



Identities and associations in the virtual world¹

Msc Ana Carolina de Araújo ABIAHY²

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Pretendemos discutir as identidades no mundo da cibercultura. Acreditamos que a mídia está agora trabalhando na perspectiva da individualização e da segmentação. As novas tecnologias provocam nos sujeitos o desejo de serem a sua própria mídia. Hoje, parece que todos desejam expressar ideias e imagens na Internet. Além disso, vemos que o narcisismo se desenvolve, embora as comunidades virtuais estejam reunindo as pessoas de diferentes partes do mundo. As ideias de Michel Maffesoli relacionadas à criação e ao desenvolvimento de novas tribos e as considerações de Michel Foucault sobre as relações de poder na sociedade, bem como o conceito de *habitus* em Pierre Bourdieu guiam nossa análise.

PALAVRAS-CHAVE: identidades; cibercultura; tribalização

Nos últimos anos, podemos verificar que o desenvolvimento tecnológico aplicado aos meios de comunicação trouxe mudanças para a própria comunicação interpessoal e para o posicionamento dos sujeitos. É inegável a rápida expansão e popularidade dos programas de conversação on-line (chats), das páginas pessoais, que vão desde os blogs temáticos (alguns seguindo a trilha de uma nova modalidade jornalística) até os flogs, que podem ser apenas um álbum pessoal narcisista até uma exposição artística de fotógrafos amadores ou não, sem contar nos sites de redes de relacionamento como o Orkut e até na possibilidade de uma existência virtual simulada, como o Second Life. Todas estas modalidades de expressão no mundo da rede mundial de computadores criam novas formas de associação, onde identidades podem ser criadas e novas imagens inventadas.

As fronteiras entre o mundo real e o virtual se diluem, pois o que acontece na rede interfere no convívio face a face. Aliás, definir o mundo real ficou cada vez mais difícil porque no mundo on-line as experiências são vivenciadas de forma real e com intensidade. O mundo real é aquele em que fazemos o registro da foto

¹ Trabalho apresentado ao GP Cibercultura do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Letras (Literatura e Cultura) pela UFPB e jornalista e pesquisadora do IFPB;
e-mail: carolabiah@gmail.com



e não aquele onde a alteramos no photoshop? Mas, se a foto já é um simulacro... Estas questões nos levam longe. Casais que se conhecem via internet acabam travando laços ao vivo, assim como ocorre com as amigas e os contatos profissionais. As transações comerciais e os crimes cometidos com a ajuda da tecnologia virtual estão forçando as legislações, que costumam demorar a serem alteradas, para mudanças cada vez mais constantes. A mesma problemática força os países a definirem novas relações diplomáticas, pois o mundo cibernético ignora as fronteiras geográficas. Recorro a Pierre Levy para uma breve definição:

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LEVY, 2005, p.17).

Para analisar qualquer uma das mudanças trazidas pela cibercultura vemos que refletir sobre o narcisismo e as novas sociabilidades se faz imprescindível. Embora estes pares pareçam estar em pólos opostos, têm convivido harmoniosamente nesta sociedade globalizada. Afinal, se a rede estimulou os indivíduos a olharem cada vez mais para o próprio umbigo, transformando seus álbuns pessoais em jornal diário para milhões, por outro, as comunicações on-line entre pessoas distantes no globo colaboram para traçar estratégias coletivas de combate ao poder hegemônico, tecendo novos laços comunitários, configurando novas formas de identificação entre os sujeitos.

Estas mudanças apontam que há uma tendência de personalização, pois o usuário da internet se transforma em um produtor também, afinal, ele interfere no quadro da rede, ao inserir novas informações e até fazer suas próprias páginas. Esta tendência foi antecipada pela própria grande mídia, que passou a se orientar segundo o viés da segmentação e da maior personalização na produção dos bens culturais. Esta configuração da mídia hoje obedece ao viés multifacetado da própria globalização, onde a padronização deixou de ser a tônica do mercado.



O quadro é o que Armand Mattelart chama de diversificação na padronização: “Tudo acontece como se, dessa realidade contemporânea híbrida, a etnografia apenas retivesse um só aspecto: o da personalização. O pontual, o singular contra o global” (1999, p.257). Renato Ortiz também corrobora este pensamento de que a nossa época é de individuação e descentramento: “Creio que é tempo de entender que a globalização se realiza através da diferenciação” (1996, p. 181).

Esta tendência de segmentação por mais que seja guiada pelo oportunismo capitalista que procura os nichos lucrativos, fatiando agora o mercado, não deixa de ser uma percepção mais democrática. Afinal, na medida em que oferece produtos culturais específicos, a mídia passa a considerar que a sociedade é construída sobre um tecido social multifacetado e que compreende diversas minorias, antes ignoradas.

É o que percebemos com o espaço maior conquistado pelos discursos de segmentos da sociedade identificados como minorias (como é o caso dos negros, homossexuais e a terceira idade) ou através da adaptação do mercado midiático a determinadas fatias lucrativas para o mercado, como é o caso dos adolescentes, para ficar em apenas um exemplo. Inúmeras são as revistas (veículo tradicionalmente mais voltado para a segmentação), jornais, programas de tevê e rádio que seguem essa direção.

Estes produtos culturais com público específico podem ou constituir um discurso mais aprofundado com determinado grupo social ou apenas atender a um nicho mercadológico lucrativo. Temos a tendência de verificar nesta mudança de foco da mídia em direção aos discursos tradicionalmente sufocados uma maior democratização do universo social. Principalmente, se levarmos em conta o que Muniz Sodré nos define como minoria:

Lugar ‘minoritário’ é um *topos* polarizador de turbulências, conflitos, fermentação social. O conceito de minoria é o de um lugar onde se anima os fluxos de transformação de uma identidade ou de uma relação de poder. Implica uma tomada de posição grupal no interior de uma dinâmica conflitual (SODRÉ, 2005, p.12).

Tal quadro traça paralelos com a própria internet que é a mídia multifacetada por excelência, tendo em vista o caráter mais independente, estímulo à expressão de idéias muitas vezes dissonantes do discurso dominante. É o meio de comunicação da cultura global. A Internet modificou o sistema linear em que a



comunicação parecia se basear quando se tratava dos meios de comunicação de massa do século XX. A ampla teia selvagem não consegue ainda ser domesticada por completo. Aqui, a interferência, o feedback, a retroalimentação é a regra e não a exceção, como nas demais mídias. A função ativa aqui é relevante, na medida em que somos usuários, mais que expectantes. A palavra internauta para significar quem vai navegar na rede virtual é mais do que apropriada, pois para navegar é preciso tomar nas mãos um leme, se direcionar. É o internauta que constrói o itinerário em um meio onde não só se usa a rede como também se contribui para fazer parte do acervo dessa mesma rede.

Para falar apenas em uma distinção dessa mídia, chamamos atenção para o hipertexto, evocado por Pierre Lévy, ele possibilita leituras diferentes de um mesmo texto, apropriações distintas da mensagem, itinerários diversos de uma só discussão. A rede rompe com o sistema linear porque permite, estimula, é feita para as conversas paralelas entre os usuários. Em tempo real, é possível conhecer realidades distintas, culturas diferentes. Os chats possibilitam isso. A rede estimula o usuário a realimentar a sua teia.

Esta proliferação de blogs, fotologs e páginas pessoais, e de perfis no Orkut atende a lógica da sociedade do espetáculo, estudada por Guy Debord, onde todos podem ter seus quinze minutos de fama, eternizados, até agora, nas databases. A sociedade da imagem, do simulacro, como percebe Jean Baudrillard, estimula as câmeras de vídeo, digitais, onde a imagem pode ser feita e refeita, não mais somente apreciada, como afirmação da memória e segurança, agora somente consumida, apagada, para ser refeita. É o novo que se compraz em produzir e em armazenar, reafirmando o consumo como meta. Não é a toa que a Internet, inicialmente, um espaço de diálogo entre centros universitários, é rapidamente transformada em um mercado.

Aqui, poderíamos nos perder em caracterizações dessa rede e dessa cultura global, que se está formada na pulverização das mensagens, ao invés da concentração emissiva das demais, não deixa de nos expor a um banco de dados mundial, exposto aos telemarketings da vida. E agora não é possível escapar, como a propaganda avisa, o banco vai atrás de você até durante as férias na praia. Mas, ainda é possível tentar escapar, a rede é campo aberto para a formulação de identidades instantâneas, nesse grande teatro virtual, esse



simulacro. A vida se divide entre o virtual e o real, criando novas sociabilidades com encontros em comunidades com interesses afins.

Esses encontros no ciberespaço criam focos de resistência. Dênis de Moraes dá atenção especial aos movimentos sociais que fomentam protestos através da rede. Os ataques e manifestações ao G8 são marcados via Internet. As tecnologias empreenderam mudanças até na pesada indústria fonográfica, poderosa nos tempos da massificação. Piratas é uma expressão perfeita, pois eles são vistos como Hobin Hoods, retirando dos gordos bolsos dos executivos das gravadoras o que foi surrupiado do consumidor durante anos através de preços artificializados para cobrir os gastos com publicidade. A indústria do cinema que hoje se agiliza para lançamentos simultâneos já é abalada pelas distribuições alternativas no rápido camelódromo urbano. As estratégias mercadológicas e empresariais estão tentando se adequar a essa nova balança, cobrando pela venda de faixas musicais, individualmente. Todos esses fenômenos atuais são pensados pelos estudiosos da comunicação.

Associamos este processo da mídia e do interesse mais setorizado dos públicos com o processo histórico de afrouxamento dos laços do indivíduo com sua nação e a comunidade de origem. Principalmente, com a própria idéia de sujeito idealizado que foi desmantelada no século XX. Tal sujeito-modelo colocado como norma era o homem, branco, ocidental e de tradição judaico-cristã. Uma nova concepção de história aponta para a quebra deste padrão de sujeito-universal, ao analisar as experiências dos grupos oprimidos.

No texto “Identidade e diferença”, Stuart Hall (2000) explicita que o conceito de identidade é estratégico e posicional, ao invés de essencialista. Mas, como o próprio Hall coloca, é difícil o sujeito perceber que pode alterar sua configuração identitária, pois sempre há uma ilusão essencialista que paira no imaginário e nas práticas disciplinares operadas pelo discurso dominante. Fazendo um paralelo da consideração de Hall para o quadro atual no universo midiático, vemos que, por não se sentir representado pelo discurso oficial e unificador, o sujeito procura outras formas de identificação, passando a se identificar com o grupo social com o qual compartilha de interesses e escolhas que tomam por base o consumo de produtos culturais semelhantes.

Na contemporaneidade, testemunhamos a quebra da unidade no discurso, o faz a mídia apresentar-se como um espaço conflitual, para usar a palavra de Sodré. As



temáticas especializadas e o estímulo à formação de públicos específicos fazem parte desta tendência de expor a diversidade existente na sociedade. A lógica da mídia costuma trabalhar com a hierarquização dos assuntos, mas isto tem se tornado mais flexível. Percebemos esta mudança na medida em que há uma maior pluralidade de discursos conquistando representatividade na mídia. Por outro lado, a mídia se apresenta como um poder disciplinador, muitas vezes. Aí é que cabem novos questionamentos.

Procuramos compreender em que proporção a busca dos grupos sociais por um discurso diferenciado, segmentado, é um resultado da perda da unidade em torno das grandes ideologias que regem o social e que forjaram a identificação com um sujeito universal, resumo do discurso dominante. Desta forma, a explosão das diferenças, a partir da maior visibilidade alcançada dos diversos discursos ocupando a mídia, revelaria a descrença no ideal de modernidade que pregava a uniformidade e alívio das tensões.

Ao invés da padronização que cumpria o papel de tentar eliminar as diferenças, estamos assistindo a segmentação, ao incentivo da personalização dos bens simbólicos. Acreditamos que o processo colabora para a maior democratização na mídia, porque permite aos diversos pontos de vista se expressarem e, por consequência, colabora para aumentar a liberdade de escolha do público.

Podemos considerar que as novas tecnologias contribuíram para que a mídia se apresentasse desta forma, basta pensar nas possibilidades abertas para a oferta variada de expressões e de discursos presentes na internet, por exemplo, que fortaleceu também a interatividade, ou seja, contemplou tanto a multiplicidade quanto a convivialidade, criando inclusive novas formas de convívio com o ciberespaço e a virtualidade.

Segundo Maffesoli, é a quebra com o padrão da Modernidade, nos colocando em um movimento de retribalização, onde há a partilha de uma imagem por um mesmo grupo, que nos lança em um novo ideal comunitário: “Assim, o que prevalece não é mais o indivíduo, isolado na fortaleza de sua razão, mas o conjunto tribal, que se comunica ao redor de um conjunto de imagens que consome com voracidade” (MAFFESOLI, 1995, p.145).

Ainda conforme Maffesoli, o mundo estaria saindo de um social racionalizado para uma sociabilidade com dominante empática (cf. 1998, p.17). Um dos sinais disto é que hoje as pesquisas procuram pensar o sujeito em seu contexto, sua



comunidade, suas experiências e não mais de modo individual, uno e impessoal. O que mudou nesta nova sociabilidade que cresce com as novas tecnologias comunicacionais foi o posicionamentos dos sujeitos.

Para o autor, nesta nova sociabilidade a pessoa/persona representa papéis nas tribos de que participa: tem um posicionamento diferenciado se está no trabalho, na família, no lazer. Antes, o social exigia do indivíduo um engajamento mais totalizante, o sujeito era cobrado a ter um mesmo posicionamento na política, na associação, em grupos estáveis. Hoje, pode defender fazer parte de variados grupos que não se entendem entre si, desde que em cada um identifique-se com ao menos uma causa. Isto porque os grupos não teriam um grande ideal a defender, não teriam uma visão absoluta da sociedade “(...) entrecruzamento de círculos é o que caracteriza a nossa época” (MAFFESOLI, 1998, p.109).

Questionamos se isto não seria um sinal da excessiva permissividade do individualismo... É por isso que as discussões acerca da pós-modernidade e modernidade parecem infundáveis. Afinal, se a pluralidade de discursos expressos através de tantos grupos e que encontram seu meio mais apropriado na rede cibernética é indicador de mais liberdade no posicionamento dos sujeitos, não deixa também de ser um revelador de isolamentos e de interesses diluídos na sociedade. Isto é grave em si tratando de um país como o Brasil com grandes desigualdades e que depende muitas vezes de um catalisador de soluções para injustiças. Devemos então estar atentos a aspectos também negativos desta nova expressão dos sujeitos e das sociabilidades.

As especificidades crescentes substituíram a relação com o social de modo mais amplo (o que ocorria nas fases históricas de uma crença maior nas ideologias), reduzindo hoje a experiência coletiva a microcosmos de interação. O crítico Michel Maffesoli ao observar a sociabilidade do mundo contemporâneo, formada através de um novo tribalismo, alvo de seus estudos, afirma que: “Cada grupo é, para si mesmo, seu próprio absoluto” (1998, p.125). Para ele, esta nova estratégia de sociabilidade é símbolo da vitalidade dos sujeitos diante da força da comunicação de massa dominante no século XX. “A constituição em rede dos microgrupos contemporâneos é a expressão mais acabada da criatividade das massas”, (MAFFESOLI, 1998, p.137).

Vemos que o autor associa estas novas constituições dos sujeitos a outros fenômenos do mundo contemporâneo, não só o das inovações tecnológicas dos



meios de comunicação. Ele observa que a própria mudança na estrutura geopolítica corrobora esta idéia do múltiplo, é o que podemos ver com a presente luta étnica que não se arrefeceu mesmo com as tentativas de unificação feita com processos como os da colonização. Podemos observar isto também no Brasil, após o período de concentração de poder na ditadura, o quadro político do país se abriu a uma multiplicidade de partidos.

Até mesmo no aspecto mais particular do mundo afetivo, percebemos características que o autor define para estes novos tempos que são facilmente comprováveis. Para ele, esta sociabilidade contemporânea não se apóia no fazer, nem em um associacionismo contratual, mas se esboça no orgiástico, na comunicação, na fruição do presente e na incoerência passional que induzem ao reencontro e a sujeição, ao mesmo tempo (Cf. Maffesoli). Alguma semelhança com os processos de namoro rápido de hoje em dia, o ficar, não é coincidência.

Considerando o aspecto da maior liberdade na expressão dos discursos, oriundos dos mais diversos emissores, vemos que a atual tecnologia só colabora com o processo histórico que orienta os sujeitos a darem vazão aos saberes e experiências das mais diferentes origens. Michel Foucault, nos textos “Soberania e disciplina” e “Genealogia e poder”, comenta acerca da efervescência na expressão dos mais variados discursos, algo que se tornou crescente desde o final dos anos 60. Ele ressalta que a unidade teórica do discurso foi recortada, invertida e caricaturizada, pois se percebe uma criticabilidade crescente das instituições, práticas e dos discursos. Este é o panorama que vai dar origem a esta tecnologia contemporânea, onde a rede não é linear e não há hierarquizações.

Estas considerações de Foucault avançam no sentido de compreender, atualmente, o espaço da comunicação, das novas mídias, como fora dos padrões de poder concentrado, que seria o comum em outros meios de comunicação de massa como a televisão, por exemplo, onde a crítica colocava os sujeitos como passivos. Hoje, as novas mídias pulverizam o poder em variados discursos e o texto de Foucault nos ajuda a entender que a autonomia nunca esteve ausente dos sujeitos:

(...) em qualquer sociedade existem relações de poder múltiplas que atravessam, caracterizam e constituem o corpo social e que estas relações de poder não podem se dissociar se estabelecer nem



funcionar sem uma produção, uma acumulação, uma circulação e um funcionamento do discurso (FOUCAULT, p.179,1998).

Esta reflexão é interessante para que não sejamos ingênuos ao enxergar na maior pluralidade de discursos expressos através das novas mídias a ausência de qualquer poder. Afinal, já apontamos que esta tendência de segmentação e personalização, em substituição a padronização e unificação, é uma das formas que o poder econômico encontra nos moldes da globalização de perpetuar a lógica capitalista. A divisão dos grupos sociais com interesses distintos é uma estratégia mercadológica também. Mais uma vez, Michel Foucault nos faz ficar atentos: “Efetivamente, aquilo que faz com que um corpo, gestos, discursos e desejos sejam identificados e constituídos enquanto indivíduos é um dos primeiros efeitos de poder” (1998, p.183). Ele parecia ainda se antecipar a forma de organização que os meios de comunicação assumiriam:

O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que funciona em cadeia. Nunca está localizado aqui ou ali, nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona e se exerce em rede (FOUCAULT, 1998, p. 183).

Um dos conceitos que a filósofa Marilena Chauí trabalhou é o de discurso competente, que podemos identificar como o discurso dominante. Chauí mostra a atuação da ideologia para “obter uma imagem particular universalizada, isto é, a imagem da classe dominante” (1997, p.3). Para tanto, universaliza o particular “pelo apagamento das diferenças e contradições” (1997, p.3). Identificamos que este seria o processo ocorrido nos meios de comunicação de massa tradicionais, a exemplo da televisão e do jornal, onde há um esforço pela repetição e pela uniformização. Hoje, as novas mídias provocariam uma outra tendência mais particularizada, que tenta conquistar o sujeito, oferecendo para ele um lugar onde se identifica, um espelho. A publicidade ataca neste sentido e os padrões culturais também trabalham no aspecto da customização, para usar uma palavra pertencente ao universo da moda e que cai tão bem ao tratarmos de imagem.

As reflexões de Chauí nos parecem importantes porque tratam de uma modalidade deste discurso competente, que seria o de se amoldar, se imiscuir nas consciências de modo camuflado. Segundo Chauí, quando o instituinte passa a instituído, a ideologia incorpora as novas idéias, retirando o significado



original que existia quando de seu surgimento. É este processo que origina o “discurso competente”, aquele que tem legitimidade e que é reconhecido como prioritário dentro de uma sociedade,

É o que percebemos quando certas iniciativas, posturas, discursos enfim, destoantes de qualquer padrão dominante partem de uma condição quase marginal na sociedade e acabam tendo suas idéias transferidas, adaptadas para o discurso da grande mídia, sendo ofertadas como mais um produto “diferenciado”, uma fatia para o mercado. Um exemplo seriam movimentos culturais como os punks que embora tenham surgido de uma experiência contestatória de jovens de classes baixas com um discurso contrário ao oficial, passam a ser exibidos na mídia apenas como um bando que gosta de usar roupas esquisitas com cabelos estranhos, só para falar um exemplo da contracultura de décadas passada, e que continua a se repetir com outros.

É um processo comum a mídia distorcer um determinado discurso, transferindo-o de seu lugar de origem, onde atende a uma linguagem própria com significados conhecidos por seus pares, para trazê-lo a um espaço maior onde, apenas por imitação, passa-se a utilizar este discurso, sem compreendê-lo, e sem ter um vínculo com suas intenções. Seria esta a maior esperteza do discurso que domina a mídia, aglutinar os discursos divergentes em um só discurso.

A autora nos lembra Pierre Bourdieu, ao explicar que este processo é resultado da interiorização de normas, baseado não na submissão, mas na assimilação das regras. O que Bourdieu bem explica através da noção de *habitus*:

De fato, as disposições mais inconscientes, como por exemplo as que resultam da interiorização de um *habitus* primário de classe, se constituíram através da interiorização de um sistema objetivamente selecionado de signos, índices e sanções, que nada mais são do que a materialização nos objetos, nas palavras e nas condutas, de um sistema particular de estruturas objetivas. (BOURDIEU, 1999, p.161).

Esta reflexão nos abre os olhos acerca do eterno confronto presente nas mídias acerca da liberdade na expressão dos discursos diferenciados. Porém, não podemos deixar de negar que o quadro hoje é bem mais flexível e aberto ao contraditório do que décadas atrás. A própria mudança advinda com a internet, que se constitui em uma mídia horizontalizada e, portanto, mais propícia a intervenções dos diversos segmentos que compõem o social demonstra tal assertiva.



Além disso, a própria configuração do espaço midiático com a convivência de diversas linguagens colabora para esse fim. Por mais que a internet esteja sofrendo com a intervenção do mercado, com os portais de notícias se transformando em shoppings virtuais (quadro bem diverso dos seus primórdios, quando o apelo visual era mínimo, com a possibilidade do uso de vídeos restrita, o que a transformava mais em um campo de pesquisa textual), o uso livre e particular da mídia a faz um laboratório de criação. Se no passado, era preciso o leitor mendigar um espaço entre os colunistas do jornal para expressar sua opinião, hoje ele pode falar para muitos através de seu blog ou virar uma celebridade anônima nos youtubes e flogs da vida. Muitas vezes, o que está sendo expresso nada mais é do que o culto ao eu, não necessariamente a tentativa de se fazer uma ponte com o outro, mas apenas a ilusão de ser uma celebridade.

Dominique Wolton nos fala em solidões interativas ao analisar a dificuldade de os indivíduos travarem uma comunicação interpessoal nestes tempos de excessiva troca de informações. O autor diz não ver na presença das novas tecnologias performáticas a condição para a aproximação dos homens. Acreditamos que nenhuma mídia por si só o fará, mas é inegável que as possibilidades abertas no ciberespaço ampliam em muito as pontes entre os sujeitos. Ainda assim, creio ser importante ouvir Dominique Wolton como uma voz discordante que nos faz ver a permanência do individualismo nesta era de novas sociabilidades. Para ele, “o desafio não diz respeito à aproximação dos indivíduos e das coletividades, mas, ao contrário, à administração de suas diferenças; não à celebração de suas semelhanças, mas àquela muito mais complexa, a de suas alteridades” (WOLTON, 2007, p.11). É um alerta quando vemos a sociedade repartida nos diversos nichos mercadológicos, nas tribos, que podem ser exercício de liberdade, mas também esconderijo de idiosincrasias discriminatórias.

Felizmente, não só de narcisismo vive a internet. Para Dênis de Moraes, é possível ter visões otimistas com a internet, já que ela estaria fortalecendo laços e trocas interculturais. Isso é facilmente verificável se levarmos em conta que, os protestos contra o grupo dos países mais ricos do mundo, durante os fóruns econômicos mundiais, são articulados mediante comunicações via internet. É a cibermilitância da qual fala Denis de Moraes: “O ambiente tendencialmente



interativo, cooperativo e descentralizado da Internet introduz um componente criativo nas lutas sociais (...) E o que é desconcertante: sobrepujando os filtros ideológicos e as políticas editoriais da grande mídia” (MORAES, 2001, p.125).

Ainda conforme Moraes, o objetivo é: “(...) driblar o monopólio de divulgação, permitindo que forças contra-hegemônicas se expressem com desenvoltura, enquanto atores empenhados em alcançar a justiça social” (MORAES, 2001, p.125). Não podemos deixar de perceber que a nova mídia também será palco para que grupos extremistas e racistas exerçam sua intolerância tramando campanhas que incitam a violência. Mas, por outro lado, o próprio rastreamento da internet pode facilitar a punição destes crimes.

O que importa destacar de todos estes fenômenos é que para onde olharmos a pluralidade dos pontos de vista está se fazendo notar. Vemos que isto seria inevitável se considerarmos a própria configuração de nossa sociedade e do papel dos sujeitos dentro dela. Também, temos que levar em conta a maior facilidade na elaboração dos produtos culturais, no que diz respeito aos custos. Hoje, fazer um filme, um vídeo, um CD é algo bastante acessível, sem contar com todas as possibilidades de produção existentes dentro do universo de um site.

Se formos atentar para as motivações mais profundas acerca da própria procura dos sujeitos por agrupamentos de acordo com hábitos e perfis culturais, muitas vezes distante de seu território geográfico, percebemos que isto tem ligação com o processo de desvinculação do sujeito contemporâneo com as idéias forjadas de regiões, país, nação. No mundo contemporâneo, as trocas culturais não dependem de proximidade geográfica, mas do compartilhamento de visões de mundo construídas mediante as tecnologias da mídia que configuraram um outro locus, globalizado, que tem sua configuração mais nítida na noção de ciberespaço.

Este compartilhamento de um universo cultural que foi construído no quadro da globalização não deixa de apontar para o perigo da unificação dos muitos mundos culturais que continuam a existir em seus territórios e que tiveram origens diversas. Afinal, não podemos esquecer que quase 70% das imagens em circulação na mídia têm como lugar de emissão os Estados Unidos. Mesmo assim, felizmente, todo este poder de concentração das idéias tem encontrado resistências nos diversos receptores e vemos que a própria configuração do



espaço midiático, cada vez mais multifacetado, possibilita a constante de elaboração de discursos outros, muitas vezes nitidamente divergentes deste emissor hegemônico. Conforme destaca Bourdieu:

O desenvolvimento do sistema de produção de bens simbólicos (em particular, do jornalismo, área de atração para os intelectuais marginais que não encontram lugar na política ou nas profissões liberais), é paralelo a um processo de diferenciação cujo princípio reside na diversidade dos públicos aos quais as diferentes categorias de produtores destinam seus produtos, e cujas condições de possibilidade residem na própria natureza dos bens simbólicos. (BOURDIEU, 1999, p.102).

Podemos então dizer que na cibercultura há um equilíbrio entre o narcisismo, o culto ao eu e o diálogo plural, o encontro, as novas sociabilidades. Quem sabe antecipando as conquistas por uma ordem social que unifique (ou seja, desestabilize as intolerâncias e estimule o respeito ao outro) sem ocultar o divergente.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. “O mercado de bens simbólicos”. In: **A economia das trocas simbólicas**. 5ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1999. Coleção Estudos.

CHAUÍ, M. “O discurso competente”. In: **Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas**. 7ª ed. São Paulo: Cortez, 1997.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 13ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

HALL, S. “Quem precisa da identidade?” In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2005.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2ª ed. Trad. Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

_____. **A contemplação do mundo**. Trad. Francisco Franke Settineri. Porto Alegre: Artes e ofícios, 1995.



MATTELART, A. **Comunicação-mundo**: História das idéias e das estratégias. 3^a. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

MORAES, D. “A cibermilitância: movimentos sociais na Internet”. In: **O concreto e o virtual**: Mídia, cultura e tecnologia. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

_____. **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. Campo Grande, Letra Livre, 1997.

ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. 2^a. ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

SODRÉ, M. “Por um conceito de minoria”. In: PAIVA, R. e BARBALHO, A. (org). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

WOLTON, D. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. 2^a ed. Trad. Isabel Crosseti. Porto Alegre: Sulina, 2007.