

Internet, Democracia e República

José Eisenberg

A Internet exerce um crescente fascínio sobre as culturas humanas. A academia e a indústria do entretenimento a descobriram há mais de uma década, em uma época na qual os militares já a utilizavam para preparar guerras. Enquanto cientistas de todo o mundo se maravilhavam com os novos recursos de pesquisa e comunicação acadêmica introduzidos pela rede mundial de computadores, Atari, Sony e outras empresas japonesas utilizavam-se dela para entreter um público jovem que permaneceria em casa à frente da tela jogando seus RPGs (*Role-playing Games*) prediletos, só que agora seus inimigos eram outros seres humanos em localidades distantes. Ironicamente, o general Norman Schwarzkopf, líder das forças aliadas na guerra do Iraque, anunciava para o mundo: “This is not a Nintendo game”.

As grandes corporações do capitalismo internacional demoraram um pouco mais para atinar aos efeitos benéficos da Internet nas suas atividades de comércio. Enquanto elas estudavam maneiras de tornar suas transações financeiras seguras no novo ambiente eletrônico de comunicação, pequenos empreendedores arriscaram e tornaram-se os pioneiros do *e-commerce*. Hoje, as ações de empresas como a Yahoo! e a

DADOS – *Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, Vol. 46, nº 3, 2003, pp. 491 a 511.

Amazon.com valem infinitas vezes mais que os investimentos feitos por seus jovens fundadores. Mas a economia financeira hoje domina o capitalismo, e, na medida em que a informação é o principal bem comercializado, o *e-commerce* tende a se expandir e consolidar como principal meio de realizar transações. Navegantes, *cowboys*, bandeirantes e aventureiros são os primeiros a chegar às novas fronteiras da expansão, mas não nos iludamos sobre quem são os verdadeiros conquistadores.

Enquanto isso, um número cada vez maior de pessoas comprava computadores pessoais. Foram 38 anos até que o rádio atingisse 50 milhões de usuários no mundo e 16 para que o computador atingisse o mesmo número. A televisão levou 13 anos, e a Internet somente 4. Hoje, aproximadamente 2,4% da população mundial usa a rede mundial de computadores (Internet).

Seja para a comunicação pessoal ou institucional, com fins lúdicos, profissionais ou estratégicos, seja para o comércio eletrônico, como atividade-fim ou atividade-meio, a Internet é um novo meio de comunicação, uma nova mídia, que com certeza está aí para ficar. Ela não substituirá a carta, o telefone, o rádio e nem mesmo a televisão. Ela junta-se a todos estes outros meios na escalada conjunta dos avanços tecnológicos do capitalismo e das formas de vida que acompanham o seu desenvolvimento. Mas se a consolidação do impacto da Internet sobre as interações privadas e sobre as atividades do mercado globalizado já é visível, menos claro é o impacto que ela terá sobre atividades e interações com fins públicos. Qual será o impacto da Internet sobre a vida política das sociedades contemporâneas? Como ela afetará a organização do Estado e da sociedade civil, e as atividades de representação e participação cívica associadas a estes espaços políticos?

Pouco a pouco vão aparecendo novos experimentos sobre o uso da nova mídia para fins políticos – votações via Internet, propaganda política na rede, redes virtuais de movimentos sociais organizados etc. –, mas o quadro geral ainda permanece obscuro e indefinido. Se por um lado esta indefinição preocupa o cientista social ocupado com fatos empíricos, já que neste caso os contornos do objeto ainda não estão claros, é precisamente esse grau de incerteza que impõe a necessidade de uma reflexão pragmática e normativamente orientada para possíveis impactos da Internet, positivos e negativos, sobre a democratização das sociedades contemporâneas. Talvez ainda seja cedo

demais para tentar formular uma teoria política da Internet, mas se esperarmos mais um pouco, dada a velocidade dos desenvolvimentos nesse campo, talvez amanhã seja tarde demais.

Antes de assentar a fundação e os primeiros blocos dessa reflexão, precisamos limpar o terreno das muitas ervas daninhas que nele cresceram. Boa parte da literatura produzida na última década sobre a Internet está orientada (ou obcecada?) por uma reflexão filosófica que confere ao novo meio de comunicação o estatuto de agente revolucionário, capaz de transformar a própria condição humana. Herdeiras de um arcabouço conceitual obscurantista que mistura o jargão da cibercultura com o nominalismo pedante de certas vertentes da filosofia francesa contemporânea, estas reflexões pós-modernas pouco contribuem e em muito atrapalham a construção de um conhecimento fecundo sobre a Internet que possibilite a formulação de novos questionamentos teóricos e novas instituições sociais. Este artigo se orienta da premissa de que é preciso pensar como a Internet se insere no projeto inacabado da modernidade, e não como ela sinaliza ou cristaliza o inexorável fim daquele projeto. E antes que possamos fazer essa reflexão, precisamos questionar dois conceitos que ganharam ampla popularidade nos estudos sobre a Internet: o de ciberespaço e o de aldeia global.

CIBERESPAÇO? DA ONTOLOGIA DO VIRTUAL À FENOMENOLOGIA DA VIRTUALIZAÇÃO

O ciberespaço não existe. O *dataspace* virtual de que falava William Gibson em *Neuromancer*, o livro em que cunhou o termo, nada tem a ver com os espaços de interação social que se utilizam dos meios de comunicação eletrônica da Internet. O aparecimento de dados no *dataspace* – comparado às luzes da cidade, às estrelas do céu – constituía uma grade regular de objetos virtuais em um espaço infinito, e, para acessar estes objetos, os usuários utilizavam a interface de seus computadores. Suas operações nesse mundo virtual, portanto, eram movimentos em um espaço infinito, e Gibson descreve-os com os mesmos recursos lingüísticos utilizados pelas ficções científicas de navegação interestelar e pelos romances do faroeste americano (lembramos que os operadores do ciberespaço de Gibson são, afinal de contas, *cowboys*). Como toda boa ficção científica que cria um novo mundo, a persuasão do elemento fantástico de *Neuromancer* depende de uma hesitação permanente entre realismo e irrealismo da narrativa.

O realismo, no caso do ciberespaço de Gibson, é construído através das metáforas do desbravamento por territórios desconhecidos.

Os operadores da Internet, conhecidos hoje como internautas, não vão a lugar algum enquanto navegam na rede. Ainda que boa parte das metáforas utilizadas pelos próprios internautas para explicar suas interações via Internet guarde semelhanças com as metáforas espaciais de Gibson, a Internet não constitui um espaço. Visitar uma *homepage* não é visitar alguém em sua casa; afinal, ninguém está lá para recebê-lo. Participar de um *chat* também não é ir a um boteco, onde você jamais se senta à mesa de desconhecidos para discutir um tema qualquer. Em suma, parece haver algo de seriamente equivocado em conceber a Internet como um espaço. Pelo contrário, na medida em que interações humanas via Internet são completamente independentes de “onde” você está, devemos dizer que nela essas interações são desterritorializadas¹.

O que é virtual? A definição de virtual tem sido tema de extenso debate na filosofia contemporânea francesa, destacando-se os trabalhos de Gilles Deleuze (1994), Jean Baudrillard (1995) e Pierre Lévy (1996). Estes autores convergem em sua preocupação em desmistificar a relação que haveria entre o virtual e o real. O virtual não se opõe ao real, pois ele também é real, ainda que não seja atual. Similar à definição oferecida por Pierre Lévy, o termo “virtual” é definido no *Dicionário Aurélio* como aquilo “que existe como faculdade, porém sem exercício ou efeito atual; que é suscetível de se realizar, potencial; [ou ainda, na filosofia, aquilo] que está predeterminado e contém todas as condições essenciais à sua realização”. De acordo com Lévy, ainda que o virtual seja algo que existe como faculdade mas que não é atual, devemos distinguir entre o virtual e o potencial, confundidos pela filosofia escolástica. Enquanto o potencial contém as condições de sua realização (logo o potencial se opõe ao real), o virtual é um complexo problemático indefinido cuja atualização depende de circunstâncias que lhe são exteriores. Se o potencial mantém uma relação lógica com o real, o virtual mantém uma relação histórica com o atual: “Por um lado, a entidade carrega e produz suas virtualidades [...]. Por outro lado, o virtual constitui a entidade.” (Lévy, 1996:16). Lévy ilustra esse argumento com o exemplo da semente, que seria uma árvore virtual, mas não em potencial, pois sua atualização como árvore depende de contingências, externalidades que sua essência não contém.

Do que consiste, então, um espaço virtual? Se seguirmos à risca a definição de Lévy, temos que um espaço virtual é aquele cuja atualização depende de circunstâncias que lhe são exteriores. Se existe algo chamado ciberespaço, pergunto, ele é a árvore virtual de que semente e de que externalidades da semente? Os defensores do ciberespaço caem muito facilmente nessa armadilha lógico-retórica, e é o próprio Lévy quem tenta uma solução para esse dilema. Além da atualização de entidades virtuais, existiriam processos inversos de “virtualização” do atual. Lévy cita o exemplo de uma empresa que se virtualiza ao abandonar a organização espacial de suas atividades para adotar estratégias de teletrabalho. Ainda que não possamos negar a transformação radical das rotinas de trabalho introduzidas por essa “virtualização”, deixaria a empresa de ser atual por não ter um espaço físico que define sua territorialidade? Em uma formulação convoluta, Lévy argumenta que o principal efeito da virtualização é “um deslocamento do centro de gravidade ontológico do objeto considerado” (*idem*:17-18). Não há dúvida que a posição geográfica da empresa que se torna virtual decresce muito, mas, do ponto de vista ontológico, não me parece que o centro de gravidade da empresa tenha mudado. Este centro nunca foi sua localização física no espaço, e o conjunto de departamentos, postos de trabalho, livros de ponto que constitui a sua sede. No capitalismo, o centro de gravidade ontológico da empresa sempre foi o lucro, que por sua vez pode ser descrito como a atualização de algo que pode ser legitimamente designado de virtual, qual seja, a posição da empresa no mercado.

Assim, ainda que os conceitos de “virtual” e “virtualização” possam ser úteis para compreender alguns fenômenos associados à Internet, eles não devem ser tomados como vetores de uma transformação radical perpetrada pela rede nem como produtores de um novo espaço desterritorializado. O próprio significado da palavra espaço fica esvaziado quando adjetivado dessa maneira. A explicação para esse conjunto de equívocos associados ao termo ciberespaço se encontra em uma fixação ontológica que leva os seus defensores a buscar uma maneira de reificar e delimitar um objeto cuja existência e especificidade seriam, de alguma maneira, uma essência distinta dos objetos que compõem o mundo atual. Uma biblioteca virtual, por exemplo, não apresenta nenhuma diferença essencial, ontologicamente determinada, de uma biblioteca comum, já que continua sendo um lugar para encontrar livros. O que a torna uma biblioteca *virtual* é o fato de a

sua atualização na forma de consulta depender de circunstâncias que lhe são exteriores, quais sejam, que o internauta encontre o *site* da biblioteca e faça o *download* do arquivo que contém o livro que procura. Depende também de o arquivo estar em um formato que os aplicativos possuídos pelo internauta saibam ler. Enquanto a biblioteca comum é atual pois os livros a serem consultados são atuais e se encontram na biblioteca, a biblioteca na Internet é virtual porque seus livros são virtuais. A diferença entre o virtual e o atual, portanto, é menos ontológica e mais fenomenológica, isto é, diz respeito à diferença entre a experiência concreta daquele que entra em uma biblioteca para consultar um livro e a experiência concreta daquele que entra em um *site* para o mesmo fim. O que muda é o fenômeno “consulta à biblioteca”. O mesmo pode ser dito com relação ao termo “virtualização”. A característica central do processo de virtualização é a desterritorialização, não a produção de um novo espaço. A virtualização da comunicação humana já estava presente, por exemplo, na comunicação telefônica, uma vez que a interação nesse caso é desterritorializada. O que muda na comunicação virtual, portanto, é o fenômeno “interação”.

O ciberespaço não existe, portanto. Do ponto de vista ontológico, a Internet não cria nada de novo que não existisse antes a não ser ela mesma, uma rede mundial de computadores conectados eletronicamente, com diversos instrumentos de comunicação humana, modificando as interações já existentes e abrindo um novo conjunto de interações antes impossíveis. Do ponto de vista fenomenológico, por outro lado, a Internet altera de inúmeras maneiras as experiências de interação humana, e muitas dessas transformações estão associadas ao processo de virtualização associado a este meio. No tênue limite que separa a realidade da ficção científica, é até possível conceber que, no futuro próximo, as tecnologias de realidade virtual [VR] desenvolvam-se a ponto de permitir que duas pessoas distantes uma da outra efetivamente se encontrem em uma sala virtual e tenham todo tipo de experiência associada à interação face a face. Mas esse é um problema para os cientistas da informática e não (pelo menos ainda não) para os cientistas sociais. Hoje, a virtualização operada pela Internet é mais bem compreendida se divorciada do esforço de constituir esse novo objeto georeferenciado chamado ciberespaço.

Em particular, quando olharmos para a relação entre Internet e política, veremos que o interessante sobre esta relação é a virtualização e

desterritorialização que ela implica e o fato de a política ser inerentemente um complexo de interações humanas necessariamente territorializada. Não existe uma política universal, mas somente uma política circunscrita a um determinado território. Ninguém pode pedir exílio no ciberespaço se ficar insatisfeito com a política de seu país. Como então pensar que a política possa se virtualizar, ou mesmo utilizar-se de recursos eletrônicos ou virtuais?

A “GLOBAL VILLAGE”? INTERNET, TERRITORIALIDADE E POLÍTICA

Um termo comumente utilizado para analisar politicamente a Internet é a expressão *global village* (aldeia global). Os recursos interativos da Internet, ao aprofundar a interação cotidiana entre pessoas distantes umas das outras – um processo característico do desenvolvimento mais geral das telecomunicações neste século – diminuem a distância efetiva entre as pessoas, aproximando-as e dando a impressão de vivermos em uma enorme aldeia composta por todos os internautas do planeta. Por um lado, a agilidade, o custo reduzido e os novos recursos comunicativos das interações via Internet, quando aliados à impessoalidade característica da comunicação eletrônica, incentivam as pessoas a expandirem suas redes de interação cotidiana para além do círculo de pessoas com quem normalmente se comunicavam através de contatos ao vivo, por telefone ou por cartas. Por outro lado, essas novas interações via comunicação eletrônica tendem a ser mais horizontais em decorrência da ausência de enlaces institucionais as mediando. Dessa maneira, o globo terrestre parece tornar-se uma grande aldeia e, ao mesmo tempo, o círculo mais próximo de interações de cada pessoa se globaliza.

A expressão *global village* é de certa forma hiperbólica, já que a “aldeia global” não é nem tão global assim, sendo restrita aos países desenvolvidos e às elites dos países em desenvolvimento, nem tão aldeia assim, uma vez que os recursos horizontais de interação que supostamente conferem o seu aspecto comunitário são efetivamente controlados por instituições públicas e privadas que imprimem sobre ela regras e hierarquias bastante similares àquelas que estruturam a complexidade da vida urbana no mundo contemporâneo. Ainda assim, a expressão aponta para dois aspectos importantes das transformações introduzidas pelos meios de comunicação eletrônica².

Por um lado, na medida em que interações humanas de uma determinada pessoa deixam de ter referência na sua localização geográfica no planeta, as redes de interação social expandem-se para fora das unidades políticas territorialmente definidas pela organização do Estado moderno. Mas é importante lembrar que esse processo de internacionalização das redes de interação social já se encontrava presente de forma germinal no desenvolvimento do epistolário político a partir do começo da era moderna, e foi amplamente expandido com o desenvolvimento do telégrafo e da telefonia a partir do século XIX (ver Winston, 1998).

Por outro lado, a prolifera tematização dos debates públicos nas listas de discussão da rede parece simular a organização dos espaços públicos urbanos, onde as pessoas se encontram para discutir assuntos variados sem a mediação dos meios de comunicação de massa que marcam a nossa experiência urbana do pós-guerra. Em outras palavras, a Internet parece implantar mecanismos de debate que mantêm um certo grau de independência em relação às mediações impostas pela mídia, permitindo dessa maneira uma relativa recuperação de uma esfera pública nos moldes dos cafés e praças característicos do século XVIII, cujo declínio está vinculado ao desenvolvimento dos meios de comunicação de massa³.

A pergunta mais interessante, no entanto, não diz respeito à combinação do “global” e do “local” na instituição da Internet, e sim qual efeito – o global ou o local – é preponderante na construção da experiência de interatividade ocasionada pela Internet. Em outras palavras, a Internet faz com que o mundo globalizado tome a feição de uma aldeia, ou são as interações pessoais de cada um que se globalizam através dela? A aparente natureza retórica dessa pergunta ofusca um problema real que surge quando a enfocamos sob a perspectiva da vida política das sociedades modernas. Dado que a política no mundo moderno tem necessariamente referência em certas unidades territoriais, qual é o impacto da Internet sobre as organizações e formas institucionais da atividade política no mundo contemporâneo?

COMUNICAÇÃO, TÉCNICA E POLÍTICA

Partindo do pressuposto de que a sociedade não é meramente uma coleção de indivíduos nem uma coleção de instituições ou de estruturas (de que ela não é nem mesmo uma combinação *ad hoc* destas três

coisas), podemos afirmar que ela é redutível somente a uma infinita coleção de práticas humanas cuja especificidade é determinada pelas significações atribuídas a estas práticas. Práticas sociais, portanto, são sempre e necessariamente eventos comunicativos. Enquanto um conjunto infinito de comunicações, definidas como a síntese de três processos de seleção de significação (uterâncias – ou proferimentos –, informação e compreensão), a sociedade é constituída pela totalidade infinita de proferimentos atuais e possíveis (ver Foucault, 1972).

Falar de política significa falar de poder, e o primeiro fato fundamental nesse sentido é que o poder é um aspecto central de toda e qualquer comunicação social. O conceito de poder refere-se, por um lado, a um elemento negativo relacionado à prática de eliminação de alteridades na interação comunicativa. Ou seja, poder refere-se à prática unilateral de criação e/ou imposição de identidades. Mas poder também se refere, concomitantemente, a um elemento positivo gerador de novas alteridades. Ao impor identidades, o poder constrói novas alteridades entre aqueles que se comunicam. Seja do ponto de vista negativo ou positivo, o que importa é que o conceito de poder sempre se refere ao aspecto unilateral de interações comunicativas, e que esta unilateralidade é, ainda assim, sempre e necessariamente relacional, já que só pode consumir-se em práticas interativas de comunicação.

Portanto, ao mesmo tempo que o poder elimina e/ou produz alteridade, ele é gerado e/ou eliminado pela mediação recíproca da alteridade entre os partícipes da interação. Em oposição à unilateralidade do poder, a alteridade refere-se à reciprocidade presente em toda comunicação social, ou seja, ao nível de compreensão mútua a que visa toda interação lingüística. Toda uterância necessariamente busca, em algum nível, ser compreendida, e, nessa busca por compreensão mútua, um sujeito nunca pode ser transformado em idêntico a outro, já que a identidade absoluta entre os sujeitos e a compreensão que eles têm um do outro eliminariam a necessidade da comunicação. A definição aqui apresentada recusa produzir uma dicotomia entre atividades cognitivas de compreensão e atividades normativas de buscar fins. Em última instância, toda ação comunicativa é estratégica, pois visa um fim (compreensão mútua), e toda ação estratégica é comunicativa (pois requer compreensão mútua para a realização do fim proposto, caso contrário se torna violência, e não ação social)⁴.

No construtivismo epistemológico aqui proposto, portanto, os conceitos de poder e alteridade, enquanto os elementos centrais de toda comunicação, constituem o local da produção e reprodução de significações e, desta forma, aquilo que todo sujeito social processa, cognitiva e normativamente, nas suas interações sociais. Por um lado, o conceito de cognitividade descreve a habilidade que todo sujeito tem de apreender significações e de produzir construções internas (mentais) do mundo externo. O conceito de normatividade, por outro lado, refere-se ao fato de que esses sujeitos necessariamente “se recusam” a apreender certas significações nesse processo, pois a comunicação é não somente o ato de apreender a mensagem emitida, mas também o processo de determinar seletivamente aquilo que não precisa ou que não deve ser apreendido (Luhmann, 1988). Assim, sujeitos sociais são necessariamente sujeitos epistêmicos, já que o que os diferencia um dos outros são os processos de seleção de significações que eles realizam. O real é sempre imbuído de um “excesso de significações”; o que diferencia os sujeitos sociais em suas práticas são quais significações parciais eles escolhem apreender em suas interações com os outros (o reconhecimento da alteridade, portanto) e quais eles se recusam a apreender (o exercício do poder).

Agora, do ponto de vista do problema teórico colocado neste artigo – entender o impacto da Internet sobre a vida política das sociedades contemporâneas –, precisamos resolver como essa interpretação do problema da comunicação se adequa a uma compreensão do problema de sua mediação técnica. Necessitamos saber como a comunicação é afetada pela introdução de uma tecnologia de produção, transmissão e recepção de mensagens? John B. Thompson oferece uma lista de atributos dos meios técnicos de comunicação que nos ajudarão a responder essa questão.

O primeiro atributo da introdução da tecnicidade na interação comunicativa é a fixação das manifestações lingüísticas. O meio técnico permite que mensagens superem a efemeridade da uterância proferida oralmente. A fixação, portanto, é um atributo do meio técnico que substitui a memória, produzindo dessa forma um conjunto de registros da interação. Assim, do ponto de vista político, esta fixação inscreve a dialética entre poder e alteridade em uma luta pelos meios de fixação da mensagem, que podem agora ser manipulados politicamente por aqueles que detêm o acesso aos meios de fixação. Quando somente um dos interlocutores detém os meios de fixação de mensa-

gens, o aspecto estratégico (ligado ao elemento de poder) da comunicação social expressa-se de maneira mais saliente, já que um dos interlocutores pode utilizar-se do registro da mensagem enquanto o outro não. A capacidade de determinados sujeitos sociais em fixar suas mensagens, portanto, sempre esteve relacionada a um exercício de poder, pois permite que eles lembrem de suas comunicações, utilizando-se delas como recurso que outros não detêm. Por outro lado, se os meios técnicos de fixação são socialmente difundidos, o aspecto de compreensão mútua da interação social (o elemento de alteridade) sobrepõe-se, já que a fixação permite que todos lembrem do conjunto de mensagens proferidas publicamente e o acessem.

Por exemplo, pensem na escrita enquanto um meio de fixação. Em contextos nos quais somente determinados sujeitos sociais detêm o recurso da escrita, como no caso dos encontros do Novo Mundo, tal recurso rapidamente se converte em instrumento de poder, pois através dele os europeus podiam produzir um conhecimento etnográfico, dos povos que encontravam, que podia subseqüentemente ser transmitido aos novos colonos que chegavam à América. Já para as populações nativas, tal conhecimento do outro dependia da reprodução oral e, portanto, era mais efêmera e sujeita a reinterpretações, esquecimentos e perdas informacionais; para os europeus a escrita garantia a estabilidade das descrições do outro, que podiam assim ser mobilizadas para produzir estratégias de dominação.

O segundo atributo do meio técnico de comunicação é a reprodução, ou seja, sua capacidade em produzir diversas cópias de uma mesma mensagem. A reprodutibilidade da mensagem proferida confere ao emissor uma maior capacidade de difundir sua mensagem, pois pode proferi-la simultaneamente a muitos receptores. Como mostra Thompson, é esse atributo da tecnicidade da comunicação que está mais diretamente relacionado à sua comodificação, pois tem-se, afinal de contas, um ganho de escala. É este mesmo atributo, como mostrou Benjamin, que valoriza o original no contexto da mensagem com fins estéticos. Ainda que a reprodução esteja indubitavelmente conectada à mercantilização da comunicação, do ponto de vista político, o que nos interessa nesse atributo é novamente o problema de quem controla a reprodução. Se somente o emissor a controla, o elemento estratégico da comunicação social sobrepõe-se não somente à medida que ele pode reproduzir sua mensagem e emití-la em diversas direções e para diversos públicos, mas inclusive uma vez que ele-

ge não a reproduzir e dar acesso a ela para somente determinados sujeitos sociais. Mas se, por outro lado, é conferida ao receptor a capacidade de reprodução de mensagens, ela adquire um aspecto democratizante relacionado à denúncia, à disseminação de informação etc. Em suma, do ponto de vista político, a reprodução técnica da comunicação intervém no nível da difusão e coloca, portanto, questões relativas a quem a controla. A reprodução, desta perspectiva, é um instrumento que opera no nível do controle e da dispersão de mensagens.

Os atributos da fixação e da reprodução estão intimamente ligados ao terceiro atributo – o do distanciamento espaço-temporal ocasionado pelo meio técnico. Este distanciamento é espacial na medida em que permite que proferimentos viajem pelo espaço sem o deslocamento do emissor (pensem na carta, no rádio, ou mesmo no megafone). Este distanciamento é temporal, por outro lado, tendo em vista que a mensagem pode ser fixada, emitida e recebida em momentos diferentes (pensem na impressão e na gravação, por exemplo). Do ponto de vista político, este distanciamento espaço-temporal amplia bidimensionalmente a comunidade comunicativa. Dele depende a própria formação do Estado nacional enquanto espaço político, assim como o estabelecimento de uma cultura política que possa ser temporal e historicamente definida como “nossa” nessa comunidade. O distanciamento espaço-temporal opera, portanto, no nível da ampliação e redução dos horizontes de identificação da comunidade política.

Por fim, o meio técnico, na medida em que codifica mensagens em uma nova linguagem, requer dos receptores capacidades cognitivas diferentes daquelas associadas à compreensão da comunicação oral. Enquanto a compreensão oral de uma língua resulta do inexorável processo de socialização lingüística, a compreensão dos códigos do meio técnico requer uma socialização específica. Assim, a fixação opera no nível da inclusão ou exclusão de sujeitos dos processos comunicativos, tendo em vista que eles são ou não socializados na técnica em questão. Hoje mesmo, o que é o analfabetismo a não ser um mecanismo de exclusão social corroborado por uma apropriação privada dos mecanismos de fixação controlados em sua grande maioria por instituições privadas de ensino?

Chegamos, dessa forma, ao Quadro 1:

Quadro 1
Técnica e Política

Atributo do Meio Técnico	Dinâmica Política	
	Poder/Estratégia	Alteridade/Comunicação
Fixação	Esquecimento	Memória
Reprodução	Controle	Dispersão
Distanciamento Espaço-temporal	Redução	Ampliação
Competências Cognitivas	Exclusão	Inclusão

Quando analisamos as diferentes mídias dessa perspectiva, descobrimos que é impossível julgar a politicidade delas com chaves binárias progressista ou conservadora. Todas contêm ambigüidades do ponto de vista de seu impacto democratizante:

Quadro 2
Políticas e Mídias

Atributo x Média	Imprensa	Rádio e TV	Internet
Fixação	Alta/Memória	Baixa/Esquecimento	Alta/Memória
Reprodução	Lenta/Controle	Rápida/Dispersão	Rápida/Dispersão
Distanciamento Espaço-temporal	Pequeno/Redução	Grande/Ampliação	Grande/Ampliação
Competências Cognitivas	Alta/Exclusão	Baixa/Inclusão	Alta/Exclusão

Essa análise da relação entre a técnica e a política dos meios de comunicação ficaria incompleta, no entanto, se não introduzíssemos também o fato de a política no mundo contemporâneo ser, antes de tudo, um conjunto de interações sociais mediadas por instituições responsáveis pela produção e difusão da informação que é considerada pública. Em outras palavras, a mídia não é meramente uma técnica constituinte de um setor do mercado capitalista, ela é um conjunto de agentes político-estratégicos responsáveis pela produção e difusão de informação. Existem dois caminhos possíveis de investigação para o problema dessa relação social entre mídia e política. O primeiro é atentar para o modelo privatista de organização da indústria dos meios de comunicação de massa. Este caminho implica compreender os mecanismos pelos quais a atividade política se torna dependente desse mercado e como processos políticos são afetados, portanto, pelas escolhas e posições políticas tomadas pelos agentes que o controlam.

Por causa de seu papel dentro da produção e difusão da informação pública, os agentes que controlam a mídia não são meros grupos de pressão comparáveis a outros setores de mercado. Sua posição estratégica implica em ela ter uma posição *vis-à-vis* o Estado que só é comparável a outros setores estratégicos privados como, por exemplo, a indústria bélica. Ainda assim, enquanto a posição estratégica da indústria bélica é definida por seu papel em eventos esporádicos, ainda que cruciais, da vida política – afinal não nos encontramos frequentemente em guerra ou em situações de convulsão social que requerem o uso das forças armadas –, a posição estratégica da indústria de mídia é marcante no cotidiano da política.

Esse caminho de investigação que atenta para a interação entre atores e instituições da mídia e atores e instituições políticas é crucial para uma compreensão do impacto da Internet sobre as democracias contemporâneas. Precisaríamos analisar os padrões econômicos de formação da indústria de Internet e o espaço que ela vem ocupar na miríade de meios de comunicação que compõem o campo midiático.

Mas é possível trilhar ainda um segundo caminho. A apropriação social de um meio de comunicação é determinada não somente pela política feita por aqueles que controlam o meio, mas também por características técnicas das formas de comunicação permitidas por ele. Penso que a melhor forma de trilhar esse caminho da perspectiva da Internet é tomar como ponto de partida a relação entre tecnicidade e politicidade no caso daquele meio de comunicação que ocupa hoje o centro do campo midiático, qual seja, a televisão.

O fato de a televisão ser a última inovação de impacto nas tecnologias de mídia antes da Internet não é meramente um problema de antecedência histórica em uma linha evolutiva de meios de comunicação. Enquanto o último grande veículo antes da Internet, a TV é o meio que formata e determina o que a comunicação eletrônica via Internet faz ou deixa de fazer. É em referência à televisão – imitando-a ou distanciando-se dela – que o modelo de comunicação da Internet se institui.

O desenvolvimento do cinema, que, como todos sabem, nada mais é do que uma técnica de projeção de fotografias sucessivas exibidas em uma velocidade que simula movimento, dotava o homem na capacidade de produzir reproduções do mundo visível que combinava, na

expressão de Gilles Deleuze, imagem e movimento. Podemos, portanto, dizer que o cinema foi a primeira mídia a realizar uma virtualização completa do mundo da luz. Os olhos, filtrados pela lente da câmera, têm acesso a uma projeção bidimensional de eventos reais captados pelo cinegrafista. A utilização desses novos recursos técnicos a princípio esteve vinculada à indústria do entretenimento, e rapidamente esta desenvolveu técnicas (movimentos de câmera, cortes, planos e contraplanos) que passavam à audiência a impressão de que ela testemunhava fatos verídicos. A indústria do jornalismo não demorou a descobrir a nova técnica, e o século XX ficou marcado, portanto, pelo jornalismo audiovisual. A televisão é hoje a lente do mundo. Ela nos dá acesso às imagens do que acontece em lugares em que não estamos. Como a fotografia, ela é reprodutível, suas imagens podem ser copiadas e mostradas inúmeras vezes.

O jornalismo televisivo, portanto, é o principal instrumento de virtualização do mundo contemporâneo, pois nele todo evento captado por uma câmera em algum lugar do mundo é desterritorializado. A guerra contra Bin Laden ocorre dentro da nossa casa, diante dos nossos olhos, sem nenhum dos riscos associados a estar no campo de batalha. Candidatos a cargos públicos fazem comícios, sem qualquer necessidade de irmos à praça pública ouvir seu discurso. Em suma, na televisão, o mundo real da política, territorializado, torna-se virtual, desterritorializado.

A desterritorialização da interação social perpetrada pela televisão tem características específicas associadas à tecnicidade do meio. É verdade que muitas delas originaram no rádio a primeira técnica de comunicação de massa, em que uma única mensagem produzida atingia muitos receptores simultaneamente. Mas erram aqueles que supõem que todas as grandes transformações da política perpetradas pelos meios de comunicação de massa ocorreram com o rádio, ainda que não seja possível retirar desse meio um papel central na produção de uma nova forma de interação social que alterou significativamente a relação entre discurso político e sua audiência (Graham, 1999:36-37). Existem outras transformações da política perpetradas pela televisão que são específicas ao meio audiovisual que, ou se originaram com o cinema, como a produção de um espaço físico interno à tela, o estúdio ou a locação, ou são originárias do próprio meio tele-

visivo, na medida em que esse espaço cinematográfico é deslocado para o “território” da casa. Em suma, qual é a natureza da virtualização na comunicação televisiva? Como esta virtualização se relaciona àquela da Internet, e como a tecnicidade do meio televisivo determina a politicidade do campo midiático por ela dominado e do qual, devemos lembrar, a Internet é apenas, pelo menos ainda, um elemento periférico?

John B. Thompson propõe o conceito de quase-interação mediada para descrever a politicidade da televisão enquanto meio de comunicação de massa (Thompson, 1995, cap. 3). Este conceito é produzido no contexto de uma tipologia tripartite de formas de interação, definida pelo tipo de mediação existente. Primeiro, temos interações que não são mediadas tecnicamente, o que Thompson denomina, seguindo E. Goffman, de interação face a face. Esta forma de interação é caracterizada pela co-presença dos interlocutores, pela dialogicidade de suas trocas lingüísticas, já que todos são, simultaneamente, produtores e receptores de mensagens, e pela multiplicidade de formas simbólicas que, combinando oralidade e teatralidade, operam na produção de significação.

O segundo tipo de interação é aquela que é mediada por algum meio técnico, como no caso da carta ou do telefone. Essa mediação da interação implica três deslocamentos simultâneos em relação aos atributos da interação face a face. Em primeiro lugar, ocorre o que descrevemos acima como desterritorialização (ou virtualização) da interação, na medida em que a co-presença dos interlocutores é substituída pela comunicação a distância. Em segundo lugar, ainda que a interação continue sendo dialógica (todos os envolvidos são produtores e receptores de mensagens), ela deixa de ser sincrônica, havendo sempre um hiato entre o momento da produção e da recepção da mensagem, ainda que no caso da televisão este hiato seja reduzido quase a ponto de simular a simultaneidade da interação face a face. Por fim, na medida em que se introduz o meio técnico, perde-se a multiplicidade de formas simbólicas na produção da significação, já que toda a teatralidade desaparece da produção da significação.

A quase-interação mediada é definida por Thompson a partir desses dois outros tipos de interação. Assim como a interação mediada, ela supõe desterritorialização e perda de sincronia. Diferente da intera-

ção mediada, no entanto, a quase-interação mediada permite a comunicação um a muitos, em oposição à comunicação um a um das duas outras formas de interação, e o conseqüente anonimato dos receptores da mensagem. A televisão, assim como o rádio, é uma forma de quase-interação mediada – ou seja, é um meio de comunicação de massa – tendo em vista que ela é um meio de difusão de informações produzidas por um sujeito político (um órgão de imprensa), que são dirigidas simultaneamente a uma enorme audiência.

Esta interação um a muitos, em oposição à interação um a um da carta com destinatário definido, está associada ao surgimento do jornalismo de massa do século XIX. Com a formação e consolidação dos estados nacionais, com territórios englobando inúmeras localidades e populações que falam uma mesma língua, surgem os meios de comunicação de massa. Mas o jornal, pela própria dificuldade de difusão física do material impresso, tende a dirigir-se a públicos locais, e não nacionais, fato este evidenciado pelos poucos jornais mundo afora que conseguiram estabelecer-se como veículos nacionais de mídia (no Brasil, temos na melhor das hipóteses dois ou três jornais nacionais, não?). A comunicação de massa, portanto, consolida-se com o surgimento da radiodifusão, que pode prescindir de meios físicos para transmitir a mensagem. O fato de o produtor da informação comunicar sua mensagem a um enorme conjunto de destinatários implica que esta mensagem, para ser compreendida, precise ser dirigida a um destinatário médio, ou seja, o “um” que comunica simultaneamente aos “muitos” deve padronizar e adequar a informação para que o máximo de pessoas de seu público-alvo a compreenda. Este nivelamento tende a dar-se por baixo, isto é, a mensagem televisiva, assim como a mensagem radiofônica, utiliza-se de um vocabulário simples e direto, compreensível à maior parte da audiência.

Mas a característica mais importante da quase-interação mediada que define a televisão é a separação radical que esta introduz entre a produção e a recepção da informação que ela circula. E o que a Internet faz é reintroduzir a possibilidade da interação mediada e proliferar a capacidade de produção. Entender o impacto da Internet (real, já existente, e potencial, normativamente orientado à democratização) é entender como essas duas características que a diferenciam da televisão definem o espaço que ela vem ocupar no campo midiático.

As principais inovações da Internet em relação à televisão podem ser compreendidas a partir do Quadro 3.

Quadro 3
Interação na Internet

	Interação Mediada	Quase-interação Mediada
Um a um	ICQ (simultânea) <i>E-mail</i> (não-simultânea)	N/A
Um a muitos	<i>Chat-Room</i> (simultânea) Lista de Discussão (não-simultânea)	<i>Spam</i> (receptor passivo) <i>Site</i> (receptor ativo)

Enquanto forma de quase-interação mediada, a Internet representa uma importante inovação em relação à televisão pelo fato de permitir uma proliferação de produtores de mensagens. Enquanto os fatores da produção televisiva se agregam em um complexo financeiro e infra-estrutural que praticamente determina a natureza oligopolista da exploração econômica do meio, os fatores da produção de *sites* na Internet são infinitamente mais baratos e menos complexos, permitindo, portanto, uma ampliação estrondosa da capacidade de produção de mensagens na forma de sites por parte de indivíduos e pequenas corporações.

Todavia, são os mecanismos de interação mediada que a Internet possibilita – listas de discussão e *chatrooms* – que têm (e podem vir a ter) um impacto mais profundo sobre a política. Por quê? Porque possibilitam a ampliação dos fóruns a públicos de debate e discussão, no sentido habermasiano da discussão da ampliação da esfera pública.

O problema, no entanto, como aponta Cass Sunstein (2001) em seu livro *Republic.com*, é que os ideais de participação e deliberação que definem um conceito de esfera pública requerem, do ponto de vista da circulação de informação, que os cidadãos sejam expostos não somente à informação e a cidadãos com os quais eles escolhem interagir, mas também a informações e pessoas inesperadas. Parte do papel positivo exercido pelos meios de comunicação de massa consiste precisamente em produzir essas informações e permitir os encontros inesperados, gerando, dessa forma, um caldo de informações e argumentos que estão igualmente disponíveis a todos os cidadãos, independente de suas redes particulares de interação social. O problema da

Internet, desta perspectiva, é que ela produz uma individualização excessivamente radical dos mecanismos de filtragem de informações, argumentos e encontros. Essa particularização dos filtros implica um potencial de “guetização” (fragmentação) social. Do ponto de vista republicano, talvez o aspecto mais grave da questão seja que esta fragmentação social é acompanhada de uma diminuição do estoque de debates políticos que são travados em termos de bens públicos, e de uma diminuição das liberdades cívicas, já que ser livre não é somente a possibilidade de formar e satisfazer preferências sem interferência, mas de formá-las e satisfazê-las depois de uma exposição pública satisfatória à informação e aos argumentos relevantes a tais escolhas.

Enfim, para usar uma metáfora sugerida pelo próprio Sunstein, a Internet e os discursos de soberania do consumidor que acompanham o seu desenvolvimento podem eventualmente desembocar em um cenário no qual cada um de nós, em vez de ler um jornal ou assistir a um telenoticiário comum, leremos o nosso *Daily Me* na Internet, um diário de notícias totalmente costumizado às minhas preferências e que, do ponto de vista republicano, implicaria uma drástica redução do espaço público e de seu vigor enquanto lócus de convivência de diversidades e de produção de bens comuns.

Como ocorreu com todos os outros meios de comunicação que antecederam à Internet, o que existe é uma batalha política em curso pela definição dos padrões de apropriação do meio. E ainda não sabemos se será a soberania do consumidor ou a soberania do cidadão que será privilegiada nesse processo. Nos casos do rádio e, particularmente, da televisão, nós sabemos o que aconteceu.

(Recebido para publicação em junho de 2003)

NOTAS

1. Algo que é verdade, diga-se de passagem, em interações humanas via telégrafo ou telefone.
2. Vale notar que este desenvolvimento da idéia de aldeia global já estava presente no contexto da mídia televisiva. (In)feliz coincidência que a TV Globo tenha usado tal *slogan*. Para uma análise da aldeia global introduzida pela TV ver Graham (1999:34).
3. Este é o argumento, já clássico, elaborado por Jürgen Habermas (1984).
4. Percebam que essa definição de comunicação enquanto poder + alteridade aproxima-se da definição habermasiana por um lado, mas distancia-se em um importante aspecto. Habermas divide atos de fala em ação comunicativa e ação estratégica, referindo-as respectivamente a atos de fala que buscam entendimento mútuo e a atos de fala que buscam realizar objetivos (ver Habermas, 1987).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, Jean. (1995), "The Virtual Illusion or the Automatic Writing of the World". *Theory, Culture & Society*, vol. 12, nº 4, pp. 97-107.
- DELEUZE, Gilles. (1994), *Difference and Repetition*. London, Athlone.
- FOUCAULT, Michel. (1972), *The Archeology of Knowledge*. New York, Pantheon Books.
- GRAHAM, Gordon. (1999), *The Internet: A Philosophical Inquiry*. London, Routledge.
- HABERMAS, Jürgen. (1984), *A Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro, Tempo Universitário.
- . (1987), *Theory of Communicative Action*. Boston, Beacon Press, vol. 2.
- LÉVY, Pierre. (1996), *O que É o Virtual?*. Rio de Janeiro, Editora 34.
- LUHMANN, Niklas. (1988), "The Unity of the Legal System", in G. Teubner (ed.), *Auto-poietic Law: A New Approach to Law and Society*. Berlin/New York, Walter de Gruyter.
- SUNSTEIN, Cass. (2001), *Republic.com*. Princeton, Princeton University Press.
- THOMPSON, John B. (1995), *The Media and Modernity*. Stanford, Stanford University Press.
- WINSTON, Brian. (1998), *Mídia, Technology and Society: A History from the Telegraph to the Internet*. London, Routledge.

ABSTRACT

Internet, Democracy, and the Republic

This article proposes both a critique of the principal watersheds in philosophical interpretation of new information and communication technologies (ICTs) and a political theory of social communication that is capable of comprehending the impact of such technologies on contemporary societies. The principal argument is that we are experiencing a political and intellectual struggle over the forms of appropriating electronic communications media, and that the search for democratization of these media requires a reformulation of some central principles in the political theory of social communication and its relationship to democratic theory.

Key words: Internet; political theory; democracy; Republic

RÉSUMÉ

Internet, Démocratie et République

Dans cet article, on examine d'un œil critique les principaux versants d'interprétation philosophique des nouvelles technologies d'information et de communication (TICs) afin de proposer une théorie politique de la communication sociale effectivement capable de comprendre son impact sur les sociétés contemporaines. L'argument principal consiste à dire que nous vivons une lutte à la fois politique et intellectuelle visant les formes d'appropriation des moyens électroniques de communication, et que la recherche de démocratisation de ces moyens exige une révision de quelques principes fondamentaux de la théorie politique de communication sociale ainsi que des rapports entre celle-ci et la théorie démocratique.

Mots-clé: Internet; théorie politique; démocratie; République