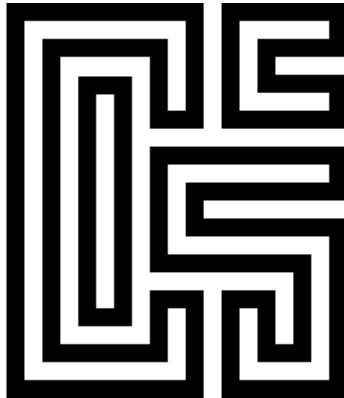


CISC



CENTRO INTERDISCIPLINAR DE SEMIÓTICA DA CULTURA E DA MÍDIA

**SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO:
DESAFIOS E RISCOS PARA OS
DISCURSOS PÚBLICOS DA SOCIEDADE**



Thomas A. Bauer

Trad. Beatriz Galves

Sociedade da informação – um objeto teórico desconhecido

Os atuais movimentos e mudanças mundiais, iniciados durante o último terço do século que ora está terminando, são como pontes para o futuro, bem como rupturas com o passado; eles acionam euforia e ceticismo; produzem esperança e medo; neles são colocadas tantas expectativas quanto os desapontamentos que produzem. Oportunidade e risco são sempre os dois lados da moeda rotulada “mudança”, do mesmo modo que problema e solução são os dois lados de qualquer desafio.

Mudança pesa, causa *stress* na estrutura psíquica da sociedade, paralisando seus conceitos de ordem. Insegurança e incerteza radicalizam conceitos progressivos em estratégias agressivas de uma fuga para frente, bem como podem transformar idéias regenerativas, em conceitos regressivos.

Esta situação provoca o surgimento de muitos intérpretes e interpretações. Busca-se o princípio impulsionador, o fator decisivo entre lucro e prejuízo, integração e exclusão. Na procura por novos e possivelmente inexauríveis recursos de reprodução cultural da sociedade e suas estruturas, observa-se um fator oculto nos mecanismos de produção industrial. Este fator denomina-se informação.

Na informação, a envelhecida sociedade industrial descobre o paradigma que ecoa na época pós-industrial. Estruturas e ordens sociais inteiras, para estabilizar suas estruturas públicas, para a mobilização dos seus desenvolvimentos técnicos e econômicos e para a vitalização de sua auto-reprodução cultural, dependem menos e menos da produção material e industrial; todavia, cada vez mais e de maneira crescentemente organizada de modo estratégico, dependem do fator imaterial que desafia a inteligência técnica quanto ao até então desconhecido nível de previsibilidade e logística.

A informação é um bem que necessita mediação. A mídia materializa e objetiva a informação. Para tornar a informação acessível e utilizável, requer-se mídia de acesso. Esta conexão leva ao desenvolvimento de uma tecnologia carente de um equivalente na História, devido ao seu refinamento e aceleração.

A tecnologia de informação e comunicação está interessada na arbitrariedade de estocagem, mediação, conexão, bem como na ampliação e multiplicação de conteúdos, recursos e textos. Além disso, está interessada nos produtores e consumidores e nos ambientes criados por todos os fatores mencionados aqui.

Nesta abordagem tecnológica, a humanidade tenta não só realizar o desejo por des-isolamento social, mas também a extinção das fronteiras espaço-tempo. Tudo pode estar disponível a qualquer tempo e em toda parte. Esta é uma exigência que pode ser implementada de um modo tecno-midiático, melhor dizendo: virtualizado, ou, ao menos, simulado. Quase inadvertidamente, demanda e avanço estão conectados. Uma antecipação de informação é um modelo de poder bem conhecido, mas adquire um novo significado global, por meio da tecnologia midiática.

A informação é um recurso de auto-reprodução cultural e de desenvolvimento civilizatório; ela é um recurso para a auto-organização pública da sociedade, bem como para a organização privada do indivíduo e sua integração nesta sociedade. Neste sentido, a informação é também um recurso de integração social e anexação civilizatória.

Crítica de abordagem tradicional na pesquisa da comunicação

A responsabilidade teórica pela incorporação científica deste fenômeno é geralmente atribuída à pesquisa da comunicação – ao menos quanto à teleologia comunicativa desta tecnologia. Entretanto, em seu estado atual, o campo está despreparado e oprimido. Não há teorias de massa que possam estar em condições para concisamente abraçar a nova tecno-cultura aberta pelas recentes tecnologias de mídia.

A utilização de vários termos para descrever o fenômeno desenvolve múltiplos quadros (cf. LATZER). Os documentos oficiais da União Européia falam desajeitadamente de uma “sociedade da informação” e, portanto, deliberadamente acentuam as dimensões sociais das tecnologias de informação, isto é, as novas culturas de mídia e comunicação. Nos Estados Unidos, os termos “via-expressa de informação” ou “via-expressa de dados” acentuam a dimensão técnica das tecnologias de informação. O último termo segue a tradição da tecnologia e simboliza o velho sonho da solução de problemas via progresso tecnológico.

O termo “sociedade da informação” é um contra-modelo deliberado para “via-expressa de informação”. Enquanto o rótulo norte-americano promete mais a solução de problemas, o termo europeu encarna mais o contexto social e cultural.

A teoria dos sistemas vê estes termos como soluções estruturalmente diferenciadas de problemas funcionais. A expressão “via-expressa de informação” é de tal modo um termo estrutural que promete a solução por meio de sua metáfora de transporte. O problema é chamado aquisição do mundo. A idéia é o ritmo individual. A solução é mobilidade para todos; o movimento livre e individual por meio do uso de um aparato técnico em vias-expressas especialmente preparadas. A obediência às regras garante a justa apropriação de possibilidade para alcançar metas individuais, de modo independente e sem bloquear os outros.

A expressão “sociedade da informação” enfatiza um problema diferente: o desenvolvimento de relações sócio-culturais em conexão com informação crescente como um fator de aquisição do mundo. A idéia é denominada comunalidade, a solução depende do desenvolvimento de estruturas sociais.

Um terceiro modo de descrição em desenvolvimento, tratando da Internet e da crescente cultura em rede, pode ser a expressão “espaço eletrônico”. Considero esta metáfora a mais adequada para retratar os desafios encarnados pela sociedade da informação. Ela está concretamente ligada à tecnologia eletrônica e suas conexões de informação constroem um espaço de mútua dependência e unidade social. O termo problematiza o tópico referente à inclusão e exclusão. Nesta metáfora, há espaço para ambas as expressões capitânicas: “sociedade da informação” e “via-expressa de informação”.

O espaço eletrônico é um espaço virtual, mas as “leis de topografia” são aplicáveis, como aponta Frank Hartmann (*Medienphilosophie*, p. 318): a maior parte da população mundial ainda está do lado de fora deste espaço. Nele repete-se e, até mesmo, reforça-se a distância econômica usual entre Norte-Sul e Leste-Oeste. Neste espaço, os centros de poder e oligopólio são re-desenvolvidos, como ocorreu anteriormente em outros espaços. A aquisição de espaço público para interesses corporativos privados já se revela um fato no espaço virtual.

Por meio do desenvolvimento de tecnologias de informação e comunicação, em outras palavras, por meio do desenvolvimento de tecnologia midiática, a pesquisa tradicional da comunicação foi empurrada para os limites de sua capacidade. Apesar de ser orientada tecnicamente em direção ao objeto, falta uma abordagem convincente de explicações – possivelmente devido ao fato da pesquisa a respeito da comunicação estar interessada (unicamente) no objeto.

A lista de fraquezas das competências cresce:

- a) falta um conceito filosófico unificador que possa servir de orientação para uma epistemologia aberta e para um desenvolvimento de teorias críticas com mais longo alcance;
- b) falta um potencial de diagnóstico de tempo que possa auxiliar a interpretar o fenômeno cultural e as modas (TV realidade como o *Big Brother* ou *Taxi Orange*) em um contexto societário todo-abrangente (*grossflaechigen Zusammenhaengen*);
- c) falta uma visão holística na pesquisa da comunicação. O foco na tecnologia, ou no objeto (a mídia), não leva em conta o fato de ser somente o mundo da vida social, política e cultural da mídia o responsável por dar forma ao uso desta, em um processo comunicativo e criador de sentido.

Requisitos diagnósticos de tempo para reflexão sobre mídia

Existe mais um aspecto explicativo que precisa ser acrescentado a esta crítica: alertas têm sido feitos quanto à necessidade do desenvolvimento filosófico acertar o passo com os desenvolvimentos tecnológicos, a fim de não perder de vista a questão do propósito mais amplo deste último item. Tentativas em dar forma explícita e filosoficamente a esta questão, quanto ao referido propósito mais amplo, por meio de uma análise da mídia e da comunicação, não faltam (o que as pessoas estão fazendo com a mídia e o que a mídia está fazendo com as pessoas?)

Este conúbio começa com a constatação da mídia só fazer sentido em relação à comunicação (ganho de valor e benefício), do fato de sem comunicação não haver vida social formada, e o círculo fecha, provavelmente, com o reconhecimento da obrigatoriedade da vida (no sentido de uma produção de caos), pois sem ela, nenhuma comunicação (vista como a produção de diferença e surpresas) é possível. O escopo filosófico não é amplo, mas muito profundo.

A partir deste ponto de vista, a filosofia de mídia – e/ou comunicação – não é um luxo, uma arrogância especialmente não sofisticada, mas uma perspectiva muito necessária. Uma abordagem mais detalhada em direção a esta perspectiva, incluindo epistemologia, teorias, métodos, pesquisas e intervenção em publicações, poderia ter revelado e, talvez, até evitado, alguns amadorismos filosóficos e ditos sem sentido em nome da psicologia de mídia, pedagogia de mídia ou política de mídia teórica.

Revedo a literatura, o ínfimo número de tentativas em filosofia de mídia é surpreendente. Elas se originam em disciplinas tais como teologia, ética, lingüística/filosofia, teoria da arte ou antropologia. A questão a respeito do propósito da comunicação – ou mídia em conexão com comunicação – está se tornando cada vez mais secularizada, sendo proposta fora das hierarquias

filosóficas, parcialmente até mesmo de modo deliberado e heterogêneo (arte, propaganda, design) sendo posicionada em uma moldura de trabalho sócio-científico de referências.

Por um lado, esta tendência pode ser vista como repousando dentre o status emancipatório das ciências sociais ou, por outro lado, como um desafio (filosófico) para a pesquisa em comunicação e mídia. Aqui, as perspectivas teóricas, tais como construtivismo e estudos culturais, têm contribuído com sua parte.

Alguém poderia dizer, neste ponto, devido a uma crescente ênfase colocada sobre a mídia quando se olha para os acontecimentos presentes na sociedade, ser cada vez mais importante um sistema de orientação comum, possibilitando alcançar uma compreensão dentro da comunidade de pesquisa de comunicação e mídia, bem como permitindo a coordenação epistemológica dos diversos objetos isolados – teorias e abordagens teóricas – de modo a se tornar, finalmente, plausível para o ambiente na esfera prática.

Seria possível, então, notar (eu já apontei este dilema anteriormente) a falta de diretrizes filosoficamente afirmadas e formatadas para a pesquisa de mídia e comunicação. Observando a literatura não necessariamente voltada para mídia, podemos descobrir uma quantidade significativa de pontos de vista e análises de mídia filosoficamente tematizadas a respeito de tecnologia, cultura e sociedade, bem como a respeito da condição de um mundo feito pela mídia, voltados para a questão da possibilidade de humanidade neste mundo.

Não raro, mas de modo bastante freqüente, eles são motivados eticamente. Suspeita-se não estar faltando a produção de filosofia, mas, em lugar disso, a sua implementação na pesquisa em comunicação. A fraqueza de competência filosófica anteriormente implicada parece não ser um assunto relativo a conteúdo, mas sim uma pergunta de formatação e desempenho na pesquisa de comunicação.

A filosofia midiática supera as teorias de mídia ou meta-teorias de teorias de mídia, ao mesmo tempo distinguindo-se destas. A filosofia de mídia deve ser vista (para estabelecer ordem – sic!) como as veias de uma disciplina, nas quais séries de pensamentos e sistemas de pensar são desenvolvidos. Estes pensamentos referem-se de modo fundamental e na mais ampla perspectiva (por exemplo, cultura ou sociedade filosoficamente motivada) a possíveis observações e interpretações de ser (qualidade) e de aplicação da mídia. A filosofia midiática vê a mídia, então, como construções sociais atreladas às vidas e às ações das pessoas. A filosofia midiática quer incluir estas referências da consideração, concluídas hermeneuticamente, nos temas da experiência e ações humanas presentes no discurso científico interdisciplinar referente à convivência e transmissão pela mídia.

Neste contexto, a função mais importante da filosófica de mídia é assegurar o discurso a respeito de valores na pesquisa em mídia e comunicação. Isto se faz por meio de interpretação hermenêutica, correlação, oposição e crítica das conexões entre observações (teoremas, modelos, hipóteses) para estabelecer a noção (perspectiva, horizontes de perspectiva) do laço entre mídia (como tecnologia, cultura, organização) e um acordo com o propósito da vida humana (existência comunicativa).

Com a ambição de assegurar as conexões de valor da ação da mídia e de uma reflexão quanto a este processo, a filosofia midiática oferece à memória da pesquisa de comunicação o critério para um trabalho comunicativo envolvendo valores básicos (justiça, autenticidade, autonomia, verdade, liberdade, etc.). Como tal constrói depois parêntesis mediadores em torno de múltiplas abordagens das diversas disciplinas para a análise da mídia, sendo também um ingrediente, um critério de qualidade, no desenvolvimento das teorias de mídia.

A pluralidade de perspectivas tornou óbvia a falta de conexão enfrentada pela pesquisa acadêmica sobre mídia. Na maioria dos casos, torna-se um exercício

afirmativo para mitologizar a regeneração da sociedade a partir da tecnologia. Em construções proféticas, descreve-se as coisas redimidas e facilitadas alegadamente pela tecnologia. A necessidade de desenvolver e utilizar tecnologia para uma organização de vida mais conveniente não justifica uma descrição laudatória, em vez de análise social científica.

O propósito da pesquisa de comunicação de conotação sócio-científica em conexão com uma diferenciação técnica da comunicação poderia ser:

- a) primeiramente, a análise exata de quanto e do que a tecnologia de mídia tem a ver com o desenvolvimento da comunicação. O desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação nem sempre serve à comunicação, mas com muita freqüência somente à tecnologia de comunicação. A verificação disto pode se dar no sentido da tecnologia – como estrutura sistemática com uma alegação de solução – apresentar uma tendência para legitimar-se por meio de auto-reprodução, mantendo-se viva. Por esta razão, a tecnologia contribui para o desenvolvimento de novos problemas, neste caso, para a obtenção de uma quantidade indefinida de informação. Conseqüentemente, as tecnologias de informação não resolvem problemas de informação, mas sobrecarregam a comunicação com efeitos mortais.
- b) não fornecer um retrato afirmativo das conexões de comunicação, mas – no sentido de Vilém Flusser – perguntar aos fenômenos quanto às suas possíveis intenções inerentes e sua influência sobre a qualidade de vida humana e social. O sucesso desta busca por parte da ciência depende das interpretações e hipóteses sobre comunicação utilizadas. Além disso, deve-se considerar o quanto a ciência da comunicação pode ser capaz de explicar a respeito de que está falando.

Quando se olha para as conquistas tecnológicas voltadas para o estabelecimento da comunicação, deve se destacar a qualidade de relativa inocência da definição aplicada.

A comunicação pode ser entendida como um processo onde pessoas trocam informação por meio da mídia para adquirir compreensão. Este modelo, de função-entendimento-criação da comunicação, reivindica ser a comunicação atingida quando pessoas chegam a uma opinião e avaliação unidas quanto a um tópico, justificando também, por meio desta concordância, o propósito de sua intenção. Este modelo não supõe a falha de interação e desconsidera o fenômeno de crise e discordância como fatores da comunicação.

Esta é a razão pela qual um campo de pesquisa da comunicação tecnologicamente capaz tem de, num futuro próximo, discutir de modo deliberado os fatores de comunicação que interferem no nível social.

Diferenças, fracassos, crises, surpresas e conflitos são as contrapartidas sociais da comunicação, necessitando ser incluídas em uma consideração da tecnologia ou da tecnologização da comunicação. Pode-se, também, considerar a opção pró-social e construtora de concorrência da interação. Assim, a tecnologia não será carregada com visões de comunicação alcançada. Ao invés disso, a tecnologia será desafiada a concordar com os modelos de comunicação social e ver os fatores desafiantes da comunicação como estruturas possíveis para uma melhoria da comunicação, não como fontes de entendimento falho que devem ser extintas.

Uma análise crítica da cultura em rede como uma teoria de comunicação de nova mídia.

Processos públicos de comunicação estão em conexão com uma rede midiática, sejam usadas ou produzidas privativamente. Por meio do emprego e uso individual, a comunicação privada é potencialmente pública, bem como publicamente transmitida, podendo a comunicação futura ser caracterizada como privada.

Os limites e sistemas estão desaparecendo, e a orientação – usada para ordenar – está se tornando cada vez mais difícil. A convergência passa a ser, deste modo, não só técnica, mas também um fenômeno social e cultural.

A questão coloca-se para a teoria da comunicação: como podem ser julgadas as conquistas de novos mundos midiáticos quanto a seus discursos públicos? Teorias tradicionais não são suficientes, como já mencionei anteriormente. Os limites de seus modelos já foram alcançados. Esta é a razão de ser recomendável ver a comunicação não só como um próximo transporte ou intercâmbio de informação, mas sim como um evento contextualizado e, de certo modo, um desenvolvimento biotópico da cultura, na qual, e por meio dela, a subjetividade do indivíduo está sendo criada, e a sociedade, se reproduzindo culturalmente.

O ímpeto biotópico de comunicação cria diferença e por meio deste evento o indivíduo interpreta sus relacionamentos consigo e com o ambiente. A comunicação em rede de mídia não é, também, um resultado de simples transporte. A rede midiática pode ser vista como um biótopo cultural com dinâmicas de certo modo caóticas e não-lineares, por meio das quais a sociedade vivencia novos modelos de ordem, racionalidade e relacionalidade. Mesmo sendo este processo tecnicamente apoiado, ele ocorre como a cultura criadora de comunidade.

Este fato da comunicação construir comunidade não é uma novidade. Entretanto, nova é a caracterização da comunidade via mídia em rede, como novo é o estabelecimento, especialização, particularização – e privatização, até certo ponto – de uma comunidade de usuários, por meio do critério de mídia em rede. A rede aparece como uma base universal para interesses particulares e específicos.

Na análise sociológica, este momento de construção da comunidade não específica é freqüentemente atribuído à observação de que as formas de socialização da cultura ocidental estão perdendo seu potencial comunicativo e social. Por meio da mídia em rede, é possível criar realidade a partir do que é vivido como realidade. Em outras palavras, realidade é o que é feito ser realidade. A realidade da mídia em rede demonstra claramente que a realidade midiática não pode mais ser tratada como uma realidade de menor grau ou menor valor. Clamar que, em oposição à realidade social, uma realidade midiática tem de ser reconhecida, favorecendo o declínio de uma realidade social, é pura tolice epistemológica. A realidade social é uma construção tanto quanto a realidade midiática. A sociedade midiática não está competindo com a realidade social, mas é um dos componentes para a construção da realidade, um elemento constitutivo da realidade tanto quando outras redes.

Para esclarecer melhor as coisas, nunca houve qualquer realidade fora da transmissão. Cada realidade é (por exemplo, por meio da linguagem ou outro meio de comunicação) socialmente mediada e socialmente construída. Portanto, uma realidade construída pela mídia técnica não pode ser considerada como mais artificial do que qualquer outra forma de realidade. A avaliação de que a realidade não construída por meio da mídia técnica vale mais do que a realidade construída pela mídia técnica fundamenta-se em um sistema de avaliação latente. Afinal, nada que seja natural deixa de ser tecnológico por sua vez – e nada tecnológico deixa de ser também um modelo da natureza.

A ilusão, calçada em muita emotividade filosófica, de ter a realidade profundidade, com cuja comparação a superficialidade da realidade midiática supostamente parece muito fraca, iguala-se a uma presunção de natureza quase teística. Não são as coisas que têm uma ordem, nem a realidade tem uma ordem ou valores inerentes, mas sim o humano dá aos fenômenos uma ordem e constrói a realidade com avaliações via um sistema social de interpretação. Neste sentido, para ser cínico, a superfície (ou a crescente superficialidade) não vale menos do que a profundidade presumida (ordem-valor da realidade).

Entretanto, é preciso enfatizar que a Internet, como forma pós-material de comunicação transmitida, é nada mais do que a interface, a superfície gráfica para a troca de dados. Ainda assim, mesmo sendo tão virtual quanto pode ser – isto não é comunicação. Para este meio, aplica-se o que é aplicável para outras mídias: comunicação não é um ato midiático, mas um processo cultural designado para uso da mídia– e transmitido por meio da mídia.

Esta é a razão pela qual não seria suficiente, aqui, simplesmente declarar a rede como o tópico para a análise da comunicação. Sempre tem sido insuficiente considerar a mídia como o objeto para a análise da comunicação. Deve-se aqui fazer da CULTURA de rede o tópico e objeto para análise de mídia e comunicação. No contexto destas culturas e da mútua dependência social destas culturas, realidades são construídas, designadas e avaliadas. Neste sentido, torna-se obrigatório aceitar que a comunicação em rede, apesar de criar algo como uma comunidade virtual, não é uma sub-cultura, mas uma cultura que gera e sincroniza a forma de presença multimídia de nossa sociedade.

Utopias sociais e fantasmas na análise da cultura em rede

Na “cultura em rede” digital nascem novas formas de lidar com a informação e os dados que, em comparação com as formas físicas e sociais de troca e pesquisa sobre a realidade, conhecidas até o presente, induzem a outros cálculos não habituais. As culturas em rede, ou *net-culturas* digitais, estão se tornando mais e mais um realce das utopias sociais, devido aos geralmente mutáveis modos de vida cultural, pública e de expressão artística. Mundos existentes são construídos e usados como *cibermundos*. Por exemplo, o público em geral não é mais um construto que poderia ser pensado como uma mistura ou como a soma das opiniões públicas. Ao invés disso, o público está dissolvido em um número de *bits* de informação cruzados, que sofrem interferências por meio da interpretação de um certo número de pessoas. Deste modo, muitas comunidades emergem e entram em colapso. Seria um erro imperdoável pensar que é possível transferir a idéias de uma sociedade, formada por estruturas estáveis e uma ordem centralizada de comunicações, para a Internet.

A Internet contém outras visualizações e outras qualidades. Estas também estão preenchidas por fantasias e deveriam ser olhadas de modo crítico. Os fantasmas atuais são introduzidos da seguinte maneira:

- a. O fantasma em que a área eletrônica é uma área ilimitada da comunidade digital. Não é teórico, se tomado no sentido que a fantasia feliz da área ilimitada é similar ao espírito dos americanos pioneiros, na qual a americanização total está muito próxima da provisão de condições técnicas do paraíso. Assim, quem se surpreende quando se diz que a globalização é americanização? Na realidade, a área virtual também está exposta a circunstâncias topográficas. Além disso, essa área – como já foi dito – é um declive: praticamente inclui e exclui.
- b. O fantasma da auto-suficiência imaterial. Esperava-se que toda informação pudesse ser acessada eletronicamente em qualquer lugar e a qualquer

momento, de modo que fosse possível abandonar as outras mídias. Como é sabido, este sonho nunca se realizou. Ao contrário, a organização do texto está ainda menos que nunca manejável sem a administração de dados materiais e informações.

A Internet também não foi capaz de substituir o jornal, o rádio ou a televisão, dando a estes, no sentido da Lei de Riepl, novos perfis para funcionar; isto ocorreu devido ao fato da Internet estar em posição de cobrir as necessidades de comunicação do momento presente, algumas das quais eram preenchidas somente de modo parcial, mas não verdadeiramente, pela mídia de massa.

Contradições e desamparo

Cada vez mais, a sociedade se depara e encontra a si mesma em um círculo de produção midiática (= espaço cibernético) e de conteúdos produzidos midiaticamente. Cada vez mais, o indivíduo experimenta a sociedade como uma instrumentação de um mundo calculável, como um cálculo instrumentalizado (computador) de experiências e, simultaneamente, como uma acumulação opcional de sentido. Isto é uma contradição que, de fato, desperta a concepção de estar a sociedade da informação sendo ameaçada por sua própria fragilidade. (Nico STEHR).

A contração do “eu” é decidida, cada vez mais, por meio de uma encenação midiática da realidade, que *há muito tempo* cobriu o chamado mundo real. O medo da mistura inavergável do mundo real com o mundo midiático aparece na sentença de Günther ANDERS: “A realidade midiática superpõe-se ao mundo real de tal maneira, que torna a ficção, real e a realidade, fantasmagórica.”

Nada consegue refutar a coerção da encenação. O mundo que percebemos é “reformado” por meio da mídia. A mídia fornece as imagens da realidade e assim aprendemos a ver e aceitar como verdadeiro o que foi encenado como verdade para nós.

O caráter social da informação e conhecimento da sociedade, na qual iremos nos tornar, torna-se progressivamente óbvio e isto não é uma catástrofe. Tal fato deve ser encarado como um desafio em aceitar a realidade inteira como uma construção social midiaticizada e também a destacar que a crescente mediação técnica cria uma crescente distância quanto à construção individual e apropriada da realidade.

Isto significa que as obrigações estão mudando e a empatia desaparece.

Até mesmo o modelo terminológico da sociedade da informação e conhecimento é uma construção feita a partir de atenções socialmente combinadas, mas isto incomoda especialmente aqueles que tomam a Sociedade como uma entidade existente real (ontológica). O termo “sociedade” descreve exatamente o que experienciamos como um contexto social e dá àquelas experiências uma ordem de regularidades.

Não é necessário ficar de mau-humor pensando sobre o mundo e sua relação com a realidade, ou pensando sobre sua habilidade de criar e descobrir uma verdade. Nós podemos tomar como uma iluminação desafiadora o fato de podermos descrever a diferença entre realidade e realidade midiática não como “errado” ou “certo”, ou como “mais errado” ou “mais certo”, mas sim pelo melhor caminho dos variáveis pontos de vista e por meio das intenções comunicativas que os seguem.

A realidade não é um construto da mídia, mas as construções da mídia são modos de apropriação do mundo dentre outros modos, fontes de experiência dentre outras fontes de experiências. Certamente, as mídias são lugares com potencial inerente para a transição de fronteiras. Este fato faz com que as mídias sejam uma agência de observação de observações.

Deste modo, a dinâmica do conhecimento é típica da sociedade midiática, a arquitetura estática do conhecimento da sociedade é modificada e transformada em um projeto de trabalho em andamento, acumulando conhecimento. Este é claramente um procedimento pós-moderno que não está interessado em construir um sistema de estratégias com a finalidade de alcançar certos resultados.

Acumulação e coleção são as características funcionais da sociedade da informação. Isto inclui os conceitos de suficiência, excesso e abundância. Agora encaramos tais conceitos como maus resultados. Este caráter acumulativo também inclui a possibilidade de uma disponibilidade espontânea, consumo ou

descarte casual (informação descartável). Esta formação e acumulação de informação “do-jeito-que-você-gosta” cria, de fato, a possibilidade de troca ou mistura casuais de itens de conhecimento dentre os vários recipientes de informação, os quais deveriam ser instituições de conhecimento, comunicação pública, cultura e conversação.

Tudo isto pode propiciar que os itens de conhecimento sejam misturados exatamente “do jeito que você gosta” e, desta mesma maneira, sejam fragmentados ou até mesmo substituídos. As frases de efeito “entretenimento informativo”, “entretenimento educacional”, ou mesmo “entretenimento publicitário” têm, de fato, um significado neste contexto. Esta é a razão pela qual muitos cientistas acusam o *modus operandi* pós-moderno de ser indecente, sincreticista e ecleticista.

Mudanças e desafios

Não é fácil recortar as categorias relevantes para uma descrição da funcionalidade de nosso futuro por meio desta análise dos movimentos culturais atuais. De qualquer maneira, as previsões não são possíveis. Geralmente, elas são feitas entre cenários de fim ou determinação, mas parece ser possível, ao menos, sugerir extrapolações por meio das quais podemos encontrar orientações – mesmo que correspondam a interesses de diagnóstico do presente. Começemos com as características já mencionadas anteriormente: acumulação (cf. KARMASIN, p. 24).

a) Aprendendo como uma máquina de busca

Um novo modelo (talvez pós-moderno) reflete-se nesta característica “acumulação”. O aprendizado deixa de ser um sistema construtivo de hierarquias intelectuais ou canonizações, com a finalidade de ampliar a posse individual de conhecimento. Aprender no contexto da cultura de rede significa ter suficiente destreza para mover-se (surfear) de um lugar de construção para outro, a fim de servir-se daquelas informações relevantes para o momento, integrando-as a seus próprios projetos individuais – e ao mesmo tempo livrando-se da inconveniência de armazenar esta informação por um longo período (cf. BAUER).

b) Inteligência coletiva

Neste aparato discursivo, a inteligência perde o status de subjetividade, desenvolvendo-se em um modelo de intersubjetividade (cf. HARTMANN 2000).

Certamente, a idéia de inteligência coletiva tornada visível aqui suscita muitas questões, as quais devem ser levantadas pela pesquisa em comunicação e mídia, como estudos culturais muito amplos.

Um dos fatores mais relevantes neste discurso a respeito da inteligência coordenada intersubjetivamente é o fator seleção. Em conexão com os temas “sociedade do conhecimento” e “conhecimento” não podemos perder a expressão “máquina de busca”.

As possibilidades de cálculo dos processos de busca tornarão possível concentrar o trabalho científico cada vez mais em um critério específico de seleção a fim de permanecer capaz de navegar na contingência do conhecimento.

De modo auto-evidente, tal processo transforma o modelo tradicional de conhecimento, na medida em que se torna um modelo coletivo. Isto não levará a uma derrocada da ciência, mas pode, sim, ser visto como um desafio para futuras funções da ciência.

Já mencionei o fato da crescente midialização do processamento de informações estar criando novos modelos de apropriação do mundo. Já verifiquei, também, terem estes modelos o caráter de intersubjetividade prática ao invés de individualidade estratégica. Especialmente com o processo de mundialização, onde o indivíduo poderá vivenciar a si mesmo como um sujeito apropriado por encontros com outros, o princípio de transpersonalidade na apropriação do mundo não deveria ser nem um problema teórico, nem prático.

Por conseqüência, o *insight*, a inteligência, o conhecimento, juntamente com suas competências, deixam de ser uma questão de subjetividade, passando a ser uma questão de intersubjetividade.

Assim sendo, a inteligência alcança um caráter social e coletivo. Neste contexto, a definição de conhecimento está mudando também. Conhecimento não é a posse pessoal de informação com a finalidade de afirmar, reconhecer ou legitimizar o poder. Conhecimento é o uso mediatizado da informação

As competências-chaves (comportamento social, comportamento de equipe, comunicação e cooperação) exigidas em qualquer conexão profissional são não apenas decorações de organizações técnicas em um mundo que se torna

crescentemente empático, mas sim as dimensões inerentes das qualidades de uma cultura midiática do conhecimento.

c) Gerenciamento cooperativo da atenção.

Atenção é um momento decisivo, é a moeda corrente da sociedade de mídia, como se diz freqüentemente. Impossível evitar o fato da mídia primeiramente deixar esta atenção organizar-se em torno dela e de sua própria estética. Vista de modo estético, a superfície chegará a seus limites com o tempo. Quando todos os *websites* ficarem cada vez mais similares, o jogo será ganho pelos conteúdos.

Esta experiência deveria ser um consolo para todos aqueles que aderem a qualquer ceticismo quanto à cultura, contando a eles que o coração do mundo digital, afinal, é o conteúdo. Entretanto, urge mudar o modo de pensar quanto à questão: de quem esta atenção será tirada? Enquanto a mídia de massa tradicional tira esta atenção de uma audiência dispersa e não exatamente conhecida, enquanto a indústria de computadores (ainda) constrói apoiando-se sobre o potencial desta atenção sobre um simples indivíduo, parece haver um terceiro caminho na sociedade da informação e sob as circunstâncias da cultura de rede; este caminho direciona-se para formas cooperativas de troca cultural. Atenção é uma postura de equipe, uma cooperação potencial.

Nem no isolamento, nem na despersonalização, mas nas formas de necessidade mútua emergem posições de atenção e controle das relevâncias, cuja eficiência seletiva promete ser muito mais elevada do que a de sujeitos treinados para atenção individual jamais conseguiram atingir ou do que a morfologia das massas jamais permitirá.

Em um gerenciamento de atenção cooperativo, não só estratégias com propósito racional têm uma função, mas também não discursos intencionais, os quais, nesse sentido, surgem coincidentemente ou de um modo bem arbitrário. Baseados em muitos *links* possíveis, relações de atenção podem se criar e crescer de um modo que nunca teria sido possível em um procedimento canônico.

Não é necessário afirmar novamente que este *modus* pós-moderno é diferente do *modus* moderno, no sentido em que o caráter de um processo social de conhecimento é acentuado de um modo mais forte do que o alcance de um resultado vem sendo enfatizado.

d) Estruturas de texto aberto.

As condições de comunicação social foram modificadas não só pela nova mídia, mas, juntamente com elas, o processo de mudança está se desenvolvendo mais radicalmente e de modo mais abrangente. O interesse da comunicação da sociedade tem mudado também radicalmente por meio do interesse na democratização e nos mecanismos do mercado (palavra-chave: procedimento da informação).

Junto com o acesso arbitrário à informação, podemos ver a informação principal no enquadramento e construção a partir da informação para o conhecimento. Criar conhecimento é um processo de descobertas e informação atreladas a associações usáveis, enquanto, certamente, as posições de interesse decidam por isso. Elas escolhem a perspectiva, por meio da qual ordens específicas levam a percepção específica. Portanto, estas percepções são arrumadas em uma ordem específica, de modo a conseguirem ainda sobreviver.

Este processo é sistematicamente estruturado e segue uma arquitetura social. Rege modos arbitrários e assim permanece tolerante com a complexidade. A ordem de conhecimento controlada e disciplinada socialmente está de um lado, e do outro, uma redução de complexidade com a imposição de limita-la pelos interesses de ordem do sistema.

Entre popularidade e anarquia, ordem e hierarquia, faz-se um terceiro caminho que tem sido possibilitado por meio da tecnologia de mídia. É a construção de conhecimento como um processo de sincronização e mediação, fundamentados no princípio da já mencionada “máquina de busca”. A ciência é

uma máquina de busca “medial”, ela é por si mesma interdisciplinar e heterárquica.

Ela não se move por caminhos canônicos, tradicionais, mas filtra as relações entre problemas e cria, assim, uma mistura discursiva de discursos. Com isso, as dimensões “mediais” do conhecimento são razoáveis.

O conhecimento é, principalmente, aberto, no sentido de que ele se torna conhecimento (somente) quando é mediatizado. O momento comunicativo na geração do conhecimento evidencia muito bem a principal abertura para aquilo que sabemos. Isto é decisivo na questão do sobre-fluxo de informação (sobre-fluxo de conhecimento), que é típico em uma sociedade de informação e conhecimento. O conhecimento de nosso tempo reflete a comunicação de nosso tempo. E a comunicação do tempo constrói conhecimento, o qual é necessário pelo tempo para sua auto-definição. Esta é uma perspectiva causadora de alívio.

e) Conclusões pedagogicamente ambicionadas.

Certamente, a sociedade da informação, no sentido de uma análise diagnóstica do tempo, que eu já mencionei anteriormente, desafia e necessita competências, as quais devem ser notadas em um contexto como este.

Há um ditado teórico antropológico, evolucionário, segundo o qual o Ser Humano aprende por meio do uso de suas ferramentas. Ele não só aprende conteúdos, mas ele também aprende a controlar suas ferramentas para criar novos conteúdos.

Se alguém extrapolasse os desafios futuros da análise da atual sociedade da informação para uma futura sociedade do *conhecimento*, então este axioma teórico da evolução será muito consolador. Se alguém tiver ambições pedagógicas, também, então essa pessoa não poderá simplesmente passar pelas questões, cujas habilidades, cujas competências prometem futuras significações com a finalidade de desenhar uma sociedade de informação – e de conhecimento – efetivamente.

Ainda é preciso ser desenvolvida a discussão sobre o que são competências comunicativas sob a condição da sociedade da informação na moldura da educação, formação e treinamento profissional. Aqui, os estudos sobre comunicação contatam a pedagogia, que não é mais uma reflexão sobre como os indivíduos estão em condições de seguir a sociedade. A pergunta será: como pode a sociedade realizar a si mesma dentro das condições das comunicações individuais e interindividuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERS, Gunther. *Die Antiquiertheit des Menschen*. Bd 1. Die Welt als Phantom und Matrize (1956). Munique: 1980.

BAUER, Thomas A. *Zukunft der Kommunikationswissenschaft der Zukunft*. In: Medienjournal 2/2000, p. 47-58.

FLUSSER, Vilém. *Kommunikologie*. Hrsg. Von Stefan Bollmann. Frankfurt: 1998.

HARTMANN, Frank (ed.). *Informationsgesellschaft*. Viena: 1998.

HARTMANN, Frank. *Medienphilosophie*. Viena: 2000.

KARMASIN, Matthias. *Medienökonomie. Als Theorie (massen) medialer Kommunikation. Kommunikationsökonomie und Stakeholder Theorie*. Graz-Viena: 1998.

LATZER, M. *Mediamatik*, Die Konvergenz von telekommunikation, computer und rundfunk. Opladen: 1997.

NEVERLA, Irene: *Das netz – eine herausforderung für die Kommunikationwissenschaft*. In: Medien & kommunikationswissenschaft 2/2000, p.p. 175-187.

STER, Nico. *Knowledge and communication: the fragility of modern society*. Keynote speech at ECN – Conference “Innovation and change: developing competences for the media and communications professions. Malaga, maio de 2000.

ZÖLLER, Michael (ed.). *Informationsgesellschaft. Von der organisiertengeborgenheit zur unerwarteten Selbständigkeit*. Köln: 1997.

Thomas Bauer

É professor doutor da cadeira de Mídia Audiovisual, no Departamento de Mídia da Universidade de Viena, membro da Associação Austríaca de Ciências da Comunicação e membro da Associação Alemã de Ciências da Comunicação, pesquisador da European Research and Development Projects (ECN, ENCE, EUROMEDIA, PEGASUS)