço e o tempo, tem a intenção de corroborar a separação entre indivíduo e ambiente. Na codificação e simulação, o indivíduo não é mais autônomo, relacionando-se e movendo-se no ambiente, mas tenta-se uni-lo ao novo território. A suposta abertura das fronteiras territoriais da geografia traz uma proximidade incommum e até exagerada. Jameson discursa que a distância foi abolida nesses territórios digitais informacionais e que o indivíduo se torna incapaz de se distanciar (JAMESON, 1996, p. 74-75). Jean Baudrillard também faz uma crítica a essa situação, ele:

Considera-a ‘obscena’, porque ‘põe um fim a toda representação’, oblitera qualquer diferença e distância entre o *self* e o ambiente. Os opostos sujeito/objeto, público/privado, perdem todo o significado e se fundem. Não sobra nenhum segredo, nenhuma vida interior, nenhuma intimidade. Tudo, incluindo o indivíduo, ‘se dissolve

completamente em informação e comunicação'. [...] Para Baudrillard, isso significa criar 'uma nova forma de esquizofrenia'. Induz a 'um estado de terror próprio do esquizofrênico: proximidade grande demais de tudo, a promiscuidade suja de tudo que toca, investe e penetra sem resistência, sem nenhum halo de proteção privada, nem mesmo seu próprio corpo para protegê-lo mais' (KUMAR, 2006, p. 164).

36

O que se conclui portanto é que nesse novo espaço recombinante, que se constrói na intersecção do mundo virtual com o mundo geográfico, marcado pela fluidez e pela ausência de raízes, o indivíduo é forçado a reestruturar sua concepção de espaço. Viu-se que um espaço fluido, que não tem as barreiras territoriais da geografia, afasta as pessoas da cidade, muda a forma de comunicação e a legitimidade dos acontecimentos e até do próprio indivíduo. Este o qual se torna mais só e individualista, incapaz de distanciar-se e de certa forma esquizofrênico pela exagerada proximidade a tudo, sem barreiras ou proteção.

#### PERCEPÇÃO TEMPORAL

“A velocidade é o compasso da vida” na cibercultura (MARCUNDES FILHO, 1994, p. 53). Tudo é feito de maneira rápida e no sentido de manter o ritmo acelerado. Os carros são velozes, as rodovias requerem velocidade, a conexão, o sucesso rápido é almejado, as notícias, as imagens, tudo flui sistematicamente para adestrar as pessoas à velocidade técnica.

É um pulsar incessante fazendo com que se tenha sempre que se mover de um lugar para outro e agir em ritmo contínuo, acelerado, angustiado, porque já há outro compromisso em seguida, que preparará para mais um, novo. A vida torna-se uma sucessão dinâmica de acontecimentos, pelos quais se passa de forma ligeira. As pessoas como que colecionam diversas atividades e realizam-nas em tempo recorde, num tipo de compulsão de fazer sempre mais, pelo prazer do fazer. É o princípio do movimento pelo movimento (MARCONDES FILHO, 1994, p. 53).

A velocidade penetrou todas os setores da experiência humana (TRIVINHO, 2007a, p. 23) e reina sobre toda atividade dos homens-máquina, conforme o nome dado por Ciro Marcondes Filho ao homem da sociedade veloz. Nesse ritmo alucinado o indivíduo precisa correr contra o tempo para não ficar para trás. Então, se exhibe um medo constante porque aquele que não se adequar à aceleração é excluído. O profissional que realiza mais tarefas em menos tempo é valorizado, o carro que é mais veloz e tem maior potência e os computadores com processadores mais rápidos são mais caros, portanto não são todos que podem acompanhar na crista da onda da velocidade.

Mais em menos tempo. A vida humana é comprimida para enquadrar mais experiências em uma única existência. O presente é valorizado e juntamente com as múltiplas atividades e experiências das mais diversas. Então, as tecnologias digitais promovem um tempo eternizado, um infinito presente. Zygmunt Bauman afirma que atualmente o homem vive “no

presente e pelo o presente”, “para sobreviver (tanto quanto possível) e para obter satisfação (o máximo possível)” (BAUMAN, 2007, p. 14). As preocupações se concentram no hoje, na sobrevivência e na gratificação.

Com o tempo esticado para que o máximo de vivência se encaixe nos seus limites, “pode-se consumir toda a eternidade do presente contínuo da vida terrena, apenas comprimindo esta “de modo a poder ajustá-la, inteira, à duração de uma existência individual” (BAUMAN, 2007, p. 15). Já não é mais suficiente ter o inglês, é necessário aprender mais uma língua, fazer um intercâmbio cultural ou dois, um curso de pós-graduação, tudo antes dos 30 anos de idade para sobreviver no mercado. A eternidade é anunciada como tendo sido alcançada pela realidade virtual, mas, com isso, também se instaura uma alucinada e insaciável busca por mais “vida”.

Outra característica trazida pela aceleração da vida é a crescente efemeridade, das coisas e relacionamentos. Não há raízes, assim como no novo espaço, “ligações frouxas e compromissos revogáveis são os preceitos que orientam tudo aquilo em que se engajam e a que se apegam” os indivíduos acelerados (BAUMAN, 2007, p. 11). O emprego é facilmente deixado por outro, a marca é abandonada por outra de um produto mais novo, os relacionamentos são “oportunos e pontuais” (MARCONDES

FILHO, 1994, p. 53). A lealdade não faz parte do cotidiano, não há compromisso vitalício. Preza-se pela quantidade e não a qualidade. Tudo está fadado a um fim, dura pouco, é efêmero.

Concluindo, o tempo na era do virtual é continuamente acelerado. Isso faz com que tudo se torne efêmero e passageiro, de curta duração, desde os produtos no mercado às relações sociais. Nesse ritmo acelerado da vida o indivíduo é movido a acumular o máximo de experiências em uma só vida, vivendo intensamente o presente, para que não seja excluído por não acompanhar o ritmo da velocidade.

## PERCEPÇÃO EMOCIONAL E DA IDENTIDADE

Ao longo da história vê-se que o homem tenta controlar o mundo geográfico, tido como incerto e instável, e a si mesmo. Desta forma as intenções se direcionam em conviver com o terror da morte. “A perda da individualidade” é o “medo primeiro” do homem, o que está por trás da repulsa ante visão de um corpo sem vida (DAL BELLO, 2008, p. 1). Segundo a autora Cíntia Dal Bello (2008, p. 2), estar consciente de si mesmo significa admitir “fragilidades e limitações” que deixa o indivíduo vulnerável e sujeito à morte.

Neste contexto, surgem as imagens, na propagação e busca pela imortalidade, na luta contra o medo da morte. Diante da

morte, a imagem recria e perpetua o retrato daquilo que simula. As imagens, sitiadas e extasiadas pelo virtual, trazem ao indivíduo o poder do controle. Ali ele pode editar, transformar, mudar, viver uma “eternidade”. Porém, como, hoje, o homem vive “nas imagens do mundo, de si próprios e de outros homens”, torna-se dependente delas, vivendo permanentemente um estado de simulação que “conduz à condição de uma vida morta” (KAMPER *apud* DAL BELLO, 2007, p. 9).

40

Portanto, imerso na tempestade de imagens do mundo virtual, onde foi alterada a percepção do tempo e do espaço, o corpo é ressignificado no sentido de ser e estar, criando uma nova vivência simulada que esconde “a real imobilidade corpórea” (SODRÉ *apud* DAL BELLO, 2007, p. 9). Esta muda também a percepção do próprio corpo, do próprio “eu”, já que a imagem, na qual é transmitida o desejo da imortalidade, quando simula o corpo, o coloca “na falange dos mortos-vivos, dos espectros e fantasmas” (KAMPER *apud* DAL BELLO, 2007, p. 9).

É através do corpo que o ser humano identifica diferenças individuais, e nas semelhanças desenvolve-se a empatia pelo reconhecimento das similaridades funcionais do corpo (HILLIS, 1999, p. 168). Nesse espaço entre os corpos materiais se faz o relacionamento com outras pessoas e com o ambiente. Na realidade geográfica, essa distância no espaço entre dois indivíduos

cria uma barreira pela qual é filtrado e avaliado aquilo que lhe é transmitido. Porém na realidade virtual, essa barreira é retirada.

Sem barreiras de espaço e ainda, de tempo, tudo se torna próximo, excessivamente próximo. Numa espécie de circuito elétrico instantâneo, “é preciso que ande depressa, não há tempo para o silêncio”, ele é “banido das telas” (BAUDRILLARD, 1993, p. 12). No mundo virtual, os indivíduos estão ligados entre si demasiadamente e sem interrupção.

Todo o paradigma da sensibilidade foi mudado. Esta taticidade não tem o sentido orgânico do tato: ele implica simplesmente a continuidade epidérmica do olho e da imagem, o colapso da distância estética do olhar. Nos acercamos infinitamente à superfície da tela; nosso olhar está como que espalhados pela imagem. Já não temos a distância do espectador em relação ao palco – todas as convenções teatrais sumiram. Se caímos tão facilmente no coma imaginário da tela, isso se deve ao fato de que a tela apresenta um vazio perpétuo que não se pode preencher. Proxemia das imagens, promiscuidade das imagens, pornografia tátil das imagens. No entanto, a imagem está sempre a anos-luz (BAUDRILLARD, 1993, p. 55).

Assim, ao trivializar a interface, a distância corpórea, o mundo virtual “leva a forma social à indiferença” (BAUDRILLARD, 1993, p. 12). A nova realidade muda, portanto, a forma “de se relacionar com o outro, de se perceber, ser e estar no mundo” (DAL BELLO, 2007, p. 2). No turbilhão de imagens o indivíduo é impulsionado a socializar-se, em simulação, alucinadamente.

Torna-se um desafio “operar seu imaginário, inflado por incentivos sociais onipresentes, sem, no entanto, cair presa dele para não entregar a identidade pessoal ao roda-moinho de imagens internas descontroladas” (TRIVINHO, 2007b, p. 60).

Surgem daí a crise pós-moderna da identidade. No meio do desconcerto entre o que é simulação e representação ou subjetivo, entre o geográfico e o virtual, o indivíduo, distribuído, aproximado e virtualizado nas redes globais, desraigado, desprotegido e acelerado pela velocidade iminente, sem espaço ou silêncio de interrupção, passa a ter uma identidade fluida, de variadas proveniências e que assume inúmeras formas.

42

Nós estamos amarrados aos nossos dispositivos ‘always-on/always-on-us’ comunicações e as pessoas e as coisas que chegam por meio deles: pessoas, páginas web, correio de voz, jogos, inteligências artificiais (jogo personagens não-jogadores, online interativo ‘bots’). [...] O self, agora ligado aos seus dispositivos, ocupa um espaço liminar entre o real físico e suas vidas na tela (Turner, 1969). Participa em ambos os domínios, ao mesmo tempo (TURKLE, 2008, p. 2).

A todo momento se está conectado. Com as mídias digitais portáteis, a alteridade plural do ego é acessível a qualquer instante. O indivíduo pode fazer ‘dormir’ a sua ‘pessoa virtual’ e de tempos em tempos retornar a ela. A vida é vivida como que atravessando a vida no mundo geográfico e folheando as diversas vidas simuladas no virtual (TURKLE, 2004, p. 102).

O jogo das múltiplas identidades acontece freneticamente a todo momento, num simples trocar de palavras, num constante trocar de nomes e lugares.

Nas redes, o texto personifica as ações. O indivíduo textualiza diversos egos e a eles dá vida, cada um explorando aspectos diferentes do eu (TURKLE, 1999, p. 646). A virtualidade permite inclusive que não haja mais distinção entre homem e mulher, branco ou negro, alto ou baixo, gordo ou magro. A noção individual do eu se perde nas conexões constantes. Não se vê mais o eu sem estar conectado, ele depende das relações virtuais. Vive-se “dentro do cérebro um do outro, como vozes, imagens, palavras em telas” (RHEINGOLD *apud* TURKLE, 1995, p. 257). Vive-se múltiplas personalidades, incluindo se uns aos outros.

Ao perceber as múltiplas personalidades em si mesmo, o indivíduo percebe sua própria limitação em vivê-las e vê-se que não se tem controle ou compreensão de si mesmo por completo, nem do mundo externo a ele. Com essa flexibilidade, não só na identidade, mas também nos relacionamentos e da vida como um todo, caracterizada como fluido, ou líquido, vê-se uma crescente insegurança emocional. O indivíduo quer desfruir dos prazeres, sem se preocupar com os compromissos, pois a realidade virtual se mostra como um mundo utópico, onde se consegue exatamente isso. Mas por

trás desta busca, “o problema é apegar-se firmemente à única identidade disponível e manter juntos seus pedaços e partes enquanto se enfrentam as forças erosivas e as pressões dilaceradoras, consertando os muros que vivem desmoronando e cavando trincheiras cada vez mais fundas” (BAUMAN, 2007, p. 13). Assim, a “vida líquida significa constante autoexame, autocrítica e autocensura, [...] alimenta a insatisfação do eu *consigo mesmo*” (BAUMAN, 2007, p. 19).

44

Vê-se, então, nos parágrafos que antecederam, uma sociedade sem raízes que se desmonta e remonta a todo instante, o que se reflete também na percepção individual do próprio eu e, conseqüentemente, do relacionamento com o outro. A identidade torna-se fragmentada e os relacionamentos flexíveis. As ligações virtuais deixam um sentido de vazio e solidão e o indivíduo não sabe mais lidar consigo mesmo. Assim se caracteriza a imersão até aqui apresentada pela cibercultura.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS: FELIZES PARA SEMPRE

Neste capítulo, foi explanado o projeto original da cibercultura de imersão total no virtual e como isso é apresentado de forma sedutora pelo apelo visual e a possibilidade de controle,

manipulação, edição. Foi apresentado o que é a realidade virtual e como as teorias da cibercultura propõem o relacionamento entre essa realidade e a realidade geográfica/física.

Então, mostrou-se como os avanços tecnológicos são usados para levar avante o projeto histórico da humanidade de imersão e as implicações e efeitos desta tentativa nos relacionamentos do indivíduo com o meio, consigo mesmo e com o próximo.

Essas características revelam algo mais do que simplesmente efeitos no ser humano, mas revelam possíveis características intransponíveis para a realidade virtual, as quais não são atendidas ou satisfeitas completamente na ausência do físico geográfico, levando a crer que essa separação da alma do corpo, proposta no pós-modernismo e intrínseca às novas tecnologias, não seria possível, ou até mesmo viável. Nicolas Burbules apresenta um argumento para o fato de não poder desfazer-se do corpo:

Outra forma em que nossos corpos não desaparecem ou se tornam irrelevantes é que, enquanto os seus 'relógios' internos, as suas necessidades de descanso e de alimentos, podem ser movidos para o fundo da nossa consciência quando estamos em uma experiência imersiva, essas necessidades têm uma maneira de intrometerem-se sobre nós, quer queiramos ou não, e, é claro, sem a atenção a tais necessidades 'reais', nenhum dos restantes importaria de qualquer maneira (BURBULES, 2004, p. 99).

A proposta deste capítulo foi justamente promover a reflexão sobre aquilo que está ocorrendo na sociedade atual e

questionar a infalibilidade do projeto pós-humano tomado como absoluto. As ideias pós-humanas são apenas parte de um grande contexto muito maior, porém são aceitas pela sociedade em geral sem nenhum questionamento, muito pelo contrário, com vislumbre e encantamento.

Na realidade, muito mais há na experiência geográfica que ainda o virtual não conseguiu transpor. E isso é facilmente notável quando se desliga da grande rede global criada e experimenta-se o silêncio. Baudrillard reflete sobre essa barreira entre o virtual e o geográfico dizendo que:

46

O corpo pode atravessar a distância que o separa de linguagem, a partir do palco, ou do espelho – é isso que o mantém humano e lhe permite participar na troca. Mas a tela é meramente virtual – e, portanto, intransponível. É por isso que se alimenta de que abstrato – definitivamente abstrato – forma conhecida como comunicação (BAUDRILLARD, 1993, p. 55).

Portanto, criticou-se aqui a teoria pós-humana do pleno virtual. Não se contestou a interação da realidade virtual com a realidade geográfica, mas apontou-se para os custos pelos quais isto está sendo feito, muitos dos quais não são considerados ao adequar-se ao modelo proposto e adotar as tecnologias. É preciso estar atento para as mudanças e aquilo que está acontecendo ao redor, para não ser engolido pelas teorias e utopias, para não perder a identidade em

meio à virtualização. É preciso saber o que de fato a realidade virtual é, de onde vem, para onde diz que vai e o que de fato consegue e estar atento ao que a promessa pós-humana da superação do corpo esconde, da veracidade da separação ou não do corpo.

A tecnologia não é a solução de todos os problemas da humanidade. Ela alterou os seus relacionamentos, mas ainda não os fez perfeitos. A realidade virtual, na verdade, mostra um grande mito da realidade que foi criado pela cultura ocidental, na maneira como o real é entendido (WOOLEY, 1993, p. 11). O real, não é algo sem valor, sem problemas ou objetivo, como foi-se treinado em acreditar. Talvez não se devesse perder na busca por algo perfeito, pois viver invariavelmente traz imperfeições e improvisos, que causam o crescimento e aprimoramento. Talvez não se devesse buscar a perfeição como um momento, um estágio perpétuo, mas como um contínuo crescimento, um processo. Talvez se devesse fazer o melhor do processo, sem tentar fugir dele ou ignorá-lo. Talvez se devesse buscar o que a tecnologia pode oferecer, sem fazer dela simplesmente um meio para um fim perfeito, sem aquilo que faz do real, real. Pois, existe uma realidade além da realidade virtual, e esta, ao invés de nos libertar daquela, pode nos ajudar a recuperá-la. Se a realidade virtual é conhecida em suas minúcias, ela, na verdade, ajuda a humanidade a viver plenamente, não a simulação, mas o real.

## REFERÊNCIAS

- BAUDRILLARD, J. **The transparency of evil**. Londres: Verso, 1993.
- \_\_\_\_\_. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'água, 1991.
- BAUMAN, Z. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007
- BURBULES, N. C. Rethinking the virtual. **Informática na Educação: teoria & prática**, Porto Alegre, v. 7, n. 1, p. 89-107, jan./jun., 2004.
- DAL BELLO, C. Imagos virtuais: imagem, morte e eternidade em plataformas ciberespaciais de relacionamento. In: CONFERÊNCIA MÍDIA, RELIGIÃO E CULTURA, 6., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Umesp, 2008.
- \_\_\_\_\_. Espectros virtuais: a construção de corpos-sígnicos em comunidades virtuais de relacionamento. **E-Compós**, v. 10, dez., 2007.
- 48 HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2001.
- IANNI, O. **A sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- JAMESON, F. **Pós-modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1996.
- MARCONDES FILHO, C. **Sociedade tecnológica**. São Paulo: Scipione, 1994.
- GOMBATA, M. Clicar, em vez de viver, tornou-se norma. **Carta Capital**, Brasília, 1 abr. 2013. Disponível em: <<http://bit.ly/1VAG0Cw>>. Acesso em: 17 out. 2013.
- GORZ, A. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablurne, 2005.
- HAYLES, K. **How we became posthuman: virtual bodies in cybernetics**. Chicago: The University of Chicago Press, 1999.
- HILLIS, K. **Digital Sensations: space, identity and embodiment in virtual reality**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1999.

KUMAR, K. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna**: novas teorias sobre o mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

LEMONS, A. Cibercultura como território recombinate. In: CAZELOTO, E.; TRIVINHO, E. (Org.). **A cibercultura e seu espelho**: campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa. São Paulo: ABCiber; Instituto Itaú Cultural, 2009.

MORAVEC, H. **Mind Children**: the future of robot and human intelligence. Harvard: Harvard University Press, 1990.

ORTIZ, R. **Um outro território**: ensaios sobre a mundialização. São Paulo: Olho D'água, 1999.

RÜDIGER, F. **Introdução às teorias da cibercultura**. São Paulo: Sulina, 2007.

TRIVINHO, E. **A dromocracia cibercultural**: lógica da civilização mediática avançada. São Paulo: Paulus, 2007a.

\_\_\_\_\_. Da loucura das imagens à imagem da loucura. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 6, p. 55-61, jun. 2007b.

\_\_\_\_\_. A cidade na civilização mediática avançada: a glocalização, dromocratização e transpolitização da experiência urbana contemporânea. **Intexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 15, p. 1-11, jul./dez. 2006.

\_\_\_\_\_. Glocal: para a renovação da crítica da civilização mediática. In: FRAGOSO, S.; FRAGA DA SILVA, D. (Org.). **Comunicação na cibercultura**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TURKLE, S. Cyberspace and Identity. **Contemporary Sociology**, Washington, v. 28, n. 6, p. 643-648, nov. 1999.

\_\_\_\_\_. Our split screens. In: FEENBERG, A.; BARNEY, D. **Community in the digital age**: philosophy and practice. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2004.

\_\_\_\_\_. Always-on/Always-on-you. **Handbook of Mobile Communication Studies**. Cambridge: The MIT Press, 2008.

\_\_\_\_\_. **Simulation and its discontents**. Cambridge: The MIT Press, 2009.

\_\_\_\_\_. **Life on the screen**. Nova York: Simon & Schuster Paperbacks, 1995.

WOOLLEY, B. **Virtual worlds: a journey in hyper and hyperreality**. Londres: Penguin, 1993.

# A DESUMANIZAÇÃO NO PROCESSO DE CIBERCULTURALIZAÇÃO DAS RELAÇÕES

Júlia Tudella Bianco<sup>1</sup>

É interessante perceber como a nossa realidade tem sido transformada com o passar do tempo. Não há muitos anos a internet era apenas utilizada alguns dias por semana, e os celulares não faziam nada mais do que ligar e receber mensagens de texto. Hoje já não conseguimos ver nosso dia a dia sem a possibilidade de acesso contínuo à internet e às mais diversas redes sociais. Entretanto, é impossível que esses novos hábitos não nos afetem de alguma forma. Esse texto propõe que analisemos e reflitamos sobre as possíveis influências que estamos sofrendo e quais suas consequências na nossa vida.

Para podermos entender as influências que sofremos e como elas nos modificam, precisamos primeiramente definir

---

<sup>1</sup> Graduanda em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp)

quem somos “nós” e posicionar esse “nós” dentro da história. Assumindo que a história se dá em um processo dialógico, vamos relembrar e considerar os principais pensamentos que regeram a humanidade. Segundo *Ciro Marcondes Filho (2004)*, podemos separar a história da humanidade em três principais períodos ideológicos distintos. O primeiro deles foi o Teocentrismo. Durante esse período o indivíduo acreditava que Deus era soberano e que o plano dele deveria ser seguido. Sendo assim, por haver um plano pré-determinado, existia um sentimento de submissão e contentamento. O homem não acreditava ser possível mudar seu destino, Deus estava no controle. Além disso, o indivíduo não deveria buscar sucesso terreno, pois a sua recompensa lhe seria outorgada no céu. *Marcondes Filho (2004)* defende que nessa sociedade Deus era o único agente unificante. Entretanto, a dominação católica (religião predominante até então) começou a ser questionada e foi então que a Reforma Protestante (iniciada na Alemanha por *Martinho Lutero*, em 1521) e a posterior Reforma Calvinista (que foi a implementação da Reforma Protestante na França por *João Calvino*, com início em 1534) tiveram lugar.

O começo de uma mudança no pensamento hegemônico foi percebido. Agora o ser humano passa a se ver muito mais independente e autossuficiente, capaz de mudar seu

futuro. Ele começa a ser o centro do seu próprio pensamento e acredita que o seu conhecimento e capacidade levariam o mundo ao progresso. Criam-se as metanarrativas, teorias humanas para explicar a realidade e resolver os problemas da humanidade que anteriormente caberiam a Deus resolver. Dois exemplos importantes das metanarrativas são o socialismo e o liberalismo. É a partir desse momento que o homem começa a deixar a técnica como *téchne*, definida por Enrique Muñoz Mickle como “uma forma especial de fazer que está ligada essencialmente ao domínio de um método, de uma disciplina que leva a um fim intencional já conhecido” (MICKLE, 1998, p. 19, tradução livre), onde o *technítes* (quem realiza o cuidadoso procedimento) “sabe que se deve respeitar a matéria sobre a qual atua para alcançar quase sem violência a ordenação ao fim proposto” (MICKLE, 1998, p.23, tradução livre), e passa a vê-la como “técnica moderna”, a qual é caracterizada por não se prender ao “limites aparentes” da natureza( até então vistos como limites), mas por agir “obrigando-a a abrir seus mistérios e subjugando-a à vontade produtiva” (MICKLE, 1998, p.26, tradução livre).

O Antropocentrismo entra em decadência quando os grandes sistemas propostos se mostram insuficientes. É nesse momento que a modernidade se rompe. O indivíduo até então vivia em uma

sociedade mais sólida e “determinada”, onde ele tinha mais segurança de seus propósitos e de qual caminho seguir para alcançá-los.

Nesse mundo estruturado, uma pessoa podia perder-se, mas também podia achar seu caminho e chegar exatamente aonde pretendia estar. A diferença entre se perder e chegar era feita de conhecimento e determinação: o conhecimento da estrutura do tempo-espaço e a determinação de seguir, fosse qual fosse o itinerário escolhido (BAUMAN, 1998, p. 110).

54

Agora esse mesmo indivíduo, após ter visto a derrota de suas teorias, passa a questionar sua identidade, a existência de objetividade e possibilidade de progresso por meio da razão. Surge então o Tecnocentrismo, “mundo efêmero e descentralizado da tecnologia, do consumismo e da indústria cultural” (EAGLETON, 1998, p. 4), era em que vivemos até os dias de hoje. Segundo Marcondes Filho (2004), nós temos a tendência de olhar esse período ainda sob um olhar antropocêntrico, influenciando e enviesando a análise crítica, nos fazendo acreditar que as novas tecnologias são apenas ferramentas para o uso humano. Ele defende o contrário, dizendo que, “no mundo tecnocêntrico, o homem submete-se a esse controle generalizado das máquinas” e que “no momento em que transfere suas funções às máquinas, abre mão também de grande parte de sua autonomia em relação ao controle de suas coisas” (MARCONDES FILHO, 2004,

p. 29). Diversos autores admitem que a técnica hoje em dia tem uma relação totalmente nova com a humanidade.

É certo que o homem sempre esteve às voltas com suas técnicas e com as tecnologias relativas à sua época. Não é dessa relação indissociável entre humanidade e técnica que estamos tratando, tratamos na realidade de um momento específico na história dessa relação, do momento em que o conjunto de técnicas se transforma em uma forma de pensar o mundo (CONTRERA; BAITELLO, 2010, p. 3).

### Podemos dizer que no Tecnocentrismo

A técnica, de meio, passa a ser um fim em si mesma, e o homem, que deveria direcionar sua utilização, passa a girar ao seu redor. Estamos assistindo ao nascimento de um tempo em que os aparatos tecnológicos não são mais próteses humanas, o que vemos é o ser humano como prótese dos aparatos tecnológicos (CONTRERA; BAITELLO, 2010, p. 4).

55

Uma explicação para isso seria que, após se decepcionar com suas propostas, as metanarrativas, a sociedade se vê em posição de buscar refúgio em outro lugar que não o indivíduo em si. Marcondes Filho (2004) diz que nesse momento a humanidade se vê mais fraca e debilitada, ficando mais propícia a supervalorizar as tecnologias. Surge então a cibercultura, definida por André Lemos e Paulo Cunha (2003, p. 14) como “cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais”.

Outra mudança de pensamento que vale ser ressaltada é a lógica do consumo. Até 1970 a economia era centrada na produção e depois passou a ser voltada para o consumo. Tudo passou a ter um significado prático, o que você compra dá valor à sua existência, a marca que você veste ou não define o que você é. Mas essa lógica não ficou apenas no âmbito do consumo, ela se estendeu ao âmbito do comportamento. A ideia de ter que se apresentar sempre como um produto desejável passou a ser uma necessidade humana. O indivíduo se vê constantemente buscando estar associado aos produtos e comportamentos certos para se sentir bem consigo mesmo (TOMAZ, 2011). Deixamos de nos perguntar sobre o real significado das coisas e dos atos, nos prendendo apenas aos signos, “trata-se de uma razão não mediada pela simbolização, isto é, desprovida de autorreflexão crítica sobre suas próprias manifestações exteriores e práticas, em particular aquela em relação aos objetos tecnológicos” (TRIVINHO, 2001, p. 88). Tudo isso, somado ao descarte de todas as verdades clássicas modernas, nos faz viver em um mundo cético, onde existem muitas explicações para quase tudo e já não se crê em verdades absolutas, e nos coloca em uma situação de insegurança e incerteza por conta de uma constante relativização. Já não existe um caminho certo ou um fim certo, o humano passa a ser bombardeado com opções e

possibilidades, e quanto maior o número de opções, maior a expectativa e conseqüentemente, maior a decepção e conseqüente infelicidade (SCHWARTZ, 2005). As mudanças de objetivos e interesses são tão rápidas e conflitantes que, quando acabamos de posicionar um alvo e nos preparamos para alcançá-lo, a vida muda e os interesses mudam, nos fazendo desistir e mudar de objetivo antes mesmo de alcançar o anterior. Essa época é chamada de pós-modernidade, definida não apenas como um tipo de pensamento, mas como um período histórico específico (EAGLETON, 1998), onde

A ação humana se torna mais frágil e errática: é o mundo em que ela tenta inscrever-se e pelo qual procura orientar-se que parece ter-se tornado assim. Como pode alguém viver a sua vida como peregrinação se os relicários e santuários são mudados de um lado para o outro, são profanados, tornados sacrossantos e depois novamente ímpios num período de tempo mais curto do que levaria a jornada para alcançá-las? Como pode alguém investir numa realização de uma vida inteira, se hoje os valores são obrigados a se desvalorizar e, amanhã, se dilatar? (BAUMAN, 1998, p.112).

A geração que nasce a partir do final da década de 1970 (ano que muitos autores datam como o início da pós-modernidade) até a metade da década de 1990 é chamada de “geração yuppie”, derivação da expressão *young urban professional*. Boa parte desses yuppies são filhos dos *baby boomers*, nascidos na década de

1950. Os *baby boomers* foram ensinados que, se trabalhassem duro, alcançariam um futuro promissor, e que a estabilidade era o objetivo principal. A prosperidade econômica universal vivida entre os anos de 1970 e 1990 permitiu que eles se saíssem melhor do que o esperado, ficando muito satisfeitos com o seu logro. Por conta de seu sucesso, os *baby boomers* se tornaram grandes otimistas, principalmente em relação à carreira de seus filhos. Isso sugeriu aos yuppies que eles poderiam chegar aonde quisessem. Os yuppies por sua vez, como não participaram e viram todo o esforço de seus pais, se tornam muito otimistas quanto às suas próprias carreiras, sonhando altíssimo, mas não consideram todo o trabalho e “cultivo” envolvidos. Esperam que logo depois de formados já consigam o sucesso financeiro e estabilidade que seus pais têm. Além disso, eles não esperam conseguir alcançar o sonho da prosperidade e estabilidade, o qual foi buscado pelos seus pais. Eles querem seguir o seu próprio sonho e ter a tão popular “realização pessoal e profissional”. Porém, eles não têm o empenho e a dedicação de seus pais, eles acreditam que são especiais e que o sucesso é uma consequência que chegará rápida e naturalmente (URBAN, 2013). Isso os torna muito propensos a desistir se em pouco tempo as pessoas ao seu redor não percebem o quanto eles são “especiais” e “únicos” e o quanto seu trabalho é “ótimo”. Assim, essa geração desiste

quando seus pequenos esforços não têm resultados imediatos, não tem paciência para cultivar. Tal comportamento faz com que esse jovem tenha que lidar com ainda mais confusão, indecisão e insegurança já que não apenas o mundo a sua volta muda e lhe impõe diferentes objetivos, interesses e pontos de vistas, mas ele mesmo já não perpetua em seus propósitos.

Esse comportamento descrito acima também pode ser relacionado ao conceito de “dromocracia cibercultural” (TRIVINHO, 2007, p. 101). Segundo Trivinho, a violência da velocidade sempre esteve presente, mas atualmente rege todo o funcionamento da sociedade, se estruturando “como lema; ela convoca (sem convocar) os seres a se fazerem à sua imagem” (TRIVINHO, 2007, p. 93). O que se pode perceber é que a dromocracia funciona de forma sutil e por isso passa “despercebida”, considerada praticamente inerente ao próprio humano. “Docemente bárbara, como todo refinado apanágio do poder, ela se manifesta por seus efeitos [a exemplo do inconsciente, que não está em parte alguma (dentro e fora do sujeito) e, não obstante, age (e o determina)]” (TRIVINHO, 2007, p. 93). Portanto, o mais rápido sempre seria o vencedor, mas isso nem sempre foi realidade em todos os âmbitos da vida humana. Com o desenrolar da história, a violência da velocidade foi conquistando áreas da realidade humana. É interessante frisar que o mais adaptado à velocidade será o dominante social da época.

Fazendo uma relação com as divisões de Ciro Marcondes Filho, podemos dizer que inicialmente, durante o teocentrismo, ela regulamentava a guerra e suas vitórias. Com o tempo ela dominou o trabalho e a produção, durante o antropocentrismo.

Na realidade atual as tecnologias aumentaram e assim potencializaram o poder dessa violência. Nossa ênfase está no fato de que hoje em dia a violência da velocidade domina até mesmo o tempo de lazer e relacionamentos sociais. Sendo assim, a humanidade está sempre correndo contra o tempo, e hoje, dentro de uma realidade cibercultural, o ritmo se tornou frenético e não temos nenhum âmbito não dominado onde possamos nos refugiar. Entretanto, alguns processos de pensamento humanos são necessariamente ligados à demora, à “lentidão”.

60

O cérebro humano “tem na lentidão um dos atributos definidores de sua própria identidade” (TRIVINHO, 2007, p. 99). Trivinho (2007, p. 99) diz que “a velocidade preserva a carcaça dos seres (e ainda muito precariamente), destruindo-lhes os processos neuropsíquicos”. Sendo assim, a necessidade de rapidez para não se tornar “lixo humano” (BAUMAN, 2004, p. 148) prejudica o indivíduo em outros aspectos. Até mesmo os otimistas quanto ao uso crescente das novas tecnologias admitem que “o tempo real pode inibir a reflexão, o discurso bem construído e a argumentação” (LE MOS; CUNHA, 2003, p. 16).

Para que haja comunicação é necessário que exista o conhecimento do *Alter-Ego* para que se quebre o isolamento “egológico” (LEVINAS, 1994, p.101), ou seja, para que exista comunicação é necessário que o indivíduo se abra para entender uma ideia que vem de outro, um pensamento.

No diálogo presente, estou liberado de mim mesmo, os pensamentos de outrem certamente são pensamentos seus, não sou eu quem os forma, embora eu os apreenda assim que nasçam ou que eu os antecipe, e mesmo a objeção que o interlocutor me faz me arranca pensamentos que eu não sabia possuir, de forma que, se eu lhe empresto pensamentos, em troca ele me faz pensar (MERLEAU-PONTY, 2011, p. 475).

É essencial que haja um terreno comum em que o indivíduo se permita estar. Duas ou mais consciências devem construir “uma situação comum na qual elas se comuniquem” e onde “cada um projeta este mundo ‘único’” (MERLEAU-PONTY, 2011, p. 478). Para que se crie esse ambiente em que tal interação se torne possível, talvez seja necessário haver uma condição de “confiança, devoção e paz” (LEVINAS, 1994, p. 101). Entretanto, a confiança é algo raro nas gerações atuais.

Em nossa sociedade supostamente adepta da reflexão, não é provável que se reforce muito a confiança. Um exame ponderado dos dados fornecidos pelas evidências da vida aponta na direção oposta, revelando repetidamente a perpétua inconstância das regras e fragilidade dos laços. (BAUMAN, 2004, p. 114).

O que vemos são “parcerias frouxas e eminentemente revogáveis” (BAUMAN, 2004, p. 112), onde “ninguém é indispensável” (BAUMAN, 2004, p. 109). Vemos uma geração que acredita que a vida é “um jogo de sobrevivência” onde “confiança, compaixão e clemência são fatores suicidas” (BAUMAN, 2004, p. 110). Segundo Bauman, os jovens nascidos na virada do século XX para o século XXI estão familiarizados com o “relacionamento puro”, de Anthony Giddens, onde cada um entra com interesses nos possíveis ganhos e se mantém apenas enquanto ainda tem motivos ou satisfações suficientes para isso.

62

Não existe garantia de duração ou de parceria, o “‘até que a morte nos separe’ [...] parece cada vez mais uma armadilha que se deve evitar a todo custo” (BAUMAN, 2004, p. 111). Ou seja, não se vê devoção, mas sim, nas palavras de Bauman (2004, p. 113), uma realidade em que “a confiança foi condenada a uma vida cheia de frustração. Pessoas (sozinhas, individualmente ou em conjunto) [...] frequentemente deixam de compensar a devoção”. O que se torna comum é uma relação de competição, onde “cada jogador, a cada momento, está por conta própria, e para progredir (sem falar em chegar ao topo!) deve primeiro colaborar na exclusão de muitas outras pessoas ávidas por sobrevivência e sucesso” (BAUMAN, 2004, p. 109). Todas essas características parecem se encaixar muito bem para uma

era dromocrática e líquida, onde os laços devem ser frouxos para serem revogados assim que as condições mudem, o que acontece com uma frequência extrema em uma sociedade que exige pressa e agilidade em todos os seus âmbitos, além de ser caracterizada por se transformar “num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir” (BAUMAN, 2005, p. 7).

Podemos dizer, portanto, que a nossa sociedade é um ambiente inóspito para o cultivo da confiança, promovendo, ao contrário, a insegurança, o que é prejudicial para a saúde social humana. Vemos

Pessoas desgastadas e mortalmente fatigadas em consequência de testes de adequação eternamente inconclusos, assustadas até a alma pela misteriosa e inexplicável precariedade de seus destinos e pelas névoas globais que ocultam suas esperanças, buscam desesperadamente os culpados por seus problemas e tribulações (BAUMAN, 2004, p. 143).

O humano desde que nasce busca o fortalecimento de vínculos para encontrar no outro sua completude, e para isso utiliza toda sua capacidade comunicativa (CONTRERA, 2005). Mas pessoas desgastadas e assustadas são menos capazes de se abrir e se dispor a estar no ambiente “neuro” necessário para a comunicação. Assim a incomunicabilidade seria acentuada. Como isso poderia ser resolvido? Dentro de tal realidade, nada poderia ser mais interessante do que

um relacionamento online, onde “tudo e todos” são mantidos “sensorialmente à distância no conforto e na segurança assépticos das comunicações mediadas pelas novas tecnologias” (CONTRERA, 2005, p. 57). Sendo assim, as invenções tecnológicas, cada vez mais portáteis e individuais, se tornam os mais novos aliados desse indivíduo.

Entretanto, a promessa de suprir nossa necessidade de se relacionar de forma segura, feita pelas novas tecnologias, parece não se cumprir. Na realidade percebemos que elas

Não melhoraram nossos relacionamentos, não reduzimos nossa sensação de estarmos sós, não nos tornam mais felizes, não realizaram a promessa que faziam. Pelo simples motivo que essa promessa – a promessa da felicidade, de aconchego, de proximidade, de prazer com o outro, de amparo, de ligação, de companheirismo e apoio – não tem nada a ver com esses aparelhos de comunicação. Eles apenas embaralham mais as coisas, escondem-nas criam uma situação de festa e empolgação que nos impede de ver que, além dela, além de todos esses objetos, além de todos esses aparelhos, ainda há seres humanos pessoas como você e eu – caro leitor – que sentimos a necessidade de outras pessoas (MARCONDES FILHO, 2008, p. 13).

Vemos que o relacionamento pessoal, ao vivo e a cores, acaba não sendo “suficientemente” suprido. Percebemos que o contato físico “é o nosso alimento da alma, não dá para viver sem o contato com as pessoas, nós enlouqueceríamos” (MARCONDES FILHO, 2008, p. 14). Mesmo assim,

Contemporaneamente, vemos toda a complexidade da comunicação humana ser minimizada e a centralidade das trocas comunicativas e dos processos vinculadores se deslocar para a questão da apropriação ou não das tecnologias da comunicação. Transformamo-nos, triunfantes, em usuários (CONTRERA; BAITELLO, 2010, p. 3).

O ciberespaço não condiciona a relação interpessoal ao contato face a face, ele promove um “redimensionamento do processo da relação interpessoal e social” (COLETA et al., 2008, p. 280). Contentamo-nos com relacionamentos formatados pelas possibilidades dadas pelo meio, e, “consequentemente, tais especificidades dão forma também às possibilidades de percepção do outro” (CONTRERA; BAITELLO, 2010, p. 7). Isso quer dizer que nos contentamos com uma versão minimizada, simplificada e possivelmente editada, “autodeterminada” do outro. E não seria isso insanidade, nos contentar com processos redutivos e manipuláveis?

O que acontece é que “a noção de alteridade é apagada pela identificação imediata do homem com a tecnologia, na medida que a tecnologia é algo percebido como exclusivamente humano, próxima demais, prótese” (CONTRERA; BAITELLO, 2010, p. 8) e isso faz com que percamos a distância necessária para analisar criticamente todos os efeitos dessas tecnologias sobre nossa vida e nossos relacionamentos. Não vemos que nos tornamos portadores de “um caráter autorreferente” que

se apresenta em todo sistema ideológico que enlouqueceu, seja pela falta de reflexão e autocrítica, seja pela falta de capacidade de interagir com outras esferas da existência (tais como o sentimento, a intuição, o devaneio, o sonho), recusando-se a considerar a relevância da constituição de uma ecologia da comunicação (CONTRERA; BAITELLO, 2010, p.4).

Podemos perceber que através desse processo de *ciberculturalização* o indivíduo deixa para trás muitos aspectos próprios da comunicação humana realiza até então que lhe parecem fazer falta, como por exemplo a entrega, que, segundo Contrera (2005), é impossibilitada pela distância.

66

Imobilidade e distância é a condição imposta ao corpo do homem contemporâneo midiaticizado por infinitas telas. E se a idéia de movimento é fundamental para a comunicação, também uma proximidade bem instaurada é tão importante nesse contexto (CONTRERA, 2005, p. 57).

Vemos que na sociedade cibercultural a necessidade e a vontade de se relacionar, de conviver e interagir perdem para a insegurança. Mas seriam a insegurança e a fragilidade realmente dignas de tanto medo? Não seriam, portanto, todas essas as consequências de um sentimento duplo de insegurança – medo e egoísmo? Podemos dizer que a atual sociedade democrática, que funciona segundo a lógica de um jogo de sobrevivência, onde seus integrantes são descartáveis e altamente

competitivos, inspira desconfiança e medo de ser usado como degrau para o sucesso de outro, talvez um outro que outrora estava ao seu lado mas te abandonou e excluiu do jogo para liberar o caminho, te deixando para trás, derrotado e inútil (BAUMAN, 2004 , p. 109). Já não existe nem ao menos

um único ponto de referência sobre o qual se possa concentrar a atenção de modo fidedigno e seguro, para que os desorientados possam ser eximidos do fatigante dever da vigilância constante e das incessantes retrações de passos dados ou pretendidos (BAUMAN, 2004, p. 113).

Outro ponto que reforça a insegurança é a questão da incomunicabilidade. A comunicação é muito mais do que sinalizar ou informar, a comunicação acontece quando algo chama nossa atenção e nos causa interesse, assim nos atentamos a esse algo e nos permitimos criar algo novo a partir dessa interação, é algo que “além de nos forçar a pensar, de violentar o pensamento, [...] permite o surgimento do novo, do inesperado numa relação entre mim e o outro” (MARCONDES FILHO, 2010, p. 11). Isso apenas ocorre quando nos permitimos estar naquele ambiente que não nos pertence e tampouco pertence ao outro. Mas nos colocar nesse ambiente exige confiança. Confiança essa que nos falta e nos seria dada através do entendimento com o outro, que por sua vez aconteceria se tivéssemos confiança suficiente para nos colocarmos na posição vulnerável de

estar nesse ambiente “neutro” e comunicarmo-nos. Percebe-se então um ciclo vicioso, que está alimentado por diversos costumes sociais da atualidade.

Assim, nos permitimos estar na segurança da individualidade, sendo que “a experiência individual aponta obstinadamente para o eu como o eixo mais provável da duração e da continuidade procuradas com tanta avidez” (BAUMAN, 2004, p. 113). Os meios de comunicação escolhidos e criados tão perfeitamente de acordo com as nossas covardes necessidades nos permitem acreditar que estamos progredindo, enquanto “o máximo de avanço tecnológico abriga o máximo de atraso comportamental nas sociedades chamadas liberais” (CONTRERA; BAITELLO, 2010, p. 9).

68

Deixamos aspectos essencialmente humanos de comunicação como a intuição, a leitura corporal, o toque e a entonação de lado, causando ainda maior desentendimento e incentivando a incomunicabilidade, o que por sua vez impulsiona os níveis de desconfiança e insegurança. É assim alimentado nosso ciclo tão deprimente, ciclo esse que nos torna cada vez mais centrados em nós mesmos, nos fazendo interagir com um outro criado, criado tanto por ele quanto por nós mesmos nas brechas que nos são deixadas pelo “não dito”, “não comunicado”, pelo que nos é deixado a ser suposto e imaginado.

Ciclo que nos torna cada vez menos humanos, sendo que o amor é “o território da proximidade e da sensorialidade” (CONTRERA, 2005, p. 56), e a distância, tão buscada e alcançada dentro da realidade atual, impossibilita a entrega da qual depende o amor, nos privando de amar. “Amar o próximo como se ama a si mesmo torna a sobrevivência humana diferente daquela de qualquer outra criatura viva” (BAUMAN, 2004, p. 99).

## REFERÊNCIAS

BAITELLO JUNIOR, N., Org.; CONTRERA, M. S., Org.; MENEZES, J. E. de O., Org.; **Os meios da comunicação**. São Paulo: Annablume; CISC, 2005.

BAITELLO, N. Jr.; CONTRERA, M. S. A Dissolução do Outro na comunicação contemporânea. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho de Comunicação e Cultura do XIX Encontro da Compós, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, em junho de 2010.

BAUMAN, Z. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

\_\_\_\_\_. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

\_\_\_\_\_. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

COLETA, Alessandra dos Santos Menezes Dela; COLETA, Marília Ferreira dela and GUIMARAES, José Luiz. O amor pode ser virtual? O relacionamento amoroso pela Internet. *Psicol. estud.* [online]. 2008, vol.13, n.2, pp. 277-285. < disponível em ISSN 1413-7372. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-73722008000200010>. >

EAGLETON, T. **As ilusões do pós-modernismo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

LEMOS, A; CUNHA, P. (Orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

MARCONDES FILHO, C. **Sociedade Tecnológica**. São Paulo: Scipione, 2004.

\_\_\_\_\_. **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria**. São Paulo: Paulus, 2008.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia e Percepção**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.

MICKLE, Enrique Muñoz. *Téchne y Técnica, Ousía y Materia*. In: Centro de Estudos da Antigüidade Grega. Departamento de Filosofia da PUC-SP. **Technê**. São Paulo: Educ : Palas Athena, 1998. p. 18-27.

LEVINAS, E. **Outside the subject**. Stanford: Stanford University Press, 1994.

70

THE Paradox of Choice. Realização de Barry Schwartz. [s.i.]: Ted Talks, 2005. (19 min.), color. Legendado. Disponível em: <[https://www.ted.com/talks/barry\\_schwartz\\_on\\_the\\_paradox\\_of\\_choice](https://www.ted.com/talks/barry_schwartz_on_the_paradox_of_choice)>. Acesso em: 14 abr. 2016.

TOMAZ, T. A. Q. Sujeito-marca: autoprodução semiótica no ciberespaço como estratégia de sobrevivência na era da precariedade. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na região Sudeste, 2011, São Paulo – SP. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2011. p. 1-12.

TRIVINHO, E. **A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada**. São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. **O mal estar da teoria**. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

URBAN, Tim. **Why Generation Y Yuppies Are Unhappy**. 2013. Disponível em: <<http://waitbutwhy.com/2013/09/why-generation-y-yuppies-are-unhappy.html>>. Acesso em: 14 abr. 2016.

# TECNOLOGIA E HUMANIDADE EM MEDIANERAS - A ERA DO AMOR VIRTUAL

Ingrid Lacerda<sup>1</sup>

O homem vive de relacionamentos, tem necessidades sociais de criar laços e é através destes que ele constrói sua identidade, descobre o mundo e vivencia as experiências fora de si. Malena Contrera (2005, p. 47) afirma que no próprio nascimento o ser humano já cria um laço profundo com sua mãe e pratica ali o primeiro ato de comunicação – chora para indicar a necessidade da qual carece (fome, afeto, proteção). Assim, temos um vislumbre da estreita relação entre a comunicação e os relacionamentos. Apesar da velocidade do cotidiano, os relacionamentos não saem do foco do ser humano, são uma de suas preocupações constantes (BAUMAN, 2009, p. 8-9), por mais que isso não seja admitido tão facilmente.

---

<sup>1</sup> Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp)

A era virtual trouxe algumas modificações no modo de enxergar e viver os relacionamentos. Esse assunto foi abordado num trabalho anterior intitulado *Comunicação e incomunicação nos relacionamentos pós-modernos* (LACERDA, 2013). A pesquisa anterior, porém, limitou-se a visualizar as mudanças nos relacionamentos ocasionadas pelo momento pós-moderno no qual estamos inseridos, sem julgá-los positiva ou negativamente. Neste trabalho, pretende-se continuar a reflexão sobre os resultados do estudo anterior e identificar se estes são observados no filme argentino de Gustavo “Taretto” de nome *Medianeras: a era do amor virtual*. Se sim, será o caso de considerar de que modo esta abordagem acontece, através de um panorama de cenas do filme, principalmente a primeira terça parte dele. Toda a análise será feita com base em teorias críticas da cibercultura. Levando em conta o contexto urbano em que a trama se passa, também serão considerados estudos sobre a vida nas cidades e sua relação com os processos de modificação dos relacionamentos sociais.

### “BUENOS AIRES CRESCE DESCONTROLADA E IMPERFEITA”

A frase que inicia o filme já deixa claro um princípio problemático do contexto em que o filme se passa. Para Trivinho (2007,

p. 92), “a velocidade é, incomparavelmente, a forma atual mais sutil da violência da técnica. Ela é a via pela qual esta (violência) se impõe e se enraíza com maior eficácia, sem, no entanto, deixar-se apreender como tal”. Essa presença efetiva e constante da velocidade Trivinho chama de dromocracia – governo da velocidade. No contexto em que vivemos, quando a técnica se manifesta fortemente no virtual, nos deparamos com a *dromocracia cibercultural*. Para o autor, poucos se dão conta dessa regência, mas mesmo estes não podem escapar totalmente de seus efeitos. Para Ortigoza (p. 19, 2010), a sociedade urbana atual é ao mesmo tempo uma “realidade concreta” e também “sinaliza uma tendência, a possibilidade de sua realização”. Morin (2013, p. 17) é categórico ao afirmar: “Produzimos a sociedade que nos produz.” Logo, podemos inferir que é provável que a velocidade, sendo um vetor existente na sociedade de maneira efetiva, é o único fator de imediata relação de causa e efeito e estes, por sua vez, estão em circularidade, variando entre realidade e tendência.

Partindo para o filme, falemos dos personagens. O primeiro a se apresentar em “Medianeras” é Martin. Ele não afirma apenas que sua cidade cresce, mas que o fenômeno se dá com descontrole e, obviamente, com imperfeição. Silvia Ortigoza (2010, p. 19) diz que “o espaço urbano, pela pressão da técnica global, vai se tornando fluido e passa, gradualmente, a atender

à velocidade imposta pelas novas relações sociais de produção”. É nesse ambiente que se dá a sociedade líquida, definida por Bauman (2007, p. 7) como “sociedade em que as condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir”. Ele também aponta uma mistura de estilos, totalmente desigual, vista nas estruturas construídas, a qual ele atribui à diversidade étnica também presente na cidade. Mas em toda essa insalubre divergência, há algo em comum: viver no centro urbano segrega os indivíduos em classes. Os edifícios, seus andares e blocos (de A a Z, no caso do filme) servem para diferenciar uns dos outros, deixando clara a categoria à qual pertencem, como diz Martin, da mesma forma como acontece em muitas coisas feitas pelo homem.

74

Ele prossegue com uma lista de problemas que julga serem resultantes do frenesi urbano. Ele diz: “Estou convencido de que as separações e os divórcios, a violência familiar, o excesso de canais a cabo, a falta de comunicação (ou incomunicação), falta de desejo, a apatia, a depressão, os suicídios, a obesidade, a contração muscular, a insegurança, a hipocondria, o estresse, o sedentarismo, são culpa dos arquitetos e incorporadores.” Mais tarde no filme, o médico que ele consulta fala sobre a ansiedade. Mariana, a outra personagem, menciona gastrites

devido também à ansiedade. Ambos desenvolveram algum tipo de fobia – no caso dela, fobia de gente, muita gente junta na cidade. É nesse momento, falando de sua fobia, que ela declara ter encontrado o seu maior desafio na última página de seu livro preferido, “*Onde está Wally?*”: Wally na cidade.

Trivinho (2007, p. 99) diz que a velocidade “força o ser à intensidade da existência”, resultando em *stress*, neurastenia, TOC, depressão, pânico, esquizoidia e outras apatias sociais. Ele ainda diz que “todas as enfermidades bioquímicas do ‘espírito’” têm sido classificadas assim por serem “doenças forjadas pelos processos sociais dromológicos”, chamados por ele de dromopatologias. Esse é um notável malefício do vetor da velocidade ter chegado à esfera do lazer, ou seja, ao âmbito pessoal do ser humano. O vetor resultante dessas forças é a intensidade, que é velocidade transmitida a todos os âmbitos da vida do ser humano, “quanto mais, melhor”, “o mais rápido possível”, “só se for agora” (TRIVINHO, 2007, p. 92). Ou ainda, Morin (2003, p. 21) diria que o maior inimigo do ser humano é ele próprio, pois é quem destrói o progresso realizado por si mesmo, ainda mais porque este é um processo que deve se regenerar continuamente, uma vez que a incerteza é a constante da pós-modernidade e mal se pode planejar o dia seguinte; certamente uma tremenda ansiedade.

Isso resulta em fatos bem comuns à nossa realidade, como o excesso de trabalho, que gera excesso de preocupações e que faz o indivíduo não aproveitar nenhum momento plenamente em seu devido contexto. O conceito de *glocal* de Trivinho (2007, p. 246) bem cabe aqui. Ele afirma que, apesar de a velocidade não ser um fenômeno tão novo, o ciberespaço intensifica seu aparecimento e o favorece veementemente. O *glocal* nada mais é do que poder estar em todo o mundo estando apenas em seu lugar particular, como o fazemos tão naturalmente na web. Em nossos computadores e *smartphones* criamos um *bunker glocal*, um cerco de proteção que nos permite observar todo o mundo. Não devemos ignorar os benefícios da acessibilidade a quaisquer informações, conhecimentos, noções, notícias disponíveis, como Pierre Lévy (1999, p. 29) chama de inteligência coletiva, a qual é possível através do ambiente ciberespacial. No entanto, o personagem afirma, de maneira enfática, ainda que reducionista: “A internet me aproximou do mundo, mas me distanciou da vida.”

Trivinho (2007, p. 91) continua: “A velocidade que anima e rubrica a vida humana atual nivela o social à lógica e às necessidades de reprodução das maquinarias, e o faz segundo a matriz tecnológica mais sofisticada e ‘inteligente’ – a informática –, na esteira da instantaneidade do tempo real das

telecomunicações”. Foi essa velocidade que permeou as guerras. Inicialmente, buscava-se apenas se defender do inimigo, depois era preciso dominá-lo, logo mais era preciso tomar suas terras e as de todos os outros; todos de quem podia se aproveitar algo se tornaram inimigos. O marco da introdução do vetor da velocidade na esfera do trabalho se deu na Revolução Industrial: produção em escala, automatização de processos antes artesanais, restrição de atividades para cada operário, urgência de produção. Quando antes apenas os homens guerreavam, agora mulheres (e em alguns casos até crianças) estavam envolvidas na veloz demanda do trabalho. Hoje, a velocidade não mede públicos-alvo. O lazer de todos está comprometido com ela, levando-os a serem intensos para terem a melhor experiência de prazer possível (TRIVINHO, 2007, p. 92).

77

## SOBRE VER E NÃO ENXERGAR

Martin encontrou uma forma para redescobrir a cidade e as pessoas: a fotografia. Bastava ele circular solitário pelas ruas, observar os cenários ao seu redor e registrar o que lhe chamasse a atenção – essa era sua forma de continuar se sentindo vivo no meio de toda a gente. Ele mesmo define *observar* como *estar*

*e não estar*. Em trabalhos anteriores, foi constatado, baseando-se no pensamento de Contrera (2005, p. 56), que o olhar era usado já nos primórdios da humanidade como forma de defesa, assim, prevenia-se de ataques inimigos, reconhecia-se o ambiente. Flusser (2000, p. 8) afirma que a fotografia apresenta um perigo: ela traz consigo a tentação de ser observada apenas num vislumbre, pois sua significância está em sua superfície. Para ter uma visão aprofundada é preciso permitir que a imagem fale através de uma longa e perceptiva observação. Apesar desse perigo, a fotografia, pode servir como uma mediação entre o ser humano e o mundo, pois este não está prontamente acessível para a compreensão daquele. Porém, ainda nesta vantagem reside outro risco: enquanto a fotografia deveria servir como mapas para o ser humano enxergar o que há à sua volta, ela acaba se tornando como uma tela através da qual ele vê o mundo e se torna objeto das imagens criadas por ele próprio (FLUSSER, 2000, p. 9-10).

É possível conhecer o outro, em sua estética, apenas com a visão, porém nesse processo cria-se uma distância entre o observador e o observado. Conhecer com outros sentidos significa pôr em risco a zona segura e de conforto que garante o não envolvimento com o que se observa (LACERDA, 2013). A comunicação e a propaganda da atualidade tendem a seguir esse

mesmo perfil, fazendo uso exagerado de imagens e reduzindo o texto a palavras fortes, de leitura rápida, que sejam carregadas de muito significado e impacto – mais uma vez a intensidade.

A maldição de ficarmos enfeitiçados pela ilusão da onipotência das imagens criadas, estereotipadas, presos em labirintos imagéticos visuais, devorados pelo Minotauro do nosso medo das relações, da incapacidade de perceber o universo do outro (CONTRERA, 2005, p. 57).

Mariana, ao se apresentar, se mostra uma pessoa extremamente artística. Enxerga arte em vários lugares e faz metáforas com a sua vida. Ela afirma que os materiais que ela mais aprecia nas obras da cidade, sendo arquiteta, são o concreto, o aço e o vidro. Admira a geometria em algumas obras fantásticas de Buenos Aires e diz se lamentar que a maioria das pessoas não nota a mesma beleza nelas. No entanto, provavelmente apenas um olhar atento e curioso de um interessado nas esculturas perceberia mais um monumento cinza, pálido e sem vida em meio aos vários prédios, cores de rua e céu acinzentado pelo ar da cidade. O filme, aliás, utiliza um filtro que intensifica essa percepção de apatia na vida da cidade, transmitindo uma frieza incômoda no decorrer da história. Enquanto observa suas construções preferidas e visita um planetário, Mariana diz se sentir insignificante e incapaz diante do universo. Para ela, uma sensível artista, as obras que ela admira na cidade representam

essa grandeza do universo e a fazem sentir pequena diante da sensação de eternidade.

Mas por que será que é tão difícil que outras pessoas se impressionem da mesma forma que Mariana? Seria mero desinteresse, ou falta de tempo para parar, observar, perceber e refletir? O emprego da arquiteta, na verdade, não é diretamente relacionado à sua área de formação – ela é vitrinista. Não se mostra exatamente frustrada. Aliás, da mesma forma que Martin, seus sentimentos parecem indiferentes, difíceis de serem identificados, mas ela declara ter prazer em transformar um espaço antes vazio, que seria usado apenas para expor os produtos de uma loja, em um “espaço abstrato e mágico”, fugindo, assim, da realidade. Após essa explicação, ela desabafa que, mesmo sendo belamente planejadas, as vitrines continuam passando despercebidas aos olhos dos outros. Seu trabalho continua sendo insignificante para os outros, pois eles não param para interagirem com os cenários construídos, seria perda de tempo.

Ciro Marcondes Filho (2010, p. 27-29) discute sobre olhar e não enxergar o outro e o mundo. Para ele, a visão é um dos sentidos mais maravilhosos que temos, pois através dela podemos enxergar e diferenciar a luz, as cores, a natureza, os seres humanos, a vida. Na atualidade, ele continua, cerca de setenta por cento do que apreendemos vem pelos

olhos, a visão se tornou o sentido dominante em todos nós.  
Assim, é feita a ressalva,

Tudo se pode ver, ver se tornou a grande diversão das massas, parece que não há outra coisa na vida a não ser ver. Ver, ver e ver. Estamos inundados de imagens, sufocados de tantas ilustrações, de tantas projeções, de tantas cenas, de tantos espetáculos. Mas será que com esse exagero de imagens de fato ainda vemos alguma coisa? Será que esse mundo que passa diante de nós, em todos os lugares, ainda nos diz algo? Ou se trata apenas de uma agitação frenética, de um movimento incessante só para nos dar a impressão de que a nossa vida tem luz, cor, novidade e variedade? (MARCONDES FILHO, 2010, p. 28-29).

Parece que estamos desencantados com o que vemos, desencantados com o mundo, diriam Malena Contrera e Norval Baitello (2010, p. 102). Damos valor apenas ao que é produto, o que não puder ser classificado como tal não tem sentido, o que é apontado como resultado do “paradigma cartesiano vigente”. “Foi ela [a crise do sentido] que nos levou à condição de sermos cada vez mais incompetentes para atribuir valor simbólico às coisas do mundo e às experiências que delas temos” (CONTRERA, 2010, p. 102). Tudo aquilo que era essencial, que era “mágico”, foi transformado em produto, perdendo sua essência e seus valores não utilitários. Ela chama esse processo de “crise da magia”.

Contudo, nos dias atuais, observa-se na aceleração, somada à virtualização e à hipertrofia de imagens, um novo passo de

transformação. Não são mais produtos apenas, são produtos taxados de e transformados em signos. Como declara Durand (*apud* CONTRERA, 2010, p. 102), “o poder do signo triunfa diariamente”. Nós não vivemos mais para ser, vivemos para usar tudo aquilo que for possível. O que não puder ser transformado em produto é inútil. Mas, como se a totalidade de um produto fosse grande demais para definir, ele é reduzido ainda a um signo. Dessa forma, saímos de uma essência, de coisas concretas que “deixaram de ser transsubstanciações do divino, do sagrado, e foram absorvidas pela lógica da produção industrial e transformadas em produtos mercantis”, e ainda acabaram sendo virtualizadas. Operacionalizamos o real, como se estivéssemos sempre nos preparando para chegar a algo e enfrentar alguma coisa (CONTRERA, 2010, p. 102). O contexto urbano, para Ortigoza também tem sua parcela nessa interpretação das coisas,

A cidade se revela revelando o quadro da generalização da troca, da constituição do mundo da mercadoria, da instauração do cotidiano, da concretização, da ordem local, da ordem distante, apontando no lugar a realização da sociedade enquanto sociedade urbana. [...]. Nessa perspectiva o urbano aparece como realidade mundial, ultrapassando conceitos parciais, e impõe um método que pensa a prática urbana em sua totalidade, no plano mais amplo, aquele da reprodução das relações sociais (CARLOS *apud* ORTIGOZA, 2010, p. 19).

Talvez seja por isso que os outros não enxerguem as belas construções, ainda que cinzas e pálidas, como Mariana as vê – um

microcosmos. Sobre tais obras, de duas opções, valem uma ou ambas: ou elas não podem ser classificadas como um produto e são, portanto, inúteis; ou elas já são taxadas de um produto da arte ou do visual da cidade e, portanto, perderam sua essência e já não têm mais o sentido mágico pretendido de impressionar. O mesmo, talvez, se aplique às pessoas ao redor. Mariana e Martin moram a apenas uma quadra de distância, se cruzam pelo caminho diariamente e nunca se notaram. No início do filme várias pequenas situações caóticas da cidade – atropelamentos, animais doentes, pessoas pobres – são representadas, porém todas são ignoradas por quem está ao redor, olhadas de longe ou apenas filmadas para provavelmente serem postadas em alguma rede social. Se o outro não nos for útil, ele não merece nossa atenção. E é assim, com todas essas pessoas que se julgam cheias de si e estão totalmente vazias dos outros e da humanidade, que se pode afirmar que Buenos Aires é “uma cidade superpovoada num país deserto”.

## SOBRE AS MÁGOAS DO AMOR

Finalmente chega a parte do filme que provoca o desenrolar da história, quando ambos os personagens expõem sua situação amorosa. Martin sofre de uma decepção amorosa por ter

sido largado pela noiva, que foi embora para os Estados Unidos e, chegando lá, disse que se sentiu muito americana para voltar à Argentina (ainda mais no período de crise). Até esse momento de desabafo, Martin se mostra frio, bastante ligado às máquinas, ao seu computador – que é seu instrumento de trabalho. Porém, ele deixa claras suas fragilidades ao afirmar sobre o momento em que se despediu de sua antiga noiva: “No mesmo instante perdi a mulher que amava e a capacidade de voar”. Ele encara diariamente uma memória dela: a cachorra deixada por ela para ele cuidar.

84

Mariana, por sua vez, acaba de sair de um relacionamento de quatro anos. O motivo do término é um tanto obscuro e tênue: após todo o tempo juntos, ela de repente percebeu que ele era uma pessoa muito diferente dela e se deu conta de que namorava um completo desconhecido. No momento em que abre essa informação, ela está diante do mesmo espelho, no mesmo apartamento, diante do qual se olhava quando era solteira, antes de se mudar para morar com ele.

A reação de ambos às supostas tragédias é bastante parecida e comum: a fuga. Ambos se enclausuraram nos seus mundos. “Assim, a tentação de apaixonar-se é grande e poderosa, mas também o é a atração de escapar. E o fascínio da procura de uma rosa sem espinhos nunca está muito longe, e é sempre difícil de resistir”

(BAUMAN, 2009, p. 23). A incerteza em relação ao outro é uma assombração num mundo onde estamos acostumados a lidar com respostas imediatas e que cumpram precisamente o que planejamos – as máquinas que comandamos são assim, o sistema deve ser mantido assim; logo, as pessoas também deveriam funcionar assim, correspondendo ao que se espera no jogo (MARCUNDES FILHO, 2010, p. 61). A dificuldade de encaixar o amor nesse contexto é que ele depende do outro e “nisso reside a assombrosa realidade do amor, lado a lado com sua maldita recusa em suportar com leveza a vulnerabilidade” (BAUMAN, 2009, p. 22). A dependência do outro para satisfazer as nossas necessidades é quase inconcebível à nossa mentalidade imediatista.

85

Apesar da tentativa de fugir do amor, isso não acontece. Os relacionamentos continuam ocupando a parte central do pensamento dos seres humanos, lhes perturbam o suficiente para que queiram se livrar deles. Mas não necessariamente pela dificuldade do relacionamento em si, mas porque há dificuldade de aceitar que não controlamos a resposta do outro a nós.

No líquido cenário da vida moderna, os relacionamentos talvez sejam os representantes mais comuns, agudos, perturbadores e profundamente sentidos da ambivalência. É por isso, podemos garantir, que se encontram tão firmemente no cerne das atenções dos modernos e líquidos indivíduos-por-decreto, e no topo da sua agenda existencial (BAUMAN, 2009, p. 8).

Para suprir a necessidade de se relacionar, ambos direcionaram seus sentimentos ao seu trabalho, tornando o viver aquilo que antes era apenas uma forma de encontrar subsídio para o viver. Martin, sendo web designer, afirma que através da internet faz *banking*, lê revistas, baixa músicas, compra comida, assiste filmes, conversa, estuda e até faz sexo. Mariana também se dedica excessivamente ao seu trabalho de decorar vitrines.

Os bonecos, meras cópias plásticas de seres humanos, sem identidade, sem características específicas, sem expressividade alguma, se tornaram seus companheiros. Ela dialoga com eles, conta de seu dia, o que viu na rua, suas tristezas, dá banho neles e os seca com um cuidado humano e, por fim, em dado momento de sua solidão e carência, faz sexo com um deles (ou simula o que seria o ato sexual). É nesse ponto que se nota uma banalização do sexo, uma redução ao *modus operandi* da máquina mais uma vez. Como disse Ciro Marcondes Filho (2010, p. 42):

É que a sexualidade, como outras formas de sensibilidade, reduziu-se, nos tempos atuais, àquilo que especialistas chamam de “tecnologia do gozo”, quando nos tornamos “máquinas de rendimento”. A causa disso, dizem eles, está num grande equívoco das práticas sexuais, por fazerem com que as pessoas praticamente se programem para ter um prazer utilitarista, calculado, feito para se obter um resultado esperado e frio.

Martin também não tem uma conduta estável em suas relações íntimas. Durante a trama, ele se envolve com duas mulheres de perfis bastante diferentes. A primeira é a moça, de aparência depressiva e adolescente, que anda com os cães e presta esse serviço para ele. Após uma troca de poucas palavras, ele a convida para seu apartamento onde se relacionam sexualmente, algo casual. Pouco após a metade do filme, ele sai com uma mulher faladeira, que tenta demonstrar curtir a vida, e por aí vai mais uma relação casual de apenas uma noite. Bauman (2009, p. 69) aponta que houve uma “purificação” no sexo, a qual poderia ser melhor chamada de desmistificação, e esse processo trouxe uma garantia de reembolso aos parceiros, pois a inexistência de restrições é tratada como recompensa à fragilidade da união. O episódio, como Bauman comenta que é chamado o “caso” por Milan Kundera, se torna problemático ao se perceber que as consequências nem sempre são restritas ao curto espaço de duração do negócio, mas que a insegurança da necessidade ou não da manutenção jamais se excluirá, ainda que tente-se isolar o sexo dos laços de um relacionamento. Criou-se uma relação de cartão de crédito, é o que diz Bauman (2009, p. 72), em que se evita a espera deixando para depois o que deveria ser dado em troca – as responsabilidades e respostas – na esperança de nunca precisar, de fato, quitar o pagamento.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

88

Será que o frenesi da velocidade, a maquinização do homem e a liquidez das relações desencadeiam tamanha corrente de prejuízos? Em suma, o meio pode ser culpado pelas questões identificadas? Morin (2003, p. 13) já dizia que não se pode isolar uma informação e analisá-la sem um contexto, e um erro grave é estudar as dimensões da humanidade (psicologia, mitologia, sociologia) separadamente, uma vez que estamos inseridos numa realidade multidimensional. O mesmo se aplica ao refletirmos sobre o ser humano. Em muitos momentos, tenta-se compreendê-lo apenas por “elementos que o constituem”, ou isolam-se dimensões de sua vida, ignorando outras, prejudicando uma real noção do ser (MORIN, p. 15, 2003). Isso significa que considerar menos importante os laços relacionais do ser humano ou outras formas de repressão que anulem algum aspecto primordial ao ser humano o torna incompleto. Assim, o viver sem o outro seria como viver sem ser de fato.

O principal ponto discutido no filme talvez seja a distância entre os seres humanos, a qual é atribuída, na trama, ao frenético viver urbano e ao virtual. Parece estar em harmonia com a forma como Marcondes Filho (2010, p. 38) descreve o estado do afastamento dos seres e do medo de seus sentidos:

“Ninguém nos toca. O toque virou uma coisa alérgica, irritante, incômoda, desagradável. É o preço de uma sociedade que criou tantas barreiras em torno da aproximação física, que fabricou tantos preconceitos que tornamos nossa pele uma verdadeira chapa de aço”. Ainda que atribuída à cidade, o que os personagens apontam no filme, e o contexto proposto pela cenografia do filme também, é que o problema do viver urbano não está no simples fato em si, mas na velocidade que se encontra nela, que parece levá-los a viver como máquinas – objetos inanimados que não precisam um do outro para produzir.

Essas poucas cenas e momentos do filme trabalhados neste estudo foram escolhidos por terem se na representação da ligação entre o viver pós-moderno e os relacionamentos. Dentro de cada momento escolhido do filme procurou-se estabelecer uma relação com pelo menos uma das teorias escolhidas como base para esse estudo. Diante do aparente êxito em identificar tais conexões, é possível afirmar que “Medianeras” é um retrato crítico sobre o cenário relacional da pós-modernidade. A possibilidade do surgimento do romance inferido apenas ao final do filme poderia ser considerada apenas um detalhe emotivo para completar a trama e deixá-la com alguma história, não fosse precisamente a união dos personagens que passaram todo o decorrer do enredo se debatendo com suas dificuldades de relacionar-se não só afetivamente

com seus parceiros ou antigos parceiros, mas com qualquer outro ser humano em seu caminho e consigo mesmo.

O final do filme assume um tom mais emocional a partir do momento em que os personagens estão assistindo ao mesmo filme em suas respectivas casas e se emocionam exatamente no mesmo momento – a fala que dizia “você precisa confiar mais nas pessoas”, o que nos remete mais uma vez à crise de incerteza proposta por Bauman (2010) como resultado da liquidez. Nesse ínterim, Mariana deixa uma pergunta: tantos fios e cabos [de energia, telefone, internet] servem para nos ligar uns aos outros ou para nos manter afastados cada um em seu lugar?

90

Nesse momento, ela decide se aventurar a utilizar pela primeira vez o chat e afirma ser estranho conversar com alguém de quem nada sabe. Martin também está num momento de mudanças, pois decidiu começar a nadar, ou seja, irá sair de sua casa para fazer atividades diferentes. O diálogo virtual se estende à medida que as perguntas se tornam mais pessoais e práticas, para contar como foi o dia. No momento em que ele pede o telefone da nova conhecida, ocorre um blackout e ele é obrigado a sair para comprar velas e uma lanterna. Coincidentemente, Mariana vai à mesma loja com o mesmo objetivo e eles trocam algumas poucas palavras.

Após algumas horas de reflexão, Mariana toma uma atitude inesperada: ela leva um de seus bonecos, aos quais era

tão apegada, em pedaços desmontados para o lixo na rua. Ao olhar para a rua pela manhã, ela tem uma incrível surpresa: acaba de resolver seu mistério de tanto tempo. Ela encontra seu Wally na cidade – que não é ninguém mais que Martin, vestido com uma roupa idêntica à de Wally.

Ela corre ao seu encontro e está vestida com uma camiseta que chama a atenção de Martin igualmente, revelando a identificação entre ambos. Ela se abaixa para brincar com a cachorrinha Susu, eles sorriem um para o outro espontaneamente e começam um diálogo. Dessa forma, o filme parece inferir que os relacionamentos saudáveis e de fato só podem e irão se iniciar e discorrer no momento em que as partes se desligarem da técnica, pois mesmo na tentativa de iniciar uma relação através do chat, não houve êxito pelo bloqueio de uma das partes.

Mariana e Martin têm posturas opostas em relação à tecnologia. Ele é totalmente ligado a esta, tanto que sua vida pessoal e profissional se misturam e se concentram num mesmo centro (o computador). Ela, por outro lado, sequer usava objetos tecnológicos, muito menos usava a internet ou as redes sociais. Porém, ambos estavam presos na mesma dificuldade de se relacionar com os outros e com eles mesmos. Assim, entendemos que não necessariamente o problema venha dos produtos da técnica, mas sim do contexto e movimento veloz, líquido e

mecânico da pós-modernidade, o qual, segundo diz Trivinho (2007, p. 90), atinge a tudo e a todos.

## REFERÊNCIAS

BAITELLO, N. **A era da iconofagia**. São Paulo: Haekes Editores, 2005.

BAUMAN, Z. **Amor líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

CONTRERA, M. Incomunicação e amor. In: BAITELLO JUNIOR, N., CONTRERA, M., MENEZES, J. **Os meios da incomunicação**. São Paulo: Annablume; CISC, 2005.

CONTRERA, M.; BAITELLO JR, N. A dissolução do Outro na comunicação contemporânea. **Matrizes**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 101-111, 2010.

FLUSSER, V. **Towards a philosophy of photography**. Londres: Reaktion Books, 2000.

LACERDA, I. Comunicação e incomunicação nos relacionamentos pós-modernos. In: ECOM, 3, 2013. **Anais do Congresso**. Engenheiro Coelho, 2013.

LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARCONDES FILHO, C. **Perca tempo: é no lento que a vida acontece**. São Paulo: Paulus, 2010.

MORIN, E. Da necessidade de um pensamento complexo. In: MARTINS, F.; SILVA, J.; (Orgs.). **Para navegar no século 21**. Porto Alegre: Sulinas; EDIPUCRS, 2003.

ORTIGOZA, S. **Paisagens do consumo**. São Paulo: Editora UNESP, 2010.

TRIVINHO, E. **A dromocracia cibercultural**. São Paulo: Paulus, 2007.

# PARAÍSO TECNOLÓGICO EM ELYSIUM: O REAL E A INFLUÊNCIA DO CAPITALISMO

Sandra Martins Maciel<sup>1</sup>

O fim da modernidade e o início da era pós-moderna trouxe grandes mudanças em inúmeras áreas da sociedade. Automaticamente, as reproduções destes novos perfis sociais, seus desejos, crenças, medos e expectativas começaram a ser projetados no presente através daquilo que o novo sujeito social consegue entender como um lampejo do paraíso. Porém, este ambiente agora é virtual e absolutamente tecnológico. Estas perspectivas ganham o mundo em produções midiáticas voltadas para o futuro da humanidade. Entre estas se encontram filmes de ficção com uma infinidade de aparatos técnicos e seus mais variados propósitos, projeções apocalípticas típicas da época, além de inúmeras soluções extraterrestres e virtuais oferecidas pelos recursos da tecnologia.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Jornalismo pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp)

O filme *Elysium*, do diretor sul-africano Neil Blomkamp, uma ficção científica que se passa em 2154, objeto de estudo desta pesquisa, apresenta inúmeros benefícios oferecidos pela tecnologia. Vende ideias e princípios relacionados ao tema em seu paraíso tecnológico extraterrestre.

Esta pesquisa definiu, a partir deste objeto de estudo, os seguintes problemas: Qual a relação entre o paraíso tecnológico extraterrestre de *Elysium* e o paraíso virtual das teorias da cibercultura? De que forma o capitalismo influencia os dois conceitos?

A cultura tecnológica está inserida em todas as áreas na época atual. Através da análise específica do filme *Elysium*, queremos responder às questões tendo como objetivos estabelecidos 1) identificar as principais teorias e conceitos do filme; 2) promover reflexão quanto à abordagem dos produtos midiáticos e suas projeções futurísticas; 3) relacionar o paraíso tecnológico de *Elysium* com o paraíso virtual das teorias da cibercultura; 4) buscar evidências teóricas da influência capitalista tanto no filme quanto nestas teorias; e, por fim, 5) identificar as similaridades e diferenças entre teorias usadas pelo autor de *Elysium* e as de cunho cibercultural.

Como na tecnologia midiática apoia-se toda a informação comunicada às pessoas na era cibercultural, torna-se interessante estudar as culturas de épocas através da mídia. Tal empreitada visa buscar um contraponto entre o que é realidade nas telas de

cinema e o que é ficção, ademais de justificar o trabalho no fato de que muito do que se vende como ficção nada mais é do que uma cultura ensinada para um determinado tempo.

No caso deste filme, a ideia de um paraíso extraterrestre construído a partir da tecnologia e do poder aquisitivo é um assunto de suma importância para reflexão, porque a tecnologia vendida pela mídia no filme é a solução para todas as coisas, inclusive para a morte, e isto nada mais é do que uma mera projeção das aspirações do sujeito cibercultural em relação ao paraíso virtual da pós-modernidade. A pesquisa se apoiará no método de Douglas Kellner, onde se considera que a cultura contemporânea é dominada pela mídia e que os meios dominantes de informação e entretenimento são uma fonte profunda, muitas vezes não percebida, de pedagogia cultural. Partindo deste princípio, o filme será analisado do ponto de vista de que na cultura da mídia há uma luta entre representações que reproduzem as lutas sociais existentes e transmitem os discursos políticos da época.

Serão usadas as considerações de Ciro Marcondes Filho sobre os períodos teocêntrico, antropocêntrico e tecnocêntrico, suas características, benefícios e malefícios, além de seus estudos sobre comunicação. Serão levados em conta também os estudos de Jean Baudrillard e Tales Tomaz quanto ao consumo na cibercultura e o conceito de paraíso virtual. Tomaremos também

os estudos de Eugênio Trivinho na questão da dromocracia cibercultural e da lógica da vida humana na civilização avançada, além, é claro, da análise da obra cinematográfica *Elysium* e os conceitos passados na produção do filme.

## TEOCENTRISMO E O PARAÍSO EXTRATERRESTRE

96

Para definir a ideia de paraíso em cada tempo histórico há a necessidade de contextualizar cada período. Desta forma, é relevante conhecer um pouco das características de cada época, o que trará um melhor discernimento da questão do objetivo de vida de cada sociedade, suas aspirações, suas crenças e descrenças, e a influência que cada etapa teve na sociedade e nas eras posteriores.

Para Marcondes Filho (1994), à sociedade onde Deus estava no centro de todas as coisas e dominava sobre as atividades humanas, agricultura, produção, arte, cultura e religiosidade deu-se o nome de era teocêntrica. Ela originou-se nas ruínas da civilização romana imperialista anterior que tencionava dominar e unificar países, línguas e costumes. Deus figurava no centro de tudo, mas localizava-se fisicamente acima de todos, no céu, e nele ou dele surgiam os princípios de conhecimento e sabedoria, morais e estéticos. Todo o prazer era condenado. O homem não tinha

direito a nenhuma vantagem, gozo ou alegria. Todo o sonho de felicidade era postergado a um futuro pós-morte no céu. O homem era destinado à riqueza ou à pobreza, à saúde ou à doença, à alegria ou à tristeza e lhe cabia apenas a obediência a Deus e aos seus representantes na terra, neste caso, a igreja da época.

Os prazeres mundanos devem ser tolhidos, atrofiados, para que sejam efetivamente vividos no paraíso, ou seja, no mundo utópico que virá após a morte. É só lá que o homem terá pago, expiado seu pecado original e então terá pleno direito a seus prazeres (MARCONDES FILHO, 1994, p. 21).

O mundo naquela época buscava desesperadamente merecer o paraíso espiritual extraterrestre (céu), a casa de Deus e desfrutar com ele na espiritualidade dos prazeres que abdicaram fisicamente na terra.

## ANTROPOCENTRISMO E O PARAÍSO TERRESTRE

De acordo com Marcondes Filho (1994), o desapontamento com o teocentrismo, causado pela própria imoralidade da igreja, representante de Deus na Terra, a destruição dos domínios do império romano, a descoberta de novos mundos, as renovadas descobertas científicas e a descoberta da posição

inferior da Terra como planeta fizeram com que, nas últimas décadas do século XV, irrompesse o antropocentrismo. Este, um período em que o homem descobre que pode questionar a autoridade do Deus invisível, com quem não consegue dialogar, e então substitui sua posição como centro da existência. Com isso, na modernidade, o homem “acha-se agora capaz de qualquer coisa. Em suas mãos estão os instrumentos de uma nova forma de ver o mundo: os instrumentos técnicos, os científicos, os filosóficos” (MARCONDES FILHO, 1994, p. 24).

98

O que era intocável agora é manipulável. Apoia-se nestes instrumentos para moldar o mundo, a natureza, a política e a sociedade. Ao se tornar capaz de criar todas as coisas, o homem pode agora desfrutar de toda a felicidade, prazer e gozo aqui e agora. Cria para si a utopia de um paraíso terrestre físico e abandona de vez a ideia de paraíso espiritual da época anterior. “Na modernidade, a promessa era descer o céu à terra” (TOMAZ, 2010, p. 132).

Marcondes Filho (1994) explica que é neste momento que surgem as noções de história, evolução, razão e verdade baseadas em projetos filosóficos. Também neste mesmo período surgem algumas das grandes teorias que tentam explicar os fatos do mundo e substituir explicações de cunho religioso. O homem passa a conduzir as massas a trabalhar, lutar e organizar a vida a fim de alcançar um objetivo final. Por volta do século XVIII, surgem as

metanarrativas que passam a explicar todo e qualquer acontecimento histórico e nortear os passos da humanidade da época.

## TECNOCENTRISMO E O PARAÍSO CIBERCULTURAL

A descoberta de que o homem é capaz de mudar o seu destino, de transformar e manipular todas as coisas no período antropocêntrico gerou um avanço científico e tecnológico incomparável, que veio a culminar no tecnocentrismo ou cibercultura. Todo o tipo de máquinas e aparatos tecnológicos que a mente do ser humano é capaz de imaginar foi criado no intuito de viver o paraíso utópico terrestre. Todavia, constatou-se que essa busca pela solução dos problemas da humanidade criou uma sociedade capitalista, tornando o ser humano mais distante do homem e mais próximo da máquina. Com o passar do tempo, o homem percebeu a sua ineficácia em relação a algumas áreas, mais especificamente, aquelas concernentes a máquinas e objetos. Segundo Marcondes Filho (1994, p. 37) “se aceitarmos a ideia de que os homens estão mais debilitados e emagrecidos, isso significa realçar um pouco mais a importância de certos ‘objetos’”. A sociedade da técnica, que é a atual, tem elevado a máquina e limitado o homem, que já não tem mais o controle total sobre seus aparatos.

Isso não quer dizer que as máquinas passem a assumir a posição que na sociedade teocêntrica era de Deus e na antropocêntrica era do homem. Aí cairíamos nas mesmas ilusões anteriores. Mas, de alguma forma, as coisas, ou seja, as máquinas e os objetos de forma geral, não devem ser imaginados como tão dominados e manipuláveis (MARCONDES FILHO, 1994, p. 37).

100 Todos estes objetos que tinham o objetivo de facilitar a vida humana e permitir mais tempo para a família, lazer e o descanso acabaram por ocupar cada vez mais o nosso tempo. A questão agora não é mais apenas o fato de usar a velocidade no trabalho para atingir uma maior produção. “Já não é a velocidade que serve as coisas, senão as coisas que servem a velocidade” (TRIVINHO, 2006, p. 97).

As tentativas fracassadas do homem em dominar e manipular a máquina lhe trouxeram um profundo cansaço, alienação e a descrença nas metanarrativas. Todas estas mudanças históricas interferiram na identidade do sujeito cibercultural que cria seu paraíso virtual “extraterrestre” para buscar realizar os seus desejos não alcançados no físico terrestre.

A existência fundada na realidade virtual altera esse padrão de patologia exatamente porque o grande investimento aí passa a ser o mundo não real, que faz as vezes do mundo real, e torna-se por isso uma espécie de ‘real instrumental,’ que você pode manipular, levar consigo, acionar quando quiser, ou seja, um real do qual se tem controle e do

qual, de uma forma ou de outra, você pode sair quando bem desejar. E isso sem que você seja um louco (MARCONDES FILHO, 1994, p. 62).

Todas estas características são agora projetadas no cenário contextual das grandes produções cinematográficas, que são criadas e idealizadas pelo sujeito cibercultural e por suas crenças ou descrenças em cada época.

## PARAÍSO EXTRATERRESTRE DE *ELYSIUM*

No filme *Elysium*, por volta do século XXII, a terra torna-se praticamente um lixão pós-apocalíptico, devido aos abusos da humanidade em relação ao meio ambiente, reflexos de um hiper-capitalismo. Ao perceber o submundo em que a terra se tornaria, os capitalistas dominantes criam para si um paraíso extraterrestre chamado *Elysium*, onde poderiam viver em paz em suas mansões de gramados perfeitos, cercados de pessoas lindas e saudáveis e de todo o aparato tecnológico capaz de sustentar esse ambiente. Entretanto, no filme esse paraíso tem um preço e nem todos podem pagar por ele. Desta forma, uma boa parte da humanidade é deixada para trás e sofre dia após dia nas mãos dos endinheirados que controlam as fábricas e seus robôs de perfis quase nazistas. No filme, a tecnologia é que permite a construção de *Elysium*, sua

segurança e manutenção. Estas, porém, são fabricadas pelos seres humanos pobres na Terra, em regime análogo a escravidão. A utopia de *Elysium* é a esperança pela qual esta população esquecida se mantém viva, crendo que em algum momento, e a qualquer custo, poderá alcançar este paraíso.

Los Angeles é escolhida como cidade cenográfica e transformada em uma favela latina, onde o idioma, inclusive, é o espanhol, enquanto em *Elysium* as línguas oficiais são o inglês e o francês. As discriminações, pobreza, limitações físicas e sociais, subjugação do ser humano pela máquina, poder dos ricos, abastança em *Elysium*, domínio sobre os pobres e o aparente domínio dos poderosos sobre a máquina mostram a luta de classes e o caráter nobre dos interesses por trás do filme.

102

## O PARAÍSO DE *ELYSIUM* VS. O PARAÍSO VIRTUAL

Tanto no filme *Elysium* quanto na cibercultura o momento é tecnocêntrico. Para Marcondes Filho (1994), a descrença na modernidade e em suas metanarrativas levam a humanidade a descrever na verdade absoluta. O ser humano não espera nada mais da terra de seus recursos naturais, política, religião e sociedade decadente em que vivem. As metanarrativas já não existem, e os seres

humanos não sabem mais para onde caminhar, tampouco têm esperança em um futuro vindouro ou na capacidade de se desfrutar algo real na terra. Não esperam mais pelo paraíso, até porque, no filme, a Terra é uma projeção futura daquilo que o sujeito cibercultural acredita que acontecerá com o planeta. “Devemos hoje nos perguntar se os massivos produtos da indústria cinematográfica da tensão, exacerbados em *timing* de imagem e som, não terão abolido a espera em favor de um injetar-nos no futuro antes que nossa propriocepção nos permita sentir que existimos aqui e agora” (CONTRERA; BAITTELO, 2010, p. 10).

No filme, a Terra encontra-se totalmente desolada e destruída pelo próprio ser humano. Tornou-se inóspita, improdutiva, sem recursos naturais que pudessem permitir uma qualidade de vida aceitável ao ser humano, sem valores éticos e morais. Desta forma, passa ao submundo, onde apenas os pobres, sem recursos e esquecidos pela sociedade ainda subexistem. Por outro lado, em *Elysium*, onde vivem os ricos, está o perfeito paraíso com toda a sorte de riquezas, recursos naturais e tecnologia. O contexto vendido no filme é a projeção que a sociedade cibercultural faz onde o real é imperfeito, feio e destruído e o virtual é perfeito, rico e lindo (MARCONDES FILHO, 1994).

A tecnologia, no filme, é vendida de forma nobre, trazendo princípios de cura, de poder, de bem feitorias e facilidades. Desta forma,

ela proporciona tempo e qualidade de vida aos seres humanos ricos, ao preço do desfavorecimento dos pobres e da agressividade do capitalismo. Isso se diferencia do que pensam alguns estudiosos da cibercultura, como Trivinho (2007), que veem a tecnologia como a causadora de patologias graves na atual sociedade. O homem teria criado máquinas das quais se tornou escravo e hoje seria agredido pela velocidade, principalmente em seus momentos de lazer, nos quais precisa ser extremamente veloz. A questão agora é “ser veloz ou não ser” (TRIVINHO, 2007, p. 97) como quesito de existência. E este é, segundo Trivinho, um dos malefícios da tecnologia: a democracia, a violência da velocidade cibertecnológica.

104

Nesta análise são claras as características da sociedade de consumo no filme, principalmente quando desperta no sujeito pós-moderno a esperança perdida, o sonho capitalista de um paraíso utópico e o forte desejo de alcançá-lo a qualquer custo. Mesmo que para isso destrua o real e construa o imaginário ou troque o físico pelo virtual, como sendo esta a solução para a humanidade.

Uma fuga do físico terrestre para um virtual extraterrestre ocorreria ao preço do consumismo desenfreado e do capitalismo exacerbado. Toda a luta do filme não é por um futuro real melhor, mas sim na luta dos ricos *dominadores* da tecnologia por se manterem ricos em *Elysium* e, por outro lado, os pobres que lutam pela riqueza e pelo direito de viverem em *Elysium*, paraíso extraterrestre.

## AS RELAÇÕES COM O CAPITALISMO

Para Simmel (*apud* GITLIN, 2003, p. 56), “quanto mais o dinheiro se torna o único centro de interesse, mais se descobre que honra e convicção, talento e virtude, beleza e salvação da alma são trocados por dinheiro”. Desta forma, valores elevados como estes são negociados a preço de mercado.

Por conta de qualidades perdidas como estas é que a elite hipercapitalista projeta para si um paraíso extraterrestre. Vive a utopia de um paraíso presente, momentâneo e fora do planeta ou do espaço físico terrestre. Desta forma, cria-se um paraíso tecnológico como um satélite que orbita a Terra. O local é construído com o poder tecnológico. Os investimentos para a criação e manutenção deste paraíso são altos, o que permite que apenas a massa elitizada da sociedade tenha acesso a *Elysium* e o capitalismo impere.

O dinheiro carrega o simbolismo do impessoal, do racional e do individualismo e se ajusta perfeitamente ao perfil capitalista da pós-modernidade. “O homem é um animal de propósitos” (SIMMEL *apud* GITLIN, 2003, p. 54), que cria objetivos e exerce sua vontade para alcançá-los. Ao usar como ferramenta cada vez mais o dinheiro, como um meio que evolui psicologicamente para um fim, em alguns casos, o ser humano trata o outro de maneira utilitária

– nada mais do que um mero objeto. Isso é exacerbado onde, normalmente, o capitalismo é mais extremo, como é o caso de *Elysium*.

Da mesma forma acontece com o paraíso virtual da cibercultura, segundo Tomaz (2010), quando a cibercultura ou sociedade de consumo, na utopia comunicacional, ocupa o vácuo deixado pela incredulidade das grandes narrativas que deram sentido a vida humana na modernidade.

Como tal, a cibercultura, se arvora como herdeira dos desejos e da necessidade de sentido do gênero humano, como nova utopia e, portanto, como mundo-a-ser-buscado, num impulso praticamente religioso. Na modernidade, a promessa era descer o céu à terra. A pós-modernidade desmascarou o logro. Na cibercultura, a esperança é recriar o céu no virtual sob os auspícios do consumo capitalista (TOMAZ, 2010, p. 132).

106

Ambos apoiam-se na tecnologia. Tanto o paraíso tecnológico extraterrestre de *Elysium*, quanto o paraíso virtual das teorias da cibercultura. Porém, a similaridade esbarra no fato de que a tecnologia para o sujeito cibercultural independe de seu poder aquisitivo, todos têm – ou teriam, para a tecnologia, o mesmo direito social virtual.

Quando da conquista de *Elysium* pela classe menos favorecida, através do controle da tecnologia, confirma-se o pensamento de que a tecnologia não distingue as classes sociais. Mais uma vez, por sinal, na análise dos detalhes encontramos

as teorias que fundamentam estas produções midiáticas e definem a importância destas ferramentas na abordagem dos aspectos singulares do sujeito cibercultural.

Segundo Baudrillard (2007), o sujeito pós-moderno ou cibercultural não se encontra mais rodeado, como sempre aconteceu, por outros sujeitos, mas sim por objetos. Os laços relacionais com seus semelhantes já não se encontram no mesmo plano que a manipulação de bens e de mensagens. O objeto com o qual ele se relaciona tomou o lugar dos seres. Diminui a importância do outro. O sujeito cibercultural agora, segundo suas características, interesses e fortes marcas do auge do capitalismo na era pós-moderna, vive menos na proximidade do outro. A frieza com que se lida com o outro, característica deste período, é facilmente percebida no filme.

Para Marcondes Filho (2008, p. 13), “de certa forma este volume e quantidade de aparelhos, máquinas, sistemas, redes, acessos, canais, equipamentos nos cegam e nos iludem”. Toda esta questão da tecnologia e das características da era atual nos faz acreditar que entramos num paraíso virtual, onde tudo é permitido, onde tudo é acessível, no entanto o resultado final é que isso tudo é um engano. A ideia, vendida pela mídia, dos muitos benefícios trazidos pela tecnologia não tem tornado a humanidade mais feliz.

Para Kellner (2001), em todos os períodos existiram produções para vender como produto o comunismo, o nazismo, a

guerra contra o universo árabe, o sonho de tornar-se um soldado americano, entre muitas outras ideologias alavancadas pelas grandes produções midiáticas. Esta característica é encontrada no filme, onde o capitalismo presente lança a ideia de que o dinheiro compra tudo, inclusive a tecnologia capaz de permitir a vida eterna e a felicidade.

Com isso cria-se o desejo, no sujeito cibercultural, de garantir a qualquer custo o seu lugar neste paraíso imaginário virtual, longe do apocalipse profetizado para os últimos dias pela descrença nas metanarrativas. Também na cibercultura, a humanidade é instigada a obter dinheiro que possibilite a aquisição de tecnologias avançadas de inclusão, o que fortalece a característica capitalista deste período. Kellner (2001, p. 122) elucida que “de qualquer modo, as produções culturais da mídia devem ser lidas em contextos sociais específicos para que se decifrem seus significados e mensagens e se avaliem seus efeitos”. E acredita que “os produtos da mídia, portanto, não são entretenimento inocente, mas tem cunho perfeitamente ideológico” (KELLNER, 2001, p. 123).

A sociedade tecnológica “zera”, segundo Marcondes Filho (2012), tudo o que era constituído no passado: a demora, a memória, a cultura, as instituições, a política, a identidade, os estoques, o real. Para Bauman (2007, p. 91), “na ausência de conforto existencial, agora nos decidimos pela segurança, ou pela aparência de

segurança”. Segurança do virtual ou do extraterrestre, foco principal de desejo aparente no filme e também na sociedade cibercultural.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim como no filme, as expectativas do sujeito cibercultural têm sido apoiadas em um terreno muito instável. Seus relacionamentos, seu trabalho, seu lazer, suas amizades e a posição que o sujeito ocupa na sociedade tendem à instabilidade. O futuro, progresso e tecnologia que foram as mais otimistas promessas de esperança e felicidade para a humanidade, hoje, não passam de uma ameaça de mudança inescapável, um caminho sem volta e um alerta de crise e tensão contínuas. A tecnologia e o progresso trouxeram um pesadelo constante de ser deixado de lado, não fazer parte do paraíso virtual ou ser excluído.

Os temores da humanidade não lhes permitem um viver físico. O sujeito cibercultural sacrifica o sono, o lazer, os relacionamentos para viver no virtual. A sua vida é uma busca constante por dinheiro, que lhe garanta a passagem para este mundo e o direito a inclusão. As semelhanças do filme com as teorias da cibercultura são claras. A morte da natureza real na era pós-moderna, a força do consumismo na ânsia do existir tecnológico e virtual, a

crueldade do capitalismo, a desconstrução do outro e o intenso desejo de uma utopia que traga sentido à vida. Mesmo que esta utopia seja tecnológica, extraterrestre ou virtual.

Esta é a busca da sociedade cibercultural, algo em que possa acreditar e nortear sua existência. Ao final da pesquisa constatou-se de fato que *Elysium*, como produção midiática, retratou os reais conflitos apresentados em várias teorias da cibercultura. Principalmente, ademais, apresentou em sua ficção várias características reais do período pós-moderno.

## REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. 2ª ed. Lisboa: Edições 70, 2007.

BAUMAN, Z. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

CONTRERA, M. S.; BAITELLO JR, N. A dissolução do Outro na comunicação contemporânea. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 21., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010.

GITLIN, T. **Mídias sem limite**: como a torrente de imagens e sons domina nossas vidas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

KELLNER, D. **A cultura da mídia**: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.

MARCONDES FILHO, C. **Sociedade tecnológica**. São Paulo: Scipione, 1994.

\_\_\_\_\_. **Fascinação e miséria da comunicação na cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

\_\_\_\_\_. **Para entender a comunicação:** contatos antecipados com a nova teoria. São Paulo: Paulus, 2008.

TOMAZ, T. Consumo na cibercultura: a última parada do paraíso. In: NOVAES, A.; KUHN, M. (Orgs.). **O universitário cristão na sociedade de consumo.** Engenheiro Coelho: Unaspres, 2010.

TRIVINHO, E. **A dromocracia cibercultural:** lógica da vida humana na civilização midiática avançada. São Paulo: Paulus, 2007.



# A CULTURA DO GROTESCO: EXCLUSÃO, NARCISISMO E COMPOSIÇÃO CIBERCULTURAL

Guilherme Cavalcante Silva<sup>1</sup>

Com grande destaque nos estudos acadêmicos produzidos na área de ciências sociais ao redor do mundo, poucos temas parecem atrair mais a atenção de pesquisadores do que a comunicação na era cibercultural, dominada pelos aparatos digitais. Entre as dezenas de ramificações nos estudos elaborados, algumas dedicam-se à análise da produção simbólica e estética na contemporaneidade. No Brasil, os temas foram discutidos – e ganharam grande realce na academia – com os trabalhos do sociólogo Muniz Sodré, entre as décadas de 70 e 80. Tratando sobre a crescente abordagem estética nos programas televisivos brasileiros na segunda metade do século XX, Sodré (1973) retorna à literatura e arte antiga para trazer para a atualidade o

---

<sup>1</sup> Graduando em Jornalismo no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp), campus Engenheiro Coelho.

papel do grotesco – ou, como definido por ele, “o fabuloso, o aberrante, o macabro”.

É sobre a questão do grotesco na modernidade que se centraliza o estudo deste ensaio, mais especificamente sobre a sua produção, sua função excludente e sua relação com o outro e com o próprio eu na pós-modernidade. Já notada como de vital importância na cultura popular antiga, especialmente na Grécia (HUGO, 2004) e na Idade Média (BAKHTIN, 1987), a estética do grotesco não escapou ao processo de massificação encabeçado pelos novos *media* digitais, que nada mais é do que a aplicação dos princípios fordistas aos seres – a padronização do homem. No cenário atual, é importante refletir onde se situa o outro a partir do imaginário grotesco criado pelos aparatos tecnoimagéticos.

Com um caráter teórico, a pesquisa será fundamentada em autores com sólida contribuição intelectual para estudos envolvendo semiologia, estética na cultura, comunicação e cibercultura. A análise vai procurar entender [1] o papel do grotesco na produção literária e artística ocidental até o período que abarca a segunda onda da revolução industrial, a partir de análises de Mikhail Bakhtin e Victor Hugo; [2] sua transmutação dentro da lógica excludente cibercultural, como explicitado por Sodré e Trivinho, por exemplo; e [3] a relação entre o grotesco, o outro e o narcisismo nos tempos modernos. O trabalho se inicia com uma

análise descritiva do grotesco no decorrer da história ocidental, seguindo até a modernidade e as condições citadas acima.

## O GROTESCO NA HISTÓRIA

A delimitação da estética grotesca não possui uma data inicial concreta. Sabe-se que o uso de figuras disformes e pitorescas era visto nas imagens rupestres das civilizações antigas. Em uma sociedade ainda anterior à divisão social, Bakhtin (1987) via nas civilizações primitivas uma tentativa de apreensão do mundo ao redor e do universo espiritual, especialmente em ritos e cultos, através do grotesco. Na contemplação do natural, os antigos concebiam a dicotomia entre inverno/primavera, calor/frio, morte/nascimento, luz/escuridão como uma força sobrenatural na qual não tinham qualquer poder e eram parte integrante. Em suma, perceberam que o feio coexistia ao lado do belo em harmonia (HUGO, 2004). Na cultura primitiva, a apreensão do real vinha exatamente dessa dualidade, do equilíbrio entre as correntes opostas do natural. As forças da natureza, que fugiam da compreensão humana, passaram a ser a morada dos deuses – onde subsistia o perfeito e o disforme.

Não foi, senão, a mitologia da Antiguidade clássica grega um exemplo dessa dicotomia. No épico *Os Ilíadas*, de Homero,

podem ser identificados vários elementos [seres] grotescos associados às divindades, como ciclopes, sereias, pigmeus e fúrias na narrativa. Na verdade, é na Grécia Antiga, influenciada pelo conceito de separação platônico, que o corpo passa a ser visto como uma imagem grotesca. É daí que surgem as figuras de mistura entre deuses e homens, o culto ao falo e o disforme físico.

Hugo (2004, p. 33-34) ressalta que, na mitologia grega, o grotesco era visto como essencial para a contemplação do belo.

O sublime sobre o sublime dificilmente produz um contraste, e tem-se necessidade de descansar de tudo, até do belo. Parece, ao contrário, que o grotesco é um tempo de parada, um termo de comparação, um ponto de partida, de onde nos elevamos para o belo com uma percepção mais fresca e mais excitada [...] seria também exato dizermos que o contato do disforme deu ao sublime moderno alguma coisa de mais puro, de maior, de mais sublime enfim que o belo antigo.

Que seria então da imagem bela e de força de Hércules sem os anões mitológicos que este venceu facilmente com sua pele de leão? Ou do heroísmo de Herácles sem a figura horrenda da serpente monstruosa de Lerna? A visão do grotesco apenas como um estepe para a visualização da beleza e do sublime, presente nas teorias de Hugo e de outros autores romancistas, é criticada, no entanto, por Bakhtin (1987, p. 38): “Hugo enfraquece o valor autônomo do grotesco, considerando-o como meio de contraste para a exaltação do sublime”. Para Bakhtin, essa visão

representava um olhar moderno sobre a cultura antiga, contendo os vícios da análise da época atual sobre esta e fragilizando o próprio contexto cultural da época. A crítica pode ser vista também como um ataque ao pensamento originário da escola platônica. A partir da mitologia grega, a arte e a literatura ocidental passam a compreender o corpo humano como algo desprezível, passível dos vícios da vida e dos prazeres da carne e, portanto, um empecilho para o alcance do sublime, do ideal, do imutável. O valor da mente passou a sobrepujar o do corpo, sendo uma consequência natural na cultura do Ocidente a exaltação do intelecto, único capaz de ‘entrar em contato’ com o mundo inteligível dos deuses, e a relegação da materialidade corpórea grotesca à margem da vida.

117

Na Idade Média católica, de código social rígido e Estado e classes estabelecidas, a mitologia dominante incorpora o inteligível platônico<sup>2</sup>. De fato, como constataram Contrera e Baitello Jr. (2010), o catolicismo agiu de forma dura e contínua para exterminar a relação entre o espírito e a natureza. Se no pensamento antigo não havia uma fragmentação completa entre o corpo e a

---

<sup>2</sup> Isso fica especialmente claro a partir da filosofia de Santo Agostinho, nos séculos IV e V da era moderna. Foi através de suas ideias que o cristianismo agregou o platonismo grego em boa parte de suas doutrinas. Um bom material sobre a influência da dualística platônica no desenvolvimento histórico cristão se encontra em Fernando Canale (2011).

natureza, fazendo esta parte do destino do homem – sempre passível à imprevisibilidade das mudanças –, na Idade Média o corpo ‘imundo’ é renegado nas cerimônias e rituais religiosos oficiais da Igreja. É nesse contexto que Bakhtin descreve o cenário da cultura popular da época e da representação do grotesco nas festas públicas como uma forma de fugir da oficialidade da vida.

As festas oficiais da Idade Média – tanto as da Igreja como as do Estado Feudal – não arrancavam o povo à ordem existente, não criavam segunda vida. Pelo contrário, apenas contribuíam para consagrar, sancionar o regime em vigor, para fortificá-lo. [...] A festa oficial, às vezes mesmo contra suas intenções, tendia a consagrar a estabilidade, a imutabilidade e a perenidade das regras que regiam o mundo [...] Ao contrário da festa oficial, o carnaval era o triunfo de uma espécie de libertação temporária da verdade dominante [...] originou uma linguagem própria de grande riqueza, capaz de expressar as formas e símbolos do carnaval e de transmitir a percepção carnavalesca do mundo, peculiar, porém complexa, do povo. Essa visão, oposta a toda ideia de acabamento e perfeição, a toda pretensão de imutabilidade e eternidade, necessitava manifestar-se através de formas de expressão dinâmicas e mutáveis [protéicas], flutuantes e ativas (BAKHTIN, 1987, p. 8-9).

Dominando as expressões na cultura popular medieval, estavam as imagens cômicas, associadas exatamente ao corpo, à bebida, aos prazeres e vicissitudes da vida terrena, às necessidades fisiológicas e à vida sexual. A essas figuras associadas ao riso, Bakhtin dá o nome de “realismo grotesco”. Enquanto categoria estética e discursiva, o grotesco aparecia nas figuras do

bobo da corte, nas sátiras<sup>3</sup> ou nos contos de cavalaria. No realce do estilo carnavalesco da vida, nas raízes do homem na terra, o povo se via liberto – ao menos momentaneamente – tanto da tirana divindade quanto do nobre opressor. O grotesco medieval “opõe-se a toda separação das raízes materiais e corporais do mundo, a todo isolamento e confinamento em si mesmo, a todo caráter ideal abstrato, a toda pretensão de significação destacada e independente da terra e do corpo” (BAKHTIN, 1987, p. 17). A ordem é o retorno a uma relação primária com o ambiente natural do homem. De fato, no realismo grotesco, o mundo brota de baixo e não de cima<sup>4</sup>. Embora Bakhtin, em seu clássico, se prenda à estética artística e literária do feio na cultura clássica e medieval, é importante delimitar o aspecto ‘libertário’ fundamental da cultura do grotesco na época, um ponto diferencial deste com relação à sua imagem na modernidade e pós-modernidade.

---

<sup>3</sup> Um exemplo do caráter crítico da sátira, e de sua ligação entre o sagrado e o profano, se encontra no conhecido Auto da Lusitânia, envolvendo um rico mercador, nomeado “Todo Mundo”, e um pobre chamado “Ninguém”. A obra, composta para apresentação em peça teatral cômica, é uma das mais marcantes entre os escritos do português Gil Vicente.

<sup>4</sup> Degradação ganha um sentido de nascimento na cultura popular medieval, especialmente por sua associação com a parte inferior do corpo humano, responsável por dar a luz. A visão era contrária ao teocentrismo da época, que pregava que tudo ganha vida a partir das mãos de Deus – inclusive a divisão social.

## GROTESCO E EXCLUSÃO

Após o estabelecimento do Renascimento, o avanço do Iluminismo e a chegada do Romantismo nos séculos XVII e XVIII, o grotesco passou a perder seu potencial libertário das festas e obras medievais. Ao reencarnar o espírito mitológico greco-romano, o mundo passa a ser visto como algo isolado do homem, um ambiente hostil. O bonito retorna a ser o alto, o inalcançável – o mundo ideal inteligível – como alentou Hugo (2004, p. 39): “Tudo demonstra, na época dita romântica, sua aliança íntima e criadora com o belo”. É neste período que surge na cultura europeia a separação entre arte erudita e arte inferior. Bakhtin (1987, p. 34), em um ar um tanto saudosista, menciona a ‘morte’ do caráter cômico no grotesco romântico:

O grotesco, integrado à cultura popular, faz o mundo aproximar-se do homem, corporifica-o, reintegra-o por meio do corpo à vida corporal [diferentemente da aproximação romântica, totalmente abstrata e espiritual]. No grotesco romântico, as imagens da vida material e corporal: beber, comer, satisfazer necessidades naturais, copular, parir, perdem quase completamente sua significação regeneradora e transformam-se em “vida inferior”. As imagens do grotesco romântico são geralmente a expressão do temor que inspira o mundo e procuram comunicar esse temor aos leitores [“aterrorizá-los”]. As imagens grotescas da cultura popular medieval, ao contrário, procurava erradicar o medo com seu cunho libertário.

Sodré (1992) vê aí a transmutação do grotesco, dentro de uma categoria social legitimadora. Ele passa a exercer um potencial civilizatório. As imagens grotescas medievais enfrentam uma formalização (BAKHTIN, 1987) e padronização do obsceno conforme as normas da cultura erudita – nada mais que uma forma de legitimação e exclusão do estranho.

Foi com o modelo cartesiano de valorização da razão [mente] em detrimento da experiência [corpo] – que encontrou um leito aconchegante no Iluminismo e nos motores da recém-chegada Revolução Industrial inglesa – que a padronização passou a ser central na sociedade. Como bem colocou Sodré (1992, p. 94): “De fato, o que o Ocidente tem valorizado como processo civilizatório implica diminuição de contrastes, ou pelo menos atenuação do choque dos heterogêneos”. A multiplicidade simbólica não interessa na nova sociedade – ou pelos menos não sua riqueza de interpretações.

Outro aspecto relevante é o processo de ‘morte’ do paraíso. “Trata-se de construir aqui um mundo que será o da felicidade, mas para isso é preciso trabalho, economia, investimento, ou seja, o dinheiro passa a ter o papel principal” (MARCONDES FILHO, 1994, p. 26). A cultura popular universal, já rebaixada a categoria “inferior”, incorpora essa lógica. O grotesco vira aí um elemento satírico [no sentido negativo da palavra], debochante,

a construção simbólica de uma vida amarga, indesejável. O grotesco é a imagem evitável<sup>5</sup>. A arte, então, ganha um caráter típico burguês. Mais do que isso, é a própria cultura popular que alimenta agora os sustentáculos dessa arte burguesa. Afinal, quem sustenta uma poderosa máquina como o *Facebook* se não os memes bizarros, paródias degradantes e personalidades grotescas?

Pode-se argumentar que enquanto abolia o céu e elevava o homem, a cultura retornaria à pureza libertária medieval. Entretanto, não era propriamente o homem corpóreo que assumia o lugar central na sociedade, e sim o homem racional – inteligível [ideal]. Ocorre apenas uma substituição: a tirana divindade das normas sociais rígidas se torna a razão, que “não tem bons olhos para tudo que escape aos critérios da racionalidade instrumental ou da finalidade positiva”, com isso o *mythos* cultural passa a operar “no sentido da obtenção de saberes, comportamentos, modos de sensibilidade, controles, normas de sociabilidade

---

<sup>5</sup> O grotesco recebe uma certa áurea purificadora, de maneira que é evitável, até certo ponto, desde que esteja ao alcance da nossa vista. Bauman fala sobre isso no livro *O mal-estar da pós-modernidade* (1997) ao utilizar as metáforas do turista e do vagabundo. Vale reproduzir um dos trechos da obra: “Os vagabundos, as vítimas do mundo que transformou os turistas em seus heróis, têm, afinal, suas utilidades. Como os sociólogos gostam de dizer, eles são “funcionais”. É difícil viver em suas imediações, mas é inconcebível viver sem eles. São suas privações gritantes demais que reduzem as preocupações das pessoas com as inconveniências marginais” (BAUMAN, 1997, p. 119-120).

ideais” (SODRÉ, 1992, p. 95). A razão passa a regular as normas sociais e o grotesco, avesso a quaisquer valores de perfeição, se torna ameaçador nesse novo plano.

No desenvolvimento da cultura grotesca, é importante ressaltar o processo evolutivo do capitalismo e da cultura consumista na sociedade ocidental. O avanço das máquinas começou de maneira gradual no decorrer do século XIX. O vapor, o gás e, posteriormente, a eletricidade passaram a mecanizar as antigas atividades agrárias e domésticas medievais. Surgiram as locomotivas movidas à vapor. O brilho das luminárias a gás irradiava nas ruas das capitais europeias. O imaginário da literatura e da arte romântica agora ganhou os contornos da imagem através da fotografia e do cinema. A melhora nas técnicas de impressão fez multiplicar o número de publicações impressas. O telefone e o telégrafo traziam novas possibilidades à comunicação.

Lentamente, as novidades industriais passam a ocupar nossa rotina. O homem deixa de ir à máquina; agora elas vêm até nós. Tornam-se parte do dia a dia. Acordamos com o barulho do despertador movido a uma bateria. Nossa comida fica pronta em questão de minutos com um forno elétrico. Conversamos, nos locomovemos, trabalhamos e descansamos com aparatos técnicos ao nosso redor. A comunicação se amplia, ganha uma importância fundamental na organização social e

no poder. Esta época, que vem desde a segunda metade do século XX até hoje, de interferência direta do digital em nossa vida é comumente chamada de cibercultura.

A cibercultura é a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais. Vivemos já a cibercultura. Ela não é o futuro que vai chegar mas o nosso presente [home banking, cartões inteligentes, celulares, palms, pages, voto eletrônico, imposto de renda via rede, entre outros]. [...] A cibercultura representa a cultura contemporânea direta da evolução da cultura técnica moderna (LE MOS, 2003, p. 11-12).

124

A padronização simbólico-social atinge na cibercultura um status inigualável. O rádio e, principalmente, a televisão instauram uma nova ordem na produção estética e cultural. Os modelos de reprodução industriais de produtos, com mutação cada vez mais veloz, agora se incorporam ao homem. A mesma tecnologia responsável por padronizar produtos agora padroniza seres – na verdade qual a outra lógica da máquina, senão a do padrão? (MARCONDES FILHO, 1994). O produto e o símbolo passam a andar de mãos dadas, seja na camisa que representa um grupo social ou no tênis que simboliza liberdade contra a opressão do Estado. Sodré (1984) põe os meios de comunicação de massa como instrumentos centrais na nova ordem tecnoimagética cibercultural. Para o sociólogo, são eles os reprodutores simbólicos responsáveis

por organizar as massas. A ordem é a marginalização do que é feio, fora do padrão.

Esta fase da história do Ocidente é curiosamente semelhante ao estágio de desenvolvimento da personalidade individual denominado como “anal” na teoria freudiana, definido por impulsos de acumulação e contenção, mas também de expulsão. Como na cultura ocidental moderna, o estágio anal só atribui efeitos de realidade a tudo aquilo que se afigura como mensurável, comparável e visível. Há em toda a análise de componentes exibicionistas, como existe na ordem social moderna uma forte compulsão, da parte do poder, de mostrar [sem se deixar ver], de projetar uma luz fascinante sobre as coisas do mundo, sobre os produtos do progresso, de tal maneira que nada mais permaneça na sombra e se dissipem os mistérios e segredos [...] Por isso, o efeito de vitrine tem uma irreversível vocação de globalidade, a vocação por excelência da ideologia moderna (SODRÉ, 1984, p. 25).

Na ordem tecnoimagética, a recorrência do grotesco é cada vez maior, com a valorização do monstruoso, do preconceito e do riso em grande parte da produção cultural. O potencial excludente dessa construção fica evidente, como bem coloca Falcão (2007, p. 5): “O verdadeiro propósito de nos pegarmos de olhos fixos na tela com tais demonstrações do ridículo, do escatológico, é deitarmos a cabeça, à noite, no travesseiro e nos regozijarmos no fato de que somos absolutamente normais, definidos por fronteiras que são claras como a luz”. Relendo Hugo, o sublime agora é o mundo da tecnologia, este universo

de imagens que vivemos - que não é céu, nem terra, sendo na verdade um não-lugar. De fato, o que é a cibercultura, senão “a consumação de um processo de desmaterialização do mundo” (CONTRERA, BAITELLO JR., 2010, p. 5)?

A incidência constante do grotesco na atualidade ganha aí um novo contexto, sendo a tentativa de apagamento de nossos vínculos com a factualidade da vida, habitada pelo monstruoso, e com o divino, que se torna inútil quando o homem, que crê ser o rei por trás da tecnologia, assume o cetro após o Iluminismo Racional. Certamente, a situação atual se verifica como uma hibridez entre o ser e a tecnologia, com a existência tendo como estrutura as lógicas que regem a máquina – daí o termo razão técnica (RÜDIGER, 2004). Se o cerne da vida está na representação, simbolizada pela onipresença da tela nos processos comunicacionais atuais, o corpo e seus processos naturais perdem seu valor, sendo rebaixados à categoria de estranho, feio, aberrante.

Aquele então que está fora dela – da vitrine comunicacional, como apontou Sodré – é condenado a viver na exclusão com seu corpo grotesco. Na verdade, inserido na cibercultura, é necessário não somente estar na tela, como continuamente fazer parte dela. “Um contexto assim articulado passa a ser perverso em relação a quem não se adapta [ou se nega a adaptar-se] à nova ordem – o *dromoinapto* [*dromos*, palavra grega, significa

velocidade]. Sobre ele recai então o peso de um novo preconceito” (TRIVINHO, 2007, p. 107).

O grotesco que reivindicava as vicissitudes da carne e representava um ideal libertário em meio a uma sociedade de mobilidade social nula, agrega-se à ordem social dominante – era uma cultura realmente popular na Idade Média – para tornar grosseiro o corpo “real”. Na verdade, o grotesco agora aparece “como ameaça ao ideal, na medida em que obriga o olhar a focar-se nas estruturas da realidade, que então se mostra convulsiva, não necessariamente bela, mas *outra*” (SODRÉ, 1992, p. 95).

O avanço das redes sociais é um exemplo disso. Basta ver que, para quem está fora delas, ocorre uma morte simbólica. Em janeiro de 2014, um vídeo mostrando uma senhora desesperada ao tentar retirar o “vírus” de um pen-drive através de métodos não convencionais [como jogar produtos de limpeza no aparelho, por exemplo] rapidamente alcançou um milhão de visualizações. A mulher prontamente se tornou alvo de escárnio e zombaria na rede. Afinal, não dominar o novo mundo tecnológico – com mutações cada vez mais violentas – e, mais do que isso, rejeitar o endosso ao universo da rede [pois já é impossível fugir dela] é ser arcaico, estranho, grotesco. A cultura hoje reproduz esse modelo excludente.

A dromocracia cibercultural distribui, para um lado, os depositários da nova elitização da técnica, a elite cibercultural, o conjunto minimalista daqueles a quem a história atribui os privilégios do momento; e, para outro lado, a miríade de novos pobres, os [tornados] dromoinaptos, massas de segregados sobre cujos ombros a mesma história projeta os dissabores da mais tenra forma de mazela, a miséria informativa, a falta de domínio [especializado ou não] do capital cognitivo necessário à inclusão na cibercultura (TRIVINHO, 2007, p. 108).

## O GROTESCO E O OUTRO NA CIBERCULTURA: O FORTALECIMENTO DO NARCISISMO

128

Um dos questionamentos levantados por alguns é o de que, mesmo com seu caráter excludente, a figura do grotesco favorece um ambiente de alteridade – esta, cada vez mais dissolvida na cibercultura. De fato, o próprio Sodré (1992) reconheceu que o grotesco facilita o olhar para o diferente, podendo ser visto como “um estado crítico da consciência, quando esta se abre para a alteridade – seja o outro da produtividade, da finalidade estrita ou do belo instituído” (1992, p. 95).

Entre muitos estudiosos, existe a esperança jubilar de que o mundo natural triunfará sobre o ciberespaço ou de que o homem está – ou estará – por cima da tecnologia. Há de se ater, no entanto, ao caráter narcísico deste “estado crítico da consciência”.

No auge do Iluminismo técnico-racionalista, o eu – livre das amarras da religião e do Estado – adquire um caráter cada vez mais individualista e distante do grupo social. Com a dissolução constante do corpo e do mundo natural, o ciberespaço é o triunfo completo da imagem de si, que vira um artefato de consumo – afinal, na cibercultura, tudo se torna produto (TOMAZ, 2011). Na marginalização do material, os perfis em redes de relacionamento online – os tais duplos de si (SODRÉ, 1984) – ganham vida. E é interessante notar que, mesmo em meio a milhões de pessoas diferentes ali, o olhar se volta para si, para a própria imagem e sua repercussão.

Na modernidade quando a experiência individual substitui a tradição coletiva, o eu conquista uma autonomia [psicológica, filosófica, econômica] liberadora [dissolutora da antiga repressão orgânica], mas simultaneamente impalpável e abstrata. O indivíduo aprende a se ver como sujeito de uma ordem abstrata, tipificada pela razão e pela moral (SODRÉ, 1984, p. 23).

Na verdade, é na contemplação do grotesco, do material imperfeito, real, que o sujeito pós-moderno se fecha. É na visão do feio, que o homem tecnonarcísico, acostumado à homogeneização do belo tipificado pelos *media*, fortalece o eu e afasta de si o outro. Na cibercultura, o novo homem – produto da técnica – segue na esteira da linha de produção do ideal virtual. O grotesco com seu caráter heterogêneo deixa de se apresentar como algo ‘natural’

ou real. E, na medida em que o outro morre, morre o eu, como foi o fim de Narciso, levado pela correnteza ao se enlouquecer de amores pela sua própria imagem<sup>6</sup>. No próprio fortalecimento da produção simbólica do grotesco, ironicamente, firma-se o narcisismo e a imagem de si<sup>7</sup>. O ambiente de alteridade se torna nulo, na medida em que apenas serve para o fechamento de si e para a exclusão do relacionamento e da comunicação, afinal “o outro não se identifica como um ‘meio para um fim transcendental’, mas é parte intrínseca do processo de transformação de si mesmo, do próprio viver” (SIMÃO, 2010, p. 93). A triste constatação é de que a cultura do século XXI é altamente narcísica.

130

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de desenvolvimento da cultura grotesca no decorrer da história até o advento da sociedade cibercultural atual e seu

---

<sup>6</sup> A lenda de Narciso evoca a história de um jovem muitíssimo belo que se negava a amar outro que não a si – inclusive rejeitava os amores de uma linda ninfa chamada Eco por ele. Certo dia, escutando o sofrimento de Eco, a deusa Némesis condena Narciso a olhar seu reflexo na lagoa de Eco. Narciso ficou tão apaixonado por seu reflexo na água que se deixou cair e levar pela correnteza, vindo a falecer.

<sup>7</sup> Como bem afirmou Caetano Veloso em sua música “Sampa”, de 1978: “É que Narciso acha feio o que não é espelho”.

entendimento se prefigura de suma importância para a crítica da condição humana e da cultura comunicacional na era atual. A primeira percepção é a do crescimento do avanço do ciberespaço e o processo de desmaterialização atual, sintetizado pelo crescimento dos aparatos tecnossimbólicos e a importância descomunal ofertada à tela/vitrine. Na cultura clássica popular, o grotesco se associava muito mais com um retorno do homem a suas relações mais primárias do que o rebaixamento do ser humano. Na cultura atual, imaterial e simbólica, o grotesco – agora cultura subserviente à elite dominante – é apenas um meio de legitimar a padronização dentro do ambiente tecnocêntrico. De fato, na nova cultura, o padrão é a lei.

Outra questão relevante é o fortalecimento do narcisismo na cibercultura. O caráter imaterial, incorpóreo e não espacial do ciberespaço provocou no homem a ilusão de que alcançou o paraíso, onde não há barreiras para a compreensão, para a comunicação ou para a liberdade. Mal percebe ele que está “pobre, cego e nu”<sup>8</sup> e, em meio a tamanha profusão de meios de comunicação, continua enclausurado em si, em sua própria imagem, como Narciso. O grotesco, que dizem ser relevante para o ambiente de alteridade na atualidade, reforça ainda mais o narcisismo do homem

---

<sup>8</sup> Referência ao texto bíblico de Apocalipse 3:17 – “Dizes: Rico sou, e estou enriquecido, e de nada tenho falta; e não sabes que és um desgraçado, e miserável, e pobre, e cego, e nu”

moderno e sua exclusão do outro. A cultura do grotesco foi absorvida dentro da lógica tecnocêntrica atual, onde tudo – inclusive o próprio ser humano – é um produto padronizado.

## REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. São Paulo: Hucitec, 1987.

CANALE, F. **O princípio cognitivo da teologia cristã: um estudo hermenêutico sobre revelação e inspiração**. Engenheiro Coelho: Unaspress, 2011

CONTRERA, M.; BAITELLO JR., N. A dissolução do outro na comunicação contemporânea. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 29, 2010. **Anais...** Rio de Janeiro: Compós, 2010. p. 1-12. Disponível em: <<http://bit.ly/1NPwbNq>>. Acesso em 26 abr. 2014.

FALCÃO, T. O Grotesco e sua Semiose: O Caso Ficção Científica. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 9, 2007. **Anais...** Salvador: Intercom, 2007, p. 1-10. Disponível em: <<http://bit.ly/1V6fh16>>. Acesso em 25.abr.2014.

HUGO, V. **Do grotesco e do sublime: tradução do prefácio de Cromwell**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

LEMOS, A. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: CUNHA, P. (Orgs.). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003; pp. 11-23.

RUDIGER, F. **Introdução às teorias da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

SIMÃO, L. M. **Ensaio dialógico: compartilhamento e diferença nas relações eu-outro**. São Paulo: Hucitec, 2010.

À CULTURA DO GROTESCO:  
EXCLUSÃO, NARCISISMO E COMPOSIÇÃO CIBERCULTURAL

.....

SODRÉ, M. **A comunicação do grotesco**: ensaio sobre cultura de massa no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1973.

\_\_\_\_\_. **A máquina de Narciso**. Rio de Janeiro: Cortez, 1984.

\_\_\_\_\_. **O social irradiado**: violência urbana, neogrotesco e mídia. São Paulo: Cortez, 1992.

TOMAZ, T. Sujeito-marca: autoprodução semiótica no ciberespaço como estratégia de sobrevivência na era da precariedade. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUDESTE, 16, 2011. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2011. p. 1-12. Disponível em: < <http://bit.ly/1FYmT9T>>. Acesso em 26.abr.2014.

TRIVINHO, E. **A dromocracia cibercultural**: lógica da vida humana na civilização mediática avançada. São Paulo: Paulus, 2007.

MARCONDES FILHO, C. **A sociedade tecnológica**. São Paulo: Scipione, 1994.



# COMUNICAÇÃO NA CIBERCULTURA: INDIVIDUALISMO, LIVRE-ARBÍTRIO E TEMPO LIVRE

Bárbara Gonçalves de Oliveira<sup>1</sup>

A nova forma sociocultural baseada nas relações entre as tecnologias de informação, a comunicação e a cultura contemporânea, denominada cibercultura, trouxe consigo diversas mudanças nos processos comunicacionais e na formação dos indivíduos. A era digital tem provocado consequências que não podem ser analisadas superficialmente quando se procura definir o homem contemporâneo. A forma como o indivíduo tem enxergado a si mesmo e a sociedade não pode ser analisada apenas levando em consideração as novas tecnologias que norteiam a comunicação. O presente ensaio tem por objetivo analisar os novos parâmetros impostos pela comunicação cibercultural na contemporaneidade, bem como os seus impactos na sociedade. Os *media* modificam a visão de mundo, trazendo a individualidade e a simultaneidade para a rotina do

---

<sup>1</sup> Graduada em Jornalismo pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

homem contemporâneo, tornando a comunicação instável, propensa a mudanças e presa em uma série de reinícios onde é preciso estar sempre se atualizando para não ficar para trás. Segundo Bauman (2007, p. 9), “a vida numa sociedade líquido-moderna não pode ficar parada. Deve modernizar-se ou perecer”.

O processo comunicacional contemporâneo possui características pouco avaliadas pela sociedade. Esta aceita as imposições da cibercultura como direitos duramente conquistados sem, na verdade, analisá-los em seu cotidiano. Isto é necessário, pois em uma sociedade embasada nas características contemporâneas há impactos de curto e longo prazo. A presente pesquisa busca responder aos seguintes questionamentos: Como a cibercultura adota o discurso da livre escolha e da individualidade? Que relação é apontada com a questão do tempo livre? Em que medida livre escolha, individualidade e tempo livre são realidade e em que medida são meros artifícios da sociedade em sua fase cibercultural?

Este texto entende que a comunicação cibercultural tomou novos parâmetros que afastam cada vez mais as pessoas da comunicação nos moldes tradicionais. Os novos meios de comunicação geraram relacionamentos e informações em parâmetros universais. Enquanto as distâncias deixaram de ser empecilhos na transmissão de informações, surgem novos desafios como a

necessidade de assegurar a individualidade numa sociedade que exige que seus indivíduos sejam únicos sem poder abrir mão dos formatos impostos pela mesma. Sobre a individualidade e livre escolha defende-se a hipótese de que, apesar de abordadas como conquista e necessidade do cidadão, não são suficientes para assegurar-lhe a prática, pois o indivíduo contemporâneo se encontra preso no processo de interação, contínuo e firmado diariamente, e em suas consequências. Sendo assim não é possível ser ativo na sociedade sem fazer parte desse processo, transformando a livre escolha em uma constante ficção. A ausência de tempo livre gerada pelos meios de comunicação de massa proporciona ao indivíduo atividades de “descanso” que automaticamente o prendem ao trabalho. Sobre o assunto defende-se a hipótese de que os indivíduos estão continuamente sendo influenciados por ideias que são impostas a ele, muitas vezes em momentos em que não estão preparados para filtrar e analisar os conceitos propostos, como no tempo livre.

O objetivo geral do trabalho é analisar algumas das características da comunicação cibercultural dando destaque a individualidade, o livre-arbítrio e a ausência de tempo livre. Toma-se como objetivos específicos: destacar as principais características da comunicação na cibercultura, analisar se a individualidade e o poder de livre escolha são realmente aplicados como direito

do ser humano, bem como investigar quais são as consequências da ausência do tempo livre na formação do indivíduo.

A pesquisa se apoiará metodologicamente em diversos conceitos. A definição do individualismo e da livre escolha presentes na sociedade contemporânea será feita com base em Zygmunt Bauman. A questão do tempo livre será estudada conforme escrevem os autores Herbert Marcuse e Theodor Adorno, entre outros.

## CIBERCULTURA – CONTEXTUALIZAÇÃO

O final do século XX foi marcado pelo desenvolvimento da telecomunicação que alcança o seu êxtase já nos primórdios do século XXI. Observa-se uma nova forma sociocultural denominada cibercultura que, de acordo com André Lemos, emerge da relação entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica. Marcada pela revolução digital, a cibercultura tem como característica a passagem dos *mass media*, cujos principais representantes são a TV, a imprensa e o cinema, para formas individualizadas de produção. Segundo Lemos (2007, p. 127), a nova dimensão espaço-temporal de comunicação e informação planetária, chamada ciberespaço,

iniciou um processo de negociação, distorção e apropriação de toda a economia, a cultura, o saber, a política do século XXI.

Entramos hoje na cibercultura como penetramos na cultura alfabética há alguns séculos [...]. A cada etapa da evolução da linguagem, a cultura humana torna-se mais potente, mais criativa, mais rápida. Acompanhando o progresso das mídias, os espaços multiplicaram-se enriqueceram-se: novas formas artísticas, divinas, técnicas, revoluções industriais, revoluções políticas. O ciberespaço representa recente desenvolvimento da linguagem. Os signos da cultura, textos, músicas, imagens, mundos virtuais, simulações, moedas, atingem o último estágio da digitalização (LEMOS, 2007, p. 11-12).

André Lemos, assim como outros pensadores, costuma considerar a mídia com bastante potencial. Mas é necessário avaliar outras teorias como a defendida por Zygmunt Bauman. Embora não fale em cibercultura, o pensador polonês analisa o mundo contemporâneo. Para ele, esse mundo tem exigências e, entre elas, está a velocidade, que atua como definidor do sucesso ou fracasso na busca pela singularidade. É necessário se desfazer do velho para dar lugar ao novo, correr incessantemente na busca pela atualização, apenas para permanecer no mesmo lugar. Aqueles que desejam se sobressair devem correr duas vezes mais na certeza de que um momento de desatenção pode rebaixá-los. “Uma vez disfarçado e não mais um vetor, não mais uma seta com um indicador, ou um fluxo com uma direção, o

tempo já não estrutura o espaço. Consequentemente, já não há “para frente” ou “para atrás”, o que conta é exatamente a habilidade de se mover e não ficar parado (BAUMAN, 1998, p. 113). É necessário se adequar, ou seja, se movimentar com velocidade onde a ação se apresenta e estar pronto para assimilar experiências. A revolução digital permitiu aos indivíduos o contato com novas experiências. Através da tecnologia é possível produzir, armazenar e compartilhar conteúdo sem barreiras geográficas. Mas também se tornou necessário lidar com muita informação e com a exigência constante de atualização e de velocidade. Informação se tornou poder, não do indivíduo, mas daqueles que ditam o que deve ser consumido e a satisfação que produz. Criou-se um ciclo no qual o ser é manipulado e controlado. Não participar é uma decisão levada a duras consequências.

Ser sujeito no mundo contemporâneo implica, inapelavelmente, sofrer os efeitos de todo um processo de reorganização da experiência, marcado pelo facto de as relações sociais fundadas no contacto direto passarem a ser substituídas pela mediação tecnológica. [...]. Fundamentalmente, os *media* contemporâneos – tal como sucedeu com os anteriores – estão a criar novas formas de acção e interacção, e a reordenar a maneira como os indivíduos interpretam e reagem ao mundo social (FERRERA, 2004, p. 211).

Tais características marcam a contemporaneidade como uma série de reinícios onde o “largar” promove o real propósito ao “alcançar”. “É pelo alívio trazido por um “largar”

suave e indolor que se julga, em última instância, a qualidade do ‘alcançar’” (BAUMAN, 2007, p. 8).

A comunicação não pode mais ser considerada dentro de contornos locais. Nem tão pouco é possível compreender as mudanças no cotidiano do indivíduo, que experimenta essas modificações através de uma reduzida análise dos desempenhos tecnológicos. É necessário avaliar a natureza das novas interligações geradas pela revolução digital, que motivaram o relacionamento homem-máquina e suas consequências. A nova comunicação se opõe cada vez mais à comunicação tradicional, originando diferentes gestões do tempo e espaço dos relacionamentos, sejam esses comerciais, sociais ou políticos. “A tecnologia e as relações técnicas de produção difundem-se por todo o conjunto de relações e estruturas sociais, penetrando no poder e na experiência, modificando-os” (FERREIRA, 2004, p. 214).

## INDIVIDUALISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

O termo “indivíduo” teve sua origem no pensamento da sociedade ocidental no século XVII, no limiar da Era Moderna. Derivado do latim, implicava um atributo de indivisibilidade,

como no grego “á-tomo”, referindo-se desta forma ao ser humano como a menor unidade a quem ainda se podia atribuir a nomenclatura de humanidade.

O senso comum costuma definir a individualidade como uma diferenciação dos demais, um ser ímpar e único, que através da sua estratégia de vida constrói a si mesmo com traços particulares. Na pós-modernidade, ser um indivíduo tomou novos significados.

O individualismo presente na cibercultura apresenta-se de diversas formas através dos e-mails, fotos, imagens, nas comunidades e redes de relacionamentos, aproveitamos para levantarmos uma questão, será que somos realmente únicos? As pessoas possuem percepções diferentes, cada qual recebe, visualiza, organiza e interpreta a informação sensorial de maneira individual (VASCONCELLOS, 2007, p. 6-7).

A sociedade cibercultural exige de seus membros que sejam diferentes, determinando que sejam apresentadas provas convincentes de que são indivíduos. Se diferenciar não é uma opção ou escolha, mas uma determinação. Segundo Zygmunt Bauman, com relação à individualidade, não há uma escolha individual. Não existem dilemas, é exigido de cada membro que seja diferente e único, mas a realidade apresenta sujeitos semelhantes que compartilham de símbolos comuns. Paradoxalmente ser um indivíduo significa ser “igual”, um “imperativo universal” que tem conduzido a vida de milhares de pessoas que lutam para se encaixar na individualidade

imposta por um aglomerado. Conforme explica George Silva (2004) na Revista Eletrônica de Ciências Sociais, o individualismo moderno se caracteriza por uma busca de liberdade, singularidade e autorresponsabilidade. Mas, não se igualando a um “indivíduo-fora-do-mundo” e sim ao “indivíduo-no-mundo”. Ou seja, o indivíduo contesta o mundo, porém vive dentro dele.

Lidar com a complexidade do indivíduo cibercultural se tornou um desafio. Quem antes procurava a autenticidade agora busca a contradição de ser único sem deixar de ser semelhante.

É nessa companhia chamada “sociedade”, da qual você não é nada mais do que um dos membros, que aquelas tantas pessoas à volta, conhecidas e desconhecidas, esperam de você e de todos os outros que você conhece ou que já ouviu falar que forneçam provas convincentes de serem um “indivíduo”, de terem sido feitos ou autoconstruídos para serem “diferente dos demais”. No que se refere a essa obrigação de discordar ou diferir, ninguém pode discordar ou diferir (BAUMAN, 2007, p. 26).

Uma alternativa para fugir da semelhança imposta pelo individualismo seria sair do desconfortável ciclo, buscando não ser um indivíduo. Segundo Zygmunt Bauman (2007), esse seria o único ato diferente e, portanto, genuinamente individual, desconcertante e surpreendente. Porém aquele que se submeter e conseguir realizar esse feito terá de lidar com as consequências, é um caminho incerto com efeitos desagradáveis.

Na busca pela individualidade, é necessário analisar as emoções e sentimentos, que diferentemente da razão, caracterizada por ser imparcial e compartilhada universalmente em alguns casos, carregam em si a essência do ser. O indivíduo deve partir numa busca pelo autoconhecimento e pelos pontos que o diferenciem da grande massa. Para isso são oferecidos auxílios e serviços que prometem ajudar as pessoas a entrar em contato com seu verdadeiro “eu”, muitas vezes pensando ter sido motivados pela busca da liberdade, quando na verdade encontram auxílios já programados para enredá-las em ideologias da própria sociedade.

144

A individualidade é uma tarefa que a sociedade dos indivíduos estabelece para seus membros como tarefa individual, a ser realizada individualmente por indivíduos que usam recursos individuais. E, no entanto, essa tarefa é autocontraditória e autofrustrante: na verdade, é impossível realizá-la (BAUMAN, 2007, p. 29).

A procura do individualismo nos padrões impostos passa a fazer parte do homem pós-moderno de maneira tão intensa que a impossibilidade de alcançar tais moldes se torna imperceptível. Isso porque a sociedade dos indivíduos, além da imposição, fornece os meios para que seus membros fiquem presos de tal forma ao ciclo da busca que não percebam a incoerência da tarefa. Assim continuam crescendo o número de tentativas fracassadas na busca pela formatada exigência.

Se o que caracteriza o individualismo é a liberdade, a distinção e a auto-responsabilidade, ou seja, a satisfação dos desejos pessoais, o individualismo na cultura moderna não passa de um conceito. Ou, no máximo, de um conceito para poucos. O individualismo moderno é determinado pela própria cultura moderna homogeneizante, e sua ideologia, e não pelas particularidades individuais (SILVA, 2004, p. 29-30).

E assim a sociedade do individualismo monta seu quebra-cabeça formado por peças idênticas que, na busca por serem únicas, se tornam cada vez mais semelhantes e impossibilitadas de alcançar a autenticidade.

## LIVRE ESCOLHA: UMA FICÇÃO

145

A interatividade e a descentralização da informação abriram portas para a produção e divulgação personalizada. O livre-arbítrio e a individualidade ganharam força, mas o que deveria ser um benefício se transformou na obrigação de manifestar singularidade numa sociedade que obriga cada um de seus membros a serem únicos.

O direito e o dever da livre escolha são reconhecidos pela individualidade, porém, segundo Zygmunt Bauman, isso não é suficiente para assegurar sua utilização. Na maior parte do tempo pode-se considerar a prática da livre escolha fora de alcance. O indivíduo

contemporâneo se encontra preso no processo de interação, contínuo e firmado diariamente, e em suas consequências. Sendo assim não é possível ser ativo na sociedade sem fazer parte desse processo, transformando a livre escolha em uma constante ficção.

A ideia que mais tem sido enfatizada na cultura moderna é a dos ideais de liberdade, singularidade e auto responsabilidade, que parecem um tanto contraditórios se tomarmos como base o proferidor desta ideologia. Ou seja, o discurso neoliberal do sistema capitalista. Ao mesmo tempo em que a liberdade é tida como direito de todo indivíduo, e podemos então fazer nossas escolhas e prover os nossos desejos, estamos presos ao “Deus da modernidade” que media todas as ações entre sujeitos e objetos (SILVA, 2004, p. 28-29).

146

A indústria cultural também trabalha com o indivíduo cibercultural. Seu plano consiste em produzir produtos adaptados ao consumo das massas, mas em grande medida esse consumo é determinado, dominando o consumidor. Na sociedade atual, o indivíduo tem a errônea sensação de estar no controle, pois tem seus desejos e anseios concedidos pelos *mass media* (termo utilizado para designar a indústria cultural), quando na verdade é dominado por eles. A indústria cria a necessidade no indivíduo e logo após lhe apresenta o produto para supri-la. É uma constante ilusão comprometedora. Os *mass media* fazem com que o tempo livre trabalhe para a sociedade industrial através da constante exposição gratuita de influências.

A flexibilização é a característica deste tempo, fragmentando sujeitos e pulverizando modos de vida. Contudo, a apologia à mudança não é garantia de melhor ou maior liberdade. A Modernidade Líquida (BAUMAN, 2001) ainda mantém a busca pela modernização. É a troca de uma verdade por outra, mas continua, fundamentalmente, a busca pela verdade e pelo progresso (HENNING, 2010, online).

A sociedade industrial trouxe a realidade do tempo livre aos indivíduos. As facilidades e praticidades da vida pós-moderna permitem que atividades que antes exigiam horas para serem realizadas hoje possam ser concluídas em alguns minutos. Essa mudança levou aos indivíduos o tempo livre, que aparentemente permite horas sem trabalho com o livre arbítrio de realizar o que desejar. Porém não existe liberdade completa quando as atividades realizadas no tempo livre colocam os membros da sociedade em contato com a indústria, tornando o tempo livre dependente do trabalho. De qualquer forma o indivíduo está sendo enredado e influenciado.

Segundo Herbert Marcuse (1973) o progresso técnico trouxe consigo a falta de liberdade confortável, razoável e democrática. Os direitos e liberdades foram fatores essenciais e decisivos nos primórdios da sociedade industrial, porém estão perdendo seus sentidos e valores originais. Ao longo da história protegeram e permitiram a prática de liberdades como a de escolha, de palavra e de iniciativa, permitindo ideias críticas que procuravam substituir a cultura moderna por outra mais racional e produtiva. Todavia essas práticas

acabaram por prejudicar aquilo que se buscava desde o início. Isso se explica pelo fato de que só se pode chegar à verdadeira liberdade quando se alcança a libertação da necessidade, elemento concreto e capaz de tornar possível ser liberto.

### A CONSTANTE BUSCA PELO TEMPO LIVRE

148

A industrialização produziu o tempo livre e teoricamente a liberdade para utilizá-lo. A partir daí foi possível realizar diversas atividades, sejam elas básicas, como preparar uma refeição, ou até mesmo empreendedoras, como reuniões ou negociações, em um período de tempo menor. Antes era necessário cortar a madeira, preparar o fogão a lenha, colher os legumes, descascá-los, matar o galo que foi criado e alimentado durante meses, tudo para alimentar a família em uma refeição, fazendo do cozinhar uma atividade que durava muitas horas. Atualmente preparar uma refeição exige bem menos tempo, através do uso de fogões elétricos e alimentos pré-cozidos. O que falar então daquelas embalagens que, se colocadas no micro-ondas durante poucos minutos, permitem comer pratos elaborados e saborosos?

A industrialização e os avanços tecnológicos geraram o tempo livre, em contrapartida uma grande dificuldade do indivíduo

pós-moderno é a falta de tempo. Isso se deve ao fato de que a mesma sociedade que produziu esse tempo não permite que ele seja separado do tempo de trabalho, eles se misturam. A exposição gratuita de influências torna difícil não estar em contato com propagandas, grande número de informações, tecnologias de última geração e outros assuntos que conduzam o indivíduo a mais trabalho.

Segundo Theodor Adorno (1977, p. 288), “o consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto”. Durante o tempo livre o indivíduo consome produtos e pratica atividades que exigem dele mais trabalho, colocando-o em uma eterna busca, um desafio. Não se conformar com esse sistema é aparentemente inútil, levando-se em consideração as desvantagens políticas e econômicas. “Independência de pensamento, autonomia e direito à oposição política estão perdendo sua função crítica básica numa sociedade que perece cada vez mais capaz de atender às necessidades dos indivíduos através da forma pela qual é organizada” (MARCUSE, 1973, p. 23).

Nessa sociedade organizada com base nos processos mecânicos, o poder físico da máquina supera o de indivíduos, tornando-se poder político e com mais eficiência. A civilização contemporânea evidencia ter alcançado uma fase em que a “sociedade livre” não pode mais ser considerada nos

formatos tradicionais de liberdade econômica, política e intelectual, não porque estas perderam sua significância, mas porque se tornaram tão significativas que não podem mais ser definidas de maneira tradicional.

A forma mais eficaz contra a liberdade é a implantação das necessidades materiais e intelectuais que são constantemente exigidas, sendo fundamentais na luta pela existência. A possibilidade de o indivíduo poder ou não realizar determinadas atividades, adquirir, rejeitar produtos e classificar suas necessidades depende também da aceitação, dos desejos e classificações dos grupos sociais em que estão inseridos ou que despertam seu interesse. Assim as próprias necessidades e satisfações individuais ficam sujeitas aos padrões críticos que predominam.

150

Quanto a este assunto, pode-se também diferenciar necessidades verídicas das falsas. Necessidades falsas são aquelas impostas ao indivíduo por interesses sociais particulares que, se não forem seguidas, podem reprimi-lo. Essas também são responsáveis por perpetuar as injustiças, diferenciações sociais, agressividade e miséria. A satisfação em suprir essas necessidades pode ser agradável, mas a felicidade não é mantida e protegida. Isso se torna um ciclo onde a maioria das necessidades como descansar, se distrair e consumir é ditada por anúncios que levam indivíduos a amar e odiar aquilo que outros amam e odeiam. Essas necessidades

exercem uma função social determinada por forças externas sobre as quais o indivíduo não possui controle.

Independente do quanto tais necessidades se possam ter tornado do próprio indivíduo, reproduzidas e fortalecidas pelas condições de sua existência; independente do quanto ele se identifique com elas e se encontre em sua satisfação, elas continuam a ser o que eram de início – produtos de uma sociedade cujo interesse dominante exige a repressão (MARCUSE, 1973, p. 26).

As necessidades que reprimem prevalecem na sociedade industrial, mas não devem ser aceitas sem serem contestadas pelo indivíduo. As necessidades vitais são as únicas que tem direito indiscutível à plena satisfação, são elas alimentação, vestuário e abrigo e o atendimento a elas é o requisito para a realização de todas as demais. “Se o aparato produtivo pudesse ser organizado e orientado para a satisfação das necessidades vitais, seu controle bem poderia ser centralizado; tal controle não impediria a autonomia individual, antes tornando-a possível” (MARCUSE, 1973, p. 23-24).

O julgamento das necessidades e da satisfação que proporcionam envolve conceitos históricos que variam de acordo com a área, o estágio e o desenvolvimento. Devem ser avaliados por padrões de prioridade que se refiram ao bom desenvolvimento do indivíduo sob a utilização dos recursos materiais e intelectuais disponíveis ao homem. Apesar de existirem

padrões universalmente aceitos, apenas o próprio indivíduo deveria julgá-los como verídicos ou falsos para si, mas este se encontra sob a autonomia das ideias sutilmente impostas que manipulam muitas vezes até mesmo seus instintos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A nova forma sociocultural chamada de cibercultura emerge da relação entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica. Marcada pela revolução digital, traz consigo características que influenciam diretamente os membros da sociedade pós-moderna. Lidar com uma grande quantidade de informações, com a instantaneidade e com a velocidade exigida para estar a par de tantas mudanças é a rotina do homem cibercultural. É necessário correr incessantemente, não mais para se destacar ou estar na frente, mas apenas para permanecer no mesmo lugar.

Uma série de reinícios marca a contemporaneidade constantemente, onde o largar promove o real significado ao conquistar. Diante de tais variações, não é possível considerar a comunicação dentro de contornos tradicionais. É necessário analisar a natureza das novas interligações considerando o desempenho e atitude do indivíduo diante de tais mudanças.

A individualidade se apresenta no universo cibercultural como uma determinação. A complexidade de tal exigência estabelece que os indivíduos devem ser únicos, sem deixar de ser semelhantes. A autenticidade é buscada dentro dos padrões já impostos, seguindo formatos pré-definidos.

Fugir da semelhança imposta pelo individualismo seria uma atitude genuinamente individual, porém geradora de duras consequências. O primeiro desafio para alcançar tal independência seria reconhecer a incapacidade de alcançar os moldes estabelecidos, já que o ciclo em que estão inseridos os membros da sociedade é organizado de forma que estes não percebem sua incoerência. O direito e o dever da livre escolha são reconhecidos, porém não assegurados pela individualidade. A prática da livre escolha pode ser considerada fora de alcance, pois o indivíduo se encontra preso no processo de interação, não sendo possível ser ativo na sociedade sem fazer parte deste.

A indústria cultural também trabalha no consumo das massas, determinando aquilo que deve ser apreciado, sem que o consumidor perceba que está sendo dominado. O indivíduo tem a errônea sensação de que está no controle tendo suas necessidades satisfeitas quando, na verdade, elas são criadas e supridas pela indústria. Uma das formas de controle está no tempo livre. A industrialização e os avanços tecnológicos facilitaram tanto as atividades mais

complexas quanto as mais simples, que exigiam um grande período de tempo para serem realizadas. A contradição está no fato de que a mesma sociedade que criou o tempo livre não permite que este seja separado do tempo de trabalho. Eles geraram esse tempo, que aparentemente estaria sob o comando de cada indivíduo, mas se tornou uma ferramenta de controle da sociedade pós-moderna. Influências são impostas gratuitamente no tempo livre, conduzindo o indivíduo a mais consumo e, portanto, mais trabalho.

Durante a pesquisa foram exploradas algumas das características da comunicação cibercultural, abordando suas aplicações na contemporaneidade e consequências para a sociedade, confirmando assim as hipóteses apresentadas. Entre elas a de que a livre escolha e a individualidade, características deste novo modelo sociocultural, não são suficientes para assegurar sua prática. Do indivíduo é exigida a constante busca por ser único sem se afastar dos moldes pré-definidos, fazendo da individualidade e da livre escolha uma ficção. Outra marcante característica da contemporaneidade é a ausência do tempo livre. Este foi “proporcionado” pelo constante avanço da indústria e dos aparatos tecnológicos, mas é constante refém do tempo de trabalho, pois as horas definidas como livres dependem diretamente das horas de trabalho, prendendo o indivíduo em um ciclo e fazendo-o pensar estar no controle, estando este fora de seu alcance.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, T. A indústria cultural. In: COHN, G. (Org.). **Comunicação e indústria cultural**. 3. ed. São Paulo: Nacional, 1977.

BAUMAN, Z. **Vida líquida**. 1.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

\_\_\_\_\_. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

FERREIRA, G. Novos media, experiência e identidade. In: SANTOS, J.; CORREIA, J. (Orgs.). **Teorias da comunicação**. Covilhã: Serviços Gráficos da Universidade da Beira Interior, 2004.

HENNING, C. A contituação do autor na cibercultura. In: INTERPROGRAMAS DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO DA FACULDADE CÁSPER LÍBERO, 8., 2012, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Cásper Líbero, 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/1MF5MBI>>. Acesso em: 07 out. 2013.

LE MOS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 3 ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional**. 4.ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

SILVA, G. O individualismo na cultura moderna. **Revista Eletrônica de Ciências Sociais**, Bananeiras, n. 7, set. 2005. Disponível em: < <http://bit.ly/1V6hGDR> >. Acesso em: 06 out. 2013.

VASCONCELLOS, A. O consumo da moda na cibercultura. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUL, 8., 2007, Passo Fundo. **Anais eletrônicos...** Passo Fundo: UPE, 2007. Disponível em: <<http://bit.ly/1We2C9z>>. Acesso em: 07 out. 2013.



# REDES SOCIAIS E CONSUMO: O CAPITALISMO NA SOCIALIZAÇÃO ONLINE

Otávia dos Santos Scharlack<sup>1</sup>

Entre as diversas características da sociedade atual, está a proeminência dos meios de comunicação eletrônicos e o consequente consumo de equipamentos capazes, constantemente atualizados: são tablets, celulares, entre outros aparelhos que estabelecem uma ligação quase contínua do indivíduo à mídia, nas quais as redes sociais possuem papel de destaque, numa espécie de transformação da vida social em vida eletrônica. Nesse aspecto, encontra-se o anseio de participação nessa corrente, que confere status e tem se tornado uma necessidade proeminente, sob a possibilidade de ser excluído do estilo de vida vigente.

As redes sociais assumiram grande importância nesse processo. Elas possibilitam a interação entre usuários e propiciam a oportunidade de se compartilhar textos, fotos e vídeos sobre

---

<sup>1</sup> Graduada em Desing Gráfico pela Universidade de Sorocaba.

a vida, além de fornecer diversas informações. Não somente é um entretenimento, mas angaria seu lucro através do mercado publicitário, captando o perfil dos usuários para a divulgação das empresas, que precisam investir significativamente com vistas a conseguir audiência relevante.

Mas o que as redes sociais fazem para ter um desempenho exponencial na época atual? Quais as características que estabelecem um diálogo tão relevante com a sociedade, a ponto de ela angariar tantos adeptos? Como elas se inserem na questão mercadológica, assumindo uma posição tão confortável nesse sistema? Este capítulo visa a acrescentar perspectivas sobre o tema, trazendo esse assunto à superfície com vistas a possibilitar uma análise crítica.

Para ampliar essas questões, este texto compreende uma breve análise da época atual em que a comunicação via aparato eletrônico é inerente e, dentro desse contexto, aspectos que a rede social abriga, como a identidade dos usuários que são direcionados em prol do consumismo. Para tanto serão abordadas, entre outros, principalmente as contribuições de Bauman (2007) com respeito ao consumo, Cazaloto (2007; 2011) que discorre sobre aspectos da comunicação em rede e Castells (2009) em virtude de suas perspectivas sobre o poder nos meios de comunicação.

## UMA ÉPOCA DE COMUNICAÇÃO

De acordo com Castells (2009), apesar de apenas 1/5 da população ter acesso aos recursos que permitem o acesso a internet, vivemos numa época em que as redes de informação dominam a sociedade, causando repercussões mesmo na existência de quem não a utiliza, pois controlam atividades básicas da vida. É comum elas determinarem o modo de comunicação no trabalho, nos estudos, no âmbito pessoal etc. Esses vários processos controlados pelo sistema informacional influenciam a forma de ser, de pensar, de agir de toda a atualidade.

Vivendo no contexto de uma sociedade articulada pelos meios de comunicação online, percebe-se a necessidade de pertencimento a esse universo através do acesso, da presença e da visibilidade nos meios de comunicação. Segundo Trivinho (2010, p. 1-2), a evolução social do último século estabeleceu o imperativo de uma “existência (pessoal, grupal, governamental, corporativa) inteiramente condicionada à aparição na visibilidade mediática”, onde “um existente [...] não subsiste *per se*; vige, como tal, se, e somente se, nos e através dos *media*, sejam eles de massa, interativos, híbridos, fixos ou móveis”. Isso porque, de acordo com Marcondes Filho (1994, p. 64), “a única prova que lhes dá garantia de terem

acontecido é o fato de serem veiculadas pelas televisões, rádios, jornais, etc. Se não for veiculado o acontecimento não chega ao público, porque a troca pessoal de informações já não acontece mais”. Ou seja, é absolutamente necessária a aparição nos *media* como prova da existência de algo, e como meio de torná-lo conhecido. É como se a comunicação assumisse a capacidade de determinar as verdades na época presente. Segundo Kellner (2001, p. 11), a mídia “passou a dominar a vida cotidiana, servindo de pano de fundo onipresente e muitas vezes de sedutor primeiro plano para o qual convergem nossa atenção e nossas atividades”.

160

Contudo, a presença na mídia é acompanhada obrigatoriamente pelo consumo. O próprio ato de fazer parte dela, conseguindo visibilidade, via rede social, por exemplo, já implica no consumo de aparelhos eletrônicos capazes de rede, do acesso a internet e dos demais produtos que conferem o status e a aceitação social do usuário. Segundo Bauman, (2007, p. 71),

A “sociedade de consumidores”, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional.

Assim sendo, a participação nas redes sociais é um caminho quase inevitável. A grande aderência a esses processos se deve ao fato de que há mecanismos sociais que provocam o desejo e induzem a sua participação no sistema. Fazer parte desta esfera confere às pessoas mais do que reconhecimento e atenção, chega-se ao ponto em que tem-se a impressão de que a própria existência parece mais subordinada à capacidade de comunicação do que ao corpo biológico, uma vez que a não participação nas redes implica uma espécie de invisibilidade, silêncio e execração social. Assis (2011, p. 65-66) expõe essa questão também endossando a questão da exclusão do social, bem como ratificando o desprezo à dimensão física do ser, que ele denomina como concreta:

Por meio das tecnologias capazes de rede, o homem é requisitado a responder aos apelos mediáticos, sob a pena do expurgo do centro da cena, de morte simbólica, no caso de uma recusa. A dinâmica relacional passa a ser ponto decisivo na validação da existência, instaurando, dessa forma, o primado do trajeto em relação ao que a modernidade definiu como sujeito e objeto, mais enfaticamente ainda sob a sua dimensão concreta que, se já era olvidada, nesse momento se torna completamente irrelevante e desprezível.

Essa comunicação é mediada pelos diversos aparelhos eletrônicos com acesso a rede que estão disponíveis para consumo, o que gera uma espécie de cibervida, pois a comunicação

dependente das redes de internet se alastrou de tal forma no cotidiano a ponto de ser difícil separá-la da realidade. Ela se tornou a própria realidade. E esses meios de comunicação são alicerçados no fato de que a vida deve ser cada dia mais exposta. Segundo Bauman (2007, p. 9-10), “tudo deve ser compartilhado e isso tem sido objeto de desejo, detalhes íntimos, fotografias, tudo o que era segredo em um diário, agora emerge à tona de uma superexposição pública, cujo imperativo faz com que seja invisível àqueles que optam por algum tipo de discrição nesse aspecto”.

162

É a presença nas redes de comunicação que confere reconhecimento, status, que estabelece modelos de conduta, que dialoga com as tendências para o futuro num contexto onde o que faz sentido, o que motiva, o que possibilita realizações é estar conectado, seja no âmbito profissional, acadêmico ou pessoal. A sociedade tornou-se dependente da comunicação informacional numa época que optou “por transformar o ato de expor publicamente o privado numa virtude e num dever públicos, e por afastar da comunicação pública qualquer coisa que resista a ser reduzida a confidências privadas, assim como aqueles que se recusam a confidenciá-las” (BAUMAN, 2007, p. 10).

Contudo, todo o aparato que permite a comunicação atual é alicerçado na sociedade de consumo, o que infere que atrás

desse sistema há interesses por parte de quem detém o controle, fato que Castells (2009, p. 108) confirma: “São organizações e instituições influenciadas em grande medida por estratégias empresariais de rentabilidade e expansão de mercados que processam e modelam (ainda que não determinem) a revolução das tecnologias de comunicação e as novas culturas de comunicação autônoma.”

O fato de se estar conectado à internet já implica no consumo, tanto de aparelhos capazes quanto no fato de que a internet é uma propriedade privada, uma vez que a maioria dos sites tem um proprietário, pertencem a alguém que pode retirá-los do ar a qualquer momento e que determina o seu conteúdo, permitindo visualizações ou concedendo abertura, que pode ser suspensa de acordo com seu entendimento. “No caso das plataformas de relacionamentos online isso é ainda mais claro. Há uma empresa privada que provê toda a infraestrutura (do acesso à manutenção dos dados) e que, dentro da lógica do capitalismo, tem o seu objetivo traçado pela acumulação de capital” (CAZELOTO, 2011, p. 13)

É no contexto do imperativo da comunicação eletrônica, que se consolida nas empresas que administram as redes sociais online, que se obtém o objeto que esse artigo manuseia, com vistas a ventilar esse assunto pertinente à realidade de hoje,

mas que na maioria das vezes é abordado de forma prática sem reflexão quanto a sua significação atual.

## AS REDES SOCIAIS ONLINE

Algumas redes funcionam no sistema de uma linha do tempo, na qual os usuários, pessoas físicas, fazem posts de sua vida criando um perfil que pode ou não ser compartilhado publicamente, ou ser restrito a um selecionado grupo de usuários, e ainda é possível participar de comunidades com interesses em comum. Para alimentar esse perfil, são expostos detalhes da vida cotidiana, fatos que atraem os olhares e comentários dos amigos. O intuito é a interação social, bem como a obtenção de informações de interesse de pessoas. Esse modo de funcionamento, sucinta e superficialmente descrito, coloca em questão alguns pontos.

Por trás desse sistema, que aparentemente, se resume a um entretenimento social com possibilidades de surgimento de novas amizades, interação, aproximação entre as pessoas, que, até certo ponto, vem satisfazer as necessidades sociais vigentes, há um poder econômico que se serve de todo esse contexto para alcançar interesses próprios, e provavelmente, diferentes daqueles em que os usuários pessoas físicas possuem quando adentram a rede social.

Cada dia mais, a internet é dirigida por poucas empresas de tecnologia, pois a propriedade dos meios de comunicação está cada vez mais concentrada (CASTELLS, 2009). E todo o processo é mediado por códigos fechados e particulares que regulamentam a distribuição das informações entre perfis de acordo com o interesse da empresa, que previamente dispõe as opções que o usuário pode escolher.

E esses códigos fechados e protegidos sob as leis da propriedade intelectual, além do alcance de qualquer usuário comum, controlam a distribuição de informações, não somente regulamentando a publicidade na rede, mas fazendo-nos questionar até que ponto todas as informações que se expõe chegam realmente a todas as pessoas vinculadas a determinado perfil em um dado momento, uma vez que sua distribuição pode ser manipulada com vistas a criar diferentes estados emocionais e influenciando decisões diárias, com vistas a algum tipo de impacto, econômico, político etc. (EVANGELISTA, 2015). Castells (2009, p. 85) também aborda a questão a respeito da influência que as redes sociais têm em determinados comportamentos:

Os discursos em nossa sociedade modelam a mente através de uma tecnologia concreta: as redes de comunicação que organizam a comunicação socializada. Posto que a mente pública – ou seja, o

conjunto de valores e marcos que possuem uma grande visibilidade na sociedade – é, em última instância, o que influencia o comportamento individual e coletivo.

Na rede, tem-se a impressão de liberdade, pois é o usuário quem busca a informação e aceita ou não a participação nas comunidades, entre outros; e, de fato, ela existe, mas é uma liberdade restrita a uma delimitação arranjada por instâncias superiores e que não são neutras em relação ao sistema que as norteia, mas visam a estratificação do usuário e a coleta de informações com fins publicitários, uma vez que a rede é fonte de lucro. Ou seja, conforme menciona Bauman (2007), a pessoa não controla aquilo que está disponível para escolher.

166

Há uma esfera previamente disposta que delimita a mobilidade do usuário dentro de seus contornos. Além do mais, a sociedade condiciona, e até mesmo impõe, a necessidade de estar presente no mundo da comunicação eletrônica, sob o risco de ser afastado do círculo social. Por isso, o mencionado autor ainda sublinha a questão da seguinte maneira: “A escolha pode ser sua, mas lembre-se de que *fazer uma escolha* é obrigatório” (BAUMAN, 2007, p. 110).

As informações contidas, dispostas de modo a propiciar a sensação de uma participação voluntária por parte de quem a busca, insere o usuário em uma classe específica de

pertencimento social, sendo previamente dispostas de modo a construir determinados níveis no sistema que classificarão os consumidores de acordo com seus hábitos e identificações. Não há somente uma comunicação nas redes. Elas também posicionam, e segundo Castells (2009), impõem.

Essa estratificação de usuários tem objetivos que apontam para o consumismo, uma vez que as empresas operadoras das redes sociais comercializam propaganda. Anúncios são vendidos com base nos dados de mercado, específicos e minuciosos, que determinam hábitos e preferências de consumo que a empresa adquire através da própria voluntariedade dos participantes e são convertidos em capital com a veiculação publicitária para determinados grupos já classificados.

Não é um sistema neutro ou inconsciente, nem ainda apenas um serviço com vistas a aproximação de pessoas ou entretenimento. Há um grupo de pessoas organizadas em torno de seus interesses que se encaixam perfeitamente dentro do consumismo, estimulando-o de acordo com as características dessa época. Segundo Castells, (2009) quem controla essa rede e suas conexões, quem a programa e quem é beneficiado financeiramente pelos seus protocolos de comunicação é quem detém o poder dentro desse sistema. Ou seja, é um processo de comunicação e persuasão efetivo que favorece o interesse de seus programadores.

Tendo em vista essas considerações, como as empresas administradoras das redes sociais utilizam em seu benefício os princípios consumistas para obtenção de adeptos de forma tão destacada? Quais aspectos da sociedade vigente se coadunam com sua forma de trabalho de modo a colocá-la em posição privilegiada nos tempos atuais? Os próximos tópicos compreendem o esforço de relacionar o modo de funcionamento das redes sociais com os conceitos de identidade e consumismo conforme usados pelos autores em que esse trabalho se baseia.

## IDENTIDADE E CONSUMO

Como visto, a participação nas redes sociais, ainda que de forma quase automática pela maioria dos usuários, tem objetivos que servem a poderes específicos, cujos interesses dialogam com o consumismo. Nesse ínterim, as redes sociais são fatores que perpetuam essa lógica consumista através de vários instrumentos. Abaixo, discorre-se brevemente sobre como a questão da identidade do sujeito é aproveitada como meios de incentivar o consumo.

Ao contrário das sociedades passadas onde a identidade do indivíduo era legitimada pela comunidade ao redor, atualmente

quem exerce esse papel são os *media* globais, promovendo uma gama de modelos que aludem a diferentes modos de estar, que podem ou não estar em conflito com a comunidade imediata, e em diálogo com o grau de insegurança promovido por esse encontro entre os valores locais e os globais (CAZELOTO, 2007).

Nelas, o indivíduo tem uma gama de comunidades onde se engajar, encontrando um universo onde ele pode identificar-se e reafirmar-se, geralmente de modo provisório. As redes sociais, por sua interatividade, segundo Cazeloto (2007, p. 72), “reiteram a sensação de aceitação e compartilhamento. Falar, expor-se, confessar: a ‘mão dupla’ da comunicação eletrônica possibilita o reconhecimento necessário a casos particulares que, assim, passam a ser aceitos e legitimados”.

Contudo essas vozes não se dão em um ambiente neutro. As mensagens são visualizadas e ganham aderência de acordo com o grau de influência no coletivo. Todo o sistema polifônico nas redes sociais é diagramado de acordo com as diretrizes do consumismo, movido pelo poder econômico e respeitando suas hierarquias.

Nesse caso a interação social assume contornos específicos em relação à legitimação da identidade. As pessoas com quem se estabelece uma relação podem funcionar como instrumentos para tal aceitação, segundo Bauman, (2007, p. 148):

No jogo de identificação mediado pela internet, o Outro é, por assim dizer, desarmado e desintoxicado. É reduzido pelo internauta ao que de fato conta: à condição de instrumento de autoconfirmação pessoal. A necessidade pouco atraente de garantir autonomia e a originalidade do Outro, e de aprovar suas reivindicações a uma identidade própria, para não mencionar a repugnante necessidade de vínculos e compromissos duradouros, inevitáveis nas batalhas offline por reconhecimento, é eliminada ou pelo menos mantida fora dos limites enquanto durar a conexão. A socialização virtual segue o padrão do marketing, e as ferramentas eletrônicas desse tipo de socialização são feitas sob medida para as técnicas mercadológicas.

170

Assim sendo, a empresa trabalha com um interesse que clama por segurança na sociedade atual, que é a questão do consumo como meio de construção dessa identidade, fornecendo modelos e estimulando sua manutenção constante, bem como concede os recursos para tal, providenciando oportunidades de consumo de acordo com os interesses dos usuários e dos anunciantes.

Tudo sob a forma sutil de entretenimento e interação social descompromissada, como ratifica Cazaloto (2007, p. 82): “Os meios informáticos são capazes de captar padrões de comportamentos que eles mesmos incitam para, no passo seguinte, criarem os objetos que irão tornar pleno o processo de identificação entre indivíduos e mercadorias”. Bauman (2007, p. 23-24), por sua vez, afirma que “é a vez de comprar e vender os símbolos empregados na construção da identidade”.

Através das informações que a rede social fornece é possível observar o que é oferecido pelo mercado e seguir suas tendências. E este, por sua vez, sempre tem um leque de produtos a oferecer com vistas à construção de um ‘eu’ apresentável ao público. Segundo Bauman (2007, p. 143), “os bens de consumo dificilmente são neutros em relação a identidade”. E em virtude de fatores como a aceleração, a constante mudança, a obsolescência programada, não somente os produtos são constantemente atualizados, mas impera a necessidade de constante aperfeiçoamento pessoal, o que envolve uma eterna construção e manutenção identitária de acordo com as opções oferecidas pelo mercado. Diversas e diversificadas opções sedutoras e atraentes a apenas um clique de distância!

A compra é a senha de acesso à construção do indivíduo em uma sociedade onde a insegurança é produzida diurtunamente, mas paradoxalmente, o próprio consumo é um mecanismo de ampliação de insegurança, uma vez que não fornece senão modelos provisórios e questionáveis (CAZELOTO, 2007, p. 74).

A sociedade atual oferece, e incita, a chance de se tornar ‘outra pessoa’ a todo e qualquer momento, repaginando seu visual com os diversos produtos à disposição. E essa busca por um ‘eu’ é estimulada e até divertida, num processo quase infundável com vistas à aquisição de produtos que a construa. Ela é estimulada

através da constante mudança da moda, do oferecimento de novas identidades, de novos modelos, produtos com os quais o indivíduo pode se identificar e em seguida comprar, numa ‘liberdade’ maravilhosa de trocar de roupa, de estilo, de identidade, incessantemente. “A ‘subjetividade’ dos consumidores é feita de opções de compra – opções assumidas pelos sujeitos e seus potenciais compradores, sua descrição adquire a forma de uma lista de compras” (BAUMAN, 2007, p. 24).

Através da captação das preferências dos usuários, eles são divididos em grupos de interesses comuns que possibilita a veiculação publicitária específica a tais aglutinações, aumentando significativamente as chances de consumo, uma vez que o diálogo entre o consumidor e os produtos oferecidos encontram menores barreiras culturais. Mas o jogo do consumo ainda pode ser ampliado quando se considera os diversos interesses em andamento. Há pelo ao menos quatro vetores que podem ser abordados em relação ao consumo nas redes.

O primeiro deles, já descrito nesse artigo e, portanto, brevemente mencionado aqui, se trata do consumo efetuado por parte dos usuários da rede em relação aos produtos que a rede veicula através de determinado valor cobrado. Trata-se da publicidade veiculada na rede. O segundo, também já mencionado, observa-se em relação aos usuários, em que esses consomem

o próprio sistema da rede social, como fonte de endosso e aprovação, conforme mencionado por Bauman (2007, p. 100-101):

Tantos seres humanos capazes de sentir, pensar e escolher livremente não poderiam estar ao mesmo tempo enganados. Quando a autoconfiança e o sentimento de segurança se vão, os movimentos milagrosamente coordenados de um enxame são o melhor substituto para a autoridade dos líderes de grupo.

Para tal, a rede faz a manutenção desse enxame consolidando os movimentos e satisfazendo necessidades de aceitação e segurança.

Nesse contexto, pode-se destacar um terceiro vetor, que é o consumo mútuo entre os usuários. Cada qual deseja ter seu momento de glória privada através da afirmação que o outro pode fornecer, e para obter tal status são necessários os recursos que o possibilitem, numa tentativa de chamar a atenção, de ser visível, de ser vendável. Bauman, (2007, p. 20) descreve com propriedade a necessidade do sujeito de se tornar, também, uma mercadoria:

Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável. A 'subjetividade' do 'sujeito', e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se num esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável.

A sociedade de consumo avalia tudo sob a ótica do valor de mercado, e essa questão exacerbou-se de tal maneira que até as pessoas são olhadas dessa maneira, como material disponível para o mercado. “Tornar-se e continuar sendo uma mercadoria vendável é o mais poderoso motivo de preocupação do consumidor, mesmo que em geral latente e quase nunca consciente. É por seu poder de aumentar o preço de mercado do consumidor que se costuma avaliar a atratividade dos bens de consumo” (BAUMAN, 2007, p. 76).

174

O quarto vetor a se mencionar é constituído do consumo por parte da rede social em relação a seus usuários. Quanto mais aderência social ela tem, maior sua audiência e seu potencial lucrativo, de forma que o alto número de usuários concede a ela mais poder de comunicação, de venda, de credibilidade. Bem como uma quantidade exponencial de informação a respeito, não somente do usuário, mas de um conjunto de pessoas de determinados locais, ou de determinados hábitos, que permite análise de dados em diversas categorias, possibilitando a influência sob o consumo, sob o estado de confiança em determinadas regiões do globo, setores sociais e demais categorias estabelecidas (EVANGELISTA, 2015).

Como observado, o consumo nas redes sociais é um jogo complexo de interesses que se encaixam na sociedade consumista. As

empresas administradoras não são neutras no contexto vigente, e possuem instrumentos para a manutenção dos interesses dos usuários, sob a forma de liberdade e entretenimento.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todo o contexto atual aponta para a necessidade de um engajamento cada vez maior no mundo da comunicação eletrônica. Mesmo quem ainda não faz parte dela, tem sua vida afetada por esse sistema. O próprio processo de socialização tem sido moldado pelos aparatos eletrônicos de comunicação, o que implica em uma forma de posicionamento no mundo de acordo com as premissas consumistas atuais.

Baudrillard (1991, p. 113) já afirmava que “todas as formas actuais de atividade tendem para a publicidade, e na sua maior parte esgotam-se aí”. E ele endossa esse conceito dizendo que “o social se faz publicidade” (BAUDRILLARD, 1991, p. 114) e “caiu no registro da oferta e da procura” (BAUDRILLARD, 1991, p. 117). Diante dessas afirmações, percebe-se que as redes sociais encontram eco nesse conceito no ato de propiciar espaço para os usuários se mostrarem mercadorias através da socialização que ela oferece, tratando cada qual com uma visão

instrumental, seja para autoafirmação, para obtenção de status ou para algum outro tipo de consumo.

E essa socialização, ainda segundo Baudrillard (1991, p. 104), “mede-se pela exposição às mensagens mediáticas. Está dessocializado, ou é virtualmente associal, aquele que está subexposto aos *media*”. Como já mencionado, a sociedade tende a execrar aquele que está à parte do sistema. Contudo, como o sistema está imerso no consumo, deduz-se que, atualmente, para se ter esse vínculo social é necessário capital financeiro: seja para a aquisição dos aparelhos eletrônicos necessários para tal, seja o acesso à própria internet, que não é gratuita, seja a apropriação dos produtos para a construção de identidades com vistas a aceitação social. Tudo é delimitado pelo consumo, que exige a posse de capital tanto financeiro quanto cognitivo para a operação dos aparelhos eletrônicos. É social em virtude da pertença à rede e dos grupos que ela possibilita influenciar, dentre outros. No entanto, para os não participantes, talvez, a privação mais sentida seja a financeira, uma vez que toda a participação é mediada por pagamentos pelos quais se pode ter acesso aos equipamentos que ininterruptamente vem sendo atualizada, gerando mais honorários.

Apesar do mencionado recurso indispensável, toda essa forma de socialização é dada sob a capa de liberdade de escolha

e de expressão, enquanto são veladas questões em relação à limitação de opções a serem escolhidas. Por exemplo, pode-se mencionar as operadoras de internet para celular, que na maioria das vezes ofertam planos similares, dando poucas opções de acesso ao usuário e fazendo com que a não escolha de uma delas seja equivalente à abdicação da liberdade, uma vez que remete à exclusão social. As escolhas na sociedade de consumo, e especificamente na rede social em questão, são obrigatórias e previamente limitadas pelos interesses dominantes.

Portanto, a sensação de poder por parte do usuário em relação ao seu perfil é falsa. Os sites pertencem a uma empresa, que, de acordo com seus protocolos de comunicação já aceitos pelos participantes, pode manipulá-los. O que indica que, na verdade, o perfil do usuário não é de propriedade dele, como corriqueiramente falado. Ele é cedido com vistas à manutenção dos interesses da empresa (CAZELOTO, 2011).

Também infere-se que o usuário da rede social encontra-se numa roda vida, onde o consumidor é consumido simultaneamente. Ao mesmo tempo em que os serviços oferecidos pela empresa satisfazem o usuário, fornecendo modelos de identidade e produtos, esta obtém dele dados que favorecem a ampliação do mercado de consumo, bem como a manipulação dos comportamentos de compra de determinado grupo. E ainda

pode-se questionar se, através desses dados, essa manipulação não se estende a outras questões. Essa roda viva é alimentada não somente pela relação de mão dupla “rede social *versus* usuários”, mas também “rede social *versus* grandes empresas que veiculam anúncios” e “usuários *versus* empresas anunciantes”, num jogo de interesses onde “o poder na sociedade de rede é o poder da comunicação” (CASTELLS, 2009, p. 85).

Assim sendo, as empresas de socialização online adquirem proeminência em todo esse processo, seguidas das empresas que fazem fortes investimentos para expor seus produtos a uma audiência considerável e, em instâncias menores, aos usuários cuja rede de amigos é expressiva, levando em consideração que há um limite para o número máximo de amigos permitidos, forma de limitar a voz dos usuários pessoas físicas. Há de se considerar que a constante atualização dos aparelhos tecnológicos ainda dificulta o domínio do usuário que precisa constantemente adquirir capital financeiro para a manutenção do posicionamento que ele deseja.

Ainda nesse jogo de consumidores e consumidos, convém considerar a questão de que cada usuário é convertido em capital para a empresa, pois, quanto mais gente a utiliza, mais valiosa fica a rede. A socialização é vista pela empresa e “transformada em audiência contabilizada, como figuras em um álbum” (ASSIS, 2011, p. 66), onde cada usuário tem seu

perfil disputado. Assis (2011, p. 80) acrescenta: “Por meio do espectro, o homem é agora um produto disponível ao que quer que necessite ser produzido. Ele disputa e é disputado como capital simbólico no cerne da civilização que se autorrefere, tautologicamente, como comunicacional ou mediática”.

Nesse ínterim, Assis ressalta a questão de uma visão instrumental de tudo, inclusive das pessoas. Essa visão dialoga com o pensamento de Bauman, que diz que tudo pode ser transformado em valor de mercado, o que se concretiza nas redes sociais, onde aqueles que detêm o poder da comunicação, conforme analisado no pensamento de Castells, enxergam as pessoas, usuários, com o intuito de aproveitá-los como capital, seja capital simbólico, seja social, seja cognitivo, tudo transformado em disponibilidade para a geração de lucros.

## REFERÊNCIAS

ASSIS, A. S. **Comunicação e existência em tempo real na cibercultura: a experiência do ciberespaço a luz da questão da técnica em Heidegger.** Dissertação. (Mestrado em comunicação). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2011.

BAUMAN, Z. **Vida para o consumo.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulações.** Lisboa: Relógio d'água Editores Ltda, 1991.

CASTELLS, M. **Comunicacion y poder**. Madri: Alianza Editorial, 2009.

CAZELOTO, E. **A inclusão digital e a reprodução do capitalismo contemporâneo**. Tese de doutorado. Pontifca Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2007.

CAZELOTO, E. Comunidades virtuais e redes sociais: uma abordagem materialista sobre o modo de vinculação online. **ABCiber**, 2011. Disponível em: <<http://bit.ly/23WkIAZ>>. Acesso em: 02 jul., 2015.

EVANGELISTA, R. **Internet, a sombra de um grande retrocesso**. Disponível em: <<http://bit.ly/1reP3wU>> Acesso em: 01 jul. 2015.

KELLNER, D. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. 1. ed. Bauru: EDUSC, 2001.

MARCONDES FILHO, C. **Sociedade Tecnológica**. São Paulo: Editora Scipione, 1994.

TRIVINHO, E. **Visibilidade mediática, melancolia do único e violência invisível na cibercultura**. In: COMPÓS, 19, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://bit.ly/1WcIshw>> Acesso em: 30 jul. 2015.

# O CONSUMIDOR E O CIBERESPAÇO

Debora Garcez<sup>1</sup>

Dizem que não possuímos as coisas que temos; as coisas que temos que nos possuem. As transformações ocorridas nos séculos proporcionaram mudanças na sociedade. Especialmente no período tecnocêntrico, em que as máquinas avançam a tal ponto de ocupar o lugar que outrora pertencia ao homem. Nesta sociedade, o consumo ganha novos significados e consumir torna-se sinônimo de existência.

A utopia sempre foi predominante em qualquer época, e na sociedade dos consumidores não seria diferente. Em um cenário de consumo exacerbado constatamos que a interação das pessoas com o mercado de consumo as torna cada vez mais exigentes e atraídas pelo mercado dos sonhos. Comprar faz as pessoas felizes, e é no mercado dos sonhos que tudo é satisfeito como uma utópica realização de felicidade. Deste modo, consolidamos a sociedade dos viciados na qual o prazer pela compra primordialmente utilitário torna-se uma compulsão, um desejo insaciável por felicidade.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Jornalismo pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

Considerando o contínuo aumento do consumo, este texto procura discutir como a sociedade pós-moderna se comporta mediante as distintas oportunidades de consumo. Pretende-se através da observação crítica descobrir de que modo o consumo está relacionado ao ciberespaço e se este implica no aumento daquele. Presume-se que o ciberespaço contribui para o aumento do consumo, sendo que este está relacionado à falta de tempo.

O consumo desenfreado ultrapassa os limites das necessidades básicas, levando o ser humano a medidas muitas vezes drásticas para alcançar determinado bem que ele acredita ser de fato necessário. Essa busca desenfreada acontece como um efeito dominó que faz o indivíduo querer mais e mais, levando-o à ruína. Esta pesquisa pretende analisar de que maneira as pessoas são afetadas pelo consumo e como essa conquista implica a suposta felicidade.

Hodiernamente vemos a complexidade que esse tema alcançou, desempenhando papel fundamental em nossas vidas. Este papel passa a preocupar quando o indivíduo torna-se refém dele. Embora as pesquisas sobre o tema estejam progredindo, sua análise sob um viés crítico tende a contribuir para o avanço da área.

## BREVE NARRATIVA DO CONSUMO

O consumo na sociedade pré-industrial era uma prática majoritariamente vital, onde só era permitido consumir o que fosse produzido. As práticas de plantio e colheita não estavam ligadas a algum tipo de comércio, as pessoas produziam para a sua própria subsistência. O estilo de vida era previamente definido e manifesto na escolha das roupas, atividades de lazer, padrões alimentares e bens de consumo. Sociedades cujo modo de vida e escolhas individuais eram subordinados à tradição familiar. O consumo tinha como base essencial a família, na qual a mulher exercia papel fundamental no lar.

As necessidades das famílias eram baseadas no conjunto pais e filhos. Tudo quanto era produzido não tinha o objetivo de satisfazer necessidades que não fossem utilitárias, tampouco desejos e interesses isolados. Os bens produzidos tinham a finalidade de suprir as necessidades básicas de cada indivíduo baseados em seu lar. O que determinava o estilo de vida desta sociedade não estava relacionado à suas posses e sua renda, mas em sua posição social. Notamos que a época foi marcada por evoluções das práticas do corpo e tudo que diz respeito à saúde e higiene.

Consumir é uma prática comum antes mesmo da revolução industrial. No entanto, enquanto nesta a essência está em satisfazer as necessidades primordiais, a sociedade contemporânea é marcada pela liberdade. Não há restrições ao consumo. Há uma mudança significativa no estilo de vida, e as classes sociais passam a ter função de status na sociedade. “Quando uma sociedade começa a gozar das coisas de segunda necessidade, ela começa então a escolher seus alimentos, suas roupas, sua moradia, suas armas, ela tem mais desejos, mais riquezas” (ROCHE, 2000, p. 335). O que caracteriza a sociedade da liberdade é a capacidade de consumir por prazer, consumir como sinônimo de vivência. E é esta liberdade que traz à tona os conflitos existentes em uma geração capitalista e imediata.

“De que modo compreender a demanda, que o mercado levou à transformação? É preciso buscar as respostas no lado da capacidade de consumir, e esta, ontem como hoje, encontra sua medida no orçamento dos lares” (ROCHE, 2000, p. 31). Assim como na sociedade pré-industrial, em que a base do consumo estava na família, encontramos na sociedade contemporânea o início do consumo voltado ao lar, mas cada vez mais multifacetado e individual. O consumo nesta por sua vez tem o objetivo de satisfazer necessidades específicas, e quanto mais específicas elas forem, maior será o consumo.

Uma família que tenha distintos membros poderá consumir um shampoo de cabelo indicado para cada membro de sua casa. Sendo assim o gasto será uma qualidade de shampoo para cada pessoa. Podemos notar que na sociedade contemporânea a maneira de analisar a necessidade mudou. Enquanto na sociedade pré-industrial um vidro de shampoo era o suficiente para satisfazer a necessidade básica da família, limpar o cabelo, na sociedade contemporânea vidro de shampoo não será o suficiente para atender as necessidades de uma família, pois cada indivíduo possui sua particularidade que não é comum aos demais.

O consumo é proeminente na sociedade atual. A maneira como as pessoas consomem, hoje, é distinta do modo de consumir no século passado, quando consumir era sinônimo de satisfazer as necessidades básicas. Atualmente as pessoas consomem por inúmeros motivos, e as necessidades usualmente são deixadas em segundo plano tendo em vista outra prevalência.

As gerações de consumidores podem ser classificadas segundo Don Taspocot (1999, p. 24) como Baby Boomers – que compreende o período de 1948 a 1963 –, Geração X – de 1964 a 1977 –, Geração Y – de 1978 a 1988 – e Geração net – de 1989 a 2000. Para Joseph Jaffe (2008), o consumidor atual é caracterizado por dez fatores: [1] inteligência, o consumidor atual sabe o que quer;

[2] emancipação, ele tem controle de suas ações; [3] ceticismo, ele não acredita em qualquer coisa; [4] conexão total, ele está sempre ligado; [5] falta de tempo; [6] exigência, ele conhece e exige os seus direitos; [7] infidelidade, não se prende a marcas; [8] acessibilidade, ele encontra todas as informações que quer facilmente; [9] estar à frente da curva, o consumidor muitas vezes é quem dita as regras; [10] vingança, não fica quieto diante de uma “pisada na bola” das empresas.

As mudanças ocorridas ao longo do tempo, especialmente a “individualidade” do consumidor, ocasionaram uma série de mudanças também no mercado de consumo. O cenário atual motivou a aceleração do consumo e inspirou os consumidores a um olhar crítico apontado por Jaffe. As mudanças sucedidas foram sorrateiramente nos transformando. “A passagem do séc. XVII ao XVIII viu uma libertação das necessidades e um aumento do supérfluo” (ROCHE, 2000, p. 31).

186

## SOCIEDADE DE CONSUMO

Seria possível viver em uma sociedade como a tal sem usufruirmos de seus bens de consumo? Lindstrom (2009, p. 175) aponta uma direção:

E de qualquer forma, que outra opção temos? Podemos como indivíduos fugir do alcance dos profissionais de marketing, das marcas e da nova configuração da publicidade que agrada à nossa mente subconsciente? Isso não é fácil no mundo atual. Talvez se você fosse ao supermercado, estocasse alimentos para as próximas duas décadas e depois se fechasse em casa com trancas duplas. Tirasse o televisor da tomada. Desligasse o telefone celular. Cancelasse a conexão de internet banda larga. Em outras palavras se você se isolasse totalmente do mundo exterior.

Isso significa que certamente não. Na sociedade moderna o ato de consumir tornou-se uma questão cultural. Crianças nascem em uma geração em que o estímulo ao consumo é percebido a cada minuto, seja pelas propagandas de TV ou por um coleguinha de escola. A especialidade desta sociedade é formar consumidores, e o resultado não seria tão eficaz se não fosse iniciado quando criança. As mesmas tornam-se adultos movidos pelo supérfluo, continuando o ciclo de geração em geração. Como exemplifica Lindstrom, seria impossível vivermos sem usufruir de tal prática. Percebemos que as razões que nos levam a consumir estão mais ligadas aos hábitos e desejos inconscientes do que razões racionais. O consumo é um mal necessário, porém não é pretensão ratificar que o exercício de tal atividade seja a elucidação.

A definição de consumo segundo o dicionário é a seguinte: Ato ou efeito de consumir; aplicação das riquezas na satisfação das necessidades econômicas do homem. Mas até que ponto

consome-se o que realmente precisa? O mercado tem o papel de emaranhar a mercancia. A chave para o sucesso do mercado está na confusão das coisas, o que outrora era visto como desejos são apontados como necessidades. O sustento da sociedade de consumo é a concretização destes desejos com tamanho empenho como se tratasse de uma necessidade básica de urgência.

Sociedade de consumo, assim definida por Bauman, é um dos inúmeros rótulos para se referir à sociedade contemporânea. Refere-se a um sistema econômico de mercado onde serviços e produtos são oferecidos aos consumidores a preços definidos por leis de oferta, de procura, de valor e de significado, sociedade marcada pela cultura do consumo.

188

A cultura material e o consumo são aspectos fundamentais de qualquer sociedade, mas apenas a nossa tem sido caracterizada como uma sociedade de consumo. Isto significa admitir que o consumo está preenchendo, entre nós uma função acima e além daquela de satisfação de necessidade materiais e de reprodução social comum a todos os demais grupos sociais (BARBOSA, 2004, p. 12).

O trabalho proporciona a renda para a subsistência da sociedade. Trabalhamos com a premissa de suprimos as necessidades básicas da família. A sociedade de consumo tem por natureza a peculiaridade de ser insaciável, fazendo com que qualquer aumento da renda familiar seja destinado ao consumo. Este,

.....

porém, está longe de suprir as necessidades básicas. Ao contrário, quanto maior for a renda, maiores são os desejos, e estes são confundidos com necessidades. Sendo assim, o ato de comprar compulsivamente se alia à resposta de suprir a falta de algo que muitas vezes é desconhecido, como uma válvula de escape para atingir o alvo, embora não se saiba qual o seja.

A busca por saciedade transforma-se em uma compulsão assustadora por compra. Os bens passam a ter vida útil, embora sua validade esteja longe de terminar. Na sociedade dos consumidores, tudo tem tempo certo para virar lixo. “A sociedade de consumo não é nada além de uma sociedade do excesso e da fartura e, portanto, da redundância e do lixo farto” (BAUMAN, 2007, p. 111). Propositamente o mercado apropria-se de tais condições para oferecer ao consumidor bens não duráveis que se esgotem em tempo hábil, antes do próximo lançamento, impelindo deste modo o ciclo do descarta-consome.

O que move o mercado capitalista é o descartar das coisas. A oferta do mercado deve ser a mais atraente e enganosa possível. Não é pretensão disponibilizar aos consumidores bens legítimos e de excelente qualidade como o prometido. Se a promessa não fosse enganadora não seria possível sustentar o ciclo. Quanto mais descartáveis são os bens, maior a probabilidade de se tornarem vulneráveis. E à medida que se tornam

vulneráveis, maior é a compra. A sociedade capitalista se move e a promessa de satisfação permanece sedutora enquanto o desejo não é saciado. (BAUMAN, 2007). Assim sobressai a “sociedade dos viciados”, cujos desejos são constantemente incitados a ponto de tornarem-se vícios. E comprar passa a ser a característica fundamental da sociedade de consumo.

Para Martin Lindstrom, estudioso do neuromarketing, o modo como as pessoas se comportam e conseqüentemente consomem tem correlação com o seu estilo de vida. O estado caótico das coisas, inclusive da natureza, acaba de certa forma contribuindo para esse comportamento, que na maioria das vezes é despercebido. A correria do dia a dia, a busca insaciável por coisas, provoca no indivíduo o estresse e, quanto maior for o nível de estresse no organismo, mais inseguros nos sentimos agindo muitas vezes de modo irracional. As pessoas tendem a procurar por bases sólidas quanto maior o nível de estresse a que estão expostas. Estas bases sólidas inconscientemente são substituídas por produtos e serviços adquiridos com o escopo de amenizar as turbulências que a vida provoca.

Quanto maior o estresse a que estivermos submetidos em nosso mundo e quanto maior for o medo, maior será nossa procura por bases sólidas. E quanto mais procuramos bases sólidas, mais nos tornamos dependentes da dopamina. E quanto mais dopamina circula por nosso cérebro, mais coisas queremos (LINDSTROM, 2009, p. 171).

Para Lindstrom, 90% do comportamento humano é inconsciente. O inconsciente interpreta o comportamento com mais diligência do que o consciente, incluindo os motivos que levam à compra de algo. Este consumo é tão veloz que, em outras palavras, “é como se estivéssemos embarcando em uma escada rolante rápida e não conseguíssemos descer para salvar a nossa vida” (LINDSTROM, 2009, p. 171). A maioria de nós desconhece os motivos pelos quais compramos. Se fizermos uma breve análise dos nossos últimos gastos perceberemos que a maior parte do nosso salário foi gasto com coisas que tinham a finalidade de satisfazer desejos ao invés de necessidades. E se analisarmos minuciosamente perceberemos que muitas vezes as necessidades deixam de ser atendidas para satisfazermos desejos.

## CIBERESPAÇO

O consumo notavelmente percorreu épocas distintas e sua finalidade foi transmutada com o tempo. Ciro Marcondes Filho propôs compreender o mundo ocidental através de uma divisão em três períodos: teocêntrico, antropocêntrico e tecnocêntrico.

O prelúdio é marcado pela sociedade teocrática, onde Deus é a figura central e o homem e suas atividades são submissos a

.....

sua figura. Na sociedade feudal não havia nada que fosse feito na terra que não fosse subordinado a Deus. A influência da igreja era um marco na sociedade. Todo prazer e satisfação material eram condenados e punidos com severidade. O momento de gozo era preservado como estímulo de uma vida futura ditado pela igreja. O consumo como vimos era essencialmente utilitário, a fim de suprir as necessidades essenciais.

Deus cai por terra na sociedade antropocêntrica. A figura de Deus que outrora era o centro é questionada pelo homem, que assume a fortaleza, trazendo o trono para a terra. Agora que não há Deus no poder, o homem cria suas regras, e o prazer e a liberdade são respostas à utópica felicidade. O consumo passa a possuir novos significados, perde sua função utilitária assumindo caráter simbólico e de status. “Trata-se de construir aqui um mundo que será o da felicidade, mas para isso é preciso trabalho, economia, investimento, ou seja, o dinheiro passa a ter papel principal, já que vai possibilitar ao homem o acesso aos bens e a um mundo mais opulento, melhor” (MARCONDES FILHO, 1994, p. 26). O dinheiro é a raiz do consumo, e é ele que rege a sociedade de consumo. Sua posse propicia ao homem satisfazer seus desejos com escopo de suprir o vazio e responder às perguntas as quais não tem respostas.

Já o tecnocentrismo é marcado pelo avanço da tecnologia e a inovação das máquinas. A revolução industrial despontou

como auxílio para que os homens pudessem realizar seus desejos e incitá-los cada vez mais. Essa sociedade possibilitou o avanço tecnológico e a praticidade das coisas. Entretanto, o homem rapidamente perde seu posto para algo que suas mãos fizeram. As máquinas avançam ao ponto de colocar o homem em posição inferior. Este, que antes dominava, agora é dominado, tornando-se ele mesmo uma máquina.

É no cenário de uma busca incessante por satisfação que o homem se encontra. Com a ascendência das máquinas, é natural que o ato de consumir se estenda ao ciberespaço. O poder da máquina faz despontar a utopia do virtual, onde os desejos e sonhos inacreditavelmente podem ser saciados. Um lugar escuro e desconhecido no qual o homem não tem receio de aventurar-se. O termo ciberespaço é derivado do inglês *cyberpace*. O francês Pierre Lévy (1998, p. 119) define o termo da seguinte forma:

Ciberespaço é o mundo das redes digitais como um lugar para se reunir aventuras, conflitos globais, desafios, novas fronteiras econômicas e culturais [...]. O ciberespaço se refere menos aos novos meios de informação de que às formas originais de criação, o conhecimento e as relações sociais de navegação que permitem.

A fim de sustentar a urgência que a sociedade tecnocêntrica suscita, o ciberespaço aparece como aliado ao consumo. Este possibilitou a conexão em tempo real e a todo tempo. Por sua

vez a conexão em tempo integral abriu as portas para o consumo imediato. A internet proporcionou mudanças no comportamento do consumidor, influenciando os seus interesses bem como a satisfação dos desejos.

Estamos mais ocupados do que no século passado e essa realidade só tende a se agravar. 24 horas parecem não ser suficientes para dar conta da demanda de atividades que possuímos no dia. Foram-se os dias em que as atividades tinham o tempo exato para começar e terminar, no ciberespaço o consumidor realiza suas atividades simultaneamente. A característica que rege a sociedade de consumo no ciberespaço é a falta de tempo. O mercado apropriou-se desta característica cibernética para oferecer aos consumidores distintas possibilidades de consumo. Mesmo com a premissa da falta de tempo, na internet os usuários realizam suas atividades corriqueiras ao mesmo tempo em que consomem. A internet lhes oferece a “varinha mágica”, facilitando as compras com apenas um clique.

No ciberespaço o poder de compra ultrapassa os limites. Nele você compra no seu escritório, casa, trabalho e em qualquer lugar. É mais confortável para as pessoas e economiza tempo, bem precioso em uma sociedade imediata. Sendo assim comprar torna-se uma atividade integral na sociedade de consumo. Quanto menos tempo, maiores as possibilidades de compra. “Era uma

vez um homem que vivia na raridade. Depois de muitas aventuras e de longa viagem através da ciência econômica, encontrou a sociedade da abundância. Casaram-se e tiveram muitas necessidades” (BAUDRILLARD, 2007, p. 68)

Atendendo ao clamor da sociedade de consumo: “Corra, pois ser visto como antigo, obsoleto e ultrapassado é o mesmo que não ser visto. E não ser visto na sociedade do espetáculo é estar morto” (LIMA, 2012, p. 70). Na sociedade de consumo, estar conectado é sinônimo de existência. A ligação entre o ciberespaço e o consumo está em seu caráter existencial. Aliado ao conceito “Compro, logo existo”, sustentado pela sociedade capitalista, o ciberespaço abre espaço para o deslumbramento de consumir em tempo integral, realizando os desejos em um só lugar. Todas as sociedades consumiram desejos ao invés de necessidades. Mas é na sociedade de consumo que o supérfluo tem função de status e o indivíduo é caracterizado por aquilo que possui, e não pelo que é, definindo assim sua existência.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações ocorridas especialmente nas últimas décadas do século XV, no período antropocêntrico, proporcionaram

várias mudanças na sociedade, entre elas o aumento do consumo. Este, que por sua vez tinha caráter utilitário no período teocêntrico, tornou-se supérfluo e simbólico. Com o advento das máquinas, consumir passou a ter novos significados, e os desejos passaram a ser priorizados. Mas é na sociedade tecnocêntrica que o consumo ultrapassa os limites do imaginável. A sociedade de consumo tem valor de existência e status, e o ato de consumir passa a fazer parte da rotina dos indivíduos de maneira simultânea.

As promessas ilusórias do mercado de consumo não têm a menor intenção de satisfazer por completo a necessidade dos consumidores. Se em algum momento fossem saciadas, o estímulo ao consumo desmoronaria. Sua principal função é suscitar no consumidor a constante insatisfação, de modo que o desejo nunca seja saciado. Deste modo, é movido o ciclo vicioso. Quanto mais as pessoas buscam por respostas, mais consomem, e quanto mais consomem, mais perguntas têm. Tornam-se indivíduos mais consumistas e menos felizes, permanecendo a utopia.

O ciberespaço aliado ao sistema capitalista contribui para o ciclo incessante do consumo. É notável que o tempo seja um quesito comum entre os indivíduos modernos. Se a falta de tempo é um empecilho ao consumo, com o ciberespaço ele cai por terra. O ciberespaço facilita o consumo sem precisar de mais tempo. Assim, consumir passa a ser uma atividade integral que constitui

.....

o ser humano em sua essência. “Consumo, e logo existo”. No entanto, o ciberespaço está longe de ser a solução dos problemas. Ao passo que incentiva e acelera o consumo, contribui para a insatisfação e a busca frenética por algo que jamais poderá ser saciado.

O ato de consumir é indispensável, todos possuímos necessidades básicas que precisam ser supridas a cada dia. E para suprimos tais necessidades, precisamos pagar por elas, isso é inevitável. Entretanto, o grande caos da humanidade está na inversão de valores, a confusão entre necessidades e desejos. Não é pretensão afirmar que os indivíduos não possam ter desejos. Porém, o estado caótico em que a sociedade de consumo se encontra o faz acreditar que o consumo seja a resposta que motiva sua existência. Bens de consumos são essenciais, mas eles não respondem à utópica felicidade prometida. Deste modo, é necessário um espírito de equilíbrio ao consumirmos. O pai da filosofia, Sócrates, gostava de passear pelas ruas comerciais de Atenas. Assediado por vendedores, respondia: Estou apenas observando quanta coisa existe de que não preciso para ser feliz.

## REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Portugal: 70 LTDA, 2007.

BAUMAN, Z. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

\_\_\_\_\_. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

JAFFE, J. **O declínio da mídia de massa**: por que os comerciais de TV de 30 segundos estão com os dias contados. São Paulo: M. Books, 2008.

LIVIA, B. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Loyola, 1998.

LIMA, M. As redes sociais e a (des)construção do sujeito. **Acta Científica**. Engenheiro Coelho, v. 21, n. 2, p. 65-74, mai./ago. 2012.

LINDSTROM, M. **A lógica do consumo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

MARCONDES FILHO, C. **Sociedade tecnológica**. São Paulo: Scipione, 1994.

ROCHE, D. **História das coisas banais**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

TOPSCOOTT, D. **Geração digital**: a crescente e irreversível ascensão da geração net. São Paulo: M. Books, 1999.

# CATÁSTROFE DIGITAL: AS TECNOLOGIAS INTERATIVAS E AS CRISES EMPRESARIAIS

Jefferson Paradello<sup>1</sup>

Com pouco mais de 10 anos desde seu início, o século XXI traz consigo a característica marcante de uma era alicerçada nas tecnologias digitais e no desenvolvimento de relações interpessoais em ambientes online. Desconhecidos pela maioria da população até o fim da década de 1990, os computadores tornaram-se ferramentas cada vez mais presentes na sociedade contemporânea. Sua popularização, atrelada ao seu contínuo aperfeiçoamento, fez com que a competitividade dos fabricantes tornasse os preços mais atrativos e, assim, aumentasse a curiosidade e interesse pela aquisição nos contextos domésticos e empresariais.

O advento da internet, seguido por seu acelerado crescimento a partir da segunda metade da mesma década, alterou

---

<sup>1</sup> Graduado em Jornalismo pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp) e pós-graduado em Comunicação Empresarial pela Universidade Metodista de São Paulo.

práticas e costumes de forma tão significativa e expressiva quanto a própria televisão o fez anteriormente. E em relação a isso, nem a esfera corporativa foi poupada. Empresas precisaram investir continuamente em tecnologias que as permitissem competir em um mercado em que ideias inovadoras, em poucos meses, podem render bilhões<sup>2</sup>.

O surgimento de redes sociais que permitiram uma “aproximação” mais interativa levou-as a ter tal grau de aceitação que as organizações se viram obrigadas a também se aventurar em um ambiente em que os contatos com o consumidor via telefone, cartas e até em formulários contidos nos websites tornaram-se obsoletos. Mesmo não estando presentes nessas plataformas, os bons e os maus atendimentos delas chegaram à internet na forma de comentários, o que contribuiu para gerar imagens tanto positivas quanto negativas sobre as mesmas. Diferentemente do que acontecia nas décadas anteriores, em que reclamações de insatisfação sobre algum produto ou serviço eram casos isolados ou conhecidos por um pequeno número de pessoas, com a chegada do www a situação se inverteu. É considerando tal contexto que a presente investigação tenciona

---

<sup>2</sup> Em pouco mais de dois anos desde que foi criado, o Instagram, rede social de fotografia para dispositivos móveis, foi vendido ao Facebook por 1 bilhão de dólares.

responder um questionamento atual: que papel as tecnologias interativas, especialmente as redes sociais, desempenham na geração de catástrofes corporativas, que também podem ser entendidas como crises empresariais? Como as instituições precisam lidar com a questão?

Para tanto, este trabalho se ampara, principalmente, em ali-  
cerces como a cibercultura e o fenômeno glocal, este último ex-  
plorado por Eugênio Trivinho (2007); as influências e desafios  
da pós-modernidade, como discorrido por Lyotard (2002); e a  
mudança ocasionada nos relacionamentos das empresas com  
seu público a partir da popularização das tecnologias de rede,  
segundo estudos de Maradei (2012) e Matos (2009).

## **CIBERCULTURA: MUDANÇAS ESTRUTURAIS**

Apesar da inclinação e interesse do homem pela ciência e inovação, estas só foram amplamente estudadas e difundidas após a Idade Média, período que precedeu o Iluminismo, também conhecido como Século das Luzes devido ao acesso a informações até então restritas à Igreja, que controlava a sociedade medieval. Os iluministas acreditavam que o ser humano deveria estar baseado na razão, adotar uma postura

crítica em relação ao mundo e suas esferas, e sempre buscar o progresso. Este, inclusive, veio com a Revolução Industrial, no século XVIII, que para alguns estudiosos é tido como o início da modernidade, período histórico-filosófico em que o objetivo era caminhar em direção a uma melhor condição, não só em relação a descobertas, mas ao amadurecimento intelectual. Mas, na virada do século XIX, as duas grandes guerras, a recessão econômica e a diversidade de regimes políticos deram indicativos de que não se estava atingindo tal ideal. E, assim, chegou-se à conclusão de que a modernidade havia falhado e ficado para trás. Frente a isso, a partir década de 1970 a cena foi substituída por outra visão de mundo: a pós-modernidade.

### **PÓS-MODERNIDADE: ANSEIO POR UMA NOVA CONDIÇÃO**

Como, exatamente, compreender algo que, enquanto palavra, tornou-se tão popular na contemporaneidade mas que, filosoficamente, ainda é desconhecido ou pouco compreendido? Lyotard (2002, pág. XVI), filósofo francês conhecido como uma das principais referências no assunto, simplifica o termo. “Considera-se ‘pós-moderna’ a incredulidade em relação aos

metarrelatos.” Isso significa que a estrutura da pós-modernidade está alicerçada na descrença de ideais filosóficos e políticos, como o iluminismo, comunismo e marxismo, e de todas as suas argumentações. Tardiamente, porém, a humanidade constatou que o mesmo conhecimento que poderia beneficiar a civilização também poderia ser utilizado para aniquilá-la em elevada escala. A pós-modernidade, portanto, inaugura um período em que o que existe são possibilidades, narrativas e não uma solução definitiva.

Uma de suas mais notáveis características é o desenvolvimento científico e tecnológico, com crescente interesse pela informatização e a relação entre homem e máquina.

203

O cenário pós-moderno é essencialmente cibernético-informático e informacional. Nele, expandem-se cada vez mais os estudos e as pesquisas sobre a linguagem, com o objetivo de conhecer a mecânica da sua produção e de estabelecer compatibilidades entre linguagem e máquina informática. [...] Neste cenário, predominam os esforços (científicos, tecnológicos e políticos) no sentido de informatizar a sociedade. Se, por um lado, o avanço e a cotidianização da tecnologia informática já nos impõem sérias reflexões, por outro lado, seu impacto sobre a ciência vem se revelando considerável (LYOTARD, 2002, p. VIII).

Assim, com a nova época ficou para atrás a utopia da modernidade de que a construção de um mundo melhor ocorrerá no futuro. Percebeu-se que tal realidade só será possível a partir daquilo

que se constrói no presente, em um programa de desenvolvimento gradual, planejado e que pode abrir possibilidades de resultados.

## ILUSÃO TECNOLÓGICA

Da mesma forma como observou Lyotard (2002, p. VIII), a pós-modernidade surge em um período em que há especial interesse pelo estudo e desenvolvimento da computação e da cibernética. Esse mesmo ambiente, porém, foi responsável pelo nascimento de um novo campo de estudos durante a década de 1970: a cibercultura. Com a crescente presença de produtos eletrônicos, computacionais e de formas de conexão em rede, ela surgiu como resultado da convergência entre as telecomunicações e a informática, mas só se tornou relevante academicamente a partir de 1990. O tema é discutido a partir de duas vertentes. A primeira delas está ligada a autores que a veem apenas como um fenômeno isolado, ou seja, restrito ao ciberespaço<sup>3</sup>. É o caso, por exemplo, de Pierre Lévy (1999). Para o filósofo francês, na época em que escreveu suas reflexões aqui referidas, a internet não era, definitivamente, a solução para todos os

---

<sup>3</sup> Ambiente imaterial e irreal que constitui uma nova plataforma de comunicação, caracterizada pela própria internet. A palavra é proveniente da obra *Neuromancer*, romance ficcional publicado em 1984 por Willian Gibson.

problemas da humanidade, mas poderia se tornar um novo canal de comunicação que ajudaria a fortalecer, melhorar e desenvolver áreas como economia, política e cultura (LÉVY, 1999, p. 11).

Não quero de forma alguma dar a impressão de que tudo o que é feito com as redes digitais seja “bom”. Isso seria tão absurdo quanto supor que todos os filmes sejam excelentes. Peço apenas que permaneçamos abertos, benevolentes, receptivos em relação à novidade. Que tentemos compreendê-la, pois a verdadeira questão não é ser contra ou a favor, mas sim reconhecer as mudanças qualitativas na ecologia dos signos, o ambiente inédito que resulta da extensão das novas redes de comunicação para a vida social e cultural. Apenas dessa forma seremos capazes de desenvolver estas novas tecnologias dentro de uma perspectiva humanista (LÉVY, 1999, p. 12).

A segunda linha de estudos sobre a cibercultura, por outro lado, está baseada em uma análise crítica e, de certa forma, nada otimista. Encara-se o termo como categoria de época, período social-histórico, e não apenas como fenômeno tecno-cultural. Para Trivinho (2007), o alcance da cibercultura ultrapassa os meios digitais e se estende à realidade e a tudo que a cerca fora do virtual, influenciando áreas como a esfera do trabalho, do tempo livre e do lazer de forma material, simbólica e imaginária. Ela “é, propriamente, o mundo em curso, em todos os setores” (TRIVINHO, 2007, p. 116).

Essa linha de raciocínio defende que a ideia de que a tecnologia é libertadora e está diante do ser humano para resolver

seus problemas é, na verdade, uma ilusão. Isso se deve a alguns fatores. Por exemplo, uma das exigências para que se faça parte dessa sociedade é ser *dromoapto*. A palavra, originária do prefixo grego *dromos*, aponta que é preciso que o indivíduo tenha a capacidade de ser veloz para acompanhar as mudanças, transformações e desenvolvimento da presente era. E não apenas isso. É necessário seguir o ritmo imediatista das atualizações e de novos lançamentos de ferramentas e dispositivos.

Ao analisar o atual período da história humana, Edilson Cazeloto (2007) intitulou tal realidade como informatização do cotidiano. “Chamo de informatização do cotidiano não apenas a disseminação de equipamentos de informática, mas também (e sobretudo) o surgimento e o predomínio de práticas culturais mediadas por esses equipamentos” (CAZELOTO, 2007, p. 166).

206

## DISTÂNCIAS VIRTUALMENTE ENCURTADAS

A cibercultura também foi responsável pela potencialização de outra realidade marcante na presente era: o *glocal*. A palavra resulta da junção de outras duas: *global* e *local*. Como lembra Trivinho (2007), o neologismo não se refere ao isolamento da dimensão do *global* em relação ao *local*, e nem o contrário. O termo,

na verdade, diz respeito a uma forma de conexão entre ambas as partes de maneira interativa e é provável que este foi utilizado pela primeira vez no contexto da crítica dentro do campo das Ciências Humanas por Paul Virilio (TRIVINHO, 2007, p. 242).

Isso resulta em uma divisão do mundo em relação à sua condição física e imaterial, virtual, tecnológica, conhecida por clivagem bidimensional, que, embora recente, é uma das características impressas e ampliadas no novo século a partir das tecnologias de rede.

O fenômeno glocal pressupõe, necessariamente, uma clivagem bidimensional do mundo vivido (em todas as esferas de ação), uma fratura tecnofuncional e historicamente inédita entre dois macrocentros de gravitação simbólica: um, material e extensivo, diz respeito ao âmbito geográfico e ao *environment* herdados (natureza e zona urbana); outro, imaterial e intensivo, concerne ao universo espectral provável das redes comunicacionais (de massa e virtuais). Em outro registro: um, o universo dos lugares, dimensão concreta da experiência corporal, processada *in loco*; outro, o campo dos não-lugares (em especial, os de caráter audiovisual), oceano veloz e reciclável de vivências espectrais (TRIVINHO, 2007, p. 249-250).

## ERA DIGITAL: PAPÉIS INVERSOS

Quando entrou em sua fase comercial, no início da década de 1990, a rede mundial de computadores era limitada a poucos sites e grupos de discussão entre acadêmicos e entusiastas. Com o tempo e a crença de que tinha algum potencial, serviços como e-mails e

páginas empresariais surgiram e se espalharam, compondo assim aquela que ficou conhecida como sua primeira versão. A partir do início do século XXI, novos conceitos, práticas e ferramentas despontaram a fim de oferecer mais recursos para o ambiente. Em 2004, ao perceber que algo estava mudando em relação a isso, Tim O’Reilly (2005) listou sete itens sobre aquilo que chamou de “Web 2.0”, termo que se popularizou nos anos seguintes, para descrever a outra fase em que entrava a internet. Um deles diz respeito à importância das pessoas na construção da rede.

208

A inteligência coletiva passou a ser vista como um motor que impulsiona indivíduos em busca de melhores soluções a partir de sua própria contribuição. Dois projetos iniciados a partir dessa lógica resultaram em serviços utilizados até hoje. Em 1991, o estudante finlandês Linus Torvalds tornou público, de modo online, o coração daquilo que ficaria conhecido como sistema operacional GNU/Linux. Fruto de uma iniciativa particular, Torvalds adicionou ao seu projeto algumas ferramentas já existentes e disponibilizou aquilo que se tornaria um dos mais importantes sistemas computacionais da atualidade no contexto corporativo e de usuários avançados.

Até hoje, as novas atualizações do núcleo do Linux contam com a colaboração de voluntários que, embora estejam em localidades geográficas diferentes, contribuem com linhas de código para melhorá-lo. O mesmo ocorre com diversas distribuições

– ou versões – existentes voltadas para públicos específicos que podem baixar, instalar, modificar e redistribuí-los gratuitamente.

Uma novidade – e ao mesmo tempo um agregador de críticas – veio à tona com a proposta de ser uma enciclopédia produzida e editada por qualquer internauta. Lançada em 15 de janeiro de 2001, mais de 10 anos depois a Wikipédia<sup>4</sup> está disponível em 277 idiomas e conta com 30 milhões de artigos escritos por voluntários de todo o mundo.

Nesse sentido, uma das revoluções que mais atraíram pessoas e as conectaram foram as redes sociais digitais, cujo modelo importado do mundo físico se tornou um fenômeno e ajudou a impulsionar a entrada de novos internautas, também referidos como atores, que passaram a construir sua própria identidade na web.

há um processo permanente de construção e expressão de identidade por parte dos atores no ciberespaço. Um processo que perpassa não apenas as páginas pessoais, como fotologs e weblogs, *nicknames* em chats e a apropriação de espaços como os perfis em softwares como o Orkut e o MySpace. Essas apropriações funcionam como uma presença do “eu” no ciberespaço, um espaço privado e, ao mesmo tempo, público. Essa individualização dessa expressão, de alguém “que fala” através desse espaço é que permite que as redes sociais sejam expressas na Internet (RECUERO, 2009, p. 26 e 27).

---

<sup>4</sup> Dados extraídos da própria Wikipédia a partir de sua lógica colaborativa. Os números variam de acordo com a data de visualização da página.

Com isso, surge também o que Sibilía (2003 *apud* RECUE-RO, 2009, p. 27) intitula de “imperativo da visibilidade”, necessidade de exposição pessoal percebida na sociedade contemporânea. No ciberespaço, ser visto é sinônimo de existência. Essa preocupação em reafirmar-se no ambiente digital e buscar concentrar suas ações unicamente ali também pode trazer consequências diretas ao relacionamento do indivíduo no contexto do próprio mundo real, como observou Cébrián (1999).

O cibernauta de nossos dias não é apenas um navegante: é também um navegante solitário, ainda que ele mesmo não tenha consciência de sua condição. Sua capacidade de relacionar-se com os outros, nesse universo global por que passeia, vai conduzi-lo a um enimesmamento, a um fechamento em si mesmo em relação aos que lhe estão mais próximos (CEBRIÁN, 1999, p. 65).

Marcondes Filho (2009, p. 153) pontua que uma das características sociais da época presente é o ritmo veloz com que se dão as relações sociais. Quanto ao teor desses comentários interativos e velozes, eles têm mudado ao longo dos últimos anos. Enquanto eram utilizados para abordar questões pessoais, sociais, artísticas e emocionais, o tom crítico e revolucionário passou a figurar nesses espaços diante de situações variadas. Embora haja discordâncias em relação à taxa de influência desempenhada pelas mídias sociais nas manifestações

ocorridas no Oriente Médio entre 2010 e 2012, durante a chamada Primavera Árabe, acadêmicos, governos e a própria sociedade mundial compreenderam a força desses meios de comunicação digitais como formas democráticas de expressão capazes de contribuir com a queda de ditaduras<sup>5</sup>.

A web, portanto, deu ao internauta aquilo que ele anteriormente não tinha: autonomia e meios para publicar suas ideias e produzir conteúdo, seja visando a construção do conhecimento coletivo ou o benefício próprio.

## UMA CRISE NÃO ANUNCIADA

211

Quando uma empresa ou entidade enfrenta problemas que afetam sua imagem e credibilidade diante da opinião pública, ela está inserida em uma crise corporativa. Situações que envolvam a queda de um avião, substâncias nocivas à saúde em alimentos industrializados, corrupção, lavagem de dinheiro, pedofilia e abusos sexuais cometidos por líderes

---

<sup>5</sup> Para o professor Muzammil Hussain, do Centro de Comunicação e Engajamento Civil da Universidade de Washington, veículos como os canais de TV contribuíram para que as iniciativas revolucionárias iniciadas na internet fossem aderidas por outras pessoas e países. Análise disponível em: <http://goo.gl/WvERL>

religiosos são exemplos que já vieram à tona. Quanto à situação empresarial, especificamente, Neves (2002 *apud* RODRIGUEZ, 2007, p. 16) define a questão:

O que se entende por Crise Empresarial com a Opinião Pública é uma situação que surge quando algo feito – ou deixado de fazer – pela organização ou de sua responsabilidade afeta ou afetou ou poderá afetar interesses de públicos relacionados à empresa e o acontecimento tem repercussão negativa junto à Opinião Pública. (NEVES, 2002 *apud* RODRIGUEZ, 2007, p. 16).

212

De forma prática, Viana (2004 *apud* RODRIGUEZ, 2007, p. 15) explica que a melhor maneira de compreender como a crise prejudica uma empresa é por meio dos reflexos na área financeira e no relacionamento com o mercado. Nesse período, as ações da bolsa caem, bem como o crédito nos bancos, as vendas e a confiança de investidores e clientes.

Por isso, prevenção deve ser uma palavra-chave no contexto organizacional, uma vez que planejar ações antecipadamente para o caso de um problema se instaurar pode amenizar o impacto, diminuindo assim a proporção que atingiria o empreendimento na falta de preparo prévio. Comitês de gerenciamento de crise precisam ser criados e reunidos frequentemente para pensar na forma como a empresa agirá diante dos mais diversos casos relacionados ao seu campo de atuação.

No entanto, de alguns anos para cá, as falhas – e também os acertos – de uma corporação que antes ficavam restritas a uma localidade ou às páginas de um jornal regional ganharam uma proporção muito mais ampla com a chegada da internet. As reclamações que eram enviadas em forma de carta ou e-mail, agora, muitas vezes, se tornam conhecidas por uma instituição ao mesmo tempo em que por outros milhares de internautas, comprometendo assim sua imagem.

Vivemos num mundo tão interligado que um problema que, em princípio, diria respeito apenas a uma empresa ou a uma comunidade distante pode adquirir imediatamente uma dimensão muito maior – nacional ou, até mesmo, global. Num mundo globalizado, uma grande crise de imagem como, por exemplo, o vazamento de óleo do outro lado do mundo, é apenas um problema do outro lado de nossa aldeia! No mundo da informação, a notícia local pode adquirir a dimensão nacional ou global. E também o contrário (ROSA, 2001 *apud* RODRIGUEZ, 2007, p. 19).

Bueno (2010, p. 7) pontua que, ao contrário das mídias tradicionais, que privilegiam grupos específicos, as mídias sociais possibilitaram o pluralismo de ideias e favoreceram a participação dos cidadãos que se mobilizam para reivindicar novas posturas e atitudes de organizações e governos, cobrando assim seus direitos e exigindo soluções. Se por um lado os usuários perceberam o poder dos meios interativos, que “lhes deram voz” e a ampliaram de

modo com que fossem ouvidos, o mundo corporativo demorou um pouco para entender que sua entrada de forma contundente no ambiente virtual poderia determinar seu sucesso ou fracasso.

Apesar do atraso de muitas delas, as empresas perceberam tal revolução, principalmente quando se viram diante de situações das quais ainda não estavam preparadas.

Em 2012, o proprietário de uma suposta loja virtual ultrapassou os limites e resolveu utilizar o perfil corporativo em uma dessas redes para dirigir palavras e expressões de baixo calão a uma cliente. Esta, por sua vez, argumentava que apenas havia pedido explicações sobre uma encomenda cuja entrega estava atrasada há quase dois meses. A cliente recorreu à imprensa, que noticiou o caso e publicou toda a conversa entre os dois. Em um dos maiores jornais do Brasil, a matéria recebeu – até 19 de setembro de 2012 – mais de 400 comentários e foi compartilhada nas redes sociais por quase 10 mil pessoas. Portanto, da mesma forma como hoje existe “facilidade” para se abrir um negócio, a facilidade para que vá por água abaixo pode ser ainda maior dependendo da postura que se adote.

Mesmo as grandes corporações, sobretudo aquelas que já compreenderam a força de uma internet que pode servir para mobilizar pessoas e até para derrubar líderes políticos, não estão isentas de cometer erros e deslizos em uma plataforma ainda

incipiente. As mais resistentes e conservadoras quanto a encarar esse novo mundo correm um risco ainda mais sério: não acompanhar as reações dos clientes e nem estar presentes para defender sua marca e seus interesses, o que pode culminar com sua entrada despreparada apenas em um momento conturbado.

O cidadão vem ganhando espaço para soltar sua voz contra atos questionáveis de organizações, ou mesmo, para apurar fatos, sugerir ajustes diante de situação que não correspondam ao que esperam das empresas na atualidade. Não há como negar que a comunicação organizacional passa por uma mudança e busca, cada vez mais, atender os interesses dos cidadãos. Isso tem ocorrido por várias razões: globalização, avanços na legislação de defesa do consumidor, surgimento de novas tecnologias e de novas mídias, como YouTube, Twitter, Facebook, Orkut, entre outras (MARADEI, 2012, p. 124).

Um vídeo postado no YouTube no início de 2011 tornou-se um dos primeiros casos no Brasil envolvendo crise de imagem a partir da manifestação de um consumidor nas redes sociais a ganhar repercussão nacional. Insatisfeito com o problema ocorrido com sua geladeira – e que continuou persistindo após dois reparos –, o funcionário público Oswaldo Borrelli fez contato com a Brastemp para pedir uma solução. Depois de ligações frustradas para o serviço de atendimento ao consumidor (SAC), que era terceirizado, ele passou a ligar diretamente para a empresa. Certo dia, alguém retornou o telefonema com uma proposta, que ele aceitou e não foi cumprida

pela outra parte. Após ir ao Procon e prestes a ir à Justiça, ele arastou o eletrodoméstico para fora de casa, pendurou uma faixa e gravou um vídeo, cujo título denunciava sua indignação.

Depois que o material foi parar na internet e começou a ser compartilhado nas redes sociais, principalmente no Twitter, a situação se alastrou. O tema chegou a figurar como um dos assuntos mais comentados do mundo no microblog. A ação da indústria, no entanto, foi rápida. No dia seguinte, o diretor de serviços de qualidade da Whirlpool, proprietária da marca, ligou para Borrelli e a situação foi resolvida. Em nota, o erro foi reconhecido: “A Brastemp entrou em contato com o Sr. Oswaldo e esclarece que o caso foi solucionado no dia 24/01. Reconhecemos a nossa falha e lamentamos profundamente o acontecido. Uma marca como a Brastemp vê a satisfação dos seus consumidores como sua principal motivação para o aprimoramento contínuo”.

Sites transformaram o caso em notícia, aumentando o alcance do ocorrido. Cinco anos depois, o vídeo passa dos 900 mil acessos e regista mais de 3.600 comentários, dos quais muitos são recentes.

O episódio poderia ter se tornado ainda mais complicado se a companhia não tivesse se manifestado com agilidade e, pior, ignorado a repercussão do caso. À época, uma das executivas

disse que a solução veio de forma quase imediata porque a empresa contava com uma equipe voltada exclusivamente ao atendimento e monitoramento das redes sociais.

Matos (2009, p. 70) acredita que quando se enfrenta exposições dessa natureza, seja em que ambiente for, a situação deve ser vista como uma oportunidade de crescimento, visando melhorar o atendimento e iniciar um contato mais próximo com o cliente. Mais do que nunca, é necessário que questões que incomodam os consumidores sejam resolvidas, pois já se sabe do que eles são capazes e de quais armas dispõem. Em um período em que “a mídia social engoliu a comunicação digital” (FERRARI, 2010, p. 94), é preciso ainda fortalecer os canais de atendimento e excluir a ideia de que a internet é apenas um local para a troca de mensagens interpessoais. E não só isso. Terra (2010, p. 119) reforça que pensar em meios alternativos e preparar bem aqueles que irão interagir com os consumidores é fundamental para que a “paz” também seja estabelecida no ciberespaço.

Por outro lado, as corporações também estão se armando contra o cliente na tentativa de que não sejam tão prejudicadas como tem ocorrido. Ataques gratuitos por parte de clientes e que, de fato, não tenham relação com um problema que precisa ser solucionado já são tratados na Justiça, e o valor da indenização pode aumentar dependendo da circulação da

mensagem postada. Por isso, ambas as partes precisam, a partir de agora, usar o bom senso.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A chegada de ferramentas interativas online como as redes sociais foram apresentadas às empresas como uma oportunidade de diálogo e aproximação com seus públicos. Porém, pouco mencionado e temido está a necessidade de constante monitoramento de um ambiente em que a jornada de trabalho é contínua, 24 horas por dia, sete dias por semana, e que diante de qualquer deslize pode resultar em crises que há 10 anos não ganhariam a mesma proporção. O novo meio de comunicação exige agilidade nas negociações, sejam elas comerciais ou de “reconciliação” com o consumidor, de acordo com cada uma das situações.

Se estar na internet é uma das “necessidades” atuais para garantir a saúde do empreendimento, não saber como se portar diante das diversas situações que venham a surgir pode ser tão trágico quanto não se importar com o primeiro caso. Salvo as grandes instituições, muitas das pequenas e médias não fortalecem seu relacionamento ou não se aproximam de seu público. Além de criar barreiras, portas para o diálogo nem

sequer são abertas. Às vezes, os canais de relacionamento ainda estão restritos ao telefone e o contato via e-mail, contrariando a lógica de funcionamento imposta pela web 2.0.

Quando se aventuram em outro campo, especificamente nas redes sociais, falta o conhecimento necessário para gerir esses espaços e traçar estratégias para cada uma delas, que contém públicos distintos. Para o internauta, descobrir que existem perfis da marca nessa ou noutra rede significa mais uma porta de entrada, mais um meio para se estabelecer conexões. Por isso, é preciso que pessoas qualificadas e que tenham familiaridade com a área, bem como com as estratégias comunicacionais de cada organização, estejam à frente do contato digital com o público-alvo.

Outro ponto diz respeito ao monitoramento do que é postado e divulgado. Da mesma forma como podem surgir avaliações positivas, ninguém está isento das reclamações. Saber o que o consumidor pensa apenas quando a questão se tornou uma crise dificultará ainda mais a solução do problema, pois a mesma não foi combatida – e evitada – antes de ganhar força. Portanto, verificar periodicamente comentários em blogs, postagens em sites e mídias sociais tornou-se uma tarefa a mais para aqueles que gerem a informação no ambiente digital. Trata-se de um recurso importante para o fortalecimento

da imagem corporativa (MARADEI, 2012, p. 126). E, claro, é preciso investir em prevenção. Um dos métodos que não deve ser ignorado pelas corporações é a formação de comitês de gerenciamento de crise, que devem planejar respostas e posicionamentos antes mesmo de qualquer acontecimento.

O internauta também deve ser lembrado como alguém importante para o negócio, de forma a criar meios para que ele se identifique com o mesmo e se torne um defensor da organização.

## REFERÊNCIAS

220

BARBOSA, M. Papel das redes sociais na Primavera Árabe foi superestimado, diz professor. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 24 nov. 2011. Disponível em: <<http://bit.ly/1QUw3e3>> Acesso em 04 jun. 2013.

BUENO, W. Prefácio. In: CHAMUSCA, M.; CARVALHAL, M. (Orgs.). **Relações públicas digitais**: o pensamento nacional sobre o processo de relações públicas interfaceado pelas tecnologias digitais. Salvador: Edições VNI, 2010. P. 7- 9.

BRAMBILLA, A. (Org.). **Para entender as mídias sociais**, 2011. Disponível em <<http://bit.ly/1itwGze>> Acesso em: 18 set. 2012.

CAZELOTO, E. A velocidade necessária. In: FERRARI, P. (Org.). **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

CEBRIÁN, J. L. **A rede**: como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação. São Paulo: Summus, 1999.

CHACRA, G. Facebook paga US\$ 1 bi pelo Instagram. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 10 abr. 2012 Disponível em: < <http://bit.ly/1iJx8tY>> Acesso em: 12 ago. 2012.

DUARTE, M. Loja virtual manda cliente “procurar um macho”. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 10 set. 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/1Qulr4s>> Acesso em: 19 set. 2012.

FACCHINI, C. Queixa contra Brastemp mostra o poder das redes sociais. **IG**, São Paulo, 02 fev. 2011. Disponível em: <<http://bit.ly/1sH9vFH>>. Acesso em: 09 jun. 2013.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2010.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LYOTARD, J. F. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.

MARADEI, A. Gestão de crises. In: BRAMBILLA, A. (Org.). **Para entender as mídias sociais**. Salvador: Edições VNI, 2012. v. 2.

MARCONDES FILHO, C. Haverá vida após a Internet? **Revista FAMECOS**, n. 16. Porto Alegre, p. 35-45, dez. 2001.

\_\_\_\_\_. **Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

MATOS, G. **Comunicação empresarial sem complicações: como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e do diálogo**. Barueri: Manole, 2009.

MORINI, T. F. El gobierno turco contra Twitter. **El País**, Madrid, 3 jun. 2013. Disponível em: <<http://bit.ly/1iJM6vF>>. Acesso em: 05 jun. 2013.

NEGROPONTE, N. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

O'REILLY, T. **O que é web 2.0: padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software**. Disponível em: <<http://bit.ly/1V6xh6k>>. Acesso em: 13 mai. 2013.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUEZ, M. C. **Comunicação em tempo de crise: o caso autovisão no Brasil**. São Bernardo do Campo. 2006. 225 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação

Empresarial) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2006.

SAITO, A. C. A inclusão digital é uma utopia. **IstoÉ**, São Paulo, set. 09. Disponível em: <<http://bit.ly/1gHzqb3>>. Acesso em: 12 jun. 2013.

TERRA, C. P. Relações públicas 2.0: novo campo de atuação para a área. In: CHAMUSCA, M.; CARVALHAL, M. (Orgs.). **Relações públicas digitais: o pensamento nacional sobre o processo de relações públicas interfaceado pelas tecnologias digitais**. Salvador: Edições VNI, 2010.

TRIVINHO, E. **A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada**. São Paulo: Paulus, 2007.

# REFLEXOS DA “DROMOCRACIA CIBERCULTURAL” E DA “SOCIEDADE DE RISCO” NA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

Márcio Adriano Tonete Marcelino<sup>1</sup>

A literatura relacionada à área de comunicação corporativa tem proliferado no Brasil, acompanhando um processo histórico de fortalecimento da comunicação no cenário empresarial. É notório, entretanto, que boa parte da produção intelectual sobre o assunto se detém mais numa perspectiva utilitarista da comunicação e das novas tecnologias digitais, bem como se apoia em discursos triunfalistas sobre suas possibilidades, fruto de um pensamento instrumental e mercadológico.

Fenômenos como a entrada em massa das organizações especialmente em espaços como as redes sociais da internet<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Graduado em Jornalismo e pós-graduado em Docência Universitária: Métodos e Técnicas pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp). Também é pós-graduado em Comunicação Empresarial pela Universidade Metodista de São Paulo..

<sup>2</sup> O levantamento *Global Social Media Check-up 2012* mostrou que 87% das em-

trazem à tona, contudo, importantes desdobramentos a serem dissecados. Essa imersão no mundo digital, entretanto, poucas vezes vem acompanhada de um olhar mais analítico sobre as ameaças e possíveis consequências que acompanham estes novos tempos, principalmente se levado em conta que o imperativo tecnológico alavancado pelos novos *media* tem favorecido uma lógica mais focada nos usos do que no pensamento crítico.

A popularização do tema predominantemente sob essa ótica deixa, desse modo, um campo de pesquisa que requer maior aprofundamento e visão crítico-analítica quanto às práticas comunicacionais das organizações no âmbito da cibercultura, bem como no que tange às influências decorrentes dos novos paradigmas sociais, culturais e comunicacionais que incidem sobre o universo empresarial, recorte que procuramos explorar neste trabalho.

De maneira mais específica, pinçaremos aqui uma dessas questões, referente às implicações da velocidade nesse âmbito, partindo do entendimento de que esse aceleração, que historicamente se configurou como eixo modelador e norteador da

---

presas consultadas ao redor do mundo utilizam ao menos uma das redes sociais explicitadas na pesquisa como plataforma de comunicação. Essa “adesão”, que registra saltos exponenciais e cada vez mais rápidos a cada ano, reforça a lógica compulsória imposta pelas novas tecnologias da comunicação. Disponível em: <http://bit.ly/1QkdSeX>. Acesso em 28/04/2014.

civilização ocidental, seja na esfera da política, da economia, do trabalho, do lazer e, evidentemente, da comunicação, atinge a sua fase mais avançada na cibercultura. Processo que, vale dizer, não se deu nem se desdobra na atualidade isento de conflitos, contradições e violência, o que também afeta, em grande medida, o cenário empresarial, trazendo novos riscos para as organizações.

Nesse sentido, este texto busca refletir sobre alguns dos principais reflexos da velocidade cibercultural no âmbito da comunicação corporativa, a partir das noções de [1] “sociedade de risco”, em Zygmunt Bauman e Ulrich Beck, e de [2] “dromocracia”, em Paul Virilio e Eugênio Trivinho. Extraíndo alguns dos conceitos basilares destes autores, pretendemos, ao final, uma aproximação entre tais ideias e os meandros da comunicação corporativa.

## SOCIEDADE DE RISCO

O desenvolvimento industrial verificado na fase mais avançada do capitalismo trouxe consigo novos riscos para a humanidade. É evidente que riscos não são uma invenção moderna, como bem observa o sociólogo alemão Ulrich Beck em sua obra *Sociedade de risco*, publicada pouco tempo depois do acidente de Chernobyl, em 1986, catástrofe cujas consequências

podem ser divisadas até hoje. Afinal, segundo menciona o autor (BECK, 2011, p. 25), desde as expedições marítimas que levaram ao descobrimento de novas terras e continentes – a exemplo daquela capitaneada por Colombo – já se convivia com eles. O que haveria, assim, de inusitado neste fato, que tornasse factível a designação “novo”?

Uma das diferenças entre as velhas e as novas ameaças, na perspectiva de análise de autores como Beck, reside em sua amplitude, acompanhada de um deslocamento “da lógica de distribuição de riqueza na sociedade da escassez para a lógica da distribuição de riscos na modernidade tardia” (BECK, 2011, p. 23). Assim, o processo de modernização, que leva a um sobressalto tecnológico e à globalização, transformando o mundo do trabalho, as formas de vida em sociedade, as estruturas de poder, bem como as políticas de opressão e participação, em síntese, que reconfigura toda a trama social, produziu, conforme assinala o sociólogo, forças destrutivas cada vez mais avassaladoras. Nesse ínterim, os perigos passam a transcender a esfera do pessoal para a do global. Embora, evidentemente, continuem se processando localmente, muitos deles tomam proporções que afetam a humanidade.

“A palavra ‘risco’ tinha, no contexto daquela época, um tom de ousadia e aventura, e não o da possível autodestruição da

vida na Terra” (BECK, 2011, p. 25). Tendo em vista esse deslocamento, mesmo o que acontece numa comunidade remota pode afetar as demais geografias. O desmatamento que acontece na Amazônia, por exemplo, longe de ser motivo de preocupação regionalizada apenas, se constitui como uma problemática mundial e suscita debates internacionais acalorados.

Além dessa globalização dos riscos, outra das cinco teses defendidas por Beck em *Sociedade de risco* é a de que no estágio mais avançado de desenvolvimento das forças produtivas, muitas dessas ameaças se colocam como invisíveis e imperceptíveis. Ou seja, perigos que não podemos ver ou tocar, levando, desse modo, a uma transição do físico, do material, para a esfera do intangível. Comparando a Europa do século 19 com o cenário contemporâneo, Ulrich Beck argumenta que “as ameaças de então, à diferença das atuais, agastavam somente o nariz e os olhos, sendo portanto sensorialmente perceptíveis, enquanto os riscos civilizatórios atuais tipicamente escapam à percepção” (BECK, 2011, p. 26).

O intelectual polonês Zygmunt Bauman também traz contribuições nessa direção. Ao relacionar as ameaças da atualidade com aquelas do período que intitulou de “modernidade sólida”, em entrevista concedida a Pallares-Burke e publicada na revista *Tempo social* (2004, p. 301-325), ele sustenta que os riscos do passado eram muito

mais óbvios. Em sua análise, Bauman concebe que vivia-se em meio a perigos reais, palpáveis, diante dos quais não havia mistério quanto ao que fazer para neutralizá-los ou, ao menos, amainá-los. Era evidente que o remédio para a fome, por exemplo, era alimento.

Mas os riscos inerentes à *modernidade líquida*, conforme concebido pelo autor na mesma entrevista, são de outra ordem. Essas novas ameaças, que, embora imperceptíveis à capacidade humana imediata, em múltiplos casos, expõem todos às suas consequências, levam a uma condição de solapamento “das bases de nossa existência e sobrecarregam a vida dos indivíduos com um grau de incerteza e ansiedade sem precedentes” (PALLARES-BURKE, 2004, p. 310).

228

Embora tanto Beck quanto Bauman teçam suas considerações sobre a sociedade do risco levando em conta, especialmente, ameaças globais como a poluição, mudanças climáticas, o esgotamento das fontes renováveis de energia, bem como a questão da energia nuclear, é possível incluir nesta lista outros que também são inerentes ou decorrentes da superprodução industrial, ou como afirma Beck (2011, p. 26), “*produto de série* do maquinário industrial do progresso”, sistematicamente agravados conforme os avanços da técnica.

É nesse contexto de novos riscos que envolvem a humanidade que a dromocracia adquire substância na contemporaneidade

como fator relevante a ser analisado do ponto de vista de seus impactos na sociedade, na comunicação e, especialmente, no mundo dos negócios. Não que ela surja como algo novo, mas sim com características novas e com um ritmo que atinge o seu grau, até então, mais elevado na cibercultura, potencializando a dromocratização de toda a existência humana. Fator que levou o próprio Bauman a afirmar em *Medo líquido* que “o chão não está mais firme à medida que caminhamos; parece mais lodoso e inadequado para nos assentarmos sobre ele. Estimula os caminhantes a correr, e os corredores a aumentar a velocidade” (BAUMAN, 2008, p. 94).

## DROMOCRATIZAÇÃO DA EXISTÊNCIA

É em Paul Virilio que o conceito de dromocracia aplicado ao contexto das ciências humanas e sociais ganha, preliminarmente, seus fundamentos teóricos. O filósofo francês a tirou de um longo confinamento no reduto das ciências exatas e da terra. Seu esboço teórico se dá a partir da obra *Velocidade e política*, de 1977, onde ele se propôs a analisar criticamente os vínculos entre velocidade, política e a guerra. Na elaboração desse postulado, Virilio busca compreender a história e os processos políticos e sociais à luz do vetor dromológico, ou seja, sob o prisma de

que a velocidade é algo basilar em nossa civilização, inextricável, eixo modelador da vida humana tanto na dimensão social, cultural, política e econômica (TRIVINHO, 2007, p. 91).

*Dromos* é um prefixo grego que quer dizer “rapidez”. E, no entender de Virilio, a influência exercida pela velocidade como determinante política, econômica e social é algo antigo, que remonta aos primórdios da civilização ocidental. Na visão dele, o conceito de dromocracia está associado a vetores de deslocamento geográfico, seja de corpos, objetos e valores, tanto materiais quanto simbólicos.

230

O próprio processo de colonização do Brasil talvez sirva para exemplificar o que Paul Virilio expressa nesses axiomas. O movimento, a mobilidade, teriam sido fatores estratégicos empreendidos pelo colonizador português na tentativa de ocupar o tão vasto território e, sobretudo, mantê-lo sob domínio. Em *Casa-grande e senzala*, um clássico da historiografia brasileira, Freyre (2006, p. 70) afirma que “a mobilidade foi um dos segredos da vitória portuguesa; sem ela não se explicaria ter um Portugal quase sem gente”. Segundo o sociólogo, “na escassez de capital-homem, supriram-na os portugueses com extremos de mobilidade” (FREYRE, 2006, p. 70).

Para Virilio, um dos primeiros vetores de deslocamento geográfico teria sido o dorso feminino (TRIVINHO, 2007, p. 52-53). O papel assumido pela mulher em comunidades primitivas nômades a colocava como “veículo” de transporte dos pertences

domésticos, entre outros objetos que conferiam mais autonomia ao homem para que adentrasse no território inimigo em melhores condições para a guerra. Sobre isso, as bases da história brasileira também parecem nos fornecer exemplos singulares, pois teria sido a mulher – no caso da cultura tupiniquim, especialmente a indígena – o vetor primitivo que possibilitaria ao homem condições mais favoráveis para a luta pela sobrevivência.

Freyre (2006, p. 184-185) sinaliza que a mulher indígena serviu como “besta de carga”, transportando os pertences domésticos, filhos, mantimentos, água, além de desempenhar também grande utilidade no que diz respeito à organização agrária. Sendo assim, tais atribuições predominantemente femininas nestas comunidades tribais nômades possibilitavam ao homem focar-se na caça e na guerra. Desse modo, segundo assinala Arten (2009, p. 3), a atuação feminina sob esses moldes correspondeu a um sustentáculo logístico que fez com que a mulher tenha exercido papel fundamental no eventual adentramento e ocupação do território e posse de seus bens.

Ao longo do tempo, os vetores, entretanto, evoluíram, possibilitando a superação do espaço geográfico com eficiência cada vez maior. O desenvolvimento de meios de deslocamento e transporte resultaram na movimentação cada vez mais rápida de corpos, objetos e valores, sobretudo materiais. Assim, face

à lentidão do desempenho cinético motriz corporal, o avanço da técnica criaria condições mais eficazes para a superação geográfica em menos tempo, dominando não apenas a terra, mas o mar e o ar (TRIVINHO, 2007, p. 53). Desse modo, a acepção de velocidade como eixo direcionador da vida social, política, econômica e cultural, a cada época, passa pelo estudo do desenvolvimento de vetores técnicos e tecnológicos de dromocratização da vida humana ao longo de variados períodos históricos.

A passagem do século 19 para o século 20 é marcada por uma mudança histórica na evolução do processo de maximização progressiva dos vetores técnicos e tecnológicos de dromocratização da existência. É nesse contexto que entra em cena na cultura o espectro eletromagnético, consumando-se num “oceano dromológico invisível de fluxos simbólicos e imaginários” (TRIVINHO, 2007, p. 55). Com o desenvolvimento da comunicação eletrônica, marcada pelo surgimento do telégrafo elétrico<sup>3</sup>, do telefone, rádio e TV, surge então uma condição sem precedentes, que fomenta o que as ciências sociais e a teoria da comunicação convencionaram chamar de *civilização mediática em tempo real* (TRIVINHO,

---

<sup>3</sup> É válido fazer referência ao fato de que a criação do telégrafo e do rádio esteve ligada ao uso de tais meios no contexto da guerra, o que parece reforçar a ligação estabelecida por Virilio entre velocidade e o campo bélico em *Velocidade e política*.

2007, p. 19). Vale frisar que esse processo atinge o seu ponto culminante na história com a chegada do microcomputador e da internet em meados do século 20, vetores sem igual em velocidade de transmissão e circulação. Com isso, a velocidade que inicialmente estava atrelada a vetores de movimentação geográfica, agora passa a ser inserida no campo da cultura, a partir de fluxos simbólicos e imaginários.

As ideias inicialmente fundamentadas por Virilio ganharam, frente a essa mudança de perspectiva, novos contornos ao serem reescaloadas por Eugênio Trivinho e sintetizadas em obras como *A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada*. Trivinho (2007) resgata o conceito de dromocracia, aplicando-o ao contexto da cibercultura<sup>4</sup>. Para ele, o ritmo frenético, o aceleração acentuado provocado pelos meios de comunicação próprios do tempo online marcam a mudança dos vetores de transporte e deslocamento de bens materiais para os de transmissão e circulação de produtos simbólicos, imateriais, os quais tornaram ainda mais célere a propagação de informações e imagens, em tempo real (TRIVINHO, 2007, p. 56).

---

<sup>4</sup> Trivinho (2007, p. 100) define cibercultura como a “configuração material e a atmosfera simbólica e imaginária internacionais da era pós-industrial avançada, correspondente à informatização e virtualização generalizada da vida social”.

Nutrindo-se dos princípios teóricos da sociodromologia fenomenológica inaugurada por Paul Virilio, Eugênio Trivinho faz uma (re)leitura da contemporaneidade, concebendo o termo *dromocracia cibercultural*. Com essa proposta, conclui que a dromocracia se tornou, mais que tudo, a lógica exponencial específica da cibercultura (TRIVINHO, 2007, p. 23). Considerando a dromocracia como o reino da velocidade e o ciberespaço como reino do interativo e do virtual, ele entende que “a dromocracia cibercultural equivale ao processo civilizatório longitudinal fundado na e articulado pelo usufruto diuturno da velocidade digital em todos os setores da experiência humana” (TRIVINHO, 2007, p. 23).

234

## VELOCIDADE COMO VIOLÊNCIA

Diz um poema do romancista nigeriano Chinua Achebe, intitulado “Borboleta”, que “velocidade é violência”. Em *Velocidade e política*, as ideias de Virilio (1977) também radicam nessa compreensão. Para ele, velocidade e guerra caminham juntas, uma vez que a dromocracia se estabelece como vantagem competitiva entre os beligerantes, sendo empregada como estratégia e logística para dominar o inimigo. Não se trata aqui

de uma violência exposta, sangrenta, como possa ser entendida em função da analogia com o campo bélico (embora seja pertinente fazer referência ao fato de que a própria noção de guerra mudou ao longo do tempo, e, nesse aspecto, a “Guerra Fria” entra como um bom exemplo dessa transformação), mas de uma modalidade sutil de violência, invisível, silenciosa, velada e, por isso mesmo, implacável. Ideia congruente, aliás, com a argumentação de Bauman alusiva aos “riscos invisíveis”, que expusemos anteriormente. Na definição de Virilio:

Trata-se, pois, sobretudo, de uma nova idéia da violência que nasce não mais do enfrentamento direto, do derramamento de sangue, mas das propriedades desiguais dos corpos, da avaliação da quantidade de movimentos que lhe são permitidos num elemento escolhido, da verificação permanente de sua eficácia dinâmica (VIRILIO, 1996, p. 50).

Ela se manifesta, portanto, incomparavelmente como “a forma mais sutil da violência da técnica”, como “docemente bárbara” (TRIVINHO, 2007, p. 92). Em resumo, é uma violência que não se apresenta como violência. No entanto, como tal condição se desdobra no âmbito da cibercultura e o que acarreta para aqueles que não assumem o ritmo frenético da velocidade tecnológica são alguns dos elementos centrais na crítica estruturada por Eugênio Trivinho no pensamento já introduzido neste texto. Na compreensão do autor, a velocidade

possui um caráter de violência porque trata-se de uma lógica totalitária, inquestionável, excludente. Para ele, a nova ordem é ser *dromoapto* (TRIVINHO, 2007, p. 107).

Ser *dromoapto* é dominar as *senhas infotécnicas* de acesso, o que é para poucos, haja vista o frenesi imposto pela dinâmica evolutiva da técnica em seu estágio mais avançado na sociedade capitalista. Nessa conjuntura, vive-se, na maioria dos casos, a sensação constante de estar atrasado. São novos *hardwares*, *softwares*, sistemas, supercomputadores (re)criados num curto período de tempo, de forma que aquele que tem “o último” já está atrasado.

236

Com frequência cada vez maior, os indivíduos, instituições, empresas são surpreendidos com novos lançamentos, que, não raro, tornam completamente obsoleto o “antigo”. Um exemplo dessa condição é o anúncio que reverberou pelo mundo de que o Instituto Riken do Japão está na iminência de lançar um supercomputador com uma capacidade computacional 100 vezes maior do que a de seu dispositivo K, que chegou a ser o mais rápido do mundo quando começou a operar em 2011<sup>5</sup>.

Ao analisar as ideias de Trivinho, Francisco de Assis Carvalho Arten menciona que se forma, nesse contexto, uma espécie de pirâmide social de domínio. No topo desta pirâmide, segundo

---

<sup>5</sup> Notícia publicada em: <http://bit.ly/1SqfliH>. Acesso em: 27 abr. 2014.

ele, está a elite dromoapta, que opera com a máxima capacidade e condições fornecidas pelas novas tecnologias de informação. Por sua vez, ao centro, encontram-se indivíduos que têm acesso a estes recursos, *en passant*, ou seja, mediante um computador pessoal, frequência a *lan houses*, *cibercafés*; pessoas que, na maioria dos casos, buscam uma atualização mediante cursinhos e que mantêm contato com as novas tecnologias.

Muito embora tenham a sensação de dominar alguns de seus aspectos, o acesso experimentado por esse grupo, contudo, fica muito aquém daquele protagonizado pela elite virtual. E é nessa parte da estratificação social que se encontra a maioria. Esta atualização constante, ou *reciclagem estrutural* (TRIVINHO, 2007, p. 138) imperativa, muda, portanto, as condições para se ter domínio das senhas infotécnicas, pois, como argumenta Arten,

Antes, para ter domínio das senhas infotécnicas de acesso, bastava um aproximar-se, adquirir os saberes para manusear aquele meio e, assim, assegurar seu domínio. Agora é necessário atualizar-se constantemente, cada vez mais. Não bastam, portanto, os citados cursinhos, os mais bem-intencionados programas que recebem os mais diversos nomes, como alfabetização digital, inclusão digital. Apesar da boa vontade de milhares de ONGs e sindicatos, quem hoje consegue o acesso, basta um período distante das novas tecnologias para não ter mais condição de acompanhá-las (ARTEN, 2009, p. 6).

Seguindo essa linha de raciocínio, a velocidade da técnica passa, portanto, a ser uma espécie de *neodarwinismo cibercultural* (TRIVINHO, 2007, p. 223), que corrobora as desigualdades perpetradas historicamente pelo capitalismo e onde só os mais aptos sobrevivem. Na realidade, consiste, assim, em uma forma cruel e violenta de exclusão. Nesses termos, ser um excluído vai além da privação total ou parcial de condições econômicas para galgar as vias de acesso, mas também estar desprovido do capital cognitivo necessário para ser apto na dromocracia cibercultural.

Sob esse novo paradigma, a afirmação de Virilio, com a qual conclui seu ensaio teórico sobre a dromocracia em *Velocidade e política* (1977), passa a fazer cada vez mais sentido: “A violência da velocidade tornou-se, simultaneamente, o lugar e a lei, o destino e a destinação do mundo” (VIRILIO, 1996, p. 137).

238

## VELOCIDADE, GLOCALIZAÇÃO E OS NOVOS RISCOS PARA A IMAGEM CORPORATIVA

O surgimento de mecanismos cada vez mais rápidos e eficientes, resultantes do avanço da técnica, chega a um ponto crucial no século 21, atingindo, para o filósofo francês Paul Virilio (1996, p. 52), um estado de “corrida para o não-retorno”. Essa evolução, por

assim dizer, consiste numa chave para a compreensão do conceito de *sociedade glocal*, expresso em Trivinho (2007, p. 239-317).

A ideia do que o autor chama de *glocal*, vale dizer, não corresponde àquela que costuma ser enfaticamente repetida pelo mercado: “pensar global e agir local” (TRIVINHO, 2007, p. 282). Antes, tal concepção de *glocal* parte da condição estabelecida pelos *media* (abrangendo desde a telefonia convencional até a móvel, bem como o rádio, a TV e, especialmente, as sofisticadas tecnologias do virtual), permitindo a comunicação a distância (isto é, mediada pela máquina) em tempo real, fenômeno que leva a uma reprogramação do tempo e do espaço (TRIVINHO, 2007, p. 252). Na definição do autor, “o *glocal* é, antes, *relação social*, de cujas injunções depende integralmente”. Relações possibilitadas por tecnologias capazes de rede e de trocas simultâneas sem a necessidade de presença física. É nesses termos que o *glocal* figura como “selo da civilização mediática” (TRIVINHO, 2007, p. 258).

Esse fenômeno forjou, segundo Trivinho, uma equação social imperativa: “a de uma existência (pessoal, grupal, governamental, corporativa etc.) inteiramente condicionada à aparição na visibilidade mediática” (TRIVINHO, 2011, p. 113) e, não obstante, em tempo real. Essa lógica preceitua que é preciso estar presente para ser lembrado, dar evidências da existência, mesmo que nem sempre se tenha a atenção correspondida.

Trazendo esses postulados para o âmbito corporativo, proposta que encerra este texto, é válido analisar que essa compulsão por tornar-se visível, de estar (super)exposto, condiciona as organizações a situações de novos riscos. A (super)exposição da imagem empresarial em espaços como as redes sociais na internet apresenta, por assim dizer, uma via de mão dupla. No sentido contrário do intento de projetar-se, atraindo para si o foco prioritário, sendo o centro das atenções (TRIVINHO, 2011, p. 115) por parte da audiência, surge concomitantemente o risco do que Bauman chamou de “ser redundante”. Redundância, na acepção usada por ele, significa ser desnecessário, obsoleto, estar sujeito ao descarte, à rejeição.

240

Ser ‘redundante’ significa ser extranumerário, desnecessário, sem uso – quaisquer que sejam os usos e necessidades responsáveis pelo estabelecimento dos padrões de utilidade e de indispensabilidade. Os outros não necessitam de você. Podem passar muito bem, e até melhor, sem você. Não há uma razão auto-evidente para você existir nem qualquer justificativa óbvia para que você reivindique o direito à existência. Ser declarado redundante significa ter sido dispensado *peelo fato de ser dispensável* – tal como a garrafa de plástico vazia e não-retornável, ou a seringa usada, uma mercadoria desprovida de atração e de compradores, ou um produto abaixo do padrão, ou manchado, sem utilidade, retirado da linha de montagem pelos inspetores de qualidade. ‘Redundância’ compartilha o espaço semântico de ‘rejeitos’, ‘dejetos’, ‘restos’, ‘lixo’ – com *refugo* (BAUMAN, 2004, p. 20).

Em sentido mais estrito, levando em conta a realidade da comunicação corporativa, o “ser redundante” pode facilmente ser notado, por exemplo, nas relações estabelecidas entre as marcas e seus *stakeholders*. Como disse Trivinho (2011, p. 114), “a exigência sedutora da existência mediada por máquinas capazes de tempo real” levou à entrada em massa das empresas em redes sociais na internet, comunidades virtuais, entre outros espaços interativos. Mas vale observar que nem todas estão preparadas (ou dromoaptas) para a constância e rapidez que os relacionamentos nesses ambientes ciber culturais exigem.

Assim, não faltam exemplos de empresas que tiveram sua reputação manchada pela incompetência técnico-operacional e cognitiva, incapaz de justificar sua existência no mundo virtual. Isso se traduz de maneira simplificada diante de casos como os de organizações não habituadas a responder às demandas dos consumidores, a ignorarem suas críticas, desconsiderando (ou ignorando) o fato de que as redes sociais no ciberespaço se tornaram uma espécie de SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) virtual, que recebe demandas incessantes.

Desse modo, embora abarcadas pela lógica glocalizada, muitas organizações ainda não se adaptaram a esta nova realidade, pois se apresentam dromoinaptas – usando o termo cunhado por Trivinho – para o diálogo e para a velocidade,

dois pilares estruturais da condição glocal de existência conforme mencionado anteriormente.

Nesse âmbito, coloca-se, portanto, diante das corporações, a realidade desafiadora de que as tecnologias capazes de rede tornaram os supostos espectadores de ontem em geradores de conteúdo e formadores de opinião de hoje, dotados de voz e ferramentas que permitem a profusão de informações em tempo real a partir de dispositivos móveis, como *smartphones*, celulares e *tablets* conectados à rede. Como disse Trivinho (2011, p. 123), “o que havia prevalecido por milênios como prerrogativa de poucos rendeu-se, enfim, à demanda legítima e aos encantos da multidão febril”, hipostasiando-se no indivíduo como “possibilidade concreta de ele mesmo figurar como eixo do cenário”.

242

É preciso considerar, ademais, que aquilo que, de um lado, se constitui uma fonte de “poder” para o usuário, de outro, pode se configurar como risco para as empresas. Isso porque, hipoteticamente, a celeridade que acompanha esse fenômeno vem minando a capacidade dos indivíduos de checar as informações e verificar sua procedência e veracidade. Com mais informação circulando na rede, de maneira mais rápida e sem o rigor jornalístico, ampliaram-se as chances de crises de imagem. Ponderando sobre o assunto, Barbeiro (2010, p. 17) avalia que “as corporações com suas marcas têm um campo muito maior para

ser acompanhado, uma enxurrada de replicação que às vezes sufoca o bom-senso e a versão equilibrada”. Absorvidos pela lógica dromocrática, “primeiro divulgam e depois verificam se há ou não veracidade no que se divulgou” (BARBEIRO, 2010, p. 17).

Um dos casos que se tornaram emblemáticos nesse aspecto foi registrado em janeiro de 2013, quando a comissária de bordo Daniele Barbieri compartilhou via *Facebook* mensagem na qual afirmava que funcionários de um zoológico em Curitiba teriam feito uma “vaquinha” para comprar 180 kg de carne para alimentar o leão. A postagem – que foi suprimida da página face a tamanha repercussão do caso –, teve mais de nove mil compartilhamentos e causou transtornos à administração municipal, despertando imediatamente uma avalanche de críticas, suspeitas, pedidos de esclarecimento e ataques políticos na página da prefeitura na rede social. Diante da denúncia que se mostrou improcedente, a prefeitura chegou a informar<sup>6</sup> que interpelaria judicialmente a autora da acusação. Embora o governo tenha recuado de tal decisão posteriormente, a natureza do episódio ilustra a reflexão tecida por Bauman em *Medo líquido* quanto aos reflexos do frenesi provocado pela lógica

---

<sup>6</sup> Sobre a repercussão do caso, ver, por exemplo: <http://bit.ly/1Th2jtE> e <http://bit.ly/1S8aaum>. Acesso em 22 abr. 2014.

dromocrática, onde, “na pressa, não há tempo para descobrir até que ponto a suspeita se justifica” (BAUMAN, 2008, p. 94).

Assim, se no passado, conforme lembra Barbeiro (2010, p. 12), “difícilmente uma crise vazava para a opinião pública”, dado o maior controle da informação e o fato de que o tempo jogava a favor das organizações – hoje joga contra –, nesse modelo de civilização essencialmente mediático, esse domínio se torna falacioso por conta das condições tecnológicas que oferecem ao usuário a possibilidade de atuar como gerador de conteúdo.

Um caso que também ilustra o que está sendo dito, mencionado por Patrícia Teixeira (2013, p. 66) no livro *Caiu na rede. E agora?*, é o que aconteceu em 2011 no *Shopping Iguatemi*, em São Paulo. Tudo começou quando um rato cruzou a praça de alimentação do estabelecimento. Enquanto alguns, em histeria, subiam nas mesas, outros filmavam o trajeto do roedor com seus celulares. Minutos depois, o animal foi morto pelos seguranças e, para ampliar o escândalo, depositado na própria lixeira onde os visitantes descartavam o lixo das refeições. O vídeo foi postado no *YouTube* e logo ganhou repercussão no *Twitter* e outras redes sociais, pautando, em seguida, a mídia tradicional com reportagens em veículos de circulação nacional como *Veja* e *Folha de S. Paulo*, e até no jornal *A Crítica*, maior periódico impresso do estado do Amazonas.

Essa descentralização na produção de conteúdos está atrelada também a um outro fator: à instantaneidade da informação, outro pilar, como dissemos, da sociedade glocal. “À partida sucede, célere, a chegada”, constata Trivinho (2007, p. 58). Discorrendo sobre esse fenômeno, Yves Mamou (1992, p. 13 *apud* FORNI, 2011, p. 392) já previa no início dos anos 1990 que “a diferença entre o momento em que o acontecimento se produz e o de quando ele é difundido tende a se anular”, pon-do fim à defasagem do tempo da informação. Na passagem do século 20 para o 21, isso se intensifica, provocando uma fusão entre partida e chegada, o que, no âmbito empresarial, potencializou o grau de exposição e suscetibilidade da imagem e reputação empresarial frente às intempéries, acirrando a referida incapacidade de controle do que se processa no ciberespaço.

Assim, de uma perspectiva dromológica, a sociedade glocalizada se estabelece como uma fomentadora da “*dromocracia sociotécnica generalizada* em que se converteu a vida humana a partir da Segunda Guerra Mundial, com o incremento e universalização do *valor da imediatidade* em virtude da saturação das veiculações em tempo real” (TRIVINHO, 2007, p. 293). Torna, portanto, não facultativa para as organizações a adequação ao frenesi da comunicação em tempo real, seja em momentos conturbados ou mesmo em pequenos incidentes,

bem como no atendimento aos seus públicos de interesse ou aos reclames da imprensa (NASCIMENTO, 2010, p. 80).

Uma vez que as noções de espaço e tempo mudaram, alcançando um ponto de irreversibilidade, para Forni (2011, p. 392), é imperativo às empresas criar uma *cultura de comunicação em tempo real*, pois ser lento, moroso, na dromocracia cibercultural significa estar condicionado a um contexto perverso provocado não só pela incapacidade de domínio das *senhas infotécnicas*, mas, sobretudo, pela “falta estrutural de domínio da sociossemiose plena da interatividade” (TRIVINHO, 2007, p. 169).

246

É em aspectos como os acima referidos que a velocidade se impõe como uma violência silenciosa, contudo implacável, para as organizações, haja vista que quem não se adapta, sendo considerado *dromoinapto*<sup>7</sup> (TRIVINHO, 2007, p.107), está sujeito à estigmatização, ao rechaçamento, à morte simbólica. Por isso, o autor concebe a dromocracia cibercultural como uma *atmosfera simbolicamente fúnebre*. Seguindo esse raciocínio, ele ressalta que:

---

<sup>7</sup> Na compreensão de Trivinho, a *dromoaptidão* - ou *dromoinaptidão* (2007, p. 107) - pode ser analisada por vários ângulos: “individual, grupal, institucional, empresarial, não-governamental, nacional, global”. A abrangência do termo, como evidenciado pelo autor, encontra paralelo, portanto, na realidade que procuramos explorar ao longo desta reflexão: o cenário corporativo.

Nessa perspectiva, o indivíduo, a instituição, a empresa, ou mesmo o país que não dispõem (ou dispõem de maneira insatisfatória) do *capital dromocrático cibercultural* estão fadados a amargar a *morte simbólica propriamente da cibercultura*, vale dizer, a *castração de direitos* no âmbito do simbólico e do imaginário das tendências majoritárias da época (TRIVINHO, 2007, p. 168).

No “*sprit du temps* dromocrático” (TRIVINHO, 2007, p. 63), em que “a violência da velocidade se autojustifica pela transformação compulsória da dromoaptidão em imperativo categórico de época” (TRIVINHO, 2007, p. 97), a questão do ser veloz surge, então, como um elemento peremptório, categórico, definidor da sobrevivência ou morte simbólica das organizações.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista que a proposta inicial deste trabalho consistia em refletir sobre os desdobramentos da sociedade dromocrática cibercultural no âmbito corporativo e sobre os novos riscos aí implicados, se fazia *sine qua non* a compreensão dos conceitos de “dromocracia” – inicialmente postulado por Paul Virilio e reescalonado por Eugênio Trivinho para o campo da cibercultura –, bem como de “sociedade de risco”, analisado por Ulrich Beck e Zygmunt Bauman.

248

A partir dessas correntes teóricas, foi possível equacionar como a violência se processa no âmbito corporativo como uma lógica perversa, totalitária, excludente. Ao aprofundar esses conceitos, foi possível também fortalecer a percepção de que a lógica dromocrática cibercultural, também enraizada na condição glocalizada da existência nas organizações, constitui-se importante fator a ser problematizado no campo da comunicação empresarial, especialmente diante de fenômenos como a entrada em massa das organizações em espaços como as redes interativas na internet (a exemplo de *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*). Nesse sentido, torna-se factível afirmar que, a despeito de todas as possibilidades que tais espaços possam representar para o diálogo entre as organizações e seus públicos, nem todas estão preparadas para acompanhar o ritmo frenético verificado na cibercultura, ou seja, para a “corrida” na velocidade dos *bits*. Partindo dessa compreensão, entendemos que o domínio das *senhas infotécnicas* de acesso exige mais do que capital econômico disponível para a absorção e operacionalização do “novo”, mas também, e sobretudo, o domínio do capital cognitivo dromocrático.

Desse modo, esse fenômeno atrelado, sobretudo, às redes sociais online, traz à tona a questão do ser *dromoapto*, do ser veloz, e das consequências de seus antagonismos. A presença

das organizações neste *locus* virtual demanda, assim, constante vigilância e movimento, pois, num ritmo visivelmente acelerado, “os perigos nos mostram que eles permanecem realistas, apesar de todas as medidas que tomamos”, conforme alerta Bauman (2008, p. 20), que tanto se preocupou em acautelar a sociedade sobre as complexas ameaças da pós-modernidade. A partir de suas ideias, extraímos que o grande risco para as organizações nesse contexto cibercultural e de *violências silenciosas* – muitas vezes consentidas e, por isso mesmo, implacáveis –, é não apenas deixar de notar os riscos, mas deixar de minimizá-los quando notados, desviando-se das verdadeiras fontes de perigo ou canalizando-as para alvos errados.

249

Aplicando o que disse Ulrich Beck sobre a *sociedade de risco* à realidade das empresas no século 21, somos levados a crer ainda que em tempos de intricados mecanismos dromocráticos ninguém é mais cego para o perigo do que aqueles que continuam a confiar em seus próprios olhos. O agir dominado por essa “cegueira” pode representar a morte da qual fala Trivinho, aquela provocada pela *incompetência sociosemiótica interativa*, ou pela “redundância” postulada por Bauman em *Vidas desperdiçadas*, ou seja, a morte simbólica propriamente cibercultural, resultante do desgaste do maior patrimônio de uma organização: a sua reputação.

## REFERÊNCIAS

ARTEN, F. C. Dromocracia e novas formas de exclusão. In: SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER, 3, 2009. **Anais do congresso**. ESPM/SP - Campus Francisco Gracioso, 2009. Disponível em: <http://bit.ly/1Sipd1d>. Acesso em: 20 mar. 2014.

BARBEIRO, H. **Crise e comunicação corporativa**. São Paulo: Globo, 2010.

BAUMAN, Z. **Medo líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

———. **Vidas desperdiçadas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

FORNI, J. J. Comunicação em tempo de crise. In: DUARTE, J. (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2011.

FREYRE, G. **Casa-grande & senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. São Paulo: Global, 2006.

NASCIMENTO, I. M. Jornalismo, assessorias de imprensa e gestão de crises. In: LOPES, B. (Org.). **Comunicação Empresarial: transformações e tendências**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010, p. 73-84.

PALLARES-BURKE, M. G. Entrevista com Zigmunt Bauman. **Tempo Social**, v. 16, n. 1, São Paulo, jun.2004. Disponível em: <http://bit.ly/22KRjar>. Acesso em: 05 fev. 2014.

TEIXEIRA, P. B. **Caiu na rede. E agora?: gestão e gerenciamento de crises nas redes sociais**. São Paulo: Évora, 2013.

TRIVINHO, E. **A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada**. São Paulo: Paulus, 2007.

———. Visibilidade mediática, melancolia do único e violência invisível na cibercultura. **Matrizes**, ano 4, n. 2 jan./jun. 2011.

VIRILIO, P. **Velocidade e política**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

# CONSULTAS PÚBLICAS DIGITAIS COMO MEIO DE PARTICIPAÇÃO PÚBLICA NA INTERNET

Marcelle Ferrari<sup>1</sup>

As mudanças no cenário mundial da comunicação suscitaram a necessidade de envolver a população de forma mais participativa e interativa, dentro do contexto de democracia digital. Como a comunicação estatal deve atender aos interesses públicos, foi desenvolvido um programa (no âmbito do Governo Federal) que incentiva a população a debater assuntos de seu interesse: as consultas públicas digitais.

Estas consultas fazem parte do procedimento de implantação do governo eletrônico em todo o país e representam um avanço nas relações entre Estado e Sociedade. Entretanto, embora possibilitem, não garantem a participação e contato do cidadão com o governo. Este artigo faz uma breve reflexão sobre conceitos de democracia, democracia digital e participação pública na internet.

---

<sup>1</sup> Mestra em Divulgação Científica e Cultural pelo Labjor – Unicamp.

Procura mostrar as mudanças que a internet pode trazer na interação entre o governo e a sociedade, exemplificando a importância da participação da sociedade nesse programa. Para isso, é possível citar especificamente duas consultas públicas digitais da área ambiental, que foram elaboradas para a Conferência Rio+20: uma delas realizada pelo Ministério do Meio Ambiente, em 2011, e a outra desenvolvida pelo Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), do Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), em 2012.

Trata-se de um breve Estudo de Caso múltiplo (YIN, 2001), de natureza exploratória e qualitativa. O referencial teórico deste artigo está ancorado nos conceitos de democracia digital e em autores da área de comunicação, levando a refletir sobre as mudanças no cenário da comunicação. Além disso, procura questionar como consultas públicas digitais podem se apresentar como meios importantes de mobilização social, contribuindo para uma participação mais ativa em processos decisórios.

252

## DEMOCRACIA

A democracia é um regime de governo em que o poder político é exercido pelo povo (SACHETO, 2008). Esta é a democracia ideal, utópica. Entretanto, na prática, o exercício da democracia

está sujeita aos sistemas políticos vigentes, em diferentes realidades. Segundo Schumpeter (1984, p. 308) a teoria clássica define a democracia como “o arranque institucional para se chegar a decisões políticas que realiza o bem comum fazendo o próprio povo decidir as questões através da eleição de indivíduos que devem reunir-se para realizar a vontade desse povo”.

Além dos conceitos clássicos de democracia acima/supracitados, surge, com o aumento do uso da internet como mecanismo de participação pública, o conceito de democracia digital e suas formas semelhantes, como democracia eletrônica, e-democracy, democracia virtual, ciberdemocracia e outras. De acordo com Gomes (2005, p. 215), vem se produzindo uma volumosa bibliografia interessada basicamente nas novas práticas e renovadas possibilidades, para a política democrática, que emergem da nova infraestrutura tecnológica eletrônica proporcionada por computadores em rede e por um sem-número de dispositivos de comunicação e organização, armazenamento e oferta de dados e informações online.

## DEMOCRACIA DIGITAL

O objetivo da democracia digital é assegurar a participação do público nos processos de decisão política, além de se apresentar

“como uma oportunidade de superação das deficiências do estágio atual da democracia liberal” (GOMES, 2005, p. 217).

A e-democracia, assim como democracia eletrônica, ciberdemocracia e democracia digital, são termos geralmente utilizados para se fazer referência “às possibilidades de extensão das oportunidades democráticas instauradas pela infra-estrutura tecnológica das redes de computadores” (GOMES, 2005, p.218). Independente do termo utilizado, tem como finalidade potencializar a participação da população em assuntos públicos.

De acordo com Gomes (2005), a democracia digital surge num momento em que as instituições, os atores e as práticas políticas nas democracias liberais se apresentam em crise. Isso se reflete também através da pouca participação política por parte da sociedade civil, o que acaba criando um grande distanciamento entre as esferas civil e política. Por esse motivo, a democracia digital acaba surgindo para compensar este distanciamento, como se fosse uma alternativa de experiência democrática, e “que é fundada em uma nova noção de democracia” (GOMES, 2005, p. 218). Esta nova democracia tem como objetivo assegurar a participação do público nos processos de tomada de decisão política.

A proximidade do governo com o público representa, entre outros fatores, transparência, e pressupõe que o público possa

opinar e ser ouvido por seus representantes em esferas públicas, seja no âmbito do Executivo, Legislativo ou Judiciário, principalmente em temas polêmicos e de interesse público e do público. Assuntos de interesse público podem ser classificados como temas que concernem à sociedade de forma geral, para garantir seu bem estar, como saúde, transporte, meio ambiente, saneamento, entre outros. Temas de interesse *do* público são assuntos que são de interesse de um seletor

agrupamento espontâneo de pessoas adultas ou grupos sociais organizados, com ou sem contigüidade física, com abundância de informações, analisando uma controvérsia, com atitudes e opiniões múltiplas quanto à solução ou medidas a serem tomadas frente a ela; com ampla oportunidade de discussão e acompanhamento ou participando do debate geral, através da interação social ou dos veículos de comunicação, à procura de uma atitude comum, expressa em uma decisão ou opinião coletiva, que permitirá a ação conjugada (ANDRADE, 1989, p. 41).

Muitos fatores são importantes para que a participação pública seja efetiva, podendo ser destacada a necessidade de acesso à informação para melhor compreensão dos projetos públicos e o exercício efetivo de uma cidadania ativa. De acordo com Benevides (2000), a cidadania passiva se dá quando uma sociedade tem direitos e deveres e está sujeita à Constituição vigente e a ordens jurídicas. Já a cidadania ativa passa a acontecer quando o cidadão efetiva sua participação no poder, participando de processos decisórios, por exemplo.

Tradicionalmente, a informação circula por meio da imprensa, dos sindicatos, ONGs, partidos políticos, associações de classe. Dessa forma as pessoas podem tomar conhecimento das ações de seus governantes e organizar manifestações e assumir suas próprias posições (SACHETO, 2008).

Entretanto, as ações dessas organizações e dos meios de comunicação convencionais (televisão, rádio, jornais e revistas), bem como as mídias sociais têm se mostrado limitadas, seja pelo alcance a grupos restritos, no caso dos veículos de massa, seja pela relação verticalizada que impõem. Por outro lado, a sociedade está cada vez mais consciente de seus direitos e começa a exigir uma relação dialógica, interativa, que possibilite a participação em processos decisórios.

Com a informatização da sociedade, a partir do uso cada vez mais acelerado e amplo da internet e das redes sociais propiciadas pelas diferentes tecnologias de informação, o cenário da comunicação mundial se modifica com o surgimento dos governos eletrônicos e a perspectiva da democracia digital (e-democracia). A sociedade civil busca mais informações e transparência do Estado, o que gera novas legislações para sistemas de acesso às informações públicas.

O processo de informatização governamental vem ocorrendo há mais de 50 anos, e o termo governo eletrônico, muito divulgado nos Estados Unidos por Bill Gates e Al Gore, ganhou força com

a expansão da internet na década de 1990 (SACHETO, 2008). A comunicação eletrônica é resultado das mudanças tecnológicas, social e política que ocorreram nos últimos anos. Com as redes sociais, o exercício da democracia muda de patamar com a participação ativa da sociedade em diferentes temas de interesse público, sejam eles colocados ou não em processos oficiais de consultas públicas. Surge assim a perspectiva da democracia digital.

A internet e as novas tecnologias de informação apresentam novos recursos que podem fortalecer o processo democrático (MAIA, 2000), podendo ser interativos ou não. A internet é vista, simultaneamente, de acordo com Gomes (2005, p. 217), “como inspiração para formas de participação política protagonizada pela esfera civil e como demonstração de que há efetivamente formas e meios para a participação popular na vida pública”.

## DIREITO À INFORMAÇÃO

Ter acesso a informações governamentais é um direito do cidadão. De acordo com Banisar (2000), cerca de 40 países possuem algum tipo de legislação, ou estão em processo de aprovação de leis que visam garantir este direito, como Canadá, Estados Unidos e Austrália. O pesquisador Marco Cepik (2000) expõe

que qualquer dado sobre um cidadão ou organização pode ser acessado pela população, assim como quaisquer informações sobre o governo, a administração pública e o próprio país, exceto “o direito à privacidade, o sigilo comercial e os segredos governamentais previstos em lei” (CEPIK, 2000, p. 4).

O mesmo autor ainda sugere que o direito à informação é um direito que abrange as esferas civil, política e social, mas alega que, no Brasil, este direito ainda está longe do ideal. Segundo ele, “no Brasil, ainda é preciso enfrentar o enorme desafio político, legal e administrativo de democratizar o acesso às informações, uma condição cada vez mais essencial para a expansão e aprofundamento da própria cidadania” (CEPIK, 2000, p. 12).

Agora, com a Lei de Informação, vem sendo possível estabelecer o acesso da população a informações relacionadas ao governo.

258

## LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO

Atualmente, algumas medidas vêm sendo tomadas no sentido de ampliar o acesso do cidadão a informações governamentais. A Lei do Acesso à Informação (LAI) é uma delas e foi sancionada pela presidente Dilma Rousseff, em 18/11/2011. Regula o acesso à informação e entrou em vigor em maio de 2012.

Apenas informações consideradas secretas (assuntos de segurança nacional e de exclusivo acesso ao presidente em exercício) não serão divulgadas, como está previsto na legislação.

O Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão, que acompanha os pedidos de informação, levantou que houve 25.065 solicitações nos três primeiros meses de funcionamento da LAI. Durante este tempo, 89,97% das solicitações foram respondidas em uma média de dez dias de prazo. Contextualizando para a área ambiental, entre as 10 primeiras solicitações de informações feitas a órgãos públicos federais no período de maio a agosto de 2012, o Ibama (Instituto Brasileiro de Meio Ambiente) se encontra na oitava posição, com 553 pedidos.

259

Dados colhidos no portal de Acesso à Informação, em junho de 2014, mostram que foram realizados 591 pedidos de acesso à informação ao MMA no período de junho de 2012 a abril de 2014. Dentre os 10 assuntos mais solicitados se destacam Gestão de meio ambiente, Qualidade Ambiental, Ambientes ocupados pelo homem, Biodiversidade e Cidadania ambiental.

Ainda de acordo com o portal, 17 dias é o tempo médio para que o solicitante receba uma resposta à sua solicitação, e a tabela abaixo mostra os meios de se obter as informações e o número de pedidos pelas diferentes possibilidades.

Figura 1 - Tabela comparativa entre sobre os meios de envio de resposta da CGU<sup>2</sup>

Meios de envio de resposta		
Meio	Quantidades	% de pedidos
Pelo sistema (com avisos por e-mail)	291	49,24%
Correspondência eletrônica (e-mail)	277	46,87%
Buscar/Consultar pessoalmente	20	3,38%
Correspondência física (com custo)	3	0,51%

Por meio desta tabela é possível verificar/constatar que a grande maioria dos pedidos e de respostas de acesso à informação se deram por meios eletrônicos. Esse fato reforça a ideia de que a internet tem se apresentado como ferramenta importante e preferida no processo de comunicação entre a sociedade civil e o governo, pelo menos no que diz respeito à troca e liberdade de informações.

260

## CONSULTAS PÚBLICAS

Desde a década de 1990, houve um aumento no número de usuários da internet, com a expansão de muitos recursos de comunicação online. Blogs, provedores de e-mail, sites de busca e

<sup>2</sup> Disponível em: <http://bit.ly/1IaJvrK>. Acesso em 03 jun. 2014.

de relacionamento são alguns exemplos desses mecanismos que estão cada vez mais presentes no cotidiano dos internautas.

A consulta pública sempre existiu, com diferentes formatos com pesquisas de opinião. Ela é um mecanismo recente e poderoso, que tem o mesmo intuito do plebiscito e do referendo, que são mecanismos criados na Constituição Federal de 1988 e dão mais peso às opiniões da sociedade. De acordo com Alves (2008, p. 110) a consulta pública “possibilita a participação da sociedade na administração pública, e de forma específica na elaboração dos atos normativos”.

## CONSULTAS PÚBLICAS DIGITAIS

Com a expansão do território virtual surge a oportunidade de inserção de um sistema que promove a transparência e estabelece um contato entre o governo e o público, incentivando a democracia de uma forma mais concreta: as consultas públicas digitais.

As consultas públicas digitais estão previstas pela legislação brasileira desde o final da década de 1990. Por meio das consultas públicas digitais é possível diminuir, pelo menos teoricamente, a distância entre a voz do povo (seja

individualmente ou por meio de seus representantes e de forma coletiva) e a administração pública. Dessa forma as opiniões podem ser, de fato, qualificadas, proporcionando um intercâmbio de ideias entre os próprios cidadãos e o governo. As consultas públicas digitais preveem a interação entre diferentes atores sociais e não apenas participação do público. Entretanto, ainda não existe um padrão nas consultas públicas digitais nos diferentes órgãos governamentais, bem como mecanismos claros de controle para sua efetivação nos moldes previstos pela legislação vigente.

262

Além disso, não há garantias de que as sugestões feitas serão ou não incorporadas. Entretanto, apesar das deficiências ainda vigentes no sistema de consultas públicas, elas devem ser reconhecidas como um ponto de partida importante para promover a e-democracia como um canal de participação direta entre a administração pública e o cidadão, e entre o cidadão e outros cidadãos.

## COMO FUNCIONA

O sistema de consultas públicas digitais faz uso de algumas ferramentas, como a possibilidade de:

- a) postar determinado assunto;
- b) comentar outras publicações;
- c) interagir mesmo com pessoas que estão longe.

Para o melhor funcionamento e eficácia do sistema de consultas públicas digitais, cada órgão define as normas de participação das consultas públicas, que podem variar no meio de participação (online, por correspondência), por exemplo. O número mínimo de dias para que a consulta fique disponível é uma destas normas que pode variar, e o critério para definir a quantidade de dias é pré-estabelecido por cada órgão que realiza a consulta.

## MOBILIZAÇÃO SOCIAL E AÇÕES PÚBLICAS

A partir do momento em que entendemos que o público pode – e deve – participar no processo de elaboração de normas e decisões a respeito das questões ambientais, bem como na fiscalização do cumprimento das mesmas, podemos supor que é necessário que haja algum tipo de mobilização na sociedade em prol de um objetivo comum.

É neste contexto de mobilização social que se encontram as consultas públicas ambientais citadas a seguir. Motivados

primeiramente por um incentivo vindo do poder político, que procurou envolver a população em assuntos ambientais de interesse público, a serem debatidos na Rio+20, em julho de 2012, diversos atores sociais estiveram envolvidos em um mesmo alvo, participando de pesquisas que buscavam entender a visão da população sobre algumas questões ambientais relevantes. A expectativa era de que suas vozes fossem ouvidas e levadas em consideração durante o evento, no Rio de Janeiro, e que suas posições, por representarem diferentes segmentos da sociedade civil, pudessem, depois, ser incorporadas ao documento final da Conferência.

264

## CONSULTAS PÚBLICAS NA ÁREA AMBIENTAL

*MMA: “Visões nacionais para a Rio+20” (5 a 30 de setembro de 2011).* A consulta pública digital “Visões nacionais para a Rio+20” foi disponibilizada para participação do público pela internet entre os dias 5 a 30 de setembro de 2011. Dentro do hot site da Rio+20 ([hotsite.mma.gov.br/rio20](http://hotsite.mma.gov.br/rio20)), o usuário podia encontrar os links para o download do texto de apoio à consulta e o questionário.

O texto de apoio explicava o objetivo da Conferência Rio+20, como ela funcionaria e os possíveis temas a serem abordados durante o evento, tais como: economia verde no contexto do

desenvolvimento sustentável e da erradicação da pobreza e estrutura institucional para o desenvolvimento sustentável.

O questionário era composto de 11 questões a serem respondidas discursivamente, abrangendo temas como: a contribuição do Brasil no estabelecimento da nova agenda internacional para o desenvolvimento sustentável para os próximos anos; o impacto da Conferência no debate interno sobre sustentabilidade; os principais avanços e lacunas na implementação dos documentos resultantes das Cúpulas sobre Desenvolvimento Sustentável; os temas novos e emergentes que devem ser incluídos na nova agenda internacional do desenvolvimento sustentável, bem como novos padrões de consumo e produção que devem guiar as atividades econômicas, sociais e ambientais, entre outros.

265

*CGEE: “Percepção do conceito de economia verde numa perspectiva global” (entre 12 de março e 08 de abril de 2012).* A consulta pública sobre Economia Verde foi desenvolvida pelo Centro de Gestão e Estudos Estratégicos em parceria com a Agência Sueca para Análise de Políticas de Crescimento (GA) e o Instituto Francês para Desenvolvimento Sustentável e Relações Internacionais. As questões estiveram acessíveis ao público do dia 12 de março até o dia 8 de abril de 2012 na página do CGEE, na internet. O objetivo desta consulta era avaliar

a percepção das pessoas sobre o conceito de economia verde dentro de uma perspectiva global e como elas acreditavam que seria possível implementar uma economia mais verde.

Algumas das questões abordadas verificavam o que o conceito de economia verde representa para as pessoas; se o público acredita que economia verde está relacionada ao conceito de desenvolvimento sustentável, como a economia verde difere da economia atual e se o conceito de economia verde está restrito ao desempenho ambiental. As 29 perguntas vinham acompanhadas de uma série de opções (de múltipla escolha), onde o participante poderia escolher até três delas como respostas.

266

O método de identificação dos participantes da consulta consistia em fornecer dados pessoais como nome, cidade e país de origem, nível de escolaridade e setor de atividade. Eles foram divididos em quatro grupos: governo, empresas, academia e organizações não-governamentais.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de as formas de consulta através da internet já terem se mostrado eficazes, ainda não é possível saber em que medida a transferência do poder civil para o virtual é,

de fato, eficiente. Gomes (2005) acredita que esta tentativa é válida, mas até agora a melhor forma – mais democrática – para participar das decisões políticas continua sendo o debate e a deliberação.

Por outro lado, através das breves reflexões teóricas e dos exemplos de consultas públicas digitais apresentados é possível perceber a importância crescente da internet como canal de mobilização e participação efetiva da sociedade civil, dos governos e da área empresarial em assuntos de interesse público. Isso significa que os assuntos ambientais como outros de interesse público do público podem ganhar espaço e viabilidade para execução de projetos de preservação, além da tentativa de colocar em prática as sugestões enviadas pela população, sob o olhar atento da sociedade. Deste modo, pode-se inferir/pensar que a participação da sociedade em processos de consultas públicas digitais contribui para a consolidação da democracia.

As consultas públicas se apresentam como instrumentos importantes da democracia digital, pois são um meio de promover a participação pública em assuntos de interesse público. O sistema de consultas públicas digitais prevê a participação e interação da população com o governo, possibilitando a redução das distâncias existentes.

## REFERÊNCIAS

ALVES, S. C. **Processo de participação civil nas consultas públicas realizadas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa (2000 – 2006)**. Dissertação. (Mestrado em Política Social). Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

ANDRADE, C. S. **Psicossociologia das relações públicas**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 1989.

CEPIK, M. Direito à Informação: Situação Legal e Desafios. **Informática Pública**, Belo Horizonte, v. 2, n. 2, p. 43-56, 2000.

GOMES, W. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras**, 2005, Universidade Federal da Bahia.

BRASIL. Consultas públicas. **Gov.com**, [s. d.]. Disponível em: <<http://bit.ly/1SX7xry>> Acesso em: 18 agosto 2011.

268

MAIA, R. M. Democracia e a internet como esfera pública virtual: aproximando as condições do discurso e da deliberação. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 10., Brasília, 2001. **Anais do congresso**. Brasília: UnB, 2001.

SACHETO, R. **Participação popular na era da informação: o caso das consultas públicas eletrônicas na administração pública federal do Brasil**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.