

## Sociedade, novas tecnologias de comunicação e a possibilidade de articulação de espaços públicos de debate e embate

O presente trabalho busca refletir sobre os estudos sobre espaço público e a emergência do ciberespaço, indagando as possibilidades de articulação e de surgimento de espaços públicos parciais de debate e de embate.

### I-Espaço público ou espaços públicos

O conceito de esfera ou de espaço público tem nos estudos empreendidos por Habermas e consolidados no livro “Mudança estrutural da esfera pública” sua introdução no ambiente de debate sobre política e sociedade<sup>1</sup>.

Para Habermas, a esfera ou espaço público, é o âmbito social no qual são debatidos temas relativos à coletividade. É o “local” onde se apresentam através de discursos e onde se dá o debate racional. Assim, este espaço deve obedecer somente à lei da racionalidade, afastando outros elementos da vida social como o poder, o dinheiro e as hierarquias.

Na obra já citada, Habermas passa por diferentes momentos históricos, desde a ágora grega, para analisar a evolução do espaço público em épocas diferenciadas, até chegar ao estudo da esfera pública na sociedade burguesa e sua pretensa morte através de sua assimilação pela mídia e a subordinação desta aos interesses comerciais.

No conceito de esfera ou espaço público de Habermas, está o debate racional e argumentado e sua visibilidade pública, elementos contidos no processo e determinantes do mesmo.

Apesar de diferentes leituras e mesmo de questionamentos consistentes, a idéia de espaço público ganhou relevância nas ciências sociais e acabou por gerar conceitos derivados como opinião pública e interesse público, muito presentes hoje na análise da chamada democracia ocidental.

Aspecto polêmico desta construção teórica empreendida por Habermas é a definição de morte da esfera pública com a emergência das mídias tradicionais como empreendimento comercial. Enquanto os jornais serviam de espaço para o debate aberto e argumentado, apesar de perderem a característica dialógica que existia em espaços públicos anteriores, eles mantinham o princípio da argumentação racional e de publicização de opiniões. Ao assumirem a lógica do mercado, teriam substituído a racionalidade pelos interesses corporativos e comerciais. “Tal é o modelo de comunicação original do espaço público que, embora limitado a uma classe (ascendente) das sociedades capitalistas em formação (uma classe definida ao mesmo tempo pela propriedade dos meios de produção e troca, e por uma cultura específica), seduziu mais de um pensador social. Resta saber se ele foi algum dia aplicado como tal”.<sup>2</sup>

Na verdade, teria subsistido somente o espaço de publicização, de visibilidade pública, tendo sido erodida a característica do debate racional. Ou seja, os dois elementos constantes do espaço público: debate argumentado e visibilidade pública teriam sofrido uma

**(1) HABERMAS, J. Mudança Estrutural da Esfera Pública. Ed. Biblioteca Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, 1984.**

**(2) MIÈGE, Bernard. O espaço público: perpetuado, ampliado e fragmentado. Revista Novos Olhares, número 3, USP, São Paulo, 1999.**

Rovilson Robbi Britto é mestrando em Comunicação e Mercado, na Faculdade Cásper Líbero de São Paulo.

E-mail: rrbritto@bol.com.br



fratura, restando somente o espaço de exposição.

Apesar de concordarmos com a existência desta cisão, gostaríamos de buscar o conceito de espaço público dentro de outra perspectiva.

Na leitura de Habermas existe uma sociedade excessivamente idealizada, onde as diferenças são tratadas através da racionalidade e do debate.

É preciso afirmar que a utilização do conceito de espaço público habermasiano é sempre excludente e se refere aos setores dominantes ou emergentes na sociedade. O próprio autor reconhece este limite em seu artigo *O espaço público, 30 anos depois*<sup>3</sup>. Portanto, o debate racional e argumentado é o debate da diferença entre iguais, se partirmos do princípio de suas identidades sociais fundamentais. Não é o debate de toda a sociedade, mas da sociedade oficial e dos setores hegemônicos.

Os escravos, na experiência grega, estavam excluídos do debate racional. Será que eles eram inaptos a tal debate? Com certeza a pauta de suas discussões eram diversas das que ocorriam na ágora, mas eles a realizavam em outros espaços, também de forma discursiva e argumentada.

O que questionamos, portanto, é a valorização de um espaço público oficial em detrimento da importância dos demais. Se trabalharmos com configurações sociais mais reais, veremos suas contradições e suas lutas, suas tensões e suas disputas, muitas delas antagônicas e radicais.

Preferimos então trabalhar com a ideia da existência de pluralidade de espaços públicos. "O espaço público, fundado sobre uma multiplicidade de dispositivos e aparentemente constituído por uma justaposição de espaços 'parciais' que não se comunicam entre si..."<sup>4</sup>.

Esta visão de pluralidade baseia-se numa realidade social em que classes e setores sociais diversos vivem e se relacionam, não sem atritos e contradições

de aparência ou essência de seus objetivos.

Os cafés, e posteriormente a imprensa, no período de ascensão da burguesia enquanto classe, de fato se constituíam em espaços públicos dessa classe. Serviam como *locus* da unificação de ideias e projetos, senso estético e político de uma classe em si, como dizia Marx, para se constituir em classe para si, ciente de seus objetivos.

Também os sindicatos operários e os partidos revolucionários do século XIX se constituíram em espaços de debate e unificação de uma outra classe: a dos proletários que, não tendo além de sua força de trabalho, eram explorados pela classe burguesa, agora já no poder e tendo construído o espaço público político de acordo com seus interesses.

Tanto em um quanto em outro espaço, existiam diferenças entre participantes. A polêmica e as contradições existiam em função de ideias e de realidades objetivas distintas dentro da mesma classe. Porém, estas contradições não eram antagônicas, pois se inscreviam dentro de uma mesma identidade social.

Estes espaços públicos, conformados pelos interesses reais, buscavam se pautar pelo debate racional sim, mas sem a "pureza" universalista, presos a objetivos materiais e espirituais mais imediatos. Podemos afirmar que se constituíam em espaços públicos de debate (iguais - enquanto identidade social - debatendo suas diferenças), nos quais prevaleciam, no jogo de forças, o caminho de síntese.

Nessa configuração, os espaços públicos parciais de debate seriam espaços de unificação de opinião de classes e de setores sociais para o embate.

Porém, na arena social, estes interesses de diferentes classes e setores eram conflitivos e, não poucas vezes, antagônicos. Os espaços de contato destes interesses na vida em sociedade se constituíam em espaços públi-

**(3) HABERMAS, J. O espaço público, 30 anos depois. Caderno de Filosofia e Ciências Humanas, Unicentro, UFMG, Ano VII, n. 12, Abril 1999.**

**(4) MIÈGE, Bernard. O espaço público: perpetuado e fragmentado. Revista Novos Olhares, número 3, USP, São Paulo, 1999.**

cos de embate (diferentes - enquanto identidade social - buscando seus objetivos), nos quais prevaleciam os caminhos da antítese, da força - social ou de caráter repressivo. Localiza-se essencialmente no espaço público político normatizado e informal, mas também na mídia tradicional.

Dentro desta perspectiva, seria possível analisar de outra maneira o chamado espaço público contemporâneo ou mediático.

Assim, as mídias tradicionais comerciais, pelo lugar social e seus interesses, seriam espaços públicos de embate, apropriados e utilizados pelos setores hegemônicos, no qual se dá a exposição pública de suas opiniões procurando naturalizá-las. Se algum debate há, é entre iguais em identidade. As opiniões de outras classes ou setores sociais aparecem ali não no sentido de fazer parte ativa no debate, mas como mero argumento para setores que o exercitam. Mas esta presença da opinião do povo sem face, conseguida através de pesquisas de “opinião pública” traz para a cena do debate a sinalização da existência, ali e em outras esferas, do embate e da luta social.

Poderia se supor a mídia tradicional como espaço de debate, mas isso seria errôneo. Claro que ela reflete condições dos setores dominantes e em função delas pode-se abrir espaços para as opiniões de outros setores sociais. Porém, por sua própria constituição, a mídia tradicional não é espaço de discussão, mas de convencimento, de exposição pública das opiniões das classes dominantes, de tentativa de naturalização destas opiniões como sendo de toda a sociedade. Ela é espaço público de embate apropriado e utilizado. “Como na democracia a legitimidade deveria provir apenas do debate público, o que aqui se dá é puramente simulacro de esfera de discussão pública: esfera pública sem debate.”<sup>5</sup> É a mesma tentativa que o Estado procurou por séculos apresentar, de estar acima das classes e

promover a mediação de seus interesses e que, apesar da persistência deste discurso, está cada vez mais clara sua não veracidade. Hoje, é a mídia que se diz “independente”, sem “rabo preso”, tentando falsear seus intentos.

Ao utilizar-se da mídia de maneira funcional, os setores hegemônicos buscam claramente a persuasão, a conquista dos demais setores para seus intentos e para um modo de vida baseado em seus preceitos. São claramente estes interesses que movem as grandes redes de comunicação: venda de seu produto duas vezes, enquanto mercadoria e enquanto ideologia.

Com a fragmentação da sociedade, a tentativa é de fazer da mídia o espaço central do comum social.

No entanto, esta tentativa de apresentação da mídia tradicional como espaço público único encontra na realidade sua negação. “Em geral, no entanto, o príncipe eletrônico expressa principalmente a visão do mundo prevaletente nos blocos de poder predominantes, em escala nacional, regional e mundial, habitualmente articulados”.<sup>6</sup>

As amplas e distintas parcelas da população se relacionam com a mídia tradicional. Mas não é uma relação de submissão e de passividade, é uma relação de conflito, em alguns momentos banais, em outros completamente antagônicos. “A temática da recepção estaria no quadro mais amplo das relações sociais e culturais, em seu jogo de significações históricas, incluindo, mas não dependendo apenas dos media”.<sup>7</sup>

Isto porque a grande mídia tradicional não destruiu espaços públicos parciais de debate e de vivência. “Para viver, precisam comer, beber, vestir-se, abrigar-se, mover-se, reproduzir-se; desenvolvem meios e modos de organizar formas de sociabilidade, jogos de forças sociais; dedicam-se a pensar, sentir compreender, explicar, fabular...”<sup>8</sup>

**(5) GOMES, Wilson. *Esfera pública e mídia -II. VII Com pós*, São Paulo, 1998.**

**(6) IANNI, Octávio. *O príncipe Eletrônico. Primeira Versão*, 78-IFCH/Unicamp, Campinas, 1998.**

**(7) SOUSA, Mauro Wilton. *A recepção sendo reinterpretada. Revista Novos Olhares*, número 1. USP, São Paulo, 1998.**

**(8) IANNI, Octávio. *O príncipe Eletrônico. Primeira Versão*, 78-IFCH/Unicamp, Campinas, 1998.**



Este cotidiano compartilhado acaba sendo definidor do lugar e da identidade social das frações de classes e setores sociais. É nele que, apesar de toda a ficção que se tenta vender via mídia, lateja mais forte a realidade, com todos os seus contornos e dramaticidade. É ali que o social real se toma concreto.

A ambiência do cotidiano encontra no grupo de amigos, na família, no sindicato, nos partidos de origem popular, nas organizações sociais e religiosas, na cultura vivida e construída do dia a dia, os espaços públicos parciais de debate dos setores populares.

São espaços de identificação, de sedução e da realização da pulsão de estar junto. Mas, se transformam também em espaços de debate argumentado e de busca de coesão do grupo.

A realidade social e a pulsão de estar junto reclamam a ampliação numérica, mas também de articulação destes espaços de debate. Este é o único caminho para enfrentar, em novas condições, mais vantajosas que as atuais, os espaços públicos de embate social, localizados hoje no espaço público político, institucionalizado ou não.

## **II - Mídias tradicionais e o real vivo**

Paulatinamente, a mídia foi ocupando espaços que anteriormente eram dedicados ao convívio social, dilacerando, em certa medida, os laços sociais e as relações dialógicas não mediadas pela técnica.

Neste sentido, o comum social que antes tinha seu espaço em comunidades reais, com temporalidades distintas entre si, mas sincronizadas internamente, foi sendo substituído pelo tempo da mídia, sobreposto ao tempo local.

Este contato social mediatizado que emerge passa a cumprir papel fundamental. Será ele o cenário da “integração” das temporalidades e das realidades distintamente vividas. Cria-se através da mídia a ilusão de um laço social entre pessoas com vivências e

com culturas bastante diferentes no seio da sociedade conflitiva. É a ficção da igualdade. Claro que existe aí uma troca simbólica entre o real mediático e o real vivo, entre o comum social mediático e os indivíduos que promovem sua recepção e sua ressignificação. Mas, apesar dessa troca, a mídia não consegue fazer deste laço social simbólico uma referência mais próxima do real vivo. Convivem, portanto, nem sempre amistosamente, duas esferas sociais distintas: os espaços públicos parciais de debate e vivência, com seus laços lastreados no cotidiano e no real vivo, e o espaço público mediático, com seus laços simbólicos baseados no real mediático, no “comum social” mediado pelas técnicas de comunicação.

Todo o esforço das mídias tradicionais, em especial a televisão, consiste em tomar-se espaço único do acontecer comum socialmente. Ou seja, existe o que tem seu espaço na mídia, o que é de “interesse” comum. O restante é resíduo, fragmentos da realidade capazes de despertar interesses somente de parcelas específicas. É a maneira de editar o social, com critérios que certamente não são comuns a todas as classes e setores da sociedade.

O ‘deu na televisão’, como prova inquestionável de verdade, como validação social daquela informação, é uma armadilha perigosa das mídias, que enreda mesmo setores mais esclarecidos. “O estúdio de TV, a redação de jornal deixam de ser meios de transmissão de fatos e tomam-se eles mesmos os produtores de mundos.”<sup>9</sup>

Duas visões derivam deste esforço: uma que assume o discurso do espaço mediático como único do comum social e que, conseqüentemente, alega que se deve disputar o espaço na mídia, chamar atenção do público através do espaço mediático. Esta visão acaba elegendo o espaço mediático como arena de negociação neutra da sociedade. Outra visão, afirma, corretamente, que o único caminho são os comuns vividos e compar-

**(9) FILHO, Ciro Marcondes.**  
***Jornalismo fin-de-siècle. Ed.***  
***Scritta, São Paulo, 1993.***

tilhados. Porém, muitas vezes esta visão resvala para a defesa da fragmentação social como sendo respeito às diferenças, e não como dificuldade de espaços mais amplos de debate argumentado e de unificação das parcelas com identidade social comum.

Parece-nos que, para se contrapor ao comum social mediático existente, seria necessário dar mídia aos setores que vivem seus espaços públicos parciais. Somente uma mídia de fato plural e aberta às classes e setores sociais, daria conta de fazer do espaço mediático o unificador do comum conflitivo da sociedade. Enquanto isso não ocorre, o acontecer social se dá em âmbitos distintos: espaços de vivências e culturas fragmentadas socialmente e o espaço da mídia, aspirando constituir-se como espaço único.

As mídias tradicionais construíram uma estética peculiar. Utilizando recorrentemente a narrativa, historicamente atrativa para o povo, acelerando imagens e trabalhando emoções e desejos não confessos, busca seduzir e capturar seus receptores. Estética mais de reflexo do que de reflexão, mais do sentir do que do pensar, mais do entreter do que do aprender. O fato de apelar para a emotividade não é negativo em si. Sua negatividade está na maneira de banalizar, de se aproveitar das carências e necessidades afetivas geradas numa sociedade de insatisfeitos para tentar impor seu padrão, para responder às vontades criando ilusões que serão frustradas na realidade, ampliando a dependência das pessoas em relação à ficção. Utilizando-se da identificação/projeção, esta estética atrai para uma trama imaginada, como fuga do drama vivido.

Estética que inclusive busca apagar a tênue fronteira entre real e ficcional, dando realismo à ficção e espetacularizando o vivido. Diante de uma realidade difícil e excludente, a sedução de “viver” o real mediático, mais liso e atraente.

Todo este esforço busca canalizar para a mídia a pulsão do estar junto, simulando laço social, simulando pertencimento, falseando satisfações. Dizemos simulação, porque utiliza a pulsão do estar junto para manter a solidão, a separação. Utiliza o impulso para a inércia, para a passividade. A pessoa sente-se interferindo somente por assistir.

Continua sendo, no entanto, no real vivido que as pessoas podem se realizar, não idealmente, mas com os limites e todas as infinitas possibilidades da realidade. É no social real que a pulsão de estar junto pode saltar do instintivo para o projeto, do fisiológico para o filosófico, da necessidade para a consciência.

Exatamente nisso que reside a virtual força e a fraqueza das mídias tradicionais. Elas podem criar uma realidade própria, ao seu bel prazer, mas não conseguem substituir a dimensão da realidade vivida, da cultura comparilhada pela ambiência do cotidiano. Assim, o real mediático e o real vivido se condicionam, mas não perdem seus contornos próprios nem suas dinâmicas específicas.

A análise das mídias tradicionais confirma a correção de dois deslocamentos importantes realizados no campo da teoria da comunicação: o primeiro, empreendido pela Escola de Frankfurt, de colocar o foco na sociedade e no uso que a mesma faz da comunicação; o segundo, levado a cabo pelos Estudos Culturais ao analisar o processo comunicacional em si, ressaltar a complexidade da recepção.

Porém, mesmo com estes acertos, as teorias existentes revelam seus limites para dar conta de uma análise mais consistente do processo comunicacional.

A teoria crítica, ao concentrar-se na força da ideologia presente no processo, desenhou uma realidade sem perspectiva de mudança: a comunicação como reprodutora automática dos interesses dominantes, em todas as escalas so-



ciais. Os estudos culturais, por sua vez, acertadamente valorizam a capacidade de amplas parcelas da população de se relacionar com o processo comunicacional como sujeitos, através da cultura vivida e compartilhada. Mas fica no meio do caminho, apontando o espaço da resistência (a cultura), desconsiderando que o espaço da superação passa pela ideologia. Ao não dar conta de fazer a ponte entre ideologia e cultura, com seus condicionamentos e reciprocidades, ambas teorias apresentam-se mancas.

Uma hipótese, a ser estudada e desenvolvida com mais vagar e sob o crivo da realidade, nos indica o caminho de uma relação intensa entre ideologia e cultura: ideologia como os elementos mais permanentes e a cultura como face mais dinâmica e aparente deste constructo. Cultura como manifestação real do social, como campo de resistência e de mudança. Ideologia como síntese geral, estrutura de uma nova cultura proposta. Seria, em suma, partir da cultura vivida não para garantir meramente sua sobrevivência, mas para propor sua superação.

Mesmo sem conseguir construir já uma ponte consistente, nossa opção é por ver cultura e ideologia como campos do conflito social, com ligações fundamentais para o entendimento da comunicação e da sociedade.

### **III -A emergência do ciberespaço e a sua arquitetura**

A evolução das tecnologias permitiu o surgimento de uma nova dimensão social - o ciberespaço, com sua face mais visível que é a Internet, a rede mundial de computadores.

“O termo ‘cyberspace’ foi inventado pelo escritor ciberpunk de ficção científica William Gibson no seu ‘Neuromancer’ de 1984. Para Gibson, o ciberespaço é um espaço não físico ou territorial, que se compõe de um conjunto de redes de computadores através das quais todas as informações (sob as

suas diversas formas circulam)”<sup>10</sup>.

“O atual curso dos acontecimentos converge para a constituição de um novo meio de comunicação, de pensamentos e de trabalho para as sociedades humanas”<sup>11</sup>. Não se trata de uma nova mídia, mas de um espaço qualitativamente novo, preñado de possibilidades que podem alterar profundamente a cultura e a sociedade atual.

Esta nova dimensão não elimina as demais preexistentes. Relaciona-se com elas, é condicionada, mas também altera as demais. Portanto, não se pode esperar uma nova dimensão alheia aos problemas e conflitos existentes na sociedade, pois é desse “barro” que ela vai sendo construída. “O mundo virtual também está atravessado por tensões e antagonismo, fissuras e estridências, inovações e obsolescências”<sup>12</sup>.

Baseada em tecnologia digital, em nanoprocessadores, interligada através de infovias ou via satélite, vai se estendendo rapidamente. Sua estrutura física de condução ainda está na lógica de troncos e capilarizações. Esta é a base real e material de sua existência.

É, porém, em seu funcionamento que se revela uma nova lógica e a emergência da nova dimensão. A nova lógica é a de uma estrutura rizomática, sem troncos, alimentada por milhões de pontos distintos interconectados e em crescimento exponencial. O seu funcionamento está baseado na transformação de qualquer tipo de informação (texto/dados/som/imagem) em códigos binários, que podem circular em abundância pelo ciberespaço e serem reconstruídos em qualquer um de seus pontos. Filmes, fotos, canções, reduzidos a códigos e disponíveis em suas complexidades em qualquer terminal.

O ciberespaço é o elemento novo da longa trajetória humana de construção de próteses técnicas para sua sobrevivência e desenvolvimento.

Ele instaura a simultaneidade, por trabalhar em tempo real, e altera as dimensões do espaço, por tomar presente

**(10) LEMOS, André L. As estruturas antropológicas do ciberespaço. FACOM/UFBA, 1996.**

**(11) LÉVY, Pierre. A inteligência coletiva. Editora 34, São Paulo, 1995.**

**(12) IANNI, Octávio. O príncipe Eletrônico. Primeira Versão, 78-IFCH/Unicamp, Campinas, 1998.**

e disponível algo que está completamente distante no espaço geográfico.

Pelo conjunto de suas características, podemos afirmar que ele não é uma nova mídia, é uma nova dimensão, espaço de circulação simbólica, de fluxos incessantes, arquivo vivo e renovado a todo instante de idéias, produtos e informações.

Além de sua estrutura rizomática e da nebulosa de conteúdos, a característica mais importante desta nova dimensão é a possibilidade de interatividade, do diálogo entre os milhões de terminais espalhados pelo mundo inteiro.

Por não ser unidirecional, o ciberespaço supera a visão de emissor e receptor, abrindo um novo espaço de debate e embate. Apesar de poder conter mídia em seu interior, e de fato a tendência tem sido o da convergência das mídias tradicionais para a Internet, o ciberespaço comporta muito mais que mídia. Ele se revela como dimensão de convivência e convergência de qualidades humanas, apesar da ausência física dos interlocutores. Através da Internet, já se pode ver, ouvir e falar simultaneamente a outras pessoas conectadas em um mesmo chat. Nesta categoria estão as teleconferências, mas estão também as salas de bate-papo.

A troca de correspondência em tempo real, o envio de um arquivo de um jornal inteiro para ser impresso do outro lado do mundo, até a transmissão de um filme, já são realidade. “Rede das redes, baseando-se na cooperação ‘anarquista’ de milhares de centros informatizados no mundo, a Internet tornou-se hoje o símbolo do grande meio heterogêneo e transfronteiriço que aqui designamos como ciberespaço.”<sup>13</sup> A presença do e- (e-mail, e-business, e-commerce, e-etc) indicando áreas das dimensões preexistentes e que migram para o ciberespaço é sinalizador de suas múltiplas utilizações e possibilidades.

A existência dessa nova dimensão vem provocando, e provocará com

intensidade ainda difícil de se prever, mudanças profundas no cotidiano das pessoas, na cultura compartilhada, no trabalho, na participação social.

Os impactos já existem, mas são somente indícios do potencial existente. A forma que este potencial será aproveitado depende sobremaneira da definição arquitetura do ciberespaço. Arquitetura que vai sendo definida por milhões de pessoas, mas que também sofre a interferência de setores poderosos da sociedade mundial. O julgamento do napster e do mp3 é apenas sinalização destes conflitos.

Muitos setores pretendem fazer do ciberespaço um grande e-market, transformando tudo em mercadorias. Esta postura obtusa pode comprometer seriamente a nova dimensão. O aspecto mercadológico pode estar presente na arquitetura do ciberespaço, mas não pode ser seu elemento estruturante, com o risco de subutilizarmos suas inúmeras possibilidades para a construção de uma nova cultura. “A alternativa é simples. Ou o ciberespaço reproduzirá o mediático, o espetacular, o consumo de informação mercantil e a exclusão numa escala ainda mais gigantesca que hoje... Ou acompanhamos as tendências mais positivas da evolução em curso e criamos um projeto de civilização centrado sobre os coletivos inteligentes: recriação do vínculo social mediante trocas de saber, escuta e valorização das singularidades, democracia mais direta, mais participativa...”<sup>14</sup>

Nossa opinião vincula-se claramente à perspectiva de uma arquitetura de um ciberespaço aberto às diferenças e a serviço de interesses mais amplos da humanidade, tanto no campo material quanto no campo simbólico. Queremos um ciberespaço de diversidade, não estruturado somente por visões oficiais ou dominantes em função do poder econômico.

A definição desta arquitetura é conflitiva e carece de debate qualificado e de participação da sociedade e dos

**(13) LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva*. Editora 34, São Paulo, 1995.**

**(14) LÉVY, Pierre. *O que é o Virtual?*. Editora 34, São Paulo, 1997.**





milhões que já se relacionam com a nova dimensão.

Um ciberespaço livre, democrático e de acesso universalizado é o caminho para permitir que esta nova dimensão não seja espaço de reprodução da desigualdade e da exclusão, presentes na nossa sociedade.

#### **IV- A possibilidade de emergência de espaços públicos de articulação social.**

Do mesmo modo que o surgimento das mídias tradicionais promoveu mudanças significativas num conjunto de aspectos da convivência social e da própria produção material e simbólica, é de se prever que o ciberespaço, esta nova dimensão social viabilizada pela técnica, leve a cabo mudanças muito mais importantes.

Dentre as mudanças que ele inaugura, está a possibilidade de recuperação dialógica, mediada pela técnica, mas permissiva do debate argumentado e da postura de sujeito dos indivíduos interconectados. Virtualiza a presença, mas a compensa com a possibilidade de participação e de troca, de tomar comum idéias e propostas.

A fragmentação social, fruto de um longo percurso de desenvolvimento contraditório, estabeleceu grupos que se caracterizavam como coletivos inteligentes. Enfrentando especificidades temáticas e por áreas, estes grupos, separados entre si, empreendiam muitas vezes esforços numa mesma direção, sem, no entanto, se alimentarem ou se conectarem para a troca, para o pensar junto.

Com o ciberespaço abre-se a possibilidade de um passo à frente neste sentido. Possibilita-se o surgimento, no lugar de coletivos inteligentes, de inteligências coletivas, ou de produção intelectual e simbólica de maneira amplamente compartilhada, potencializando capacidades individuais, de grupos e setores numa mesma direção.

Claro que isto não se dá esponta-

neamente dentro da nebulosa do ciberespaço. São necessários vetores temáticos, pautas comuns, estruturação de redes dentro da própria rede. Estes espaços dentro do ciberespaço já estão se constituindo: são nichos por área de conhecimento e interesse, como rede eletrônica de ONGs, portais voltados a debates como esporte, música, sexo, política, etc. Um mosaico gigantesco, reprodução ativa da imensa diversidade das dimensões preexistentes.

Os coletivos inteligentes seriam espaços de debate racional e argumentado, visando o convencimento e a unificação de propósitos. “Esse projeto convoca um novo humanismo que inclui e amplia o ‘conhece-te a ti mesmo’ para um ‘aprendamos a nos conhecer para pensar juntos’, e que generaliza o ‘penso, logo existo’ em um ‘formamos uma inteligência coletiva, logo existimos eminentemente como comunidade’.”<sup>15</sup> Sua semelhança com a definição de espaço público não é mera coincidência. Lévy afirma: “... em termos sociais, seria sem dúvida fornecer aos grupos humanos instrumentos para reunir suas forças mentais a fim de constituir intelectuais ou ‘imaginantes’ coletivos.”<sup>16</sup> De fato, o ciberespaço estabelece a possibilidade do surgimento de ágoras virtuais, de espaços propícios à exposição pública das opiniões e de seu debate racional.

Dizemos “ágoras”, porque não cremos que seja possível estabelecer uma única arena comum, nem para o debate nem para o embate entre interesses distintos e antagônicos na sociedade.

Estes ciberespaços parciais podem potencializar o debate, re-ligar identidades e identificações dispersas no espaço geográfico mundial, criando novos mapas, novas comunidades, novos nexos de pertencimento, renovando a experiência comum e a cultura cotidiana. O global pode encontrar nesta dimensão o espaço de sua articulação, principalmente no que tange os movi-

**(15) LÉVY, Pierre. A inteligência coletiva. Editora 34, São Paulo, 1995.**

**(16) idem.**



mentos sociais, já que os setores dominantes já dispõem em abundância de instrumentos para sua articulação.

Neste sentido, poderá se esvaziar a idéia de opinião pública, com toda\*s as armadilhas e distorções que já analisamos, e poderemos tratar com as opiniões do público, de maneira mais transparente e com maior lastro no real vivido.

Para que este potencial se realize, é imprescindível que não existam normas e regulamentações que aprisionem o ciberespaço, que limitem sua utilização diversificada. Só assim poderão emergir espaços públicos virtuais, como “local” de debate do real vivido e não de um novo real fictício ou mediático.

Não vemos o ciberespaço como substituidor do real vivido e compartilhado, da cultura que emerge do cotidiano. Mas, como potencializador, como renovador deste laço social que foi sendo fragmentado pelas mídias tradicionais. Não como elemento de contato virtual e de isolamento da convivência social, mas como local de expressão e de debate desta realidade, de articulação social e da busca de sua mudança dentro de uma perspectiva mais coletiva.

É nesse sentido que acreditamos na possibilidade da emergência de ciberespaços públicos parciais de debate e embate, como vetores da discussão racional de classes, setores e temáticas sociais, auxiliando em suas coesões e também na explicitação e publicização dos conflitos. Ciberespaços de encontro de qualidades e identidades humanas, de inteligências coletivamente construídas.

Reconhecemos estes ciberespaços como real potencial, não como real realizado. Entre um e outro está um caminho difícil de luta em tomo de qual arquitetura se estruturará o ciberespaço.

Não nos inscrevemos entre aqueles que se deslumbram com estas possibilidades, a ponto de perder conexão com o real das demais dimensões sociais, nem entre aqueles que encaram com

profundo ceticismo a emergência deste novo espaço.

Assim como as demais técnicas, ao longo da história, existe e existirá luta pela apropriação desta nova dimensão. Se a conseguirmos coletiva, e este é nosso objetivo, descortinaremos múltiplas possibilidades.

## V - Algumas conclusões

Vimos que existe uma crise ampliada pela globalização, crise que aprofunda a exclusão social e que revela a fragilidade da representação e das instituições ocidentais como referência de democracia. A receita de democracia parlamentar, exportada para o mundo todo, não dá conta da garantia de direitos iguais para os diferentes, mais que isso, aprofunda, através da dinâmica global, o distanciamento do poder decisório da realidade cotidiana vivida e compartilhada pela população.

Apesar do intento de fazer das mídias tradicionais espaços para coesão social, espaço público único, a experiência vivida, a cultura dos grupos, subsistem e resistem, contrapondo ao espaço mediático oficial o real vivido.

Os espaços públicos parciais apresentam-se ainda muito apartados, sem explorarem seu potencial de identificação como forma de amplificar sua força nos espaços de embate.

Nessa ambiência social, a área manifesta de contradição é a da cultura, mas esta aparece como expressão dinâmica e real das estruturas ideológicas, mais rijas e menos visíveis. A contradição concreta apresenta-se em termos de cultura, mas sua raiz está no ideológico.

As novas tecnologias geraram uma nova dimensão social, chamada ciberespaço, que está em processo de definição de sua arquitetura, em tomo da qual existem conflitos manifestos.

Vemos que este ciberespaço pode ser o “local” da renovação dos laços sociais, de novos espaços públicos parciais e da articulação deles entre si.



Mais. Vimos que por suas possibilidades técnicas, a depender de sua arquitetura, o ciberespaço pode ambientar o embate, praticamente inexistente nas mídias tradicionais, entre as classes e setores da sociedade, que têm interesses distintos e, muitas vezes, antagônicos.

Este caminho permite às pessoas atuarem como sujeitos sociais através do ciberespaço, a partir de sua cultura local e vivida, na dimensão do regional, nacional e do global.

Além da definição da arquitetura do ciberespaço nos termos que defende-

mos, é preciso também universalizar o acesso a essa dimensão; garantir educação digital a toda a população; dar condições de produzirem e colocarem para “navegar” seus conteúdos; estabelecer vetores de identidades que gerem redes dentro da rede.

Esta deontologia da arquitetura e do funcionamento do ciberespaço não tem a pretensão de superar os problemas existentes e evidentes de nossa formação social contemporânea, mas procura abrir brechas, trilhas, que podem ajudar a encontrar caminhos novos e consistentes.

### Bibliografia do artigo

- FILHO, Ciro Marcondes. **Jornalismo fin-de-siècle**. Ed. Scritta, São Paulo, 1993.
- GOMES, Wilson. **Esfera pública e media -II**. VII Compós, São Paulo, 1998.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera Pública**. Ed. Biblioteca Tempo Brasileiro, n. 76. Rio de Janeiro, 1984.
- HABERMAS, Jürgen. **O espaço público, 30 anos depois**. Caderno de Filosofia e Ciências Humanas. Ano VII, n.12, abril de 1999. Unicentro, Belo Horizonte.
- IANNI, Octávio. **O príncipe Eletrônico**. Primeira Versão, 78 - IFCH/Unicamp, Campinas, 1998.
- LEMONS, André L.. **As estruturas antropológicas do Cyberespaço**. FACOM/UFBA, julho 1996.
- LÉVI, Pierre. **O que é o virtual?**. Editora 34, São Paulo, 1997.
- LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. Editora 34, São Paulo, 1995.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**. Ed. UFRJ, Rio de Janeiro, 1997.
- MIÈGE, Bernard. **O espaço público: perpetuado, ampliado e fragmentado**. Revista Novos Olhares, n. 3, 1999. USP, São Paulo.
- SOSA, Mauro Wilton. **A recepção sendo reinterpretada**. Revista Novos Olhares, n.1. USP, São Paulo, 1998.

