

Ilusão e Realidade: uma visão da interação contemporânea

Índice

1. Introdução: a quem queremos enganar?	1
2. Idéias que não correspondem à Verdade	3
3. A existência através da compra	5
4. Conclusão	6
5. Referências Bibliográficas	7

Resumo

O presente artigo tem o objetivo de refletir a idéia de interação contemporânea. Interação que acontece através da internet, da televisão e dos meios digitais em geral. O termo globalização tornou-se lugar comum e a idéia de acesso instantâneo aos dados e informações disponíveis seduz a todos os que estão envolvidos no processo. No entanto, é imenso o número dos que não estão envolvidos. E mesmo os que estão, participam ativamente dessa interação? A resposta total a essa pergunta não cabe neste artigo. No entanto, o tema é passível de reflexão. E respostas, mesmo que parciais e no âmbito teórico, apontam para um estado mais otimista. Indagações, reflexões e teorias são necessárias.

Abstract

The present article has the objective of reflecting the idea of contemporary interaction. Interaction that happens through the internet, of television and of the digital means in general. The term global access became common place and the idea of instantaneous access to the data and available information seduces it all the ones that are involved in the process. However, it is immense the number of the ones that are not involved. And what are the ones even, do they participate actively of that interaction? The full answer that question doesn't fit in this article. However, the theme is susceptible to reflection. And answers, even if partial and in the theoretical extent, they appear for a more optimistic state. Inquiries, reflections and theories are necessary.

1. Introdução: a quem queremos enganar?

Com a internet e com as facilidades de acesso aos meios de comunicação consolidou-se a idéia de que o mundo vive a plenitude da globalização e disseminação de idéias. Mas, é realmente isso que ocorre? Não seria, ainda, a rede mundial de computadores um grande ponto interrogação. Não

há dúvidas de que a internet é um fantástico meio de comunicação. Democrático, permite acesso ilimitado a informações. No entanto, diante de uma análise mais cuidadosa, conclui-se que se trata de uma mídia com um quê de médico e monstro. Informações estão disponíveis em tempo real, basta clicar para acessá-las. Qualquer um pode criar/acessar um site, postar/ler mensagens e divulgar/absorver idéias, relevantes ou idiotas. É aí que reside o problema. Existem sites de relacionamentos que promovem o racismo, a intolerância ou simplesmente a futilidade. Há pornografia de graça, pedofilia e uma variedade de coisas bizarras e repulsivas. A lista vai longe: incentivo ao suicídio, apologia à anorexia, estímulo ao ódio entre torcidas, divulgação do neonazismo, dicas a qualquer tipo de criminoso e outras barbaridades. Tudo ao alcance de qualquer pessoa: criança, adolescente ou adulto. Não é exagero afirmar que a internet, se mal usada, contribui para estagnação do indivíduo. Se, por um lado, essa nova geração especializa-se cada vez mais em softwares, em linguagens virtuais, músicas e novidades, por outro lado, cultiva a superficialidade. As informações são tantas e tão rápidas que o conhecimento se torna difuso e genérico. Pior, o convívio social é deixado de lado. Tudo adquire uma dimensão virtual. A rede é tão persuasiva que os jovens dedicam horas e horas explorando-a. Há um risco real de que as crianças de hoje cresçam sem o conceito de direito à privacidade e sem entender sequer a necessidade dela. Além de tudo, a língua portuguesa, e qualquer outra língua, é sistematicamente destruída no meio digital. Por preguiça ou por convenção, prolifera-se o uso de estranhas abreviações e novos códigos lingüísticos, cujos valores são suspeitís-

simos. Cria-se uma linguagem derivativa e rasteira.

O ilimitado acesso à informação, à música e à facilidade de interação global através da rede mundial de computadores sugere um sentido unificado das coisas. Contudo, trata-se de ingenuidade acreditar que todo esse aparato tecnológico realmente globaliza e unifica a humanidade. Nos termos da realidade, a mundo continua brutal, desigual, violento, estranho e com fronteiras ainda muito bem definidas. O desenvolvimento tecnológico sempre esbarra nos fatores humanos e não consegue abarcar ou beneficiar a humanidade em sua totalidade.

Por exemplo, não há tecnologia capaz de impedir os avanços do terror. De que modo se combate as técnicas quase medievais que os terroristas utilizam? Como interceptar as formas básicas de comunicação como bilhetes ou informações orais? Como encontrá-los nas cavernas, nos desertos e no submundo? Com satélites, com a internet, com o melhor da tecnologia móvel? Realmente, tarefa impossível. São dois mundos colidindo. Países miseráveis, como alguns da África, não estão integrados à internet. Em outros casos, como a China, existe monitoramento de conteúdo pelo Partido Comunista. Isso é globalização? Integração pela tecnologia? E quem tem acesso, não está integrado? Está integrado, mas é submetido às regras de mercado, às regras da propaganda, às regras e aos protocolos do mundo real. Além de tudo, como já mencionado, a internet é meio de proliferação de inocuidades, de mensagens perigosas de todos os matizes. Não há regras e não há limites. Quem filtra o que é bom e o que é ruim? Os próprios usuários? Como é ténue essa noção de liberdade. Os grandes sites são

partes de conglomerados maiores de informação e entretenimento.

Vive-se sob o domínio imagético e da propaganda, onde impera a construção de sentido de acordo com interesses financeiros. Não há espaço para a autonomia da imaginação, só submissão. Neste novo panorama, além de todas as contradições já citadas, a língua foi relegada ao fundo do abismo, desvalorizada e subjugada pelo império das imagens. Atingimos o grau zero da palavra e a destruição da língua se dá sistematicamente. Tudo isso é aceitável, lamentavelmente cada vez mais aceitável. Pensamentos são mutilados, processados e condicionados. Corpos bem definidos, uma imagem bem tratada e cabeças desprovidas de idéias valem mais do que esclarecimento. A sensibilidade coletiva está sendo adestrada, direcionada ao inócuo. Convicções são acessórios descartáveis. É esse o chamado mundo globalizado. Na frente do computador, na frente da TV, com fones enfiados no ouvido é possível fugir da realidade, é possível distrair-se e esquecer o quão desigual e miserável é a sociedade contemporânea. É possível acreditar que o mundo é interativo, globalizado e sem fronteiras. No entanto, acreditar nisso é fechar os olhos para a realidade, para as coisas concretas, para as pessoas e os problemas sociais.

2. Idéias que não correspondem à Verdade

As novas tecnologias de comunicação inculcam idéias de inserção e globalização. Nada mais falso. Virtualmente, pode até existir algo que se encaixe no termo globalização. No mundo real, no entanto, as fronteiras

entre países ainda existem, barreiras culturais ainda impedem a plena comunhão e o distanciamento entre as pessoas é cada dia mais evidente. Informações, negócios e dados são globalizados. Pessoas não. União não. Paz não. Igualdade não. É a mesma situação de sempre. Até as novidades são velhas. Porque o novo só é novo na forma, mas a essência ainda é igual. Suportes modernos carregam velhas mensagens, vícios recorrentes e as mesmas falhas sistêmicas. Estão a serviço do fútil, do descartável, do consumismo e do supérfluo. O que ocorre é que existe uma ilusão de interação. Trata-se de um anseio e de uma estratégia de fuga. Anseio porque representa o desejo real de interagir que só pode se concretizar de modo etéreo nos ambientes virtuais. A realidade mundial é outra, muito diferente e áspera. Às vezes insuportável, por isso é uma estratégia de fuga. Nos ambientes virtuais não existe terrorismo, violência, caos, trânsito louco e nem as coisas horríveis que pontuam a vida real. Existe a satisfação do anonimato, do controle e do não-conhecimento. A utopia da igualdade só se realiza na internet.

Neste contexto, as mídias faladas, escritas e, sobretudo, os ambientes virtuais transcendem. Estão além do mundo real e da sociedade. Já não informam ou representam nada. Esse novo modo de comunicação é algo que contempla somente interesses selecionados e que se desenvolve para si mesmo e por si mesmo. Adquiriu vida própria, com significações e regras bem delineadas. Tornou-se uma aberração com milhares de cabeças monstruosas e cada uma delas com autonomia assustadora. Não há mais possibilidade de intervenção. As pessoas são, ao mesmo tempo, objetos, cúmplices e fantoches. A interação é apenas fumaça. E

a manipulação é cada vez mais verdadeira e descarada. Pode-se entrar no jogo, se quiser e se compreender, mas apenas como uma peça dentro de um tabuleiro maior e com diretrizes específicas. Essa é a dinâmica da contemporaneidade: ou participa-se de alguma forma ou transforma-se em espectador. De qualquer maneira, para o indivíduo, impera a lógica da passividade.

A velocidade de processamento da informação traz algo de negativo. A internet tornará o presente cada vez mais presente, o tempo cada vez mais real e a informação cada vez mais banal. Deste modo, todo o conceito de futuro será eliminado. Vivendo sempre o presente, sempre o momento atual, anula-se a reflexão e a expectativa. E também a identidade e, por incrível que pareça, a liberdade. Porque uma coisa que funciona sem parar, com total inflexibilidade, não faz as pessoas mais livres e sim mais impotentes, mais incapazes de acompanhar e processar o que acontece. Neste cenário de extrema rapidez, os aspectos políticos, econômicos e culturais perdem singularidade. E os indivíduos também. Num exercício involuntário de futurologia, J.G. Ballard, na introdução do romance *Crash – Estranhos Prazeres*, edição brasileira de 1995, aponta as características dos tempos modernos. Apontamentos acertados:

Cada vez mais, nossos conceitos de passado, presente e futuro são forçados a uma auto-revisão. Assim como o passado, em termos sociais e psicológicos, tornou-se vítima do acidente de Hiroxima e da era nuclear, o futuro também está deixando de existir, devorado pelo presente voraz. Anexamos o futuro ao presente, como apenas uma das múlti-

plas alternativas que se abre para nós. As opções se multiplicam ao nosso redor, e vivemos num mundo quase infantil, em que qualquer demanda, qualquer possibilidade, seja por estilos de vida, viagens, por papéis sexuais ou por identidades, pode ser satisfeita de forma quase instantânea. (BALLARD, 1995, p. vi)

Além da eliminação dos conceitos de tempo, há outra característica marcante na época atual: a repetição. As novelas contam as mesmas histórias, os filmes apresentam os mesmos enredos e que até os atores se parecem uns com os outros, selecionados de acordo com padrões estéticos convencionais. Encenam personagens com variações mínimas. Hoje, a produção de sentido é uma linha de montagem, laboratório de clonagem. Não se valoriza o original ou a alternância: o que vale mesmo é repetição. Nas várias telas, da TV, do cinema, do computador, do celular, as mesmas coisas multiplicam-se como se estivesse numa linha de montagem. As mudanças sempre se processam do mesmo ao mesmo, nunca de um a outro. A história já foi contada. O conceito é sempre igual e as idéias não se renovam. Variados são os meios de comunicação. Mas os conteúdos, tão redundantes e instantâneos.

Todas as nossas máquinas são telas, e a interatividade dos homens transformou-se na das telas. Nada do que se inscreve nas telas é feito para ser decifrado em profundidade, mas sim para ser explorado instantaneamente, numa ab-reação imediata ao sentido, num curto-circuito dos pólos da representação (BAUDRILLARD, 1992, p. 62).

Nossa época, essa que é chamada de contemporânea, é hegemônica. Há hegemonia no cinema, nas artes, nos meios de comunicação e no comportamento. Trata-se da hegemonia do ruim, do repetitivo e do medíocre. Tudo segue padrões que giram em torno de si mesmos. Nada escapa ao controle da hegemonia e, se por acaso, alguém consegue inventar algo inovador ou se livrar das influências perversas, então temos certeza de que se trata de ouro puro.

3. A existência através da compra

Outra característica marcante destes novos tempos é necessidade imperativa de comprar e vender. Anúncios são comuns, mensagens subliminares estimulam a compra. Merchandising de massa, comerciais, peças publicitárias criam a idéia de que tudo é passível de ser vendido. Vendem conceitos de conforto, de sucesso, de saúde e qualquer coisa. Os objetos perderam o real significado e função, e foram integrados ao abstrato. A funcionalidade das coisas também está agregada ao conceito, presa à idéia inventada para ser comprada. Produtos são adquiridos para não serem usados. Ao longo do tempo, os lares ficam entulhados de tranqueiras e a maioria delas não possui utilidade prática, só serve para ocupar espaço. Mas continua-se comprando, pois a existência é regida nos termos de comprar para existir. Os mecanismos publicitários estão cada vez mais eficientes e tornam qualquer produto sedutor. Satisfações descartáveis são vendidas, e os indivíduos estão imersos numa simulação sem fim, observando hologramas da realidade, generalizações e conceitos massi-

ficados. São peças de uma sociedade de consumo cada vez mais voraz, onde a participação se dá através da compra, da posse e do desejo. Neste contexto, a imagem é manipulada para atender aos anseios mercadológicos. A imagem, tão presente na vida cotidiana atual, tornou-se a chave-mestra no processo de compra e venda. Diante disso, constata-se que as imagens tratadas por programas de computação gráfica já não representam nem mesmo a realidade. São desprovidas de moral, de sentido e de significados. Elas significam o que querem que elas signifiquem.

Pode-se dizer que o amoralismo é próprio de toda imagem, que não procura o que deve ser em geral, mas descreve o que se vê aqui e agora, e por isso não se envolve com modelos a imitar ou idéias a realizar, a seguir ou a aplicar. A imagem é uma forma que seduz e que atrai, e que, portanto, não tem de fazer qualquer injunção moral (MAFFESOLI, 1995, p. 98).

Então temos que o sentido de existência se opera através de valores materiais e que os comportamentos são ditados pela supremacia da imagem. Neste ponto, o filósofo francês Jean Baudrillard tem a perfeita definição. Para Baudrillard a imagem tem fases sucessivas, assim classificadas: “reflexo de uma realidade profunda; mascara e deforma uma realidade profunda; mascara a ausência de realidade profunda; não tem relação com qualquer realidade: ela é o seu próprio simulacro puro” (Baudrillard, 1991, p. 13). Para Baudrillard tudo é simulacro: a arte simulacro da arte, a política simulacro da política. De acordo com sua teoria, há uma nova realidade que perdeu seus

próprios marcadores e está à deriva, sujeita a constantes transformações de sentido. E tais transformações são transmitidas e mediadas pela tecnologia. Se, por um lado, a plena interatividade traz benefícios aos indivíduos, por outro lado serve aos propósitos mais mesquinhos do capitalismo. Esse sentido global, o domínio da imagem e da tecnologia reduz as pessoas a simples engrenagens, a peças menores e padronizadas dentro de algo maior cuja compreensão nunca se dará completamente.

4. Conclusão

Os meios de comunicação e as tecnologias de massa são extensões do homem. Ao contrário do que está em voga, este novo estado das coisas deveria servir à sociedade de modo mais integrado e justo. E, dentro destes meios, a mensagem não deveria ser transfigurada e manipulada. O mundo virtual e os meios de comunicação são simulacros quando não poderiam ser. A confluência das mídias dentro de um ciberespaço é uma característica única e irreversível dos tempos ditos pós-modernos. Esse novo meio de comunicação chamado internet reúne as qualidades dos outros meios, mas também possui distorções severas. A internet introduziu um novo valor de espaço e tempo como nenhum outro meio foi capaz de fazer. Mas tal valor não deve esmagar a noção de privacidade, de limite e da realidade, como acontece. André Lemos, no livro *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*, oferece uma perspectiva sobre os tempos atuais:

A condição em que vivemos clama pela multiplicidade em todas as formas de interação social. Desse modo, não é de se admirar que a rede, o mais pós-moderno de todos

os meios, venha a unificar diversas formas de comunicação. (...) o declínio do individualismo é o que dá forma à pós-modernidade social. Para dar conta das relações sociais contemporâneas, não podemos falar mais a partir de uma perspectiva individualista, contratual, a partir de uma estrutura mecânica que marcou a modernidade. Pelo contrário, devemos estar atentos aos múltiplos papéis dos sujeitos sociais (LEMOS, 2002, p. 71).

Diante do exposto, conclui-se que o interesse do indivíduo está atrelado ao interesse corporativo. Conclui-se que não há mais originalidade e que se instalou um estado de repetição e ilusão constante. Nem mesmo os próprios indivíduos buscam meios para se livrarem das amarras e da rotina. De tão bem estruturada, a internet oferece conforto e funciona como válvula de escape. Não integra, não é equânime e não é tão democrática quanto se imagina. É apenas um meio que torna as pessoas mais conformadas. O mesmo pode se dizer dos outros suportes de comunicação: TV, celulares, games, cinema, etc. Todos estão a serviço dos próprios interesses e não se preocupam com as múltiplas camadas sociais. Estão interessados em vender e propagar as mesmas idéias, os mesmos valores e as mesmas noções. A realidade não se encaixa, não é interessante e não vende. A miséria, as mortes, a fome, a desigualdade, os conflitos religiosos, enfim, o mundo, é para ser visto de relance.

5. Referências Bibliográficas

BALLARD, J.C. *Crash: Estranhos Prazeres*. Rio de Janeiro: Editora Record, 1995.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulação*. Lisboa: ed. Relógio D'água, 1991.

BAUDRILLARD, Jean. *A Transparência do Mal: ensaios sobre os fenômenos extremos*. Campinas: Papirus, 1992.

LEMONS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MAFFESOLI, Michel. *A Contemplação do Mundo*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.