

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UERJ

LOGOS

COMUNICAÇÃO & UNIVERSIDADE

Ano 15 | Nº 29 | 2º Semestre 2008 | E-ISSN 1982-2391 | ISSN0104-9933

Tecnologias
e Socialidades

29

LOGOS

29

Tecnologias e Socialidades

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UERJ
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/Rede Sirius/PROTAT

L832 ***Logos: Comunicação & Universidade*** - Vol. 1, N° 1 (1990)
- . - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social,
1990 -

Semestral

E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933

1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação
- Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos. 4. So-
ciologia - Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio de
Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.

CDU 007

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

REITOR

Ricardo Vieiralves de Castro

VICE-REITOR

Maria Christina Paixão Maioli

SUB-REITOR DE GRADUAÇÃO

Lená Medeiros de Menezes

SUB-REITORA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

Monica da Costa Pereira Lavalle Heilbron

SUB-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA

Regina Lúcia Monteiro Henriques

DIRETOR DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Glauber Almeida de Lemos

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIRETOR

João Luís de Araujo Maia

VICE-DIRETOR

Ricardo Ferreira Freitas

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Luiza Helena Sampaio Corrêa Mariani

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Manoel Marcondes Machado Neto

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE TEORIA DA COMUNICAÇÃO

Vinícius Andrade Pereira

LOGOS - EDIÇÃO Nº 29

Logos: Comunicação & Universidade (E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933) é uma publicação acadêmica semestral da Faculdade de Comunicação Social da UERJ e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) que reúne artigos inéditos de pesquisadores nacionais e internacionais, enfocando o universo interdisciplinar da comunicação em suas múltiplas formas, objetos, teorias e metodologias. A revista destaca a cada número uma temática central, foco dos artigos principais, mas também abre espaço para trabalhos de pesquisa dos campos das ciências humanas e sociais considerados relevantes pelos Conselhos Editorial e Científico. Os artigos recebidos são avaliados por membros dos conselhos e selecionados para publicação. Pequenos ajustes podem ser feitos durante o processo de edição e revisão dos textos aceitos. Maiores modificações serão solicitadas aos autores. Não serão aceitos artigos fora do formato e tamanho indicados nas orientações editoriais e que não venham acompanhados pelos resumos em português, inglês e espanhol.

EDITORA

Prof. Dra. Denise Siqueira Oliveira (ERP)

EDITOR EXECUTIVO

Prof. Dr. Carlos Alexandre Moreno (ERP)

EDITOR WEB

Prof. Dr. Fernando Gonçalves

CONSELHOS EDITORIAL E CIENTÍFICO

Ricardo Ferreira Freitas (Presidente do Conselho Editorial), Luiz Felipe Baêta Neves (Presidente do Conselho Científico), Danielle Rocha Pitta (UFPE), Fátima Quintas (Fundação Gilberto Freyre), Henri Pierre Jeudi (CNRS-França), Hérís Arnt (UERJ), Ismar de Oliveira Soares (USP), Luis Custódio da Silva (UFPB), Márcio Souza Gonçalves (UERJ), Michel Maffesoli (Paris V - Sorbonne), Nelly de Camargo (USP), Nízia Villaça (UFRJ), Patrick Tacussel (Université de Montpellier), Patrick Wattier (Université de Strassbourg), Paulo Pinheiro (UniRio), Robert Shields (Carleton University/Canadá), Ronaldo Helal (UERJ), Alessandra Aldé (UERJ) e Profa. Dra. Denise da Costa Oliveira Siqueira.

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA

Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Faculdade de Comunicação Social - PPGC - Mestrado em Comunicação
Revista *Logos*
A/C Prof. Dr. Carlos Alexandre Moreno (ERP)
Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10129, Bloco F
Maracanã - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. CEP: 20550-013
Tel.fax: (21) 2587-7829. E-mail: logos@uerj.br

PROJETO GRÁFICO

Marcos Maurity e Samara Maia Mattos

DIAGRAMAÇÃO e CAPA

Marcos Maurity (ERP)

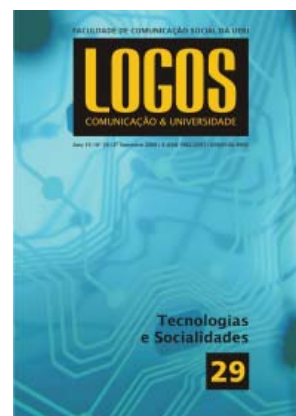
EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Pina Brandi (ERP)

REVISÃO

Prof. Dr. Fernando Gonçalves

Prof. Dr. Carlos Alexandre Moreno (ERP)



Apresentação

7 Fernando do Nascimento Gonçalves

Dossier *Tecnologias e Socialidades*

10 *Le paradoxe de la machine. Espace social, espace technologique*
Stéphane Hugon

19 *Mangueira, suas ratas são uma beleza!*
João Maia
Eduardo Bianchi

30 *Technomagie : la nature de la mutation anthropologique*
Vincenzo Susca

47 *Pessoas comuns e ocupações midiáticas do ciberespaço*
Beatriz Bretas

61 *L'infiltration technologique dans l'espace urbain*
Fabio La Rocca

71 *Les logiciels libres : généalogie et « idéologies » d'un mouvement social*
Florian Dauphin

86 *A experiência perceptiva e os ecrãs: novas perspectivas de investigação*
José Pinheiro Neves

95 *Les nouvelles technologies de l'information et de la communication et les changements de la vie quotidienne*
Hangsub Choi

Artigos

104 *A ubiquidade da informação digital no espaço urbano*
Julieta Leite

117 *O postal ilustrado da frente ao verso: imagens mais que reprodutíveis*
Maria da Luz Correia

Conexões

127 *Sociographie de la brigade anti pub*
Hedi Zammouri

Resenha

147 *"História íntima dos aparelhos", de Sheryl Turkle*
José Cláudio Castanheira

Apresentação

Tecnologias e Sociabilidades

Fernando Gonçalves

Editor temático da Logos. Professor adjunto da Faculdade de Comunicação Social da Uerj e membro do Grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Cidade, do PPGC-Uerj, onde leciona a disciplina “Tecnologias e Formas de Vinculação Social”.

A crise dos modelos de representação fundadas em unidades coerentes e ordenadas parece ter como um dos traços o que Bruno Latour (1993) chamou de “híbridos”(1). Os híbridos são a figura da multiplicidade que não cabe em categorias e que a modernidade “varria para baixo do tapete”. Atualmente, assistimos ao “retorno dos que nunca foram”, que interpelam de forma contundente nossas formas de vida, fortemente apoiadas na técnica.

Mas como apreender os fluxos de discursos e práticas mediatizadas que nos atravessam sem cair nas armadilhas do tecnicismo? Que configurações poderiam hoje assumir práticas e discursos críticos? Que agenciamentos propor? Tentar compreender o estatuto do tecnológico, do político, do artístico, do urbano e do banal como “artes do fazer” parece-nos uma tarefa urgente e necessária.

Gilles Deleuze (1977), em “Kafka, por uma literatura menor” (2), deixa-nos uma importante pista, ao afirmar, em sua definição de agenciamento, que a técnica é antes de tudo social. A direção nos permite avançar para além das concepções instrumentalistas e dicotômicas da técnica e percebê-la enquanto processo complexo de mediação. De fato, como também afirmava Simondon (1989), os objetos técnicos sempre foram gerados *por* mediação e geradores *de* mediação(4).

O presente número da Revista Logos traz justamente contribuições para fomentar esse debate e para compor o já vasto quadro das cartografias sobre tecnologia e sociabilidade no Brasil, no campo das possibilidades de mediação sociotécnica. Trata-se de um número especial, organizado dentro da parceria PPGC-Uerj e Centre d’Etudes sur l’Actuel et le Quotidien (CEAQ) - Paris V, com a colaboração do Professor Stéphane Hugon, coordenador do GRETECH, grupo de pesquisa sobre Tecnologia e Quotidiano.

Se, por um lado, o conjunto de artigos compartilha determinados referenciais teóricos, por outro, acolhe também visões próprias, forjadas a partir de diferentes experiências sociais e em distintos contextos culturais. Em comum, todos partem de certa forma da percepção de que as mediações presentes nos processos de sociabilidade podem colaborar nos processos de negociação com as regras e códigos sociais vigentes para inventar outros possíveis. Todos, de certa forma, dão a ver, em seu conjunto, que entramos numa arena onde os diversos elementos que constituem o social interagem e

ganham novos contornos: o político não dialoga apenas com o “ideológico”, mas também com o cultural, o subjetivo, o artístico. Da mesma forma, a arte, por exemplo, não diz respeito apenas ao cânone, mas também ao político, ao urbano, ao sensual e ao banal. Com isso, também a noção de tecnologia se amplia e, entendida como “máquina social”, pode ajudar-nos a melhor apreender as dimensões dos fenômenos culturais e de comunicação hoje.

Os onze textos reunidos neste número apontam para o momento singular em que vivemos sob alguns de seus mais diversos ângulos. Stéphane Hugon da Universidade René Descartes-Paris V/CEAQ discute a importância dos processos de apropriação da tecnologia no cotidiano; João Maia e Eduardo Bianchi, da UERJ, abordam a sociabilidade de jovens mulheres de uma favela carioca como forma criativa de cidadania; Vincenzo Susca, da Universidade René Descartes-Paris V e da Università di Lingue e Comunicazione de Milão, aborda o aspecto subversivo das tecnologias, através de uma perspectiva transpolítica; Beatriz Bretas da UFMG apresenta estudos de caso sobre modos de organização de redes sociais virtuais no Brasil; Fabio Larocca discute como as tecnologias alteram nosso olhar sobre as dinâmicas sócio-espaciais no contexto das cidades; Florian Dauphin faz uma análise do software livre na França, país com uma das mais fortes tradições de organização social desse movimento na Europa; José Pinheiro Neves, da Universidade do Minho, recupera a contribuição de Simondon para uma análise da percepção das imagens nas telas dos computadores; Shangsub Choi, do Korea Information Society Development Institute, aborda as mudanças propiciadas pela internet no cotidiano de pessoas e empresas e as possibilidades de contra-poder; a arquiteta e urbanista Julieta Leite aposta na integração das tecnologias digitais aos tecidos da cidade para a construção de novas experiências espaciais coletivas; Maria da Luz Correia analisa a recuperação da comunicação por cartões postais nos dias atuais. Finalmente, Hedi Zamouri faz uma etnografia da Brigada Anti-Pub, movimento contra o abuso da publicidade nos espaços públicos de Paris e José Cláudio Castanheira resenha o último livro de Sherry Turkle, “História íntima dos objetos”.

A Logos 29, edição especial, chega assim aos leitores com uma gama variada de proposições e de lugares de observação, brindando-nos com novas pistas para a análise de questões que compõem a pesquisa atual no campo da comunicação. Desejamos a todos uma boa leitura.

¹ Latour, Bruno. *Jamais fomos modernos*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

² Deleuze, Gilles. *Kafka, por uma literatura menor*. Rio de Janeiro: Imago, 1977.

³ Simondon, Gilbert. *Du mode d’existence des objets techniques*. 4ème Édition. Paris: Aubier, 1989.

Dossier

Tecnologias e Socialidades

Le paradoxe de la machine. Espace social, espace technologique

Stéphane Hugon

Sociologue, enseignant à l'Université Descartes-Sorbonne,
membre du Ceaq, animateur du Groupe de Recherche et
d'Etude sur la Technique et le Quotidien.

Resumo

A questão da apropriação social da técnica na vida quotidiana parece ainda mais relevante na medida em que emerge num momento de nossa história dominado por uma postura crítica que faz da máquina um vetor de estandardização do tempo, dos objetos e das relações humanas. Contudo, é preciso atentar para outras situações, da ordem do banal, sobretudo para as que dizem respeito às tecnologias de comunicação, para as quais é preciso admitir uma capacidade de conectividade e de por em relação, cujos potenciais sociais são às vezes inesperados.

Palavras-chave: tecnologia; quotidiano; apropriação; espaço social; imaginário.

Resumé

La question de l'appropriation sociale de la technique dans la vie quotidienne semble d'autant plus entière qu'elle émerge à un moment de notre histoire où dominerait une posture critique faisant de la machine le vecteur de standardisation du temps, des objets et des relations humaines. Il faut pourtant savoir se rendre attentif à des situations autres, dans l'ordre du banal, notamment dans toutes ces technologies de communications, pour lesquelles il faut bien admettre cette capacité de connectivité et de mise en relations, avec ses potentiels sociaux parfois inattendus.

Mots-clés : technique ; quotidien ; appropriation ; espace social ; imaginaire.

Introduction

Notre société connaît aujourd'hui ce curieux paradoxe de céder, d'une part, à une forme de fascination pour tous les objets techniques, tout en alimentant une véritable aversion pour les imaginaires de la machine, de l'industrie et de la mécanique. Ainsi, les jeunes générations, ont intégré le technique dans une grande part de leurs expériences quotidiennes par le biais des objets de communication notamment, alors qu'elle cultive un discours technophobe, et alimentent une certaine perte de confiance dans les promesses technologiques.

Il y a là la manifestation d'une contradiction. Il convient de porter un regard plus assidu sur cette apparente erreur afin de tenter de comprendre et de remettre en perspective ce phénomène. La question de l'appropriation sociale de la technique dans la vie quotidienne, en dépit de son hostilité dans les discours et les représentations, semble d'autant plus entière, qu'elle émerge à un moment de notre histoire où dominerait une posture critique faisant de la machine le vecteur de standardisation du temps, des objets et des relations humaines.

Il faut pourtant savoir se rendre attentif à des situations autres, dans l'ordre du banal, et pour lesquelles la machine est justement ce qui permet à l'individu de devenir pleinement lui-même dans la relation à autrui, notamment dans toutes ces technologies de communications, pour lesquelles il faut bien admettre cette capacité de connectivité et de mise en relations, avec ses potentiels sociaux parfois inattendus. Ceux-ci sont à proprement parler des expériences sociales, qui obligent à se redéployer et par là, comme le dit Durkheim, « à raffermir, à intervalles réguliers, les sentiments collectifs et les idées collectives qui font [son] unité et sa personnalité.(1) ». Pour tenter de comprendre ce qui fait ouverture dans ces outils de communication pour les publics qui s'y investissent, nous confronterons les textes au contexte, les auteurs aux usagers.

Technique et Culture

Le premier moyen de s'en approcher serait de revenir sur une question fondamentale - la co-détermination de la technique et de la culture dont parle Leroy-Gourhan (2). Elle est celle qui a permis d'associer la technique et la Modernité, et qui en fait *a fortiori* un marqueur important de toute culture, selon l'ampleur de sa place et de son appropriation. Ceci est tout particulièrement juste pour le terrain des relations sur l'Internet, pour lequel on sait que la présence et la considération accordées à la machine sont évidemment très importantes.

Parler de présence, c'est déjà relativiser et rapporter le mode d'existence de la machine à la culture dans laquelle elle prend place. Sur un plan presque ethnographique, on peut remarquer la place des objets techniques et leur réception dans notre quotidien. Il en est qui, à notre insu parfois, ont pris place et rôle, c'est-à-dire ont annexé, capté des positions, notamment dans l'espace domestique. Pensons au téléphone, à la télévision, ou autrefois à la TSF. J. Baudrillard a parlé de la télévision comme d'un *objet monument* (3), dont il remarquera les différentes places, selon l'importance accordée : position manifeste et ostentatoire pour les classes populaires, discrétion voire disparition pour les classes aisées.

Après une trentaine d'année d'intrusion de la télévision dans les intérieurs, il est courant désormais de commenter son importance, soit comme objet irradiant un foyer lorsqu'elle se fait iconostase, soit alors de manière plus conviviale en garantissant un invité permanent – en tenue correcte – à sa table pour ne plus jamais dîner seul. Soit encore comme objet signe de ralliement – avec une mise en abîme du détail technique – à un groupe social de référence. Au-delà de ce que le Baudrillard de 1972 établit comme un marqueur de *classe*, notons avec lui cette « discrimination théorique qui oppose les pratiques rituelles centrées sur l'objet aux pratiques rationnelles centrées sur la fonction et le sens » (4). Souvenons nous aussi, avec P. Flichy (5), comment la synchronisation de l'arrivée des postes radio à transistor, c'est-à-dire des objets légers et transportables, que l'on pouvait donc emporter à l'abri des oreilles parentales, s'est ajustée avec le besoin pour une génération de marquer une rupture par rapport à la culture de ses parents, et donc de faire éclater le public premier de la radio. Est-ce l'émergence d'une culture subversive des années soixante qui provoque la nécessité de l'évolution des postes de radio, ou à l'inverse un supposé progrès technique qui libère et émancipe une jeunesse ? La même question fonctionne pour les cathédrales. Sont-elles l'expression d'un besoin d'élévation qui leur est antérieur, ou ne sont-elles que les conséquences d'un progrès aveugle des techniques de l'architecture et du bâtiment ?

Reste pour nous que la raison d'être des objets techniques ne se limite pas bien entendu à leurs seules fonctionnalités. L'imaginaire qui devance généralement l'accueil d'un objet dans un espace social est déjà, nous le savons avec Spengler, l'emprise de la réalité technique. Remarquons donc combien leurs mise en place ne dépend pas seulement d'une objectivité d'usage, ou des aménagements ergonomiques du dispositif, pour des fins d'efficacité, mais bien plutôt comment ce type d'organisation tient à la fois de la célébration, de la superstition, du liturgique, et en tout cas, de la croyance qui, avant même de le brancher à la prise de courant, charge l'objet technique, d'une puissance symbolique qui influe directement sur les comportements et les relations mutuelles des usagers. Baudrillard dit encore, à propos du poste de télévision : « Parce qu'il est un gage, l'appropriation de l'objet ne se prolonge pas par une pratique rationnelle mais, logiquement, par sa démonstration continuelle, selon un processus d'ostentation quasi religieuse » (6). De ce point de vue, la puissance totémique de l'objet est totale, elle va jouer à plein. Rapportons quelques témoignages :

« Bon, c'est vrai, moi je suis très techno, quoi, j'aime bien ça. Depuis longtemps, déjà j'étais bien branché sur les belles machines, le Trinitron par exemple, je l'ai eu tout de suite, bon c'était y a quinze ans... Mais depuis longtemps ça me branche bien, quoi. C'est une belle machine, t'as pas honte à la mettre chez toi comme ça... Tout de suite, comme ça, tu vois que c'est une belle télé. Bon maintenant moi, côté technologie, je suis assez à l'affût de ce qui sort. »

La force de l'objet devance déjà sa pure fonctionnalité. Et cette force attractive ne se réduit pas à une plus-value publicitaire. Elle déborde et devance

véritablement l'objectivité. Même si ceci n'apparaît qu'à la marge dans le déclaratif des usagers, nous avons ici l'indice de l'actualité d'un questionnaire plus large que M. Mauss avait bien identifié, et qui fait débat depuis lors, la difficile ligne de démarcation entre la technique et le rite. Comme nous le disions, la technique ne se réduit pas à l'objet et au dispositif utilitaire. Plus que cela, elle pourrait même s'étendre, aux techniques mentales, aux ruses, aux stratégies, mais aussi, nous le savons avec Foucault, aux techniques de soi et du corps. C'est d'ailleurs des *techniques du corps* (7) dont parle M. Mauss. Il entend par là les gestes qui font culture – la marche, la démarche, les modes d'apprentissage. Et il prend soin de rappeler d'éviter cette erreur « de ne considérer qu'il y n'a technique que quand il y a instrument. » (8). Il énonce alors clairement cet « *habitus* » qui permet à ceux qui constituent une communauté de pratiques de sentir ce qui les rassemble, plus ou moins consciemment. Mauss en dit ceci :

Ces « habitudes » varient non pas simplement avec les individus et leurs imitations, elles varient surtout avec les sociétés, les éducations, les convenances et les modes, les prestiges. Il faut y voir des techniques et l'ouvrage de la raison pratique collective et individuelle, là où on ne voit d'ordinaire que l'âme et ses facultés de répétition» (9).

Cette raison pratique collective et individuelle est partie prenante de la technique telle que nous l'abordons ici. Et ceci marque donc une proximité de sens entre l'ustensile et la manière de faire. Sur les personnes en situation travail, pour lesquelles le signe de la posture de travail est donné par le fait d'être assis à son bureau devant son ordinateur, ce phénomène est très marquant. Et il y a là manifestement une dimension normative dans la posture au travail. Certains témoignages évoquent des épisodes vécus, notamment dans des entreprises qui ont organisés leurs locaux en bureaux de manière dite paysagée, c'est-à-dire que tous les collaborateurs travaillent dans une seule et grande pièce, sans cloisons et sans compartiments. Seules des limites symboliques sont marquées par des claustras qui séparent les personnes à partir du niveau du bureau jusqu'à une hauteur d'une quarantaine de centimètres, ce qui ne permet pas, bien entendu, de s'isoler, ni visuellement, ni phoniquement. Peut-être peut-on y voir une stratégie d'encadrement panoptique ou autre expression du disciplinaire foucauldien, il s'en suit que toute personne qui a une posture autre qu'assise devant son écran s'offre immédiatement au regard des autres. De même pour quelqu'un qui parlerait trop fort au téléphone, ou qui serait absent, ou tout simplement debout. Les témoignages montrent pourtant qu'une stratégie d'échappatoire consiste justement à opter pour une attitude qui se fonde dans le modèle, faire comme si on était là, tout en ayant une activité toute autre par le biais de son ordinateur. Notons, à la marge, comment dans ce dispositif, la subversion consiste non pas à s'opposer au système, mais à s'y glisser par *duplicité*. Ici, la technique assujettit, et libère, paradoxalement.

« - Bon ça dépend, mais y a des jours où je peux passer presque trois heures sur Cara [Caramail, un service de *chat* sur Internet, NDR]...

- De votre lieu de travail?

– *Oui du bureau, oui. C'est même assez courant. Ça veut pas dire que je dialogue tout le temps, pendant tout ce temps là quoi, mais ça se fait par des moments, comme ça. Mais bon, mis bout à bout, ça fait peut faire pas mal de temps (rires).*

– *Et vous n'êtes pas inquiétée ou surveillée? Le fait d'être au bureau, ça ne gêne pas les échanges que vous avez?*

– *Déjà, eux [les correspondants avec qui elle dialogue, NDR], ils le savent pas, que je suis au bureau, ils le savent pas. Ils savent pas grand chose d'ailleurs (rires). Mais bon, en même temps, ils connaissent aussi des trucs que je dis qu'à eux...*

– *Mais dans votre bureau, vous n'êtes pas dérangée?*

– *Bah. Le téléphone sonne, je réponds,..., mes mails professionnels, j'y réponds aussi. Quelqu'un vient, bon, Natacha vient me demander un truc, ça change rien. A priori, je suis là, devant mon ordi, le travail est fait, qui sait que je suis sur Cara, personne, personne le sait, c'est pas écrit sur mon front : je suis sur Cara, regardez-moi! (Rires) »*

Cette simulation montre donc, de manière ici inversée ou par défaut, combien la posture peut devancer l'usage réel, et combien le geste peut primer afin de se faire le témoin d'une adhésion à la culture qui le porte. Ici, adopter la bonne posture devant son ordinateur, c'est déjà s'intégrer dans le groupe qui se constitue comme étant en train de travailler, c'est « jouer le jeu », et donc faire corps au collectif, par l'effectuation, même simulée dans ce cas, d'un geste qui précisément est l'objet d'une ritualisation. Il faut donner ici au terme ritualisation le sens d'un geste qui initialement à une finalité fonctionnelle, mais qui se réduit peu à peu afin de laisser émerger une dimension symbolique qui est à la fois une forme d'anamnèse – répéter une habitude, tracer une continuité par répétition du même, exercer la prophétie auto-réalisatrice du ressouvenir collectif – tout en étant également un éloge et une participation à la cohésion du groupe de ceux qui pratiquent ce même geste. Le geste fait ici culture, comme imitation, et modèle à répéter. (Des études sur la culture ouvrière ont d'ailleurs bien montré l'ambiguïté du geste et du maniement technique, espace d'émancipation et d'expression d'appartenance communautaire, mais aussi signe de l'enfermement et de la fonctionnalisation de soi que l'on sait. Souvenons-nous à ce propos du débat interne au corpus marxiste qui questionne une hétérogénéité de la classe ouvrière et l'existence d'une « *aristocratie ouvrière* » qui au-delà de l'interprétation en terme de risques de scission (10), fait apparaître résiduellement l'idée de la spécificité d'une micro culture du geste et du rapport au technique.)

D'autres témoignages font état de gestes qui n'ont pas pour effet d'occasionner une conséquence directe d'ordre utilitaire, mais qui se répètent comme signes – ou signatures – d'une culture professionnelle, ou de l'adhésion à un groupe ou une équipe de travail. Ces gestes, que l'on voit ici déborder la seule fonctionnalité utilitaire, dans le cadre du travail devant un ordinateur, illustrent d'autres gestes et d'autres interactions avec les machines et les objets

dans le cadre d'une *raison pratique collective* qui se fait le témoin de la culture du groupe qui le porte, et du moment social où il se déroule. On peut dire aussi que ces gestes, sur un plan presque éthologique, constituent tout un vocabulaire kinesthésique, qui s'enseigne, ou se transmet de manière muette par imitation, en tout cas fait société chez ceux qui s'y reconnaissent. Mauss avait bien repéré cette dimension. De même qu'il n'existe pas de « *façon naturelle chez l'adulte* » (11) et que cette façon est toujours porteuse d'une culture et d'une tradition, M. Mauss indique que « *Acte technique, acte physique, acte magico-religieux sont confondus pour l'agent* » (12). Et ceci prend une dimension particulière dans le présent cas de la manipulation d'objets informatiques par des personnes qui sont la plupart du temps autodidactes. A ce propos, à une interviewée dont je remarque qu'elle allume sa machine et les différents périphériques dans un ordre précis, je demande : « - *Vous les allumez toujours de la même manière?* – *Ben oui, j'ai toujours vu faire ça comme ça.* [C'est moi qui souligne] *Au bureau c'est pareil, on les allume toujours comme ça. D'abord le pc, et après l'imprimante, non, d'abord le modem, le pc et l'imprimante.* »

Dès lors, les interactions et les gestes qui accompagnent l'objet technique ne se limitent plus à une intention purement rationnelle, et l'on peut concevoir que la présence à la machine peut être accompagnée de gestes nus qui n'ont de sens que pour celui ou ceux qui attendent de cette expérience le fait de les reconforter dans leur identité collective. On remarque ici une piste d'interprétation assez classique en sociologie, mais peut-être moins courante pour ce qui est de la technique, et l'on retrouve ainsi la voie ouverte par S. Moscovici qui resitue le savoir scientifique et technique comme partie intégrante de la culture. Disons-le, il y a peut-être ici, à l'extrême, une manière de relativiser l'excès de l'analyse purement utilitaire en rejoignant l'interprétation du rapport à l'objet, fût-il technique, à partir d'une sociologie des croyances. En effet, s'il l'on considère la disproportion de temps engagé, d'espérance, et de réassurance que suscite l'objet informatique, et la manière dont il peut produire cohésion et cohérence de certains groupes, en tout cas ceux que nous avons rencontrés, alors il semble logique d'évoquer, comme un horizon d'attente et à titre purement heuristique, ce que l'analogie totémique pourrait apporter à notre question. En clair, il y aurait autour et avec la technique un ensemble de gestes, de manipulations, et de comportements qui ne seraient pas directement liés fonctionnellement à l'efficacité concrète du processus utilitaire, mais dont la raison d'être résiderait dans la croyance des usagers, et dans la volonté inconsciente de la prolonger. De ce point de vue, et si ces processus de causalités débordent ce que Mauss lui-même délimite comme à l'intérieur du domaine de la technique, c'est que nous pouvons les classer, toujours selon lui, comme des rites. Car Mauss définit ainsi ce que peut être l'acte technique :

« *Mais quelle est la différence entre l'acte traditionnel efficace de la religion,*

l'acte traditionnel, efficace, symbolique, juridique, les actes de la vie en commun, les actes moraux d'une part, et l'acte traditionnel des techniques d'autre part ? C'est que celui-ci est senti par l'auteur comme un acte d'ordre mécanique, physique ou physico-chimique et qu'il est poursuivi dans ce but. »

Il faut ici souligner que les machines, notamment les ordinateurs, sont caractérisées par le fait qu'ils sont des objets très complexes, avec des possibilités très avancées. Il se trouve que ces outils sont utilisés sur une partie très réduite de leurs possibilités réelles. Il nous a été rapporté par un informaticien développeur chez un éditeur de logiciels que l'utilisateur moyen mobilise moins de trois pour cent des capacités réelles dans le cas des applications bureautiques. D'autre part, ces outils sont conçus pour être les plus polyvalents possibles, pour des raisons de rentabilité économique d'abord, mais surtout afin d'être « compris » et utilisés par un public le plus large possible. Cela signifie que l'objet doit permettre de s'offrir, de se laisser utiliser, et doit donc réagir efficacement dans des situations d'utilisations parfois très éloignées des cas types pour lesquelles ils ont été conçus.

Sur un plan sociologique, nous pourrions dire que ces machines doivent donc pouvoir accueillir les projections imaginaires et les cultures de faire les plus larges possibles. Si les outils techniques sont des espaces de projection qui doivent pouvoir réagir par des référents imaginaires très larges, cela signifie pour nous, de fait, que les utilisateurs, en général très peu formés, et souvent autodidactes, vont déconstruire et reconstruire les modes d'emploi en fonction des expériences passées et acquises. La machine devient alors un espace de projection et de superposition, entraînant probablement des conflits dans les interprétations causales perçues par les usagers. Clairement, les logiques pour lesquelles l'ordinateur « *marche ou ne marche pas* » seront très variées. Et comme avec certaines autres machines dont on ne comprend pas la logique interne, on a parfois des excès d'agacement ou de colère. On peut supposer que plus la culture du concepteur de la machine diffère de celle de l'utilisateur final, plus la sous-utilisation, ou l'utilisation dans un sens détourné est probable. Plus la machine est destinée à un public large, moins elle devra se spécialiser – le marché de l'informatique prend ici donc une dimension historique tant il fait date dans l'histoire sociale des outils. Et donc encore, plus la part du geste et de la compréhension du processus de l'outil en sera engagée vers des surinterprétations. Ce déploiement des outils techniques de plus en plus sophistiqués ouvre donc à une réception sociale qui d'une part s'éloigne de la logique initiale de l'objet, puis de fait, par autoformation, produit une compétence qui est soumise à des imaginaires et des entendements spécifiques. De fait, l'objet devient le réceptacle d'un imaginaire nouveau et croissant.

Reste en fin de course que le phénomène de *standard de fait*, notion très utilisée chez les industriels, se fait jour. Aujourd'hui, la plupart des standards techniques s'imposent, non pas parce qu'ils sont les meilleurs techniquement, mais parce qu'ils conservent en eux et témoignent d'une capacité à se faire reconnaître dans un imaginaire référentiel. (Voir les exemples des standards de

magnétoscopes dans les années quatre-vingt, entre VHS et V2000, ou plus proche de nous la logique des systèmes d'exploitation Windows ou Mac OS, ou l'usage de la souris.)

Constatons encore ici que les innovations industrielles confrontées à une acceptabilité sociale intègrent alors en amont le ferment imaginaire qui donne vie et réalité sociale à l'objet dans la manière où il sera (in)utilisé, pour reprendre le terme d'Asger Jorn. Ce qui confirmerait que dans un monde de plus en plus confronté à la technologie, celle-ci agirait plus par l'imaginaire qu'elle suscite et qu'elle déploie, plutôt que par son effectuation utilitaire. Cette situation autorise donc le paradoxe de la fascination et de l'aversion à l'objet technologique.

Notes

1. Durkheim, Emile, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Présentation, Maffesoli Michel, LGF, Livre de Poche, Paris, 1991, p. 708.
2. Leroy-Gourhan, *Le geste et parole*, Albin-Michel, T.1-2, Paris, 1964.
3. Baudrillard, Jean, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, Paris, 1972, p. 49.
4. Baudrillard, Jean, *ibid.*

5. Flichy, Patrice, *Une histoire de la communication moderne*, P.U.G., Grenoble, 1991.
6. Baudrillard, Jean, *ibid.*
7. Mauss, Marcel, *Les Techniques du corps*, in Journal de Psychologie, XXXII, n° 3-4, 15 mars - 15 avril 1936. Communication présentée à la Société de Psychologie le 17 mai 1934.
8. Mauss, Marcel, *ibid.*
9. Mauss, Marcel, *ibid.*
10. Consulter sur ce point le site de la revue Etudes marxistes. <http://marx.be/FR/AutresDocuments/Sommaire.htm> , notamment : Lénine, L'impérialisme, stade supérieur du capitalisme. Préface à l'édition française et allemande. Moscou, 1989.
11. Mauss, Marcel, *Les Techniques du corps*, in Journal de Psychologie, XXXII, n° 3-4, 15 mars - 15 avril 1936. Communication présentée à la Société de Psychologie le 17 mai 1934.
12. Mauss, Marcel, *ibid.*

Bibliographie

- BAUDRILLARD, Jean. *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, Paris, 1972, p. 49.
- DURKHEIM, Emile. *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Présentation, Maffesoli Michel, LGF,
- FLICHY, Patrice. *Une histoire de la communication moderne*, P.U.G., Grenoble, 1991. Livre de Poche, Paris, 1991.
- LEROY-GOURHAN. *Le geste et parole*, Albin-Michel, T.1-2, Paris, 1964.
- MAUSS, Marcel. *Les Techniques du corps*, in Journal de Psychologie, XXXII, n° 3-4, 15 mars - 15 avril 1936. Communication présentée à la Société de Psychologie le 17 mai 1934.

Mangueira, suas ratas são uma beleza ¹

João Maia e Eduardo Bianchi

João Maia é professor adjunto e diretor da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. É o líder do grupo de pesquisa CAC – Comunicação, Arte e Cidade (CNPq/PPGCOM/UERJ).

Eduardo Bianchi é aluno de graduação do curso de Comunicação Social da UERJ e membro do grupo de pesquisa CAC- Comunicação, Arte e Cidade.

Resumo

Falaremos de uma cidadania criativa que se configura lentamente na sociedade contemporânea. Consumo, beleza, vaidade, moda e corpo são elementos que irão fazer o campo da cultura refletir sobre conceitos que estavam, por muito tempo, sedimentados no campo da Comunicação. As jovens mulheres que se autointitulam “ratas” e seu estilo de vida nos guiaram para problematizar questões relativas às sociabilidades comunitárias e à cidadania cultural. Este trabalho faz uma imersão de campo na comunidade na favela da Candelária, na Mangueira, Rio de Janeiro.

Palavras-chave: Comunicação; Corpo; Consumo; Beleza.

Substract

In this article we will focus on a kind of creative citizenship which is slowly emerging in contemporary societies. Consumerism, beauty, vanity, fashion and the body are cultural elements which will allow us to think about some concepts which have been “sedimented” for a long time on the field of communication. Young women from favelas call themselves “rats” and their life style made us to problematize issues concerning community sociability and cultural citizenship. This article proposes a field immersion into the Candelaria community at Mangueira Favela, Rio de Janeiro.

Key-words: Communication; body; consumerism; beauty

1. Introduzindo a cidadania criativa

Nosso objetivo, aqui, é compreender como a moda e as preocupações em torno da beleza tomam lugar na comunidade da Candelária - uma sub-localidade do Morro da Mangueira, no Rio de Janeiro - principalmente em meio as jovens mulheres que se autodenominam de “ratas”. Moda e beleza não como simples produtos de consumo material e produzidos para um consumo direto. Não existe modelo ou padrão a ser seguido. Falamos aqui na capacidade de criatividade de um determinado grupo de mulheres que formam uma comunidade. Elas investem, não apenas dinheiro, mas para, além disso, colocam muita imaginação para criar e projetar uma imagem de si para o outro. Existe constantemente uma preocupação relacional no aspecto da beleza da rata Assim, podemos dizer que estamos apreciando na contemporaneidade o nascimento de uma cidadania que se faz e re-faz de maneira criativa.

A busca pela mais perfeita beleza aparentemente não tem limites, barreiras ou fronteiras. Idade, classe ou gênero. Quebramos as barras que até bem pouco tempo atrás marcavam diferenças entre homens/mulheres. Todos buscam a felicidade da beleza. A pele certamente ficará sem rugas se for emplastada com produtos da marca Davenne, com seus “lifts” faciais. A tez morena ficará se possível queimada de praia depois de passar a cada duas horas o Sundown, linha *Gold*, nada de protetor solar, mas um bronzeador poderoso mesmo. As pernas da bela mulher que se quer mostrar exuberante ficarão sempre firmes e seu bumbum lindamente pra cima e levantado pelos guindastes da calça da marca “Gangue”. Mostraremos nossa felicidade de consumidor através de belos dentes brancos, tão intensamente brancos, como os anunciados pela Colgate de múltiplas ações. O homem que não envelhece passará apenas cinco minutos com a barba de molho no Grecin5, Color Gel, Barba, Bigode e Costeletas As sandálias que deixaram seus pés perfeitos e anatômicos são as maravilhosas Ipanema. As marcas sabem se fazer acreditar como poderosas máquinas de transformação corporal. Elas não só transformam nossos corpos, mas modelam a nossa maneira de estar no mundo. Um dos objetivos é sempre alegrar intimamente o consumidor, esperando que ele realmente acredite que terá o gozo de mesma intensidade como das propagandas.

Toda uma sociedade se mobiliza em torno de um projeto de arranjar um cotidiano confortável e fácil, sinônimo de felicidade. (...) a ambiência de estimulação dos desejos, a euforia publicitária, a imagem luxuriante das férias, a sexualidade dos signos. (...) “sociedade do desejo” (...) de imaginário de felicidade consumidora, de sonhos de praia, de ludismo erótico, de modas ostensivamente jovens. (...) o período heróico do consumo rejuvenesceu, exaltou, suavizou os signos da cultura cotidiana. (...) produziu-se uma profunda mutação cultural. (LIPOVETSKY, 2007: 35)

Talvez esses sejam apenas produtos e objetos auxiliares criados na contemporaneidade que buscam dar conta de uma das maiores sagas da “humanidade” e que desde sempre teve a perfeição de beleza como meta, cada qual em seu modelo épico. Ultrapassamos a idéia de humano com a acelerada criação de próteses de todas as ordens: cremes, remédios, pílulas, lentes,

porcelanas, metais, vidros.

A busca pela estética perfeita sempre atraiu os homens. Este corpo idealizado, dito perfeito, sofreu varias transformações e tomou diferentes formas em todo o percurso de sua história. As transformações da cultura do corpo fizeram dele um importante instrumento de comunicação. Qualquer que seja a época, o corpo representa e fala, por ele mesmo, sobre seu tempo histórico.

*(...) as diversas modulações da aparência (moda, espetáculo político, teatralidade, publicidade, televisão) formam um conjunto significativo, um conjunto que, **enquanto tal**, exprime bem uma dada sociedade. (MAFFESOLI, 1996: 126-127)*

A beleza já foi mais arredondada, mulheres eram cobiçadas por terem muitas gordurinhas aqui e ali. O que não quer dizer que não dava trabalho criar esse corpo roliço. O que realmente encantava era a fartura dos seios, as pernas roliças, assim como, as barriguinhas, não por serem “saradas”, mas pelas dobrinhas que formavam os nossos conhecidos pneuzinhos. Era essa mulher que fazia os homens virarem os olhos. Já na contemporaneidade há diferentes formas de beleza, as mais comuns, pode-se imaginar folheando as revistas de fofocas televisivas: são os padrões das modelos “anoréxicas”. Como temos também as formas mais marcantes como a de uma Juliana Paes(2). São essas que ditam a estética cultural do corpo de hoje, pelo menos para um determinado segmento. O que não quer dizer que não existam resistências a essas tendências. Basta andarmos pela orla de Copacabana para vermos jovens senhoras em seus biquínis mínimos, com corpos marcados por celulites e estrias fazendo os homens virarem olhos e pescoços. Pensamos que esses homens ainda cantarolam de alegria: olha que coisa mais linda, mais cheia de graça que vem e que passa ao caminho do mar.

Podemos ver com Peter Burke (2005) o processo em que a cultura material e corporal entraram, efetivamente, como fonte e objeto de pesquisa historiográfica. O autor nos guia por vários pontos e datas mostrando as primeiras obras, que julga ser de peso “relevante”, dessa historiografia que vêm ganhando cada vez mais força, graças à “narcilização” da sociedade hedonista contemporânea. Burke chega a anunciar “uma virada corporal”, mas adverte que depois de tanta virada é possível que fiquemos tontos.

*(...) do início da década de 1980 em diante, uma corrente cada vez maior de estudos concentrou-se nos corpos masculino e feminino, no corpo como experiência e como símbolo, nos corpos desmembrados, anoréxicos, atléticos, dissecados e nos corpos dos santos e dos pecadores. A revista *Body and Society*, fundada em 1995, é um fórum para historiadores e sociólogos (BURKE, 2005: 94)*

A busca da beleza eternizada da estatua, Galatéia, criada por Pigmalião(3), fez-se viva com a alma da própria beleza, a deusa Afrodite. A perfeição do trabalho do escultor e o amor dele por sua obra, comoveram a deusa mais bela do Olímpio. Essa por sua vez decidiu dar vida à tão impressionante e digna Galatéia. O escultor tinha verdadeira adoração pelo

corpo que ele mesmo criou. Hoje a idolatria está no corpo modelado das academias. Esculpimos novos corpos em nossos templos de espelhos e com nossas pílulas de suplementos. A beleza põe mesa. Cuidado com a alimentação! Nada de gula, mas o pecado mora ao lado.

Luxuria e a inveja, dois dos sete pecados capitais, são semeadores da discórdia, mesmo entre os poderosos deuses das histórias gregas. Diz um desses mitos⁽⁴⁾ que uma maçã de ouro foi forjada por Éris, a deusa da discórdia, para gerar desavença e desarmonia entre deusas. O objetivo era provocar intriga semeando o seu cognome entre três das grandes deusas mitológicas: Atena, Hera e Afrodite. Entretanto uma simples maçã, por mais que fosse de ouro não sortiria o efeito esperado. Por isso, a Discórdia gravou, em tal fruto, a frase que mexeria com o ego das deusas: “À mais bela”. Só a merecedora de tal título deveria ter a posse de tal maçã, que foi ferozmente disputada. A agraciada com tal objeto de cobiça foi a deusa Afrodite. Iradas Hera e Atena descontaram sua ira nos mortais. Se esse tipo de comportamento é típico entre as deusas, imagine entre uma sociedade dita individualista e hedonista como a de hoje.

Eis um tipo de sociedade que substitui a coerção pela sedução, o dever pelo hedonismo, a poupança pelo dispêndio, a solenidade pelo humor, o recalque pela liberação, as promessas do futuro pelo presente. (LIPOVETSKY, 2007: 35)

Sedução, prazer, dispêndio, humor, liberação, tempo presente. São palavras que parecem estigmatizadas no nosso vocabulário reflexivo acadêmico cristão. Porém, é inevitável deixarmos de re-significar uma série de palavras e noções para podermos compreender a maneira como o homem se coloca no mundo contemporâneo. Como esse homem se relaciona com o outro. Como compartilhamos o espaço da cidade. Como a Cultura da felicidade do consumo do corpo me coloca diante do outro? Por que tamanha obsessão pelo corpo e pela beleza? Quando e onde surgiu? São indagações que provavelmente não serão respondidas. Pensamos na possibilidade de reflexão sobre o tema através de uma “cidadania cultural” ⁽⁵⁾. Compreendemos a idéia de cidadania como o ato do homem compartilhar o espaço da cidade, pelo uso da cultura, pela construção de um mapa simbólico que se faz pela apropriação simbólica dos lugares de afetos. Pensamos sobre este homem que se fantasia, se inventa corporalmente para o outro, se quer feliz para o outro. Palavras como vaidade e luxúria são fundamentais para o motor da máquina hedonista de corpo e o desenrolar das histórias das sociedades. Exuberância!

Caravaggio (1571-1610) retratou em uma de suas mais importantes obras, a história e a tragédia: a beleza que mata. Trata-se da vida e morte de Narciso⁽⁶⁾, rapaz que é enfeitiçado por sua própria beleza. Ele morre por não conseguir deixar de olhar seu próprio reflexo em um espelho d’água. Quer palavra mais atual que narcisismo? Porém, será que esse mergulho não é feito no outro? Acreditamos que quando existe essa preparação e investimento para se transformar em belo estamos no momento relacional, comunicacional. Neste momento podemos falar que uma nova forma de cidadania está começando a surgir. É uma forma de se colocar diante do outro e de si mesmo. Podemos, nesse momento, chamar

Michel Maffesoli que, em diversas obras e principalmente na intitulada *O Tempo das Tribos*, nos fala que diversos rituais onde, por vezes, não importa o objetivo, mas sim é o simples “etre-ensemble” que prevalece para manter a coesão do grupo. Quando estou na academia de ginástica, narcisicamente diante do espelho não só estou me preparando para o outro que está me vendo, também estou entrando em um determinado grupo, daqueles que “cuidam” do corpo, os “sarados”. Estou em um clube, onde faço parte de um grupo com determinado vocabulário, vestimentas, códigos e gostos.

A moda hoje desperta interesse de todos. A idéia de moda sofreu diversas transformações em um curto período de tempo. É algo do cotidiano, tão corriqueiro que é vetor de sociabilidade, de união, de participação, de ação, rompe possíveis barreiras e exporta de tribo em tribo suas próprias tendências, idéias e conceitos. Assim, afirmamos e associamos o consumo, a circulação e o uso da moda com a cidadania contemporânea. Existe uma acelerada e enorme difusão da importância da diferença na moda, da circulação de estilos entre tribos, das diversas tendências de estilos de vida. Aqui pensamos estilo de vida a partir de Giddens. Para o autor estilo de vida é muito maior do que apenas o hábito, mas uma maneira de se colocar na vida, diante dos fatos. Segundo Maffesoli “Determinado por seu território, sua tribo, sua ideologia, cada um pode, igualmente, e num lapso de tempo muito curto, irromper em um território, em outra tribo, em outra ideologia.” (2000: 202).

2. As mulheres que se querem belas: Ratas

Vamos falar de mulheres que se auto-intitulam ratas. São algumas mulheres que moram na favela da Candelária, Mangueira, no Rio de Janeiro. Mas por que “ratas”? A primeira imagem que nos vem diante dos olhos é a do animalzinho pernicioso, do roedor que vive em meio aos dejetos e a sujeira. Bicho de esgoto. Ratazana preta, cinza e nojenta. Com certa calma, logo depois, pode surgir uma imagem mais lúdica ao visualizarmos o Jerry, “amigo” do Tom(7), ratinho esperto e simpático que busca novos usos, táticas e brechas para se safar e se dar bem por onde passa. Vemos, portanto, que as “ratas” da Candelária se parecem muito mais com ele e em nada elas têm a ver com os moradores dos “esgotos”. Se pensarmos em ratas como linguagem figurada, lembramos dos espertalhões. “*Fulano (a) é um rato (a)*”. Queremos dizer que é esperto, astuto ou coisas do gênero. Com base nessa “definição” também encontramos as “ratas” da Mangueira. Essas jovens mulheres usam e abusam da criatividade e fácil adaptação para se locomover no mundo da cultura comunitária, a partir da criação de uma suas “cartografias simbólicas”, dão origem a suas próprias representações de mundo e de suas próprias escolhas. É a partir da multiplicidade de possibilidades de escolhas de estilos de vida na contemporaneidade que se faz ver o emergir criativo. As ratas elaboram um mapa especial, um mapa que nos induz a pensar em Barbero.

Um mapa que sirva para questionar as mesmas coisas – dominação, produção e trabalho – mas a partir do outro lado: as brechas, o consumo e o prazer. Um mapa que não sirva para fuga, e sim para o reconhecimento da situação das mediações e dos sujeitos. (MARTÍN-BARBERO, 2003:

299).

As ratas se auto dividem em três grupos: As “ratinhas” que são as garotas que vão para as festas e pegam uns “carinhas”, mas que chegando as suas casas têm que dar satisfação para os pais, as “ratas”, propriamente ditas, que pegam os carinhas e não devem nada a ninguém e por fim as “ratas velhas” que “pegam geral”, usando o vocabulário delas, ou que pegam “bandidos”, homens que geralmente estão envolvidos com o tráfico.

*A garota que começa a beijar muito na boca é rata. Aí, apontam na rua e ... ratinha. Eu tenho um amigo, aí eu pego e conto pra ele, aí ele conta para um outro amigo... e todo mundo fica sabendo. [...] “Eu sou rata mesmo, beijo **mermo** na boca e dane-se o resto. (Tâmara, entrevista concedida no dia 18/11/2006).*

Quem nunca ouviu o refrão “Só as cachorras” da música do Bonde do Tigrão(8)? Esse funk causou polêmica na época em que estourou nas paradas do mundo musical. Os conservadores e as feministas logo pularam e atacaram. Entretanto as “cachorras” do funk continuaram a dançar até o chão, chão, chão... e se firmaram como donas de seu próprio sexo, sem ao menos ter que queimar um só sutiã. Elas sempre se declararam como poderosas e tal poder vem da escolha de com quem elas vão ou não para a cama.

Se formos comparar “ratas” e “cachorras” pouco podemos tirar como semelhança. O jeito de se vestir apresenta pontos em comum, causas justas, blusas decotadas são o que mais se destaca. Contudo o comportamento é bem outro, enquanto as “cachorras” fazem o tipo mulher fatal com um tom “vulgar”, as “ratas” são mais o estilo meninas “peruas”. Esse texto não fala sobre Zoológico, mas o mundo animal nos remete algumas semelhanças.

As “roedoras” apresentam um “estilo de vida” envolvido com a beleza, existe uma grande preocupação com a aparência. Sair sem maquiagem, para ir à casa da amiga que mora em frente “NÃO PODE”, mesmo que sejam apenas coisas básicas como batom e lápis para os olhos têm que ter em seu ritual matinal.

Flávia, Tâmara, Cristiane e Bárbara(9) são quatro jovens que se denominam ratas e vivem na comunidade da Candelária e foram elas que nos apresentaram o mundo *Miney*(10) de ser. Não há uma idade certa para ser uma rata. Meninas de oito anos podem não saber o que é ser uma rata, mas se vestem e em determinados pontos se comportam como Flávia e sua tropa. Por outro lado há mulheres que provavelmente foram cachorras e que hoje buscam inspiração nas roedoras. Se o tempo passa na fisionomia das mulheres da Candelária não o faz com suas atitudes. A juventude está presente em cada palavra ou comportamento. É um estilo.

Uma história é narrada sobre o lugar que se mora com a criação de um enredo fantástico. O narrador é responsável por assistir e narrar suas próprias histórias. O mundo ganha crédito com as suas histórias fantásticas. As narrativas fazem parte do que historiadores como Jacques Le Goff, François Dosse ou Peter Burke chamariam de histórias miúdas. É uma nova História

que valoriza os atos banais do homem comum que circula pelas cidades. No mapa que as ratas elaboram cotidianamente muito de nós jamais passaremos e nunca imagináramos a sua existência concreta. A sua circulação não é restrita aos iniciados, pois os convites não faltam. Elas são simpáticas aos visitantes. Assim, vamos apresentá-lo aos poucos aqui. As imagens que criamos e que projetamos no nosso texto são mais ou menos as que foram expostas nas falas das nossas ratas. São as narrativas das ratas, gestos e palavras que para alguns grupos não teriam a menor importância, mas que para elas fazem todo o sentido dos seus mundos. As ratas nos revelam novas formas de sociabilidade que exaltam a re-significação de algo que chamamos cidadania.

Acho que a gente mexe com a cabeça deles e eles nem um pouco com a nossa. (Tâmara, ao falar dos garotos da Candelária, 18/11/2006).

Uma “rata” que se preze tem que estudar, mas antes de ir para o colégio ou para a faculdade tem que fazer todo o seu ritual. Acordar uma hora, uma hora e meia, antes do horário da aula não é um tempo perdido, pelo contrário, é um tempo em que nada tem importância a não ser o fato de estarem bem consigo mesmas. São momentos que o relógio “despótico” perde seu poder de persuasão, ele não mais as incomoda. São as táticas e brechas conquistadas e elaboradas no dia-a-dia que fazem o estar no mundo um ato de cidadania. É a felicidade do investimento na beleza. A primeira aparição em público tem que chamar a atenção. Beleza, vaidade e orgulho

3. Os rituais para estar no mundo: uma auto-estima modelada.

Vamos ao ritual propriamente dito: Tomar o banho antes de qualquer coisa, sempre lavar o cabelo com shampoo, condicionador e creme pós-banho. O cabelo de uma rata está sempre com a aparência de lavado, caso contrário recorre-se à chapinha. Escovam-se os dentes é claro, “rata de bafo ninguém merece”. Creme para o rosto e a maquiagem são indispensáveis. Para o colégio, uniforme, o que já adianta um pouco, por que “rata” que é “rata” demora no mínimo meia hora para escolher uma roupa. Nunca, em hipótese alguma, uma “rata” pode sair de casa sem um colar, um par de brincos e é claro muitas pulseiras. Ser “rata” é a demonstração do poder de se ter escolha. É um “estilo de vida”. Elas se envolvem não apenas com os objetos de consumo de maneira objetivada, mas para além dessa materialidade elas buscam investir na auto-estima e estar ligado ao outro de maneira intensa e ordenada.

Sair de casa com o cabelo desarrumado ninguém merece, é a morte (Flávia, entrevista concedida no dia 18/05/2007).

A cartografia simbólica é elaborada a partir de um certo pertencimento ao grupo e ao circular que isso sugere. Pertencer a um grupo me modela. Na contemporaneidade nada mais fluida do que as identidades: se ontem eram as cachorras e hoje são as ratas (Será que ainda existem?) nada impede que amanhã sejam as coelhas ou qualquer outro animal. São, justamente, essas inúmeras transformações “animalescas” que tornam os estudos tribais tão interessantes e intrigantes. As flutuações identitárias fazem parte de uma nova configuração

da cidadania que demanda da cultura da beleza estatutos relacionais fluídos.

A força de uma “rata” está justamente em sua fluidez, na abundância de consumo de estilos. Ser “rata” é ser acolhedora destes estilos. É um misto de várias tendências e várias performances. Por que o mundo contemporâneo é formado por essa fluidez heterogênea, onde a pluralidade se mistura, resiste e se transforma. Esse mundo híbrido estimula a criatividade. Quem está “antenado” é produtor e gerador de formas performáticas de seu próprio estilo. O sujeito hipermoderno não apresenta uma única vinculação a um grupo sabemos disso, mas sim a uma multiplicidade de jogos entre várias tribos. A “rata” do funk é outra, bem diferente daquela que frequenta as festas do pagode, que por sua vez é diferente da do samba, da de casa e do colégio. Cada tribo, uma outra máscara, uma outra performance, uma outra pessoa. Falamos aqui da rata na Candelária, da Mangueira, no Rio de Janeiro.

Nas nossas entrevistas podemos constatar que essas garotas são extremamente “antenas” com o mundo da moda. Sabem o que é “tendência” através das vitrines dos shoppings. Todavia são produtoras, criadoras de sua própria moda. Se a grana é pouca, criemos! A customização é muito comum e testa a criatividade. É na customização que a criação da o tom, a cara, o estilo da rata. O pouco se transforma em muito e o simples em complexo. Vestidos se transformam em saias, calças em bermudas e blusas se desfiam e tomam novas formas, mas o objetivo é sempre o mesmo valorizar ainda mais o que Deus lhes deu.

A moda é construída a partir da necessidade, mas não da falta. É esta necessidade que dá vida a criação. Tudo é material e flexível quando se tem criatividade, nada é lixo tudo vira luxo e qualquer objeto pode ser usado para produzir a moda da favela. As ratas usam e abusam da customização, que seria uma “agregação” de valor, no sentido emocional e não financeiro. A moda é tão pessoal, que a tendência é ou pode ser apenas tendência, nada além disso. A criatividade de produzir, dar novos sentidos, novos significados e usos as coisas, demonstra que as “ratas” são o que elas quiserem ser e não o que os outros esperam que elas sejam. Não adianta ser apenas mais uma, o fundamental está no diferencial.

O deslumbre e o exuberante estão marcados no corpo da rata. Uma “rata” usa e abusa de badulaques. Em suas mesinhas de cabeceira, ainda de meninas, potinho cheios de brincos, colares e tornozeleiras juntamente com seus estojos de maquiagem são suas armas para a “guerra” dos bailes e festas.

As “ratas” são seres em constante transformação, seus tipos não são fixos, elas são mutantes e de fácil adaptação. Seguem o andamento e a fluidez do mundo contemporâneo. Se hoje são de um jeito amanhã não necessariamente o serão.

As ratas são “antenas”. Já falamos isso. Elas circulam pelos shoppings e sabem o que acontece na cidade através de todas as vitrinas e telas. Qualquer assunto interessa. Elas fazem a cidade. Elas criam história, desenham mapas. O mundo da informação está dentro do mapa da rata através do “gato net”. É também através desse veículo de comunicação que elas se mostram para o

mundo, criam seus blogs e fotologs mostram a sua produção de cunho pessoal para quem quer que seja. Mais uma vez demonstra-se a busca de táticas e brechas e novos usos para se manter dentro e nunca, em hipótese nenhuma, a margem de qualquer situação. É com a internet que conhecem e marcam seus encontros. Agora quem acha que é apenas encontros extra Candelária se engana, muitos desses encontros são com rapazes da própria comunidade e em território neutro, ou seja, em território comum, nos becos e vilesas, já velhos conhecidos da “pegação”.

Depende do dia, quando você tá no dia para beijar na boca a roupa é a mais provocante possível. [...] Quando eu saio à noite eu gosto de chamar atenção... eu gosto de pulseirão, argolão tudo ao. (Tâmara, entrevista concedida no dia 12/03/2008).

Canevacci (2005) metaforicamente usa as gemas para falar de multiplicidade criativa. Segundo ele “as gemas que, como espelhos prismáticos, refletem uma multiplicidade de figuras” (p. 1). Esse afloramento cria e recria, busca origens e fugas, refrata, amplia as possibilidades de usos sincréticos comunitários.

Os espaços são conquistados porque as ratas vivem e consomem no meio em que “expericiam” no dia a dia. É o pertencimento que gera tal afirmação e a conquista é feita pelo consumo material e imaterial. São bens de satisfação explorados no jogo da sedução: agregadores estéticos ou uso de táticas que deixam no ar o desejo. Todo o conjunto de consumo quer dizer o que a rata é no mundo, como ela produz o seu mapa e além como ela faz o mapeamento do mundo. Sabemos como ela é antenada e produtora. Ela é uma agente de comunicação em permanente transformação. Usa do consumo da beleza para transformar o mundo. Como consumo estende-se um para além do ato de comprar, é lógico. Isso é claro e mesmo óbvio depois de muito tempo. Não vamos discutir isso aqui.

Produzir com estilo na Candelária é quase um impulso. Por isso, a beleza na comunidade é motivo de grandes gastos financeiros, mas principalmente gastos com o tempo. É investimento. É o famoso jeitinho dando o ar de sua graça que transforma e cria a beleza da “rata”.

Essa moda de vestido longo, eu me amarrei eu dei 120 reais no vestido assim de olho fechado, todo mundo fala: “Você é louca...” Eu falei: “Não sou não!” Eu não me prendo a valor não, depois eu vou lá e corto faço um vestidinho, uma camiseta sei-lá. (Tâmara, entrevista concedida no dia 18/11/2006).

A moda e a beleza transpassam o simples vestuário. Corpo e consumo projetam-se como uma nova forma de cidadania. Tudo pode ser consumido e ganhar nova usabilidade e ser re-significado. São todas essas possibilidades dos usos da cultura do cotidiano que dão vazão a criatividade da partilha do espaço que podemos considerar cidadania criativa.

O espaço da reflexão sobre o consumo é o espaço das praticas cotidianas

como lugar de interiorização muda da desigualdade social, desde a relação com o próprio corpo até o uso do tempo, o hábitat e a consciência do possível para cada vida, do alcançável e do inatingível. (...) O consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe a posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social. (MARTÍN-BARBERO, 2003: 302).

Falamos dos usos da cultura que dão forma social. Formas de roupas, formas de corpos, formas de aparências, formas de apropriações espaciais. Todas essas formas falam de uma forma de viver em conjunto: cidadania. Viver na contemporaneidade é viver como uma eterna lagarta que espera a nova forma de borboleta. Portanto, a borboleta é apenas um devaneio, um sonho. A perfeição de Galatéia ou de Narciso são apenas para os contos mitológicos, no mundo vivido o melhor está sempre por vir, está a ser sonhado, desejado, está por ser posto à prova.

O corpo, o consumo e a beleza são paradigmas da contemporaneidade, por isso, são fundamentais para a formação da cidadania criativa. Cidadanias que não são fixas, porém, plurais. Essas mulheres ratas da Candelária são imagens desse mundo fluido e cheio de “formas formantes”. Buscam na pluralidade simbólica seu espaço de pertencimento, na configuração de um mapa simbólico uma ocupação social marcante. As representações de corpo, consumo e beleza são feitas a partir do mapa inventado pelas ratas da Candelária, mas não são modelos fixos. Os mapas das ratas são criados a partir de suas propostas de circulação e convites para deambulações na cidade.

Referência bibliográfica

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

BURK, Peter. *O que é história cultural?*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2005.

CANEVACCI, Máximo. *Culturas extremas: mutações juvenis nos corpos das metrópolis*. Rio de Janeiro: Dp&A editora, 2005.

_____. *Gemação diaspórica e subjetividade sincrética*. Palestra realizada no seminário Gemas da terra, realizado no Sesc-SP, em

março de 2005. Texto extraído de: www.sescsp.org.br/sesc/imagens/uplod/conferencias/2004.rtf

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

GOLDENBEG, Mirian. *Nu & Vestido*. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2002.

LE GOFF, Jacques. *A História Nova*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. Lisboa/Portugal: Edições 70, 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

YÚDICE, George. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

Notas

¹ Este artigo foi elaborado a partir da apresentação no NP Comunicação para a Cidadania no encontro do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2008.

² Juliana Paes é atriz exclusiva da Rede Globo de Televisão.

³ www.cfcnet.com.br/artigos/artigos_motivacao.html

⁴ Idem.

⁵ Ver trabalhos de João Maia no Grupo Comunicação para Cidadania nos anos de 2005 e 2006 do INTERCOM.

⁶ Essa obra teve problemas jurídicos quanto sua autoria. Em 1995 através de um exame de raio x foi reconhecida definitivamente como sendo de Michelangelo Merisi da Caravaggio. Na década de 1970 tinha sido atribuída à Giacomo Galli.

⁷ Tom & Jerry, desenho animado da produtora Hanna-Barbera.

⁸ Grupo de Funk que fez muito sucesso, em todo o Brasil, com a música “Só as Cachorras”.

⁹ Flávia, Tâmara, Cristiane e Barbara são jovens mulheres moradoras da Candelária uma sub-localidade do Morro da Mangueira e são nossas colaboradoras na pesquisa desde o ano de 2004.

¹⁰ Miney, desenho da *The Walt Disney Company*.

Technomagie: La nature de la mutation anthropologique

Vincenzo Susca

Docteur en Sociologie à l'Université Paris Descartes et en Sciences de la communication à l'Université « La Sapienza » de Rome. Chargé de cours à l'Université Paris Descartes, Post doctorant à l'Université IULM, Milan. Directeur éditorial des *Cahiers européens de l'imaginaire*, Cnrs, Paris. Il a publié *A l'ombre de Berlusconi*, L'Harmattan, Paris, 2006 ; *Nos limites do imaginário*, Editora Sulina, Porto Alegre, 2006 ; *Transpolitica*, Apogeo, Milan, 2008, avec D. de Kerckhove ; *Ricreazioni*, Bevivino, Milan, 2008, avec C. Bardainne. vincenzo.susca@ceaq-sorbonne.org

Resumo

Na pós-modernidade, a tecnologia não desempenha mais o papel de *logos*. Antes, torna-se “tecnomagia”, totem em torno do qual as tribos pós-modernas atualizam a experiência do êxtase místico. Tal experiência se apresenta, por vezes, como simples vibração em torno de um corpo comunitário e, por outras, como explosão do si em direção a algo maior. O tipo de laço que daí resulta não mais repousa sobre um contrato racional e abstrato – contrato social – mas sobre um pacto cujas emoções, paixões, encantamentos e símbolos partilhados tornam-se as novas matrizes do estar-junto.

Palavras-chave : Imaginário pós-moderno; comunhão; subversão; novas mídias.

Résumé

Dans la postmodernité, la technologie ne joue plus le rôle d'art du logos, mais devient « technomagie », totem autour duquel les tribus postmodernes actualisent l'expérience de l'extase mystique. Celle-ci se présente comme une simple vibration autour du corps communautaire et à la fois un éclatement du soi vers quelque chose de plus grand. Le lien qui en découle ne repose plus sur un contrat rationnel et abstrait – sur le contrat social – mais sur un pacte dont l'émotion, les passions et les symboles partagés deviennent les nouvelles matrices de l'être-ensemble.

Mots-clés: Imaginaire postmoderne, Communion, Subversion, nouveaux médias.

Introduction

Ce sont les regardeurs qui font les tableaux.

Marcel Duchamp

Jours d'un été éternel, même en hiver. Je n'arrive encore pas à comprendre la différence entre moi et le monde extérieur, comme dans une photographie floue.

Abraham B. Yehoshua, L'amant

Les plateformes communicatives de la postmodernité – immatérielles et physiques – accueillent et accélèrent une mutation anthropologique au sein de laquelle la culture, ainsi que ses langages et ses expressions, se détachent des formes établies pour s'étendre sur la chair vivante des flux sociétaux (communications, communions, vices, rites d'initiation...). Les sphères publiques qui s'élaborent ainsi ne peuvent être que disjonctives (Appadurai, 2001), puisque animées par le désir de transgresser les frontières identitaires, politiques et sociales où elles ont été élevées et restreintes. Plus la vie quotidienne, dans son intension locale et son extension globale, repose sur elle-même et se libère de projections ou d'infatuations vers des ordres transcendants et lointains, plus le territoire moderne est ébranlé par des forces qui le traversent et le percent sans cesse.

La désobéissance généralisée caractérisant une partie importante des manifestations culturelles qui ont lieu dans le cyberspace – violation des règles sur le droit d'auteur et de la vie privée, Netstrike, Netwar – révèle le caractère « anémique » de la subjectivité sociétale qui émerge du point d'intersection entre la technologie et la vie nue. En outre, derrière chacune de ces infractions se trouve l'affirmation de l'obsolescence des principes sur lesquels une bonne partie des États-nation modernes et de leurs droits se sont fondés. Chaque situation dans laquelle une tribu, qu'elle soit virtuelle ou réelle – nous n'attribuons pas à cette différence un caractère essentiel –, se fonde dans un état d'extase ou de communion autour de communications, symboles et imaginaires partagés, tout ce qui l'entoure, en termes matériels, sociaux ou idéologiques, s'estompe dans l'air, étant isolée par la puissance d'une bulle qui en soi génère culture, enracinement, identification : transpolitiques de l'habiter.

Le sens de la communauté, ou encore l'illusion communautaire (Vaneigem, 1967), répand une lueur qui aveugle les autres sources de savoir-pouvoir jusqu'à les rendre inactives, impuissantes face au fourmillement de la culture et à ses tensions érotiques. Nous parlons d'un paysage dans lequel ce qui était subculture et qui ensuite s'est transformé en contreculture ou en sous-culture (Hedbig, 1997 ; Gelder, 2005), s'élève au statut de culture tout court. Celle-ci n'est plus en rapport dialectique avec des contreparties monolithiques, mais se pose en tant que réseau de corps proprement dit, où la confrontation avec les autres institutions ou sources de sens n'est perçue et vécue que lorsqu'elles

constituent des obstacles à la pleine expression de la sensibilité en gestation. Dans ces cas, avec une variation d'attitudes qui vont de la ruse à l'évitement de l'agression en passant par la fausse adhésion, la multitude et ses dérivations micro-sociétales montrent leur profil subversif, dangereux pour les pouvoirs établis et pour leurs paradigmes culturels.

Les technologies sociales réticulaires, et tout particulièrement celles sans fil, « permettent aux personnes d'agir ensemble à travers des modalités inédites et dans des situations où l'action collective n'avait jamais été possible » (Rheingold, 2002 : 14), actualisant ainsi des enchevêtrements émotifs et cognitifs irréalisables auparavant, ou du moins, dépendants d'agents de médiation institutionnels et dotés d'un pouvoir de contrôle et d'orientation. Cela amorce une prolifération de puissance qui, bien avant de se cristalliser sur un pouvoir, tend à ronger ce dernier et à le supplanter en vertu de ses capacités connectives, de ses jeux linguistiques et, surtout, de son imagination symbolique. Selon Castells, un passage aussi riche en mutations implique l'entrée « dans une nouvelle phase où la culture renvoie à la culture (...). C'est le début d'une nouvelle existence, et proprement le début d'une nouvelle ère, l'Âge de l'information, marqué par l'autonomie de la culture en relation avec les bases matérielles de notre existence » (2002 : 544).

En réalité, au-delà de l'utilisation peut-être excessivement emphatique de la rhétorique du « nouveau » – évoquée dans l'histoire des derniers siècles comme le mot-clé pour consolider la linéarité du progrès – et de la tendance à réduire la complexité de l'avènement des nouvelles technologies sociales à un fait lié à l'information ou à la simple intensification de l'aspect cognitif de l'existence, nous devons évaluer les fractures, les exodes et les catastrophes que la disjonction fatale entre corps sociaux et politiques comporte. Là où la reconnaissance et la correspondance entre les deux n'existe plus – lorsque les premiers ne se reflètent plus dans les seconds mais en eux-mêmes et dans leurs croisements voluptueux – le territoire est ébranlé par un désordre tellurique qui d'abord transforme en ruines les monuments du moderne, pour ensuite en réagencer les fragments en formes et collages inédits et constamment changeants ; liquides, comme l'espace des flux dans lesquels les identités fluctuent.

La pyramide du social s'effrite dans les dérives de la chair qui émergent de la base de la vie quotidienne, des zones d'autonomie temporaire (Bey, 2003) où l'éthique de l'instant se substitue à la loi : ce sont elles, les communicaties naissantes au-delà et au-deçà de l'ordre des nations. À l'intérieur de ces mondes qui reconnectent le virtuel et le réel, le rêve et le vécu, s'opère de façon toujours plus profonde le processus que Maffesoli a décrit comme la « transfiguration du politique » (1992). Ce que nous avons connu comme « politique » implose et se retrouve sous de nouvelles formes dans la chair vivante de la société postmoderne, dans ses nébuleuses affectives, dans les agrégations néo-tribales, dans tous les espaces où la vie ordinaire se présente en tant que subjectivité biopolitique.

Le processus de *fuite* ou, si nous utilisons les mots de Castells, d'« abstraction » de l'Histoire, de l'Identité, de l'Idéologie et du Social,

correspond à un enracinement impétueux dans la dimension de ce qui est proche, vécu, partagé, capable de susciter une émotion et un abandon du moi dans quelque chose de plus vaste que lui. « Les expressions culturelles sont rendues abstraites par l'Histoire et la géographie et en large mesure véhiculées par les réseaux de communication électronique qui interagissent avec et à travers le public, dans une variété de codes et de valeurs, pour être finalement intégrées dans un gigantesque hypertexte audiovisuel digitalisé. Puisque l'information et la communication circulent principalement à travers un système de médias diversifié et intégré, la politique se déroule de manière prépondérante dans l'espace des médias. Le leadership se personnifie et la création d'image signifie création de pouvoir » (Castells, 2002 : 542).

En réalité nous ne pouvons réduire le discours de la transfiguration du politique à la simple « personnification », à moins qu'on n'entende par là un mouvement plus vaste qui confère à la *digital persona*, c'est-à-dire à ce que le sujet devient lorsqu'il se dématérialise et se rematérialise dans les connexions du réseau, la « puissance », bien avant le pouvoir, que revêtait auparavant le corps monolithique et organique du politique. Les théories interprétatives classiques sur le social et sur le politique n'ont pas su être mises en œuvre de manière suffisamment radicale (lectures pourtant nécessaires à chaque fois que dans l'Histoire surgit un nouveau paradigme culturel, de l'oralité à l'écriture, de la presse à la télévision jusqu'aux réseaux). Néanmoins, Castells laisse entendre que dans le nouveau contexte, la faculté de créer des images est, en soi, la matrice d'un changement de scène, l'axe d'un nouvel équilibre politique. La possibilité de travailler sur l'image de manière directe, partagée et connective confère à tout réseau sociétal une puissance immédiate, qui correspond à la capacité de fabriquer des mondes et de leur attribuer des valeurs, des sens et des significations précis.

Chaque monde créé, et donc tout état d'effervescence dans lequel le groupe vit une condition de fusion extatique, est porteur d'une sensibilité transpolitique, d'une subjectivité sociétale, d'une manière d'habiter ; ces nouvelles grammaires de l'être-ensemble renversent l'ordre universaliste et monolithique du pouvoir en installant à sa place un nouveau polythéisme de valeurs et de figures. La sphère publique, comme nous l'avons conçue jusqu'à présent, implose face à l'essaimage des bulles biopolitiques (tribus, groupes, réseaux sociaux) composées de collages inédits de personnes, identités, images, objets et technologies : autant de réservoirs de puissance enracinés dans la vie quotidienne et plongés dans des imaginaires collectifs dotés d'une forte solidarité et d'une cohérence interne. La nature du conflit, loin de s'éteindre, se pulvérise et se sédimente dans des confrontations étroites qui font abstraction d'un rapport direct et subordonné d'un centre à ses périphéries, en mettant plutôt en jeu, de manière toujours plus horizontale, l'accommodement et la friction entre des réseaux sociétaux et des sensibilités collectives émergentes de la base et du vécu.

La nature transculturelle des conflits donne lieu aujourd'hui à des poussées centrifuges qui, dans la compression spatio-temporelle du monde glocalisé,

tendent à se coaguler dans une constellation réticulaire de « sphères publiques diasporiques » (Appadurai) que modèlent leurs identités sur la puissance extraterritoriale des médias post-électroniques. Ainsi, nous ne vivons ni le temps omni-homologuant de la « pensée unique », ni l'ère post-idéologique du choc des civilisations (...) nous assistons à la reposition sous des nouvelles formes, d'un phénomène connu de la modernité depuis sa genèse : la pratique sociale de l'imagination. Les sphères publiques diasporiques déterritorialisées qui prolifèrent dans la dynamique de la glocalisation se servent, sous des formes inédites, des technologies multimédia du « temps réel ». Mais leur logique constitutive apparaît en tout et pour tout isomorphe à la manière dont, au début de la modernité, s'étaient formées les « communautés imaginées » des nations, à travers une pratique sociale de l'imagination permise par la grande révolution technologique de la presse (Marramao, 2006 : 42-43).

Pour autant que l'on puisse poser la pratique sociale de l'imagination comme les prémisses, à la fois de la constitution des États-nation, et de la coordination et connexion des nouvelles sphères publiques diasporiques, nous commettrions une erreur de taille en mettant sur le même plan le rôle joué par la médiation de la presse et celui joué par les nouvelles technologies de la communication. Chaque médiasphère implique en effet une articulation spécifique de la société et de ses parties, aussi bien dans ses relations internes que dans le rapport avec les structures institutionnelles et avec ce qui lui est étranger. Si nous voulons comprendre ce qui est affirmé derrière le nombre de diasporas, de sécessions et derrière la pulsion effrénée à brûler les tables de la loi, nous devons commencer à comprendre en quoi consiste le veau d'or nouveau que la socialité postmoderne pose comme cœur de ses traversées nomades, c'est-à-dire le paradigme de l'être-ensemble que les nouveaux médias privilégient. Cela nous amène immédiatement à vérifier combien l'individualisme, l'abstraction, la hiérarchie et la fragmentation, amenés par la « révolution Gutenberg », sont des valeurs saturées et dépassées par les formes socio-culturelles en gestation dans les territoires communicationnels contemporains.

Mais, avant de poursuivre le discours sur la nature transpolitique et subversive de l'imaginaire postmoderne, il peut être opportun de rappeler à quel point la naissance de l'ordre politique des nations, dans son organisation telle que nous l'avons connue, ne peut faire abstraction de l'invention de la presse. En effet, la presse à caractères mobiles a créé le public, c'est-à-dire le sujet social nécessaire à l'élaboration d'une architecture linguistico-culturelle déterminée, alors que la technologie du manuscrit n'avait pas l'intensité et la force extensive nécessaire pour créer un public-peuple à caractère national. McLuhan, au début de son célèbre *The Gutenberg Galaxy*, affirme justement que « Ce que nous avons appelé « nations » au cours des derniers siècles, n'a pas, et ne pouvait pas, précéder l'avènement de la technologie de Gutenberg, pas plus qu'elles ne peuvent survivre à l'avènement du circuit électrique, avec son pouvoir d'impliquer totalement toutes les personnes dans toutes les autres » (1966 : 1).

Les paysages de la communication peuvent être saisis, en utilisant les mots de M. Mauss, comme des faits sociaux totaux, dans lesquels l'esprit du temps est conservé, et où l'on peut retrouver les formes de l'être-ensemble avec leurs tensions cognitives et émotives. Le changement anthropologique-culturel radical en train de se consommer au point d'intersection entre nouveaux médias, métropoles et vie quotidienne, avec toutes ses implications en termes antisociaux, de déracinement et de nouvelles adhésions et enchantements, peut être posé comme la ligne de discontinuité du modèle culturel incarné dans le paradigme du medium de Gutenberg et de ses déclinaisons politiques. En effet, « Ce medium, en tant qu'extension drastique de l'homme, façonna et transforma en entier son cadre psychique et social, et fut directement responsable de l'apparition de divers phénomènes tels le nationalisme, la Réforme, le travail à la chaîne et ses dérivés, la révolution industrielle, le concept entier de causalité, les concepts cartésiens et newtoniens de l'univers, la perspective dans l'art, le récit historique dans la littérature et un mode psychologique d'introspection et de direction qui a intensifié considérablement les tendances vers l'individualisme et la spécialisation engendrés 2000 ans avant l'alphabétisme phonétique. (...) Le nationalisme n'existait pas en Europe avant la Renaissance, lorsque la typographie offrit la possibilité à chaque homme alphabétisé de *voir* sa langue maternelle analytiquement en tant qu'entité uniforme (...). La presse exigeait tantôt la fragmentation individuelle tantôt l'uniformité sociale, dont l'expression naturelle était constituée par l'État-nation » (McLuhan, 1982 : 35-36).

Il est intéressant de remarquer comment, sur chaque expérience de fuite du modèle-fétiche de l'écriture, de l'État-nation et de son ordre politico-culturel, vient se greffer l'interdépendance de groupes ou d'autres formes collectives où l'individu n'a plus une fonction propre et autonome, n'est plus un élément séparé, mais crée constamment des rites de confusion, émotive et cognitive, avec l'autre. Ici résonnent les mots de Fernando Pessoa : « nous devons partir de l'individu, quitte à l'abandonner » (*La divina irrealtà delle cose*, 2003 : 13).

Le résultat d'un tel amalgame, et l'ensemble des nébuleuses affectives qu'il engendre, ne donne lieu à aucune « uniformité sociale », mais, en revanche, il dissémine sans cesse des différences proliférantes d'identités, de cultures, d'images. Comme le souligne justement Rheingold à propos des *smart mobs*, dans lesquelles « les individus collaborent avec leurs voisins immédiats pour aller dans des directions différentes » (2002 : 25).

Le partage de l'expérience dans les bouillants récipients tribaux est la base, non tant de sa fixation, mais plutôt de sa multiplication et de sa dissolution dans autant d'états fusionnels, dans un mouvement sans fin où le moi est constamment incité à proliférer et à mettre en jeu ses masques, et les nombreuses voix qui le composent. Chaque communicatie instaurée par une vibration collective est donc valable dans le lieu et le temps dans lequel elle se présente, sans pour autant comporter un degré de coercition, une puissance et un ordre de relations plus faibles que ceux des groupes stables ou de ce qui constitue, dans la modernité, les institutions classiques de la vie sociale.

La première pulsion que nous pouvons relever à l'intérieur des *foules intelligentes* est la recherche du plaisir, une jouissance dans laquelle les joies sensibles et charnelles cohabitent avec d'autres, cognitives et sociétales. Cette pulsion montre son aspect le plus agressif, destructif, voire subversif, lorsqu'elle est entravée par des lois, des morales ou des obstacles techno-bureaucratiques. C'est là que la multitude montre ses dents et toutes ses potentialités combatives : lorsque sa tension érotique vers l'autre (connexion) ou envers des biens immatériels (musiques, vidéos, informations) qui en revêtent la sensibilité, est censurée ou obstruée par la loi et les institutions. À partir de ces détails on entrevoit les nuances transpolitiques d'une subjectivité qui vit le ludique et l'imaginaire en tant que fondements de son propre être.

Les manifestations les plus retentissantes de désaccord ou de protestation, voire de véritable transgression consciente de la loi, exprimées par la cyberculture, sont en réalité liées, non tant à des questions proprement politiques, mais plutôt à des cas tels que l'interdiction d'échanger librement des fichiers vidéos et musicaux, l'impossibilité de montrer des images ou des souvenirs, les limites posées à la vitesse, à la publicité et au coût de la connexion. À bien y regarder, il s'agit de l'attachement à la dimension la plus concrète et hédoniste de l'habiter et de l'être-ensemble. Au-delà de toute abstraction ou toute « question de principe », le cybernaute veut être mis en position de consommer/se consumer, de manipuler la culture afin de pouvoir continuer à y investir sa subjectivité, de se joindre à l'autre pour compléter et perdre son moi – de se laisser mouvoir par ses propres fantasmes et les faire proliférer dans un monde sans limites spatio-temporelles.

Voici donc les repères des nouvelles sphères publiques diasporiques, des subjectivités qui traduisent immédiatement leurs jeux linguistiques et leurs imaginaires en expérience transpolitique, au-delà et au-deçà du politique. Le désir de publicité forme ainsi un tout avec la mise en scène de la vie quotidienne et l'ambition de façonner les mondes vécus à l'image de cette dernière et de ses esthétiques, au-delà de l'esthétique et de la morale. Dans ce contexte, la pensée, qu'elle soit personnelle ou collective, tend à se libérer des fins politiques, productives et utilitaristes sur lesquelles elle s'est longtemps fondée, délivrant ainsi une sensibilité quasiment mystique, où les choses et les autres deviennent les éléments avec lesquels on s'assemble, par lesquels on est enchanté et par lesquels on se laisse transporter, sur les vagues les plus petites et les plus grandes de son instinct vital. Selon Maffesoli, ce type de sensibilité, qui peut être décrite comme la « pensée du ventre » (2007), est source d'un nouveau rapport avec le soi et le monde. Une relation où la technologie n'est plus un moyen pour distancer l'autre et le dominer, d'une manière ou d'une autre, mais devient un peu magique. Cette technomagie est un dispositif transparent, à certains égards semblable au totem, mais dans ce cas tendanciellement invisible, où le moi se perd dans l'autre au rythme d'une vibration sensuelle : « on peut dire que l'aspect magique du totem technique devient ce supplément d'âme prolongeant le corps. La technique ne sépare plus, mais devient vecteur de « reliance » : aux autres, au monde. Et ce non pas en tant que contenu, mais bien comme *contenant*. C'est cela le « trajet » :

ce qui fait participer, mystiquement, au monde environnant. (...) Dans les tribus techno, dans les forums de discussion, dans les jeux de rôles et autres « play-stations », on peut retrouver l'ancienne catégorie de l'*analogia entis*, cette étincelle permettant de communier, avec d'autres, à quelque chose qui dépasse l'individu clos en lui-même. Communions qui sont celles des relations virtuelles, pouvant déboucher sur leur concrétisation. Implications dans des émotions communes, des vibrations qui, telle une onde, se propagent à l'infini. Rencontres hasardeuses imprévisibles qui structurent une nouvelle socialité en fonction de goûts (sexuels, religieux, musicaux, sportifs) que l'on rêve de partager » (Maffesoli, 2004 : 172).

Sensibilités et dynamiques des cybercultures

À travers leur vagabondage, l'errance initiatique qui caractérise leur navigation, et les vibrations collectives qui nourrissent et satisfont leur parcours, les essaims qui se regroupent au cœur d'espaces physiques ou virtuels, dans lesquels palpite et fourmille la culture postmoderne, offrent à la vue de l'observateur un cadre fait de dérives centrifuges continues, et d'intentions centripètes. La perte d'importance des grandes narrations collectives, la crise des États-nation et des appartenances identitaires traditionnelles (politiques, sociales, géographiques...), les effets des immigrations et des importantes circulations de marchandises, de capitaux, d'images et de personnes, engendrent l'instabilité et le tarissement progressif des formes instituées de pouvoir, traversées et piétinées plus qu'elles ne peuvent traverser et guider elles-mêmes la dynamique sociétale souterraine.

Les tactiques de la vie quotidienne ont en quelque sorte toujours « conspiré » contre l'ordre établi. Non pas dans un sens littéral et politique, mais plutôt par des mesures de résistance – sous forme de petites ruses, de micro-subversions, de divers rituels de désobéissance, de désacralisations des discours du pouvoir – envers ceux qui se posent comme l'interface de la souveraineté moderne. La réalité de la masse et de ses déclinaisons est tellement complexe et nébuleuse qu'elle s'affranchit des nombreuses théories sociales et visions politiques qui tentent de l'encadrer et l'hypostasier. Lorsqu'on s'avance sur ce terrain impraticable, on ne peut réduire le discours ni au paradigme de la simple passivité de la masse, ni à celui, bien plus simpliste encore, de la manipulabilité des foules, en vogue dans les années soixante surtout parmi ceux qui ont adhéré à la vulgate plus radicale et idéologique de l'école de Francfort.

Une analyse plus attentive et plus ancrée dans l'observation du quotidien amène en revanche à affirmer l'idiosyncrasie du corps social par rapport aux habits dans lesquels les pouvoirs-savoirs modernes ont essayé de l'intégrer, sans trop se soucier de ses dynamiques internes, de son « vouloir être ». En réalité, selon Baudrillard, « les masses n'ont pas d'Histoire à écrire, ni passée, ni future, elles n'ont pas d'énergies virtuelles à libérer, ni de désir à accomplir : leur puissance est *actuelle*, elle est ici tout entière, et c'est celle de leur silence. Puissance d'absorption et de neutralisation, d'ores et déjà supérieure à toutes celles qui s'exercent sur elles. Puissance d'inertie spécifique, dont l'efficace est différent de celui de tous les schémas de production, de rayonnement et

d'expansion sur lesquels notre imaginaire fonctionne, y compris dans la volonté de les détruire » (1997 : 10-11).

Nous voyons bien que, d'une certaine manière, la rupture entre le pouvoir institué et la puissance instituante (Maffesoli, 2004) est immanente à la parabole de la souveraineté, et dans le moment même de sa fondation. C'est à dire à partir de la phase où un Léviathan se présente comme transcendance et contenant de multitudes, amenées de manière plus ou moins forcée à adhérer au fantasme de l'« un » et de ses déclinaisons (peuple, nation, social...). Pour cette raison, en utilisant les mots de Foucault (1977), le paradigme du pouvoir moderne doit se fonder sur sa propre projection dans le corps et dans les dimensions microphysiques où il s'exprime et s'articule, de manière à se répliquer dans la chair du vivant jusqu'à ce qu'il la reproduise à son image.

De là naît la biopolitique. Elle correspond au glissement d'une autorité qui se caractérise par sa faculté homicide, vers une forme de souveraineté qui recherche scientifiquement les moyens nécessaires pour tenir les hommes en vie. Nous nous référons ainsi « à un pouvoir dont la fonction la plus importante désormais n'est peut-être plus celle de tuer mais d'investir entièrement la vie. La vieille puissance de mort dans laquelle le pouvoir souverain était symbolisé est désormais soigneusement recouverte par l'administration des corps et la gestion calculatrice de la vie. Développement rapide au cours de l'âge classique des diverses disciplines – écoles, collèges, casernes, ateliers ; émergence aussi, dans le domaine des pratiques politiques et des observations économiques, des problèmes de natalité, de longévité, de santé publique, d'habitat, de migration ; explosion, donc, de différentes et nombreuses techniques pour obtenir la subordination des corps et le contrôle des populations. Ainsi s'ouvre l'ère d'un « biopouvoir » » (Foucault, 2005 : 100).

La sortie du moyen âge, de ses particularismes locaux, des pouvoirs dispersés qui le marquaient, de la présence de subjectivités irréductibles à tout principe d'identification/représentation cohérent et unitaire, pose la question d'unifier ce qui est séparé et de rendre homogène (c'est-à-dire gouvernable par un principe suprême) ce qui est hétérogène et qui échappe à l'ordre abstrait d'une loi. La presse se pose comme la matrice linguistico-culturelle sur laquelle se fonde la constitution pyramidale du pouvoir-savoir moderne (McLuhan, 1966) et se façonnent les communautés imaginées (Anderson, 1996) qui en deviendront le public à intégrer, éduquer et normaliser (mettre aux normes).

Ainsi l'écriture se place immédiatement comme écriture d'une loi et de plusieurs idées-force qui viennent s'inscrire sur un corps animé par des pulsions, des instincts et des émotions antisociales, plurielles, hédonistiques et donc réfractaires aux sacrifices demandés par la technostucture et ses morales. La première tâche que le droit s'attribue, au-delà des contenus dans lesquels il s'investit, est de ramener à lui la sphère la plus anarchique et débordante de la vie. Selon G. Agamben « le souverain ne décide pas du licite et de l'illicite, mais de l'implication originaire du vivant dans la sphère du droit (...). Le droit a un caractère normatif, est « norme » (dans le sens propre de « règle ») non parce qu'il commande et prescrit, mais parce qu'il doit avant tout créer le domaine

de sa référence dans la vie réelle, la *normaliser* » (2005 : 31). C'est ainsi que, à travers des processus d'écritures, *scriptu senso* et *latu senso*, on confère une résidence, une identité et une idéologie à la masse, ainsi remise entre les mains, et surtout dans le regard panoptique, des gardiens éclairés du savoir-pouvoir.

Un autre des paradoxes de la souveraineté est, en effet, intimement lié à la double nature des processus d'inclusion des marges, des périphéries et des déchets dans le cadre du cœur sacré du système. Contrairement à ce que Weber décrit comme les formes traditionnelles de pouvoir, les formes rationnelles-légales exprimées par la modernité stimulent et ont besoin de participation et de partage de leurs principes cardinaux, ne pouvant se passer du consensus des assujettis. Ces derniers, toutefois, ne peuvent participer au jeu que dans la mesure où ils en acceptent servilement les règles, en applaudissent les protagonistes et s'intègrent au système sans vouloir le modifier ou comprendre le « code source ». On peut même dire que les nouveaux moyens de communication numériques et réticulaires basent leur puissance expressive précisément sur cette possibilité de modifier et manipuler les bases symboliques et grammaticales du langage, en commençant par la grammaire profonde. Il y a là, à notre avis, l'un des fondements subversifs de l'imaginaire qui s'amoncelle autour de ces nouveaux médias.

La vie dans son état sauvage, sensible et émotionnel, avec sa part d'ombre, ses instincts et les excès qui l'accompagnent, est ainsi un résidu que les engrenages du pouvoir absorbent, tout en niant son aspect primaire, à travers un processus de manipulation/épuration, qui désigne la rationalité du système. L'écart irréductible entre cette utopie et l'impossibilité de la réaliser constitue le creuset où demeure depuis toujours l'étincelle de la subversion en tant que puissance et potentialité. L'anomie des masses, l'impossibilité de gouverner le corps social dans les moments d'excitation collective, l'absurdité et la dissolution provoquées par un « mauvais usage » des consommations voluptueuses, les effets pervers de la société du spectacle, sont les signaux contemporains les plus visibles de la résistance de la vie face à ce qui veut la diriger et la conduire dans des territoires métaphysiques qui lui sont étrangers.

Dans la phase historique que nous vivons, la parabole de la modernisation montre toutes ses brèches, précisément à partir de l'émergence d'une corporéité – d'un sens du corps – qui, par des petites ponctuations de l'habiter comme la communication, le rapport avec la technique, la sexualité ou la consommation, montre une sensibilité inconciliable avec les paradigmes du politique et du biopouvoir. En employant un langage et des points d'observation légèrement différents, Agamben remarque que « la politique, dans l'exécution de la tâche métaphysique qui l'a poussée à prendre toujours plus la forme d'une biopolitique, n'a pas réussi à construire l'articulation entre *zoé* et *bios*, entre voix et langage, qui aurait dû recomposer la fracture. La vie nue reste capturée en elle dans la forme de l'exception, c'est-à-dire de quelque chose qui n'est inclus qu'à travers une exclusion. Comment est-il possible de « politiser » la « douceur naturelle » de la *zoé* ? Et, avant tout, celle-ci a-t-elle vraiment besoin d'être politisée ou le politique est-il déjà contenu en elle comme son noyau le plus précieux ? » (2005 : 14-15).

La scène postmoderne, ses communications, ses consommations insensées et de moins en moins compréhensibles par la logique de la raison abstraite et de l'utilité (Baudrillard, 2002), la constante mise en scène d'un corps excessif, sont les indices qui permettent de lire l'inversion de la parabole biopolitique du moderne contre elle-même. Tout ce qui a été mis en marge, évacué et réduit au silence pendant trois siècles de modernisation montre aujourd'hui sa présence inéluctable et irrépressible, d'une manière exacerbée et scandaleuse, jusqu'à pousser l'élite et ses chantres à stigmatiser les nouvelles subjectivités émergentes comme des « barbares ». La chair mise en jeu dans les flux de consommation et de communication où la tactilité, l'émotion, l'imaginaire et la proximité avec l'autre prévalent sur tout, exhibe le *corpus* de ce qui n'a pas été et qui ne peut être réduit à l'ordre du politique, exprimant plutôt son expérience, ses jeux linguistiques et ses tactiques de l'habiter comme autant de signaux d'un ordre transpolitique de la vie tout court et, *a fortiori*, de la vie quotidienne.

En réalité, la modernité a sans doute amorcé, bien qu'avec des objectifs, des auspices et projets différents, la compénétration entre vie et politique que la technologie de la communication – ou mieux, la fusion entre le corps technologique et le corps tout court – laisse aujourd'hui émerger sous des formes et avec des potentialités inédites. À bien y voir, dans la « résistance » que la chair sociétale a toujours opposé aux stratégies de pouvoir et d'éducation, s'inscrivent les prodromes de ce qui se manifeste aujourd'hui, plus au moins clairement, comme subversion ou esprit subversif (non seulement dans les divers événements ponctuant les manifestations d'activisme, d'abstention ou de désobéissance civile, mais aussi dans son caractère simplement imaginaire, révélé par les fantasmes destructifs animant le cyberspace, les *mediascapes* et les figures emblématiques de l'être-ensemble). Pour comprendre, dans sa complexité et son ambiguïté, la dynamique d'inclusion et de résistance du corps dans la politique de la modernité, suivons le passage proposé par Foucault dans *La volonté de savoir* :

Pour la première fois sans doute dans l'Histoire, le biologique se réfléchit dans le politique ; le fait de vivre n'est plus ce soubassement inaccessible qui n'émerge que de temps en temps, dans le hasard de la mort et sa fatalité ; il passe pour une part dans le champ de contrôle du savoir et d'intervention du pouvoir. Celui-ci n'aura plus affaire seulement à des sujets de droit sur lesquels la prise ultime est la mort, mais à des êtres vivants, et la prise qu'il pourra exercer sur eux devra se placer au niveau de la vie elle-même ; c'est la prise en charge de la vie, plus que la menace du meurtre, qui donne au pouvoir son accès jusqu'au corps. Si on peut appeler « bio-histoire » les pressions par lesquelles les mouvements de la vie et les processus de l'Histoire interfèrent les uns avec les autres, il faudrait parler de « bio-politique » pour désigner ce qui fait entrer la vie et ses mécanismes dans le domaine des calculs explicites et fait du pouvoir-savoir un agent de transformation de la vie humaine ; *ce n'est point que la vie ait été exhaustivement intégrée à des techniques qui la dominent et la gèrent ; sans cesse elle leur échappe* (1976 : 187-188, nos italiques).

La vie est d'abord mise en cause en tant que sujet et partie active d'un

discours politico-social qui ne peut se passer d'elle et de son inclusion pour se réaliser complètement. Ensuite seulement, comme un objet auquel attribuer une forme, dont il faut prendre soin et réduire les tensions anomiques et antisociales (ainsi, la dissolution du corps, le suicide ou les abus de stupéfiants et d'alcool, font partie des premières préoccupations du pouvoir-savoir moderne. Dans la même logique, la sociologie sera immédiatement investie de la mission d'étudier et de tamponner le problème du suicide). Plus les dispositifs de la surveillance deviennent ubiquistes, en réduisant les marges d'expression des pulsions les plus triviales, charnelles et dissolutives du corps tout court et du corps social, plus ce dernier élabore secrètement, au noir, des imaginaires et des tactiques de résistance qui modèlent souterrainement un monde de plus en plus autonome et distant de celui des institutions.

Une sensibilité subversive fomentée au coeur de la vie quotidienne, même et peut-être surtout, là où elle n'exprime aucun contenu politique et aucune revendication programmée, ces dispositifs appartenant entièrement aux logiques de la domination et de sa dialectique. Tout cela bout clandestinement dans la marmite obscure que Maffesoli appelle la centralité souterraine du peuple et que Simmel décrit comme le roi clandestin d'une époque. Les signes d'abstention, les tumultes du corps, la recherche des plaisirs effrénés, le refus de l'impératif du sens, l'éloignement des esthétiques et des morales publiques, sont autant de signaux lancés au cours du temps d'une subjectivité « diasporique », dont l'innovation technologique seconde et accélère désormais l'avènement, la connexion et la « présentation ». Dans cette perspective, en mettant à profit une interprétation historique qui, dans la lignée de la pensée d'Abruzzese, Baudrillard, Foucault et Maffesoli, nous permet d'échapper à la rhétorique du « nouveau » en tant que clé d'interprétation de la postmodernité et des nouveaux médias, nous pouvons percevoir dans les émergences les plus visibles et les plus éclatantes de notre époque, dans ses éboulements telluriques, les résultats d'un long *massage* qui se réalise du bas vers le haut.

Il est particulièrement instructif de saisir, à l'intérieur de ce processus de transfiguration du politique (Maffesoli, 1992), la mesure dans laquelle la vie nue, sa sensibilité et les étreintes collectives dans lesquelles elle se manifeste, constituent le cœur même du changement, le point de départ et d'arrivée, la cause et l'effet. Ainsi, le corps, ses connexions et ses multiples recherches d'assouvissement sont le centre vital des nouveaux médias et des plateformes réticulaires, si bien qu'on ne peut parler d'innovation technologique sans entreprendre parallèlement un discours sur le post-humain ou sur les hybridations techno-corporelles (Abruzzese, 2003).

C'est comme si les plateformes sociétales postmodernes – des techno party à Second Life, des *flash mobs* au *cyber sexe* – étaient en train d'amplifier et de transformer en « ground » ce qui auparavant était « underground », secret, caché, en désarticulant la clarté de toute frontière et de tout dualisme, à commencer par celui entre organique et inorganique, entre vivant et mort. Comme cela se produit dans l'Eusapie rencontrée par le Marco Polo d'Italo Calvino : « Ils disent que chaque fois qu'ils y descendent, ils trouvent

quelque chose de changé dans l'Eusapie d'en dessous ; les morts apportent des innovations dans leur ville (...). Et les vivants, pour ne pas être en reste, tout ce que les cagouleurs leur racontent des nouveautés des morts, ils veulent le faire eux aussi. Ainsi, l'Eusapie des vivants s'est-elle même mise à copier sa copie souterraine. Ils disent que ce n'est pas aujourd'hui que cela se fait : en réalité, ce seraient les morts qui auraient construit l'Eusapie de dessus à la ressemblance de leur ville. Ils disent que dans les deux villes jumelles, il n'y a plus moyen de savoir lesquels sont les vivants et lesquels les morts » » (1996 : 128-129).

Transpolitiques

La vie échappe à l'impératif du sens, se libère des projets d'émancipation du monde moderne et s'exprime dans sa propre totalité – dans sa raison sensible (Maffesoli) – en laissant jaillir, sous les formes les plus conformes à sa recherche de plaisir et de passion, les sensibilités ludiques, joyeuses, festives et improductives qui l'habitent. Dans ces abîmes, c'est la logique de la perte (Bataille, 2003), du gaspillage et du *carpe diem* qui prévaut sur chaque tension projectuelle finalisée vers les divers « lendemain qui chantent ». Pour cela l'observateur social ou politique s'expose à un malentendu lorsqu'il voit, dans la passivité sociétale, l'abstention des grandes messes démocratiques, la consommation effrénée ou la perte de soi dans les mondes éphémères des *visual scapes* contemporains, une impuissance créatrice, ou pire, lorsqu'il les interprète comme les signes de l'abâtissement des masses.

Au contraire, les sursauts transpolitiques de la vie constituent les éblouissements d'une subjectivité naissante qui rééquilibre son être au monde sur son corps prolongé, sur ses connexions et sur ses plaisirs sensibles. Ainsi, l'imaginaire postmoderne, bien qu'il représente une construction plurielle, liquide et flexible, composée de plusieurs éléments changeants, peut être interprété, selon les mots de Maffesoli, comme la synergie entre le retour à l'archaïque et l'innovation technologique (2003), comme la résurgence du dionysiaque en hybridation avec l'avènement de l'intelligence, qu'elle soit collective ou connective. La vie nue, son ombre et les tourbillons voluptueux qui l'habitent, s'imposent au centre de la scène jusqu'à ronger les énergies et les pouvoirs qui ont essayé, dans la mesure du possible, de les apprivoiser et de les réduire à « un » sens et à « un » corps. Nous pouvons ainsi interpréter de façon moins univoque et déformée les raisons pour lesquelles les manifestations les plus dérangeantes et subversives contre l'ordre institué sont issues de tout ce qui se situe à l'extérieur de la dialectique politique et de sa promesse de synthèse.

Derrière l'éphémère, le ludique, la sacralisation de ce qui est mondain, derrière les excès des corps et les manifestations multiples dans lesquelles la vie exprime sa puissance et la met en scène, se trouvent ainsi *in nuce* les dérives transpolitiques que la postmodernité révèle aujourd'hui de manière manifeste. L'analyse historique de Foucault permet d'ailleurs de soutenir que « contre ce pouvoir encore nouveau au XIX^e siècle, les forces qui résistent ont pris appui sur cela même qu'il investit – c'est-à-dire sur la vie et l'homme en tant qu'il est vivant. Depuis le siècle passé, les grandes luttes qui mettent en question le système général de pouvoir ne se font plus au nom d'un retour aux anciens

droits, ou en fonction du rêve millénaire d'un cycle des temps et d'un âge d'or. On n'attend plus l'empereur des pauvres, ni le royaume des derniers jours, ni même seulement le rétablissement des justices qu'on imagine ancestrales ; ce qui est revendiqué et sert d'objectif, c'est la vie, entendue comme besoins fondamentaux, essence concrète de l'homme, accomplissement de ses virtualités, plénitude du possible. Peu importe s'il s'agit ou non d'utopie ; on a là un processus très réel de lutte ; la vie comme objet politique a été en quelque sorte prise au mot et retournée contre le système qui entreprenait de la contrôler » (1976 : 190-191).

La dynamique esquissée par Foucault, qui peut être intégrée à un discours plus général sur les effets pervers de la modernisation, est utile pour interpréter à la fois le rapport de réappropriation et le rapport de détournement de la technique et des espaces, métropolitains ou pas. Au travers du déploiement de tactiques (de Certeau, 1999), astuces ou invasions pour ainsi dire barbares, la socialité postmoderne s'approprie des dispositifs qui la contournent à travers leur absorption et leur hybridation dans son corps étendu. L'imaginaire collectif est ainsi élargi aux flux des communications visuelles, alors que les technologies se greffent dans le corps jusqu'à contribuer à sa reconstitution en tant que « nouvelle chair » (d'après l'heureuse formule adoptée par Cronenberg dans son film *Videodrome*, 1982). C'est ainsi que la vie nue, d'objet à recouvrir par l'avalanche des discours du pouvoir-savoir panoptique, tend à devenir un sujet doté d'un surplus de puissance. Cette puissance est déclenchée par la correspondance entre son imaginaire – les formes technologiques dans lesquelles elle peut se manifester, être partagée et agir – et les territoires qu'elle fonde et habite (les zones d'autonomie temporaire des métropoles, ainsi que les *second lives* qui se complètent et s'intègrent toujours plus aux *first lives*).

L'étincelle provoquée par la résistance de la vie envers les stratégies de socialisation du pouvoir-savoir moderne se propage en incendies lorsque les bulles de la vie quotidienne convergent dans le corps à corps et dans les frictions émotionnelles rendues possibles par les plateformes techno-sociétales des nouveaux médias. On peut aussi, pour décrire les tumultes, les vagues d'émotion publique des cultures numériques et des néo-tribus, faire référence à des termes comme « essaimer », « viral » ou « fourmiller ». Cela renvoie à la libération d'un instinct archétypal et presque animal de l'humain conjugué avec son plus haut degré d'extension cognitive. Le choc provoqué par chaque lien sociétal, lorsqu'il s'instaure dans les flux de communication, est à la fois bâtisseur et destructeur, en ce sens qu'il fragmente les corporéités prises pour acquises, en quelque sorte normales et normées, et qu'il crée de nouvelles compositions, immédiatement discontinues de celles qui les précèdent (à commencer par les constructions politiques, institutionnelles et religieuses).

Dès lors que la vie nue et sa trame de rapports horizontaux – c'est-à-dire ses dispersions et ses retrouvailles quotidiennes avec l'autre – syntonisent et associent leur rythme à celui de plateformes techno-sociétales ductiles avec lesquelles elle entreprend des compénétrations et des interdépendances, la résistance envers le pouvoir devient l'affirmation directe et palpable d'une

puissance nouvelle. Non plus la simple abstention ou l'encerclement, mais la production de subjectivité, d'imaginaire et de langages. À côté de tant de conséquences sans doute importantes, l'histoire récente (et non uniquement celle de l'Internet), depuis la naissance des premières communautés virtuelles au Web 2.0, témoigne d'une appropriation et d'une manipulation progressives de la technique et de ses espaces par tout ce qui appartient à l'ordre de la socialité au noir (Maffesoli, 2004).

L'écart entre biopouvoir et vie s'insinue ainsi dans une chaîne vertueuse et amplifiée de jeux linguistiques, qui tissent d'abord des trames de connexions entre sujets et pulsions laissées en marge de la norme – isolées dans le ghetto du privé ou dans les espaces affectés à la dissolution temporaire autorisée – pour ensuite être élaborés sous des formes transpolitiques de l'habiter. En d'autres termes, les dynamiques relationnelles de la vie quotidienne s'élèvent des ténèbres dans lesquels elles sont forcées de s'exprimer, dans les replis encore obscures du panopticon, et révèlent, dans leur improductivité, une biopolitique affirmative et au-delà du politique. L'acte de destruction créatrice inaugurée par la vie quotidienne dans sa mise en scène spectaculaire est avant tout un geste de dépassement (d'elle-même et des cages dans lesquelles elle a été circonscrite). Ce passage se produit par la perte, l'abandon le plus complet et le plus radical du moi moderne, autonome, séparé et maître de soi, dans l'autre et dans son réseau, à la fois joyeux et douloureux, d'affinités électives (comme l'enseigne Goethe, l'une ne va pas sans l'autre). Ainsi retentit l'avertissement prémonitoire de Nietzsche : « L'homme est quelque chose qui doit être surmonté. (...) l'homme est un pont et non une fin. (...) Il y a plusieurs chemins et moyens pour le dépasser (...). Surmonte-toi toi-même, même dans ton prochain : il ne faut pas te laisser donner un droit que tu es capable de conquérir! » (1993 : 148-149).

Bibliographie

ABRUZZESE A. (2003), *Posthuman: uno sguardo sociologico*, in *Passages*, n. 5, Crocetti Editore, Milano, 2003/b.

ID. (1996), *Analfabeti di tutto il mondo uniamoci. Il crepuscolo dei barbari*, Bevivino Editore, Milano, 2009.

AGAMBEN G. (1995), *Homo sacer. Il potere sovrano e la nuda vita*, Einaudi, Torino, 2005.

ANDERSON B. (1983), *Comunità immaginate. Origine e diffusione dei nazionalismi*, Manifesto Libri, Roma, 1996.

- APPADURAI A. (1996), *Modernità in polvere*, Meltemi, Roma, 2001.
- BARDAINNE C., SUSCA V. (2008), *Ricreazioni. Galassie dell'immaginario postmoderno*, Bevivino Editore, Milano.
- BATAILLE G. (1949), *La part maudite. Précédé par la notion de dépense*, Les éditions de Minuit, Paris, 2003.
- BAUDRILLARD J. (1977), *À l'ombre des majorités silencieuses ou la fin du social*, Sens & Tonka, Parigi, 1997.
- ID. (2002), *Lo spirito del terrorismo*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- BEY H. (1985), *T.A.Z. The temporary autonomous zone, ontological anarchy, poetic terrorism*, Autonomedia, New York, 2003.
- CALVINO I. (1972), *Les villes invisibles*, Editions du Seuil, Paris, 1996.
- CASTELLS M. (1996), *La nascita della società in rete*, Università Bocconi Editore, Milano, 2002.
- DE CERTEAU M. (1980), *L'invention du quotidien. Arts de faire*, Gallimard, Paris, 1999.
- FOUCAULT M. (1976), *Histoire de la sexualité. La volonté de savoir*, Gallimard, Paris.
- ID. (1977), *Microfisica del potere*, Einaudi, Torino.
- ID. (2005), *Antologia. L'impazienza della libertà*, Feltrinelli, Milano.
- GELDER K. (1997), dirigé par, *The Subcultures Reader*, Routledge, Londra-New York, 2005.
- HEDBIGE D. (1979), *Sottoculture. Il fascino di uno stile innaturale*, Costa & Nolan, Genova, 1997.
- HUGON S. (2007), *Circumnavigations. La construction sociale de l'identité en ligne*, Thèse de doctorat, Université Paris V Sorbonne, Paris.
- MAFFESOLI M. (1992), *La transfiguration du politique. La tribalisation du monde*, Le livre de poche, Grasset & Frascuelle, Paris.
- ID. (2003), *Notes sur la postmodernité. Le lieu fait lien*, éd. du felin, Paris.
- ID. (2004), *Le rythme de la vie*, La Table Ronde, Paris.
- ID. (2007), *Le Réenchantement du monde*, La Table Ronde, Paris.
- MARRAMAO G. (2006), *I nuovi volti del potere*, in A. Abruzzese, V. Susca, dirigé par, *Immaginari postdemocratici*, Franco Angeli, Milano.
- MCLUHAN M. (1962), *The Gutenberg Galaxy. The making of typographic man*, University of Toronto Press, Toronto, 1966.
- ID. (1977), *Dall'occhio all'orecchio*, Armando Editore, Roma, 1982.
- NIETZSCHE F. (1883), *Così parlò Zarathustra*, Newton Compton, Roma, 1993.

PESSOA F. (2003), *La divina irrealtà delle cose. Aforismi e dintorni*, Passigli, Firenze, 2004.

RHEINGOLD H. (2003), *Smart mobs. Tecnologie senza fili, la rivoluzione sociale prossima ventura*, Raffaello Cortina, Milano.

SUSCA V. (2006), *Nos limites do imaginário: o governador Schwarzenegger e os telepopulistas*, Editora Sulina, Porto Alegre, 2007.

SUSCA V., DE KERCKHOVE D. (2008), *Transpolitica. Nuovi rapporti di potere e di sapere*, Apogeo, Milano.

VANEIGEM R. (1967), *Traité de savoir-vivre à l'usage des jeunes générations*, Gallimard, Paris.

Pessoas comuns e ocupações midiáticas do ciberespaço

Beatriz Bretas

doutora em Ciência da Informação/UFMG. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação/UFMG. Pesquisadora do CNPq. beatrizbretas@uol.com.br.

Resumo

O texto reflete sobre a apropriação do espaço telemático por pessoas comuns, distinguindo as possibilidades pragmáticas da linguagem na organização de redes sociais e na congregação dos interlocutores. São ressaltados dois casos empíricos para discutir as dimensões estéticas e éticas presentes nas interações mediadas por computador, apontando competências comunicativas requeridas aos sujeitos.

Palavras-chave: conversações; comunicação mediada por computador (CMC); sociabilidade.

Abstract

The text develops reflections about the appropriation of the Internet by common people, distinguishing the pragmatic possibilities of the language in the organization of social nets and in the speakers' congregation. Two empiric cases are emphasized to discuss the aesthetic and ethical dimensions in the interactions, as well as to point communicative competences requested to the persons.

Keywords: conversations; computer mediated communication (CMC); sociability.

As pessoas comuns, vistas como sujeitos ordinários, não apresentam atributos especiais que lhes confirmem maiores distinções, embora sejam seres singulares. São desprovidas da notoriedade proporcionada pelos refletores midiáticos e constituem em suas conversações um vasto manancial para a realização cotidiana da vida, servindo de motor para a tessitura de redes sociais que conectam as pessoas entre si e ao mundo. No ambiente da Internet, entretanto, a noção de ser comum, ou de ser qualquer, sofre um deslocamento, pois mesmo os pouco letrados nas linguagens digitais podem participar de inúmeros espaços de encontro e interlocução, dadas as facilidades das formas intuitivas e amigáveis de utilização das interfaces. Ao expressar-se publicamente, as pessoas comuns são capazes de construir sua reputação por meio de seus argumentos em conversações, tornando-se, de alguma forma, notáveis para mais interagentes. Entretanto, a simples exposição na rede mundial de computadores não é garantia de ampla visibilidade e nem de ultrapassagem da condição de ser comum.

As reflexões aqui expostas (1)^b, desenvolvidas na pesquisa “Interfaces telemáticas: os sujeitos na atualização do virtual” (2)^c, pretendem colocar em evidência tal tipo de interlocuções, capturadas de suportes telemáticos, de modo a compreender as conversas como ações produtoras de sentidos que podem alterar contextos, com potencialidades para construir a realidade. Acreditamos que o estudo dessa pragmática de falas ordinárias tem a força de apontar dimensões éticas implícitas no convívio social, revelando valores inerentes à cooperação e à solidariedade inscritas em práticas comunicativas. Contamos para isso com os registros proporcionados pela digitalização e pela circulação em rede de enunciados(3)^d que se articulam na produção de textos coletivos. Entretanto, pensamos que o meio telemático não serve apenas como mero suporte para essas inscrições, mas refere-se a algo que participa ativamente na conformação dos modos de sociabilidade nos nossos dias.

Entendemos que um dos caminhos para a apreensão desses valores passa pela investigação da dimensão estética das conversações, cuja forma pode dar a ver normas, princípios ou padrões aceitos ou mantidos pela sociedade. A face estética das práticas comunicativas, desveladora de uma ética das maneiras de estar com o outro, é então apreendida por meio das telas dos computadores, das interfaces, vistas como espaço da materialidade significativa das conversações.

Para Michel de Certeau (1994) as conversações ordinárias integram o inventário das práticas cotidianas, às quais confere o estatuto de objeto teórico. Ele as analisa na tentativa de capturar a realidade móvel, compreendendo-as como efêmeras e pertencentes à ordem das astúcias dos atores comuns, sem renome. Dessa forma, observa relações entre o uso da língua e outras práticas (como caminhar, cozinhar, comer etc.) indicando uma correspondência entre as sagacidades que envolvem essas ações e os movimentos retóricos presentes nas trocas de enunciados. Ou seja, os modos de falar prestam-se como modelos para modos de fazer.

Esta concepção revela outra maneira de compreender a realidade, dando legitimidade à força das pequenas práticas do cotidiano que revelam

um modo de enfrentamento do mundo, validando o conhecimento produzido pela experiência no dia-a-dia^c. As astúcias presentes nos modos de dizer de conversações ordinárias na www são inúmeras e designam formas de apropriação do espaço telemático, capazes de indicar contradições e paradoxos nos processos comunicativos que mostram “gestos hábeis do “fraco”, na ordem estabelecida pelo “forte”, arte de dar golpes no campo do outro”. (CERTEAU, 1994: 104).

Para não reduzir a compreensão desses fluxos conversacionais somente ao jogo dos enunciados, relacionamos os mesmos às dimensões extra-lingüísticas, de modo a situar os contextos mais amplos nos quais as interlocuções incidem. Nessa direção, acompanhamos Mattelart (2007) no questionamento das promessas de um mundo unificado e pacificado, graças, entre outros fatores da globalização, ao desenvolvimento da Internet. Assentando-se em lógicas do mercado, o enquadramento das infovias cibernéticas, aclamadas como os principais vetores da nova ordem mundial da informação, para ele, favorecem ao empobrecimento dos conceitos. Ele qualifica a expressão “sociedade global da informação” como um “neologismo amnésico” que tem o poder de desconsiderar todo um movimento multiseular de unificação do mundo, lembrando que as indústrias culturais americanas e suas redes de informação e comunicação foram responsáveis por veicular os valores que anunciaram o primado da inteligência artificial. Sob a hegemonia dos Estados Unidos, os direcionamentos do espaço telemático foram formulados pelos países mais ricos do mundo.

Para Mattelart, a noção e o projeto de uma sociedade da informação passaram ao largo do debate dos cidadãos. Entretanto, ele observa uma nova configuração de atores sociais e profissionais que se ancoram em projetos plurais de construção de “sociedades do saber” por todos e para todos, dentro da esfera de circulação e de produção. São propostas que criticam o modelo unívoco da “sociedade global da informação”, articuladas por dois princípios: de um lado, os primeiros passos de uma filosofia dos bens públicos comuns. São bens simbólicos ligados à cultura, à educação e à informação em conjunto com bens de outra natureza, como a água e o ambiente. Ou seja, compreendem tudo aquilo que não deve ser submetido às leis do livre comércio. O outro lado corresponde ao “direito à comunicação” que se apóia nas idéias de diversidade, liberdade, acesso e participação.

No quadro brasileiro, o perfil das pessoas comuns que participam das conversações na web já foi bastante alterado desde o advento da popularização da Internet^f. Apesar de as estatísticas apontarem para a imensa exclusão digital, os números indicam um crescimento significativo de usuários de diferentes segmentos sócio-econômicos. Verificam-se padrões de usos diversos por meio das contagens que, no entanto, não revelam sua especificidade enquanto possibilidades de interações. A pesquisa estatística agrupa os iguais, mas deixa de mostrar as peculiaridades das micro-relações que participam da construção do tecido social, como destaca Certeau (1994).

É certo que os agrupamentos de dados trazem indicadores capazes de

apontar formas de acesso a computadores e serviços de Internet, tipos de uso individual e atividades desenvolvidas na rede, barreiras de acesso e segurança, uso do e-mail, comércio eletrônico, habilidades para o uso do computador, uso de governo eletrônico e o acesso sem fio, dentre outras possibilidades. Essa fractalização inicial é, sem dúvida, uma referência contextual importante para mapear o quadro de compreensão e dar prosseguimento ao trabalho, que consiste em colocar uma lupa sobre modos de apropriação de espaços com registros de interações comunicativas de coletivos sociais. O exame de tais conversações coletivas, capturadas digitalmente pode elucidar processos nos quais desenrolam-se tramas relacionais, que trazem à tona formas de convivência e contratos firmados (explícita ou tacitamente) entre os participantes.

No processo de pesquisa, a busca por esses registros acabou revelando uma crescente ocupação de espaços telemáticos por pessoas comuns, apontando também para uma produção midiática distinta da proveniente dos meios de comunicação tradicionais e corporativos. As situações observadas na pesquisa mostram uma contigüidade entre as práticas conversacionais na Internet e a vida *off line* dos interlocutores, indicando a necessidade de compreender contextualmente os discursos produzidos. Olhando para a interface, como lugar ou como ambiência que participa da conformação das interações, foi preciso também perceber a realidade mais ampla onde os atos comunicativos se desenrolam, como forma de entender suas múltiplas determinações e mediações.

Partindo de casos empíricos diferentes, tentamos compreender as redes de sentidos e de cooperação tecidas pelos interlocutores, por meio da análise de comunidades específicas em sites de relacionamento, blogs jornalísticos, listas e fóruns de discussão, além de sites de coletivos ativistas. Tais objetos, apesar da diversidade, guardam entre si a visibilidade pública de conversações de diferentes agrupamentos sociais, diante dos quais os sujeitos se expressam para o outro, constroem subjetividades e visões de mundo (BRETAS, 2007). As interfaces desses lugares de troca e compartilhamento dos enunciados, ou seja, os espaços apropriados para a inscrição dessas escrituras nas telas do computador forneceram suporte material para os registros de gestos significantes dos atores em suas interações, diferidas e /ou difusas ou mediadas de tipo dialógico, conforme a classificação de Braga (2001), deixando ver modos de estar juntos na conformação de comunidades e a ação de coletivos na rede⁶.

A Internet como dispositivo midiático

Além de proporcionar novas formas de interpelar o outro, a produção de mídia por pessoas comuns na Internet vem provocando reconfigurações no sistema midiático. São inúmeros os casos servem como exemplo para esta constatação, e entre os mais evidentes está o site do You Tube, no qual vídeos digitais domésticos tornam-se “hits” que se expandem para a veiculação em emissoras de televisão, ampliando a audiência para os produtos. Assim, como em outras várias situações, a mídia alimenta-se da própria mídia na sua cadeia produtiva. Com o advento da digitalização e da telemática, este sistema complexo acelera sua expansão, arregimentando novos mecanismos de

propagação que encontram novos nichos de mercado e novas oportunidades de negócios.

O sistema midiático caracteriza-se como o conjunto de instituições midiáticas formalizadas e suas práticas, mas também incorpora conceitos e modos de orientar a percepção do mundo, agregando coisas e idéias (BRAGA, 2006). Da mesma forma, a idéia de dispositivo midiático ultrapassa a compreensão como suporte físico e incorpora a noção de matriz que orienta a produção de sentido, ao ordenar a inscrição de enunciados e indicar a conduta da recepção (MOUILLAUD, 1997; VAZ e ANTUNES, 2006). A Internet, compreendida como ambiente de convergência de vários dispositivos midiáticos, também se encaixa no sistema ao apresentar características e funções inerentes ou similares aos meios de comunicação institucionalizados, que estabelecem uma dimensão pública de compartilhamento de sentidos.

A popularização do acesso à rede trouxe para o sistema midiático afetações de variadas ordens, visto que a migração de audiências para o espaço telemático obriga a mídia tradicional e corporativa a se atualizar, incorporando lógicas, formas e conteúdos da Internet. O modelo “um para todos” é balanceado pelas experiências com o modelo “todos para todos”, que indica, potencialmente, uma maior participação dos sujeitos nas interlocuções. Tudo se configura como num passe de mágica, deixando ainda um ar de perplexidade diante das inúmeras possibilidades advindas com a tecnologia, capaz de permitir ao cidadão comum o acesso a bases remotas de informação e a publicação de conteúdos, de maneira relativamente simples, além de usufruir da mobilidade de equipamentos aptos a fazerem conexões com o mundo.

Guiados por mecanismos de busca, tipos de oráculos que encontram respostas para os mais diversos assuntos, o sujeito comum é orientado por novos tipos de organizações midiáticas, tendo como símbolo mais expressivo a Google Inc., empresa que reúne vários outros serviços, como o conhecido site de relacionamentos Orkut e o site de compartilhamento de vídeos YouTube. A empresa atribui o sucesso de seus empreendimentos à tecnologia de pesquisa, capaz de garantir que os resultados mais significativos das consultas apareçam nas primeiras posições, bem como à interface “*clean*” e objetiva. É no ranking desses resultados significativos que vemos surgir, de maneira expressiva, resultados que apontam para a Wikipédia, enciclopédia online, fruto da colaboração de pessoas comuns de vários países. Esta popularidade demonstra a força de seu processo de produção que destaca a participação coletiva na construção de um legado social.

Porém, tratando-se de um ambiente diverso, não é nossa intenção comemorar cegamente a ocupação dos territórios da Internet por pessoas comuns. Podemos dizer que as pessoas comuns são espécies de inquilinos, que muitas vezes não dão conta da identidade de seus senhores – os provedores de acesso e conteúdo, os provedores de infra-estrutura de telecomunicações ou os comandantes da indústria de bens de telecomunicações e de informática.

O caso dos coletivos do CMI, Centro de Mídia Independente^h, que lutam pela democratização da mídia produzindo mídia, mostra um quadro diferente

na ocupação de territórios ou sítios na web, destacando um movimento com capacidades de agendamento e mobilização social. O site do CMI no Brasil¹, examinado na nossa pesquisa, destaca a interface gráfica como lugar de contato e de atuação do movimento na Internet (LARA, 2006), pois se refere aos espaços ocupados por quem queira publicar textos, fotos, vídeos e áudios. Todavia, não é um ambiente anônimo, mas regido por normas editoriais que, dentro das peculiaridades do dispositivo, orientam para a pertinência, ou não, os conteúdos. A tela inicial do site dá aos que ali aportam as indicações sobre as lógicas do movimento ativista, ordenando o ambiente com a publicação de preceitos a serem seguidos, de modo a efetivar as participações.

A interface assume aí uma característica prescritiva. No entanto, dá lugar também para determinados tipos de contestação à ordem almejada pelo coletivo editorial que gerencia o conteúdo do site, ao publicar no interior de uma seção intitulada “Artigos Escondidos” materiais enviados que contrariam as regras expressas pela política editorial. O argumento para esta postura do site é esclarecido no texto de apresentação da política: “Lembramos a todos/as que as publicações contrárias a esta política editorial não são apagadas do sítio.”¹.

O quadro configurado pela tela inicial do site apresenta uma divisão temática de quatro campos, composta por cabeçalho e três colunas verticais (*frames*) que ordenam as inscrições. A coluna central é a mais larga e mais destacada no diagrama desenhado, acolhendo os editoriais do CMI escritos por voluntários dos coletivos locais e a solicitação de envio de comentários pelos leitores. A coluna da esquerda é destinada às notícias enviadas por qualquer pessoa, desde que acatem as normas editoriais. Este desenho da interface apresenta-se esteticamente para interpelar os leitores, conclamando-os a fortalecer o movimento ativista. Observa-se um cuidado com a organização da tela, de modo a ser agradável a quem acessa as páginas do site. Os modos de dizer mostram apelos que evocam a participação com a publicação de textos, fotos, vídeos e arquivos sonoros. Há também um convite explícito para que o leitor do site se torne um voluntário e apóie o movimento. A retórica é dirigida aos que se identificam (ou que venham a se identificar) com a doutrina do movimento.

A análise dos movimentos ativistas em rede pode partir da compreensão da perspectiva doutrinária, correspondente aos princípios de ordenação e colaboração, e das dimensões narrativa, social e tecnológica que organizam as ações dos movimentos (ANTOUN, 2003). Compreendendo os movimentos ativistas em rede como redes de guerra social, não violentas, Antoun destaca o papel da narrativa que pode dar visibilidade às outras dimensões das organizações:

Nestas redes a narrativa é indissociável, como veremos, das conversações recorrentes que geram a montagem e o desenvolvimento da rede e dos testemunhos que acompanham o desenrolar de seus acontecimentos. Dito de outra maneira, se a forma da narrativa mítica parece ainda apropriada para caracterizar a coesão de uma rede como, por exemplo, a de Bin Laden, ela é completamente inapropriada para, por exemplo, a rede Zapatista

e inconcebível para a rede de guerra social de ONGs ativistas, grupos anarquistas, grupos hackers, movimento estudantil e movimento ciberpunk contra o estado e atores das corporações que emergiu na Batalha de Seattle. Nas duas últimas redes a narrativa mais se assemelha ao roteiro de um filme experimental que vai sendo escrito não só pelo diretor, mas pelos atores e equipe, conforme a filmagem se desenrola. (p. 179)

As narrativas veiculadas no site do CMI também se identificam com essa escritura coletiva de um filme experimental. Ao dar forma aos textos e imagens escritos na interface, elas também carregam uma estética dos produtos comunicativos, traduzida em modos próprios de apresentar os relatos que tornam visíveis a expressão de muitos. As formas estéticas expressas constituem índices das interações comunicativas de atores comuns, que habitam as interfaces por meio da inscrição de signos de linguagens variadas. Entendemos que esses espaços são “terrenos onde se pode rastrear as modalidades específicas de práticas ‘enunciativas’” (CERTEAU, 1994, p.86). São lugares próprios, definidores de uma racionalidade escriturística que oferece uma visão de mundo calcada em valores que desejam fortalecer.

Dimensões estéticas dos atos de linguagem

A linguagem e os discursos compõem o mundo ao dizê-lo. Dessa forma, observamos que a linguagem é matéria prima para a construção desses habitats telemáticos, cuja arquitetura revela retóricas que dispõem argumentos, organizam as idéias e descobrem modos atraentes de dizê-las em prol da conquista do outro. Como em outros suportes comunicativos, os textos escritos, assim como os imagéticos e sonoros, levam em consideração o outro da interação, almejando uma partilha do sensível e propondo uma experiência estética, que se funda na perspectiva relacional da comunicação.

Os achados da pesquisa sobre diálogos em espaços de discussão, como listas, fóruns e blogs, também dão relevância à natureza estética das interlocuções, conformadas de acordo com modalidades contratuais peculiares a cada grupo ou comunidade que articula cadeias de enunciados, imprimindo marcas próprias de enunciações. Um desses objetos, referente a uma lista de discussão por e-mail sobre transtornos alimentares (FARIA, 2007), dá o exemplo para compreendermos tais aspectos ^k. Os participantes da lista integravam o Grupo Sinto Muito que reunia grande quantidade de pessoas, mulheres em sua grande maioria, em torno de conversas sobre anorexia, bulimia e o comer compulsivo. Hospedada no site da Yahoogrupos, estava inserida na categoria “apoio”, o que, por si só, denota uma promessa de colaboração aos participantes do grupo. Sequências capturadas de falas alternadas (*threads*) nas interfaces do grupo no hospedeiro revelam um estilo de narrar dos participantes que falam de si, solicitam ou oferecem ajuda aos outros.

A seguinte mensagem, postada por uma participante do grupo, resume estas disposições e dá a ver um processo de interlocução, no qual outros enunciados produzidos por outros participantes são incorporados para balizar ações do cotidiano no enfrentamento dos transtornos alimentares:

Este email pode parecer meio inútil, mas só pra dizer a todos para escreverem sempre... mesmo quando as mensagens não são pra gente, e mesmo parecendo, as coisas 'as vezes fazem diferença... Esse fim de semana eu me saí super bem quanto à minha dieta, e eu estava com um problema localizado no fim de semana, com relação aos convites sociais... e com isso sempre vomitava. A coisa estava começando a sair do controle, estava começando a aumentar os vômitos, passar pros dias de semana pq eu ficava com medo, nervosa já de antemão. Comecei a pensar em desistir de tudo e aceitar que não existe muita solução... Mas às vezes ouvir certas coisas fazem alguma diferença... Eu gostei muito do que a D. falou num email aí pra trás... "É difícil, demora, a gente tem várias recaídas, vontade de desistir. Eu comecei a melhorar quando assumi pra mim que desistir não era uma opção, porque era a minha vida que estava em jogo. Eu disse pra mim mesma: mesmo que eu não consiga, se for pra eu morrer, eu vou morrer lutando. Acho que deu certo, porque eu sobrevivi. Aqui no grupo, há vários sobreviventes - dos que já passaram pela pior parte, e dos que continuam sobrevivendo a ela, todos os dias". Fiquei com isso na cabeça, achei uma postura e tanto. Tentei me esforçar muito e me segurar. Lógico que somado a isso outras coisas que ouvi nesse último mês - no grupo, fora dele - tb foram essenciais. Acreditar que alguma coisa é possível... E eis que depois de 5 meses de tratamento este foi o primeiro fim de semana que eu não fiquei me remoendo com medo de engordar, nem vomitei. E saí, encontrei com as pessoas, fiz coisas que costumava fazer e há 5 meses não fazia. Pode parecer pequeno, mas eu estou muito feliz mesmo... Então não deixem de falar, mesmo que pareça que pode não fazer diferença. Às vezes faz mais diferença do que a gente espera...

Podemos encontrar na mensagem indícios das interações que ocorrem no grupo, manifestos pela linguagem e pelo modo de dizer. Os reflexos mútuos nos enunciados podem ser compreendidos como marcas de interações. Deixam transparecer vínculos entre os participantes, compartilhamento de pontos de vista, duração da convivência e enfim, sentimentos de pertencimento. Também é evidenciada a rapidez da escrita, cifrada por abreviaturas que dão fluidez e velocidade às conversações, no caso, assíncronas. “Falar faz a diferença”, pois conforma situações e ocasiões. O encadeamento de enunciados requer pronunciamentos dos interlocutores, pois, caso contrário, a conversa não se efetiva e as interações perdem seu caráter conversacional de reciprocidade e alternância de falas.

Os enunciados são estudados por Bakthin (2003) a partir do modelo primário do diálogo que se realiza na conversação cotidiana. O limite do enunciado é dado pela alternância dos falantes e demanda uma compreensão responsiva, ou uma resposta do outro. Prevê o outro em atividade de compreensão que pode significar: “uma resposta, uma concordância, uma participação, uma objeção, uma execução etc.” (p. 272). O diálogo é, então, composto de réplicas cujas categorias destacam “relações de pergunta-resposta, afirmação-objeção, afirmação-concordância, proposta-aceitação, ordem-execução, etc.” (p. 275) - Estas categorias, apreendidas contextualmente revelam, então, formas das interações, regidas por contratos explícitos ou implícitos. Diferentes tipos de

enunciados proporcionam diferentes gêneros de discurso. Estes, por sua vez, apresentam uma dimensão normativa que rege a elaboração do discurso.

No caso da lista de discussão sobre transtornos alimentares, as regras para a participação estavam objetivamente relacionadas numa espécie de regulamento, disponíveis no site do Yahoogrupos, em texto que discorre sobre o funcionamento do envio e recebimento de mensagens, bem como as regras para a escrita. Dentre várias, uma delas pode expressar a entonação do sentido da regulação das ações aí empreendidas, já que recorre a uma das primeiras normas de etiqueta na Internet firmadas consuetudinariamente – a *netiqueta*: “Não escreva com todas as letras em maiúsculo (caps lock)”. Desde o início da circulação de mensagens escritas em e-mail, chats, fóruns etc., as normas de convivência na Internet têm sido objeto de atenção e deliberação por parte de seus usuários, sendo incorporadas ao uso. A escrita grafada com letras maiúsculas é indelicada para com o outro, pois simula a expressão vocal do termo lingüístico em timbre de gritos, o que demonstra deselegância. A elegância, que diz respeito a uma estética, aparece bem-vinda e o comportamento, expresso nos enunciados, deve ser de polidez e respeito para com o outro.

As interações comunicativas são necessariamente uma “*atividade cooperativa*” necessária à produção de um pacto operacional entre os atores (Goffman, 1985:21). Assim, o acordo é uma condição fundamental para que as conversações possam ser empreendidas porque demandam disposições dos falantes para o diálogo. Desta forma, acordos ou contratos dessa natureza, que são firmados de maneira tácita ou explícita, permitem que a comunicação exerça sua força pragmática e produza intervenções em contextos lingüísticos e extralingüísticos. Esse caráter das conversações aproxima-se do “princípio de cooperação” de Grice, conforme os estudos de Parret (1997), que focaliza a vontade compartilhada de uma comunidade de falantes de ter normas que garantam a vida comunitária:

O ser-em-comunidade, na vida prática das sociedades, só é possível a partir do desejo comum do obrigatório e é de fato esse desejo que pressupomos no outro quando devemos descodificar a significação de seu discurso e de seu comportamento. (PARRET, 1997: 35)

A cooperação é então motivada por uma cumplicidade que leva o interlocutor a mobilizar-se para agir, de modo a compreender os enunciados que se sucedem no desenrolar da conversa. Processos de comunicação discursiva seriam, assim, sempre cooperativos, mas nem sempre colaborativos. A qualidade inerente à ação colaborativa requer um maior engajamento dos atores para a realização de objetivos das comunidades de falantes, pressupondo a participação como um compromisso firmado com os valores que agregam os interlocutores, o que confere uma dimensão ética ao ser-em-comunidade. Sobre os limites da cooperação em processos de comunicação mediada por computador Primo (2007) adverte:

A existência de regras adequadas às necessidades locais e a possibilidade de atualização das mesmas pelos próprios participantes da comunidade, contudo, não garantem trocas colaborativas. Kollok e Smith (1996)

comentam que as pessoas podem deixar de se motivar em cooperar se outros não compartilham da mesma intenção. (p. 218)

Competências comunicativas

Esse compartilhamento de intenções, ou de vontades, significa uma comunhão de valores dos grupos sociais, orientadores da conduta “no que diz respeito ao entendimento do bem e do mal para um determinado grupo” (SODRÉ, 2002, p. 173). Compreendida nesses moldes, uma comunidade ética, usando os termos de Baumam (2003), exigirá entendimentos compartilhados, o que põe em marcha os processos comunicativos capazes de transformar seus membros em sujeitos interlocutores. Assim, o exercício da comunicação discursiva, demanda competências específicas aos sujeitos, nas quais se incluem apropriações tecnológicas e de linguagens necessárias para dar visibilidade e engendrar tais processos. Portanto, as práticas comunicativas das comunidades, para aperfeiçoarem seus processos, devem ampliar as possibilidades de expressão e diálogo de seus membros, tornando-os aptos a participarem das conversações sociais.

As diferentes práticas de comunicação discursiva de pessoas comuns na web produzem formas de interação heterogêneas. A disparidade dos dois quadros empíricos mencionados – o caso do CMI e o da lista de discussão sobre transtornos alimentares – está longe de enquadrar as possibilidades de interação, que acompanham o crescimento da tecnologia. São gêneros de discurso de naturezas diferentes, mas que guardam entre si a propriedade de apresentar textos ou falas de pessoas comuns, ainda que por métodos e objetivos diferenciados. Ao entendermos os dispositivos midiáticos como algo que proporciona visibilidade pública para uma audiência, observamos também que os dois casos se encontram encaixados na estrutura de dispositivos midiáticos^m e se caracterizam como tal, pois tornam visíveis, ou perceptíveis, publicamente os conteúdos produzidos.

Uma diferença radical entre os casos é o tipo de movimento das narrativas produzidas no seu fazer midiático. A lista de discussão funcionava como um grupo quase terapêutico, que tinha na moderação a função de controle para o fiel cumprimento das regras dispostas, como forma de garantir a realização das propostas do grupo. As conversas articuladas indicavam um movimento centrípeto dos participantes que pareciam entender o grupo como um refúgio isolado para a discussão e exposição de problemas de ordem privada, dado o modo como formulavam seus enunciados. As normas de funcionamento alertavam para as possibilidades de exposição e recomendavam aos participantes não divulgar seus dados pessoais, que podiam ser rastreados por mecanismos de buscas. Deixavam, entretanto, de esclarecer que o conjunto de e-mails enviados era publicado em páginas da web, no interior do site Yahoogrupos. As normas também solicitavam posturas éticas como respeito à privacidade dos participantes e manutenção de sigilo, comunicando que os comportamentos adversos seriam punidos com advertência ou mesmo exclusão do grupo.

O gerenciamento da lista de discussão era centralizado pela moderadora, que muitas vezes apagava as marcas de conflitos nas interlocuções, já que as mensagens antes de serem publicadas sofriam seu crivo e podiam ter partes

extirpadas, caso fossem julgadas inconvenientes. Todavia, essa produção conversacional tornava-se conteúdo de mídia, incorporada a uma nova modalidade de veículo de comunicação que, como no sistema midiático tradicional precisa expandir sua audiência para atrair os investimentos publicitários. Podemos dizer que o grupo se apropria do espaço, mas sem a clareza dos limites dessa ocupação.

As ações do CMI traçam um curso diferente, assumindo um fazer midiático em seu próprio emblema externado no slogan: *Não odeie a mídia, seja a mídia*. Assim, realiza um “movimento centrífugo” de propagação doutrinária, com vistas a ocupar o espaço midiático e a possibilitar o ingresso de mais vozes no diálogo social, por intermédio da ação de coletivos editoriais e técnicos. Trata-se de luta por visibilidade assumida como tal e “vencer a barreira da invisibilidade é o primeiro passo para tomar parte no fórum cívico constituído pela mídia” (MAIA, 2006, p.161).

As narrativas do CMI apresentam um fio condutor coerente com a doutrina explicitada nas suas prescrições normativas. A prática da expressão que ocupa espaços midiáticos é incentivada, caracterizando o tipo de apropriação tecnológica como condição de liberdade:

O CMI defende a liberdade de conhecimento e de acesso a ele; para contribuir com a concretização destas liberdades, incentivamos o uso de softwares livres e a publicação em formatos livres (.ogg para áudio, .png para imagens, etc.) e em formatos proprietários públicos (.rtf e .pdf para textos, .mpg para vídeos, etc.). Não incentivamos o uso de formatos proprietários (.doc para texto, .ppt para apresentação de slides, etc.). Da mesma maneira, todo o conteúdo do sítio é disponibilizado sob a licença de copyleft (ver rodapé da página inicial), a não ser que o(a) autor(a) mencione o contrário no artigo. ”

Os dois casos aqui enfocados, longe de dar conta da complexidade das questões que os circundam, apresentam as pessoas comuns agindo sempre por meio da linguagem que produz efeitos nas situações, suscitando cooperações, conflitos e colaborações. As marcas das apropriações dão mostras da dimensão estética das interações que, por sua vez, participam da ordenação normativa que as rege, conformando dimensões éticas.

Referências bibliográficas

ANTOUN, Henrique. A multidão e o futuro da democracia na cibercultura. In: FRANÇA, Vera et al (orgs.). *Livro do XI Compós 2002: estudos de comunicação, ensaios de complexidade*. Porto Alegre: Sulina, 2003. p.165-192.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.

BRAGA, José Luiz e CALAZANS. Regina. *Comunicação e educação: questões delicadas na interface*. São Paulo: Hacker, 2001.

BRETAS, Beatriz. A expansão do eu na vida cotidiana: a construção da subjetividade em territórios telemáticos. In: CAIAFA, Janice e ElHajji. *Comunicação e sociabilidade: cenários contemporâneos*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p.201-215.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: Artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

FARIA, Carla Soares. *Ofantasma na máquina: discurso e construção de sentido sobre o corpo em uma lista de discussão sobre transtornos alimentares.. Belo Horizonte, GRIS: 2007 (monografia). Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/gris/biblioteca/monografias/carlaf.pdf/view>*

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1975.

LARA, Glauciene Diniz. “*Odiar a mídia ou ser a mídia*”: os sujeitos nas interfaces do CMI. Belo Horizonte, GRIS: 2006 (monografia). Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/gris/biblioteca/monografias/odiar-a-midia-ou-ser-a-midia.pdf/view>

LEMOS, André e VALENTIM, Júlio. Redes sem fio no Brasil: infraestruturas e práticas sociais. In: LEMOS, André (org.) *Cidade digital: portais, inclusão e redes no Brasil*. Salvador: Edufba, 2007. p. 49-96.

MAIA, Rousiley . *Mídia e deliberação: atores críticos e o uso público da razão*. In: MAIA, Rousiley e CASTRO, Maria Ceres S.. *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p.153-179.

MATTELART, Armand. Le pouvoir des réseaux et des mots : qui contrôle les concepts ? *Le Monde Diplomatique*, aout 2007, p.23.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, Maurice, e Sérgio Porto (orgs.). *O jornal, da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo, 1997. p. 29-35.

PARRET, Herman. *A estética da comunicação: além da pragmática*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SANTOS, Boaventura de Sousa (Org.) *Conhecimento prudente para uma vida decente: “Um discurso sobre as ciências” revisitado*. São Paulo: Cortez, 2004

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

VAZ, Paulo Bernardo e ANTUNES, Elton. Mídia, um aro, um halo, um elo. In: FRANÇA, Vera e Guimarães, César. *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*: 2006

WIKIPÉDIA. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org>

Notas

1 Este artigo é decorrente do texto “Pessoas comuns no ciberespaço: dimensões éticas e estéticas da ocupação midiática”, apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Sociabilidade”, do XVII Encontro da Compós, em São Paulo, em junho de 2008. A atualização do trabalho incorpora questões demandadas pelo relato crítico de Edilson Cazeloto, bem como as discussões realizadas no GT.

2 Pesquisa desenvolvida no GRIS - Grupos de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade da UFMG, dentro do projeto integrado “Narrativas do cotidiano III: os sujeitos nas interfaces”.

3 O enunciado é compreendido como a menor unidade de comunicação discursiva, oral ou escrita. (BAKHTIN, 2003)

4 Da mesma forma, Boaventura Santos (2004) ao evocar uma ecologia dos saberes confere dignidade a outras maneiras de produzir o saber, que não se restringem a feitos consagrados como verdadeiros pela racionalidade ocidental.

5 A mudança no perfil de usuários acompanha o desenvolvimento de novas possibilidades tecnológicas de base digital: “Estamos vivenciando um processo de informatização dos espaços urbanos, marcada pelo surgimento das redes telemáticas, da internet móvel e pelo desenvolvimento da computação portátil...” (LE MOS e VALENTIM, 2007).

6 O caráter conversacional conferido às práticas aqui analisadas é metafórico, já que nas interações diferidas e/ou difusas a alternância nos lugares de fala e escuta entre os interlocutores se realiza no sistema de resposta social, que reverbera, interpreta e dá curso, em diferentes circuitos, aos enunciados produzidos pelo sistema midiático (BRAGA, 2006).

7 O CMI é uma rede de ativistas anti-capitalista, tributário dos protestos de Seattle em 1999. Espalhado pelo mundo, compreende sites de publicação aberta de diversas nacionalidades hospedados no portal Indymedia.

8 <http://www.midiaindependente.org/>

9 <http://www.midiaindependente.org/pt/blue/static/policy.shtml>

10 O material coletado nesta lista compreendeu o conjunto de mensagens veiculadas no período de 2002 a 2006, quando o grupo deixou de ser público, isto é, visível para qualquer pessoa. A lista era administrada por

uma moderadora que deixava explícito seu papel na condução das conversas.

11 “Uma ***thread***, ou ainda ***topic thread***, ***thread de discussão***, ***árvore de tópicos*** ou ***árvore de discussão*** é bastante comum na internet, em especial em fóruns de discussão. É uma espécie de “linha de discussão” que, a partir de uma mensagem original qualquer postada em algum local de discussão virtual, é possível que haja respostas que vão sendo subordinadas uma à outra. É possível que haja resposta da resposta e assim por diante, formando então essa cadeia de tópicos que é chamada *thread*. É como uma conversa em cascata. http://pt.wikipedia.org/wiki/Thread_%28discuss%C3%A3o%29

12 Os dispositivos midiáticos apresentam a propriedade de dar a ver publicamente.

13 <http://www.midiaindependente.org/pt/blue/static/policy.shtml>

L'infiltration technologique dans l'espace urbain

Fabio La Rocca

Docteur en sociologie et chercheur au CeaQ (Centre d'Etude sur l'Actuel et le Quotidien) de l'Université Paris Descartes Sorbonne, il est chargé de cours à la Sorbonne, fondateur et responsable du GRIS (Groupe de Recherche sur l'Image en Sociologie).
fabio.larocca@ceaq-sorbonne.org

Résumé

Dans une réflexion sur l'actualité de la scène urbaine, l'infiltration technologique représente une des caractéristiques essentielles de la nouvelle forme de la ville. Sa présence et les attitudes urbaines qu'elle génère, sont le signe d'une véritable transfiguration de l'espace urbain et d'une nouvelle vitalité de la ville dans l'ambiance postmoderne.

Mots clés: ville, espace urbain, nouvelles technologies

Abstract

In a reflexion on the current urban scene, the technological infiltration represents one of the essential characteristics of the new form of the city. Its presence and the urban attitudes that it generates are the sign of an authentic transfiguration and of a new vitality of the city in the postmodern atmosphere.

Key words : city, urban space, new technologies

*Le modèle de notre monde qui
se met en place derrière le délire
de l'information, c'est Babel,
et Internet en est déjà un signe.
La mégacité c'est Babel..
et Babel c'est la guerre civile.*

Paul Virilio

Aujourd'hui, quand nous parlons de configuration urbaine, il faut considérer le fait qu'elle peut être explorée comme un espace à entrées multiples. L'image de la ville actuelle est corrélée le plus souvent à sa forme étalée, à sa façon d'être globale, à la multiplicité des flux qu'elle génère. Toutes choses qui renvoient, d'une certaine manière, à une ressemblance avec le monde des technologies et de l'espace Internet. En fait, si on fait image, la ville dans son ensemble est un grand Réseau qui englobe des spécificités, des modalités d'action et de connexion d'individus et d'espaces. L'identification de la ville s'associe alors à un « système nerveux » qui est en corrélation avec le système des télécommunications et des ordinateurs avec ses nœuds et ses lignes de transmission. Ainsi, la ville développe de manière intensive ces nœuds de communication, de relation, d'interconnexion, qui influencent par conséquent le comportement des individus. Une ville comme réseau se définissant par le fait de mettre en relation les divers éléments, les divers lieux et qui génère des interconnexions diverses. Cela correspond fort et bien à la manière dont nous agissons dans le quotidien : nous allons établir de multiples connexions avec les lieux et avec les personnes ; le rôle de la communication acquiert une centralité puissante pour permettre les rencontres et les contacts par le biais de multiples moyens technologiques ; nous agissons comme un hypertexte en multipliant les *link* (liens) ce qui signifie, à l'encontre de ceux qui pensent à l'atomisation des individus, que le social « fonctionne » comme le dit F. Asher¹ dans sa proposition de « l'émergence de la société hypertexte ». Ces diverses actions nous permettent de penser à la ville en tant que multiplicité « commutative », c'est-à-dire une amplification des espaces de liaison, de connectivité, d'interactivité que nous pourrions mettre en relation avec l'espace Internet et à l'effet de *webitude*, dont parle D. de Kerckhove.²

Comme on peut le voir, l'image de la ville renvoie à des métaphores liées à la technologie et à la Toile. Ces dernières en fait sont de plus en plus influentes

1 F. Asher, *Les nouveaux principes de l'urbanisme*, Paris, L'aube, 2001, Édition de Poche, 2004, p. 37.

2 D. de Kerckhove, *L'intelligence des réseaux*, Paris, Odile Jacob, coll. Le champ médiologique, 2000.

dans le regard que l'on pose sur la ville. Dans l'atmosphère postmoderne, le monde des ordinateurs, des méthodes informatiques, de la pensée en réseaux, contribue sensiblement aux transformations des villes et, naturellement, de la société entière. L'influence de la technologie contamine de ce fait toute la vie urbaine et sociale et amplifie les possibilités de lecture de la nouvelle scène urbaine. Nous considérons que, dans toutes ses formes, le développement technologique est un élément essentiel si l'on veut poser un regard attentif sur la contemporanéité de nos villes, et sur ce que représente la société dans laquelle on vit. Ce développement technologique nous donne alors des *(In)formations spatiales*³ : il met en forme notre regard sur les changements qu'il apporte dans l'espace et dans les pratiques de la vie quotidienne et entraîne de ce fait des nouvelles dynamiques spatio-sociales.

Si nous nous concentrons sur ce qui se vit dans la ville d'aujourd'hui, nous avons la possibilité de repérer une multiplicité d'exemples significatifs de cette « ambiance technologique ». Un des impacts le plus récurrent des technologies sur l'espace, est la constitution de réseaux « sans fil » qui permettent de révolutionner les pratiques urbaines. Il est chose connue que l'ordinateur et la connexion Internet ont changé considérablement notre vie. Peu importe l'utilisation que nous en faisons – travail, loisir – nous sommes habitués à vivre en symbiose avec cet objet (l'ordinateur) et à sentir le besoin d'être connecté. L'attitude d'être branché au réseau devient un élément essentiel, ou bien la condition *sine qua non* de l'existence. Par conséquent, ce besoin, cette nécessité de connexion influence sensiblement les lieux de la ville et les manières dont nous en faisons l'expérience.

3 Expression que l'on emprunte à J. Leite, « *(In)formations spatiales : quelle interface entre l'espace urbain et l'espace virtuel ?* », intervention au GRETECH (Groupe de Recherche sur la Technique), 2007. www.gretech.cea-sorbonne.org



Figure 1. « Connectés » - Paris (FLR)

Le « Restez connectés » se diffuse donc dans les divers espaces pour nous inciter à l'action, pour répondre à notre besoin de pouvoir « surfer » à tout moment de notre quotidien. Une connexion à l'espace virtuel qui se fait dans un espace physique, réel, celui de la rue, du parc, des bars où l'on a la possibilité de « maintenir » les contacts virtuels et alimenter la socialité en ligne qui, selon l'analyse de S. Hugon⁴, assume une forme « elliptique ».

La prolifération des bornes Wi-Fi est un phénomène en expansion qui contamine les lieux et est le signe de l'immersion de la technologie dans l'espace.



Figure 2. Connected man - Londres (FLR)

4 Cf. S. Hugon, *Circumnavigation. La construction sociale de l'identité en ligne*, Thèse de doctorat, Sorbonne, 15.02.2007.

Nous sommes alors habitués, comme montre cette photo, à assister à un tel type de scène dans notre quotidien. L'ordinateur et la connexion Internet donnent vie à une nouvelle signification de l'espace dans lequel nous allons utiliser un banc, un mur, des escaliers, qui deviennent de cette façon nos implantations physiques se substituant aux lieux habituels du bureau ou du chez-nous. L'ordinateur portable, comme prolongement de notre corps, comme prothèse, aujourd'hui est le « compagnon de route » qui structure un nouveau rapport à l'espace. Et dans ce rapport, la technologie alimente aussi la création de nouveaux dispositifs nous permettant d'avoir accès à l'information :



Figure 3. Urban Info. Station RER - Paris (FLR)

Ces types de machines placés dans les lieux d'interconnexion des transports, donnent vie à une forme de fusion, de flux – infos, gens, transports – qui accompagne notre mobilité urbaine et alimente l'image de la multiplicité des réseaux. Nous sommes donc immergés dans les réseaux et cela, comme l'explique P. Musso : « crée l'obligation de ne pas stationner à une place, de constamment circuler. Le présent est passage, transition, mouvement. Plus besoin d'opérer le changement social, il est vécu en permanence par la connexion, le « *branchement* », la circulation dans le flux⁵ ».

D'ailleurs, aujourd'hui, cette circulation est aussi conditionnée en manière très forte par le GPS (*Global Positioning System*), un système qui oriente les mouvements, nous dirige dans les divers espaces et nous indique le chemin, le parcours à faire, en structurant ainsi la mobilité dans l'espace et dans le temps. Un objet technologique qui, selon notre idée, détruit complètement l'aventure spatiale, la découverte, le goût de se perdre dans l'espace. Le GPS se pourrait définir comme l'ennemi de l'esprit flâneur et de tous ces « vagabondages initiatiques⁶ », mais par contre, son succès répond bien aux

5 P. Musso, *Critique des réseaux*, Paris, PUF, 2003, p.353.

6 M. Maffesoli, *Du nomadisme. Vagabondages initiatiques*, Paris,

exigences de la vitesse de mouvement et surtout au besoin de « confort » technologique. Ce système participe aussi à des changements notoires dans le domaine des transports à la demande⁷, c'est-à-dire le type de transport en « juste à temps » et de « porte à porte », où le GPS accroît son potentiel et nous permet de localiser les transports et donc de « créer des lignes virtuelles » de positionnement. Le GPS est ainsi l'un des multiples ustensiles technologiques contaminant la vie sociale, et il s'ajoute à la panoplie de ces « petits objets » sacrés qui conditionnent notre vie quotidienne.

Il s'agit aussi d'une « *consumation* d'objets » sen suivant M. Maffesoli⁸, qui est conditionnée par la recherche esthétique. Toute une série d'innovations technologiques donne alors suite à l'abondance de nouveaux objets avec lesquels on a un contact, une relation « érotique ». Et à ce sujet, la prolifération de l'Ipod et de l'iPhone, est l'exemple le plus marquant : vénération d'un nouveau « mythe » qui donne vie à des communautés esthétiques, à un sentiment d'appartenance fondée sur la possession d'un tel objet. L'« ipodisation » ou l'« iphonisation » de la société est bien un phénomène social et urbain qui influence nos comportements, nos sensations, nos pratique ; et la possession magique, « auratique » de ces objets favorise, d'ailleurs, la « communion à la tribu⁹ », la conscience d'appartenance, et en même temps est le signe d'une « stylisation » de l'existence des communautés urbaines. Les objets technologiques jouent ainsi un rôle de tout premier plan dans notre quotidien, qui se trouve affecté par leur possession. Ainsi, les mouvements dans l'espace des villes sont le plus souvent « accompagnés » par des objets fétiches de la postmodernité dont le téléphone portable de nouvelle génération en est l'exemple le plus banal. Il structure nos chemins, nous guide dans la circulation et devient une vraie « manie », une dépendance obsessionnelle qui conditionne les parcours urbains et représente aussi l'objet qui facilite la connexion, le déplacement vers un tel lieu à la rencontre d'une personne, d'un groupe. Un objet naturellement qui suit les évolutions technologiques se transformant en multi-usage (web, photo, vidéo, mp3, gps) et devient un instrument « indispensable » dans les instants de la vie quotidienne. Ainsi, il est toujours présent dans les mains des gens, il se colle à notre corps et nous ne pouvons plus nous en libérer.

Le Livre de Poche, coll. Biblio-Essai, 1997.

7 Voir sur ce sujet : F. Ascher, *Les nouveaux compromis urbains. Lexique de la ville plurielle*, Paris, L'Aube, 2008, pp. 136-138

8 M. Maffesoli, *Iconologies. Nos idol@tries postmoderne*, Paris, Albin Michel, 2008, p. 175.

9 *Ibid.*, p. 179.



Figure 3. Homme/Portable - Londres (FLR)

La marche dans l'espace urbain est de ce fait à l'image de « l'homme au portable », figure celle-ci bien sûr liée au monde du « business à tout prix », mais aussi au ludique. En fait, le portable dans son évolution de forme et de contenu multi-usages est souvent utilisé comme un passe-temps dans les transports, dans les pauses quotidiennes, avec ses jeux, la possibilité de voir et partager photos et vidéos via MMS, d'écouter de la musique en format mp3. Concernant l'élément « musique », le portable devient le substitut réel de l'ancien *ghetto blaster*, c'est-à-dire des énormes postes radio-cassette que l'on trouvait dans les ghettos des villes américaines et qui structuraient les rassemblements des communautés du rap et de la *break dance* dans les rues. Et, de nos jours, dans la climatologie postmoderne, on peut observer que le portable est leur légitime successeur. Il est en effet facile de trouver des situations de rassemblement de personnes qui écoutent et dansent aux rythmes du son de la musique par le truchement des portables, comme c'est le cas par exemple de la gestualité corporelle très à la mode de la tribu « tektonik ». Dans les transports en commun, l'on peut observer que le portable est l'émetteur du son témoignant de l'appartenance aux diverses tribus musicales. Il y a ainsi une invasion de sons à l'accent communautaire : musique tropicale, arabe, rap, hip-hop, techno, sont les sonorités « tribales » qui le plus souvent façonnent les espaces en commun. Il s'agit d'une vraie phénoménologie du portable qui, comme nous pouvons le voir, influence de manière claire et nette les pratiques culturelles urbaines. Ceci est un des phénomènes que la technologie permet de réaliser et qui affecte le quotidien des villes. Une révolution numérique dans le fond qui génère et accompagne l'explosion du téléphone mobile, l'accès Internet au très haut débit, la convergence multimédia et la multiplication des services. Toutes choses qui résultent de la rencontre entre la communication et l'informatique.

Et encore si l'on continue à scruter la présence de la technologie dans la vie quotidienne, nous pouvons relever un autre type de pratique qui est la conséquence directe de la connectivité numérique. Il s'agit des réseaux de *net community* qui de l'espace Web favorisent la rencontre dans les espaces physiques. En fait, si nous mettons l'accent sur ce monde des communautés en ligne, nous pouvons voir que des sites spécifiques s'érigent en modèles de rencontre : ce sont par exemple les outils permettant de se réunir et se rencontrer. Les fêtes de quartier, les rassemblements du *condominio*, c'est-à-dire des copropriétaires, la cohabitation dans le même bâtiment, se font et s'organisent par le biais de la connexion des diverses communautés virtuelles. C'est l'être connecté au réseau Internet qui facilite alors le voisinage, les diverses Fêtes des Voisins, les repas de quartier, en un seul mot : la vie en commun. Le « Je suis connecté, donc je suis » devient de ce fait l'emblème vital de la vie postmoderne. On cherche alors à créer une communauté qui va ensuite se « retrouver » dans l'espace physique. Le Web, en ce sens, est au service des relations de voisinage, on réduit l'isolement et le tissu social local se renforce à partir du réseau global. Le phénomène communautaire du Web 2.0, incite la communication et la rencontre et à ce sujet, il suffit de voir le succès de sites participatifs comme *Peuplade*¹⁰, *Citizenbay*,¹¹ - pour n'en citer que quelques uns - qui façonnent la vie de quartier et répondent au besoin de se retrouver et de partager des moments émotionnels. Cela développe l'envie de vivre la ville en commun et de recréer son « village », et communiquer via Internet avec ses voisins consiste ainsi à inventer un nouvel espace de socialisation. Plus prosaïquement, on peut dire que c'est beaucoup plus simple de réinventer la socialité par le biais du branchement au réseau Web : on s'envoie quelques mails, on chatte et on se retrouve autour d'un verre ou d'un repas ! Le Web, en quelque sorte, est le « lieu » qui précède le face-à-face. Alors, la ville, en ce sens, se transforme en une « cité numérique », où se créent des *hubs* multiples, de nouveaux modes d'actions et d'échanges qui se superposent aux territoires, en modifiant ainsi les frontières. Donc, nous assistons à une hybridation qui engendre de nouvelles formes de spatialité et de temporalité dans un territoire aménagé par les réseaux. La manière de vivre l'espace est donc révolutionnée par l'avènement technologique qui, comme nous le savons, est une des caractéristiques phares de la postmodernité. Alors, dans la vision de la ville postmoderne, l'impact des nouvelles technologies doit être envisagé comme un élément d'analyse, comme une phénoménologie de l'espace et de la configuration de la ville actuelle. Contre l'idée répandue dans

10 www.peuplade.fr

11 www.citizenbay.com

un certain type de pensée intellectuelle et de l'urbanisme de type ancien, selon laquelle les nouvelles technologies, et Internet en particulier, conduisent à une perte de la valeur du lieu, nous pensons, au contraire, qu'elles alimentent la jouissance de l'espace, les modes de communication et d'interaction. Cela est donc porteur d'un changement de la signification de l'espace physique et les divers exemples ici mentionnés, sont le signe d'une considérable mutation qui produit de nouvelles pratiques urbaines, redéfinissent les lieux et donnent vie, de cette manière, à ce que l'on peut nommer des *Digital Cities*. Il s'agit dans le fond de la « révolution urbaine » de ce siècle, qui peut être la suite « normale » de celle que H. Lefebvre¹² avait envisagé à son temps ; une révolution dans laquelle l'extension sensorielle des technologies, la présence des ordinateurs portables dans nombres d'espaces urbains, les claviers et les écrans d'ordinateur, et les supports de musique mp3, les consoles portables ludique (playstation, nintendo, gameboy) changent incontestablement notre manière de vivre les trajets. Ce sont ces objets technologiques « nomades » qui sont en stricte relation avec les vagabondages dans les méandres des villes, qui forment et structurent la mobilité. Et qui peuvent aussi, en se rapportant à la théorie maffesolienne, l'indice d'un « paradoxal réenchantelement du monde faisant de la technique le moteur de l'ambiance mystique¹³ ».

Cette relation croissante aux technologies, produit un effet sur le quotidien, sur l'existence corporelle et sur les relations. Nous sommes donc dans l'âge de l'économie et de la culture électroniques et la ville, comme le souligne M. Davis¹⁴, crée son propre double virtuel à travers l'architecture complexe de ses réseaux d'information. Une ville de l'hypertexte, ou une société hypertexte, comme le dit F. Ascher, qui « mobilise les TIC pour rendre possible l'appartenance simultanée à plusieurs types d'espaces : ainsi, l'usage des équipements individuels portables permet de développer des activités de nature différente dans un même lieu : de travailler dans un transport, de télécommuniquer à partir d'un espace public, etc.¹⁵ ». Donc, dans le labyrinthe des espaces, l'utilisateur de l'« hyper-ville », par analogie avec le terme d'hypertexte, agit selon M. Castells¹⁶, comme un usager d'Internet, il bouge dans une « toile » qui lie divers points. Nous pouvons alors imaginer un « rhizome » urbain qui autorise par conséquent de nouvelles formes d'identification. Rhizome, en suivant les idées de G. Deleuze et F.

12 Cf. H. Lefebvre, *La révolution urbaine*, Paris, Gallimard, 1970.

13 M. Maffesoli, *Le rythme de la vie. Variation sur l'imaginaire post-moderne*, Paris, La Table Ronde, 2007.

14 Cf. M. Davis, *Au-delà de Blade Runner. Los Angeles et l'imagination du désastre*, Paris, Allia, 2006.

15 F. Ascher, *Les nouveaux principes de l'urbanisme*, op. cit., p. 89.

16 Cf. M. Castells, *La société en réseaux*, Paris, Fayard, 1998

Guattari¹⁷, qui connecte un point quelconque avec un autre point quelconque, qui est fait de dimensions ou plutôt de directions mouvantes et qui n'a pas de commencement ni de fin, mais toujours un milieu ; il est au milieu, entre les choses, intermezzo. À la suite de cette énonciation, l'on voit bien que la ville infiltrée par les nouvelles technologies semble s'accomplir dans cette forme de rhizome. Une ville toujours plus connectée localement et globalement et qui modifie son arborescence et enrichit les dimensions sensorielles de l'espace par l'intervention des technologies. Une ville, en fin de compte, réenchantée par la puissance de la « technologisation » sociale qui alimente aussi son imaginaire dans un Atlas à géométrie variable.

La variété de l'infiltration technologique produit donc une « autre » image de la ville et pour cela il est nécessaire d'adapter notre pensée et nos conceptions à cette transfiguration de l'espace qui, dans la diversité des éléments « technologiques », est en train de connaître une nouvelle vitalité.

Bibliographie

- F. Asher, *Les nouveaux principes de l'urbanisme* (2001), Paris, L'Aube, coll. Poche essais, 2004.
- Ascher F. *Les nouveaux compromis urbains. Lexique de la ville plurielle*, Paris, Ed de l'Aube, 2008.
- Castells M. *La société en réseaux*, Paris, Fayard, 2001.
- M. Davis, *Au-delà de Blade Runner. Los Angeles et l'imagination du désastre*, traduit de l'anglais par A. Pouillot, Paris, Allia, 2006.
- De Kerckhove D. *L'intelligence des réseaux*, Paris, Odile Jacob, coll. Le champ médiologique, 2000.
- G. Deleuze, F. Guattari, *Mille Plateaux. Capitalisme et Schizophrénie 2*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980.
- S. Hugon, *Circumnavigation. La construction sociale de l'identité en ligne*, Thèse de doctorat, Université Paris Descartes Sorbonne, 2007.
- La Chance M. *Capture totale : Matrix, mythologie de la cyberculture*, Québec, Presse de l'Université Laval, coll. Intercultures, 2006.
- Lefebvre H. *La révolution urbaine*, Paris, Gallimard, 1970.
- M. Maffesoli, *Du nomadisme. Vagabondages initiatiques*, Paris, Le Livre de Poche, coll. Biblio-Essai, 1997.
- M. Maffesoli, *Le rythme de la vie. Variation sur l'imaginaire postmoderne*, Paris, La Table Ronde, 2007.
- M. Maffesoli, *Iconologies. Nos idol@tries postmodernes*, Paris, Albin Michel, 2008.
- Musso P. *Critiques des réseaux*, Paris, PUF, 2003.

¹⁷ G. Deleuze, F. Guattari, *Mille Plateaux. Capitalisme et Schizophrénie 2*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980, pp. 9-37.

Les logiciels libres : généalogie et « idéologies » d'un mouvement social

Florian Dauphin

Docteur en sociologie et membre du CEAQ, Sorbonne, Paris V. Il enseigne à l'IRTS de Melun, Île de France.

Resumo

O artigo tenta compreender como o software livre tornou-se vetor de um movimento social militante para criação e difusão de bens comuns. Como, para além de suas características de “meio” esses softwares foram transformados em questões de política, economia, sociedade, cultura e ética? São emergência, os modos de organização e as ideologias desse movimento que o artigo se propõe a analisar.

Palavras-chave : software livre e open source ; técnica e ideologia; movimento social

Résumé

Cet article tente de comprendre la manière dont les logiciels libres sont devenus vecteurs d'un mouvement social militant pour la création et la diffusion de biens communs. Comment au-delà de leur caractéristique d'outil, ces logiciels se sont transformés en des enjeux politiques, économiques, sociaux, culturels et éthiques ? Ce sont alors l'émergence, l'organisation et les « idéologies » de ce mouvement que nous proposons d'analyser ici.

Mots-clés : logiciel libre et open source, technique et idéologie, mouvement social

Abstract

This article tries to understand how free software became vector of a social movement militating for the creation and the distribution of common goods. How beyond their characteristic of tool, this software was transformed into political, economic, social, cultural and ethical stakes? It is thus the emergence, the organization and the “ideologies” of this movement that we proposed of analyzed here.

Keywords: free software & open source, technique and ideology, social movement

Introduction

Avoir pour terrain les logiciels informatiques peut paraître nébuleux pour le grand public comme pour les chercheurs en sciences humaines. Pourtant, il existe des logiciels que l'on appelle « libres » témoignant d'une forte dimension sociale. D'une part, ils constituent l'invention juridique d'une forme de propriété collective, et d'autre part, ils favorisent une organisation sociale en partie fondée sur le don. Conjointement à ces logiciels, est née une certaine philosophie qui repose sur la mutualisation des connaissances et sur le libre accès à l'informatique et à l'information. Le discours des *aficionados* du « monde du Libre »^a met en exergue des valeurs républicaines et des choix d'une certaine utilisation citoyenne et humaniste des technologies. Un mouvement social a émergé et mobilise des informaticiens, des entreprises, des usagers, des associations, des communautés et des élus politiques.

Les logiciels libres sont régulés par des licences juridiques accordant aux usagers quatre libertés : le droit de les utiliser, de les étudier, de les modifier et de les redistribuer. A l'inverse des logiciels propriétaires dont la fabrication est confidentielle, ces logiciels sont accompagnés des commentaires (le « code source ») qui permettent aux programmeurs de les transformer et de les améliorer. Depuis 2001, les licences du logiciel libre ont été appliquées à la production de biens culturels. La production de textes, d'images et de photos, de musiques et de films peut être protégée par des licences libres comme la « Creative Commons » ou « Art Libre ». De même, l'encyclopédie Wikipédia peut être comprise comme une application grand public du logiciel libre à la création collective d'une encyclopédie.

Ces logiciels soulèvent plusieurs interrogations d'ordre sociologique. Particulièrement la problématique que nous proposons de traiter ici : comment des logiciels sont devenus vecteurs d'un mouvement social militant pour la création et la diffusion de biens communs ? Comment au-delà de leur caractéristique d'outil, ces logiciels se sont transformés en des enjeux politiques, économiques, sociaux, culturels et éthiques ?

Après avoir retracé une généalogie du logiciel libre, nous montrerons les deux principales innovations que proposent ces logiciels : *primo* une nouvelle forme de propriété commune (la conquête d'un bien commun), *secundo*, un nouveau mode d'organisation sociale et d'innovation. Ensuite, nous présenterons les différentes associations qui organisent le mouvement social et nous tenterons de rendre compte de l'étendue des « idéologies » autour des logiciels libres.

Notre enquête repose sur des entretiens menés auprès des différents publics concernés par le logiciel libre : développeurs, membres associatifs, élus politiques et usagers. Enfin, cet article s'appuie sur les principaux écrits des « figures emblématiques » du Libre.

Une généalogie d'un mouvement

Les « logiciels libres » ou dits parfois « open source » (de source ouverte) sont nés dans les années 80 par la création d'une licence libre dite « GPL » (*General Public License*). Ils apparaissent comme une alternative au développement des logiciels propriétaires. Ces logiciels induisent une manière de travailler de façon coopérative et une distribution ouverte de la création qui trouve ses racines dans la recherche informatique. En effet, cette manière de produire et de distribuer librement existait déjà dans les recherches informatiques avant l'apparition de la licence libre. Proches de la culture hippie et d'un esprit libertaire (Flichy, 2001 ; Markoff 2005), les pionniers de l'informatique, considéraient l'échange et le partage comme des valeurs fondamentales. Ils se qualifiaient eux-mêmes de « hackers », non pas au sens contemporain de « pirate informatique » mais de « mordu » d'informatique (Himanen, 2001 ; Levy, 2001). Pour eux, la notion de logiciel libre apparaissait évidente, sans toutefois être formalisée. La coopération et le partage des outils et des connaissances entre différents laboratoires étaient une pratique courante entre les universitaires. La mutualisation des recherches était une des normes fondamentales des sciences que le sociologue R. Merton appela le « communalisme » (Merton, 1973). Outre une valeur propre à la science, la mutualisation des recherches avait une visée pragmatique ; le but était de ne pas « réinventer la roue » à chaque programmation. Dans les années 80, avec le développement d'un marché lucratif lié à une informatisation populaire, la plupart des logiciels sont devenus propriétaires. Pour continuer à travailler de manière coopérative, les informaticiens ont dû recourir à l'invention d'une licence. Il apparaissait non souhaitable pour les programmeurs de faire « tomber » leurs recherches dans le domaine public car celui-ci n'interdisait pas une réappropriation commerciale et par conséquent la privatisation des modifications ultérieures à partir d'une innovation libre de droit. Avec le logiciel libre, la liberté des pionniers fut encadrée, légitimée et formalisée par la loi.

Les figures emblématiques du Libre

Deux individus ont joué un rôle primordial dans l'émergence du logiciel libre et de ce que l'on nomme le « GNU/Linux ». Il s'agit de R. Stallman et de L. Torvalds, deux informaticiens dont le premier est un militant et propose une « philosophie du Libre » et le second un partisan pragmatique. C'est R. Stallman, ancien informaticien au MIT (Massachusetts Institute of Technology) qui inventa le concept de « logiciel libre ». L'idée lui est venue suite à un problème d'imprimante de son laboratoire qui se bloquait plusieurs fois par jour. Elle n'était pas réparable car le « code source » du programme qui la faisait fonctionner n'était pas fourni. Lorsque R. Stallman contacta l'entreprise conceptrice de l'imprimante, la transmission du code source lui fut refusée. Profondément antinomique avec les valeurs universitaires et la manière de travailler des chercheurs, les logiciels propriétaires, opposés aux principes de mutualisation et de partage, ont été vécus comme des menaces à combattre. Selon R. Stallman, « *Le système qui vous interdit de partager ou d'échanger le logiciel est antisocial [et] immoral* » (Stallman, 1998). Suite à la privatisation

des logiciels, une partie des informaticiens travaillèrent pour des entreprises informatiques, ce que refusa R. Stallman. En 1984, il démissionna du MIT pour éviter la privatisation de ses recherches et fonda le projet GNU (Gnu is Not Unix : acronyme récursif et jeu de mot avec l'animal gnou) en accord avec la tradition de partage des informaticiens universitaires. Ce projet visait à la création d'un « système d'exploitation » (système qui régit la machine) libre. Dès 1985, il créa la FSF (Free Software Foundation), une association dédiée au développement du logiciel libre largement axée sur les dimensions éthiques et « idéologiques », prêchant la libre circulation des logiciels et de l'information comme des libertés fondamentales. Afin d'éviter une récupération commerciale et une entrave à la coopération des communautés de développeurs, R. Stallman refusa de laisser « tomber » ses recherches dans le domaine public (sans copyright^b). C'est pourquoi en 1989, il créa la licence GPL avec l'aide d'un professeur de droit nommé E. Moglen.

Aujourd'hui, R. Stallman se définit comme un missionnaire et déclare : « De même qu'il existe la liberté d'expression et la liberté de se réunir, il y a la liberté de partager de l'information d'intérêt général. Ce droit devrait être inaliénable » (Stallman, 1998b).

La FSF a fédéré une communauté de développeurs créant et diffusant des logiciels libres. Cependant ces logiciels libres continuent de fonctionner avec un système d'exploitation propriétaire.

C'est en 1991 que L. Torvalds, étudiant finlandais, annonça la réalisation d'un système d'exploitation en postant un message sur un forum à une communauté de programmeurs. Il proposa aux autres informaticiens bénévoles d'envoyer des ajouts et des modifications ainsi que des critiques et des suggestions. L. Torvalds joua un rôle de *leader* dans la construction de « Linux » et forma des équipes de travail délocalisées par le biais d'Internet. Il mit par la suite Linux sous la licence libre GPL sans laquelle le logiciel n'aurait jamais pu autant se développer et se diffuser. Linux n'était pas utilisable sans le travail du projet GNU quasiment terminé à cette époque, c'est pourquoi on parle de GNU/Linux. Notons que c'est également le développement d'Internet qui a permis au monde du Libre de s'accroître et de se pérenniser.

Ces deux personnages sont des « figures emblématiques » du Libre. R. Stallman est le chef de file et le théoricien du mouvement développant une philosophie aussi pertinente que radicale. Parfois considéré comme un « prophète » par les *libristes* (néologisme pour qualifier les partisans du Libre), il se définit comme un militant par nécessité et par obligation. A l'inverse, L. Torvalds déclare être un « acteur principal » d'une « révolution accidentelle » (Torvalds & Diamond, 2001).

Une forme de propriété collective

L'émergence du logiciel libre apparaît comme la formalisation juridique d'une éthique, non pas l'absence ou l'abolition de propriété, mais un régime spécial de propriété qui conjugue les intérêts de l'auteur (la reconnaissance de

son travail) et l'intérêt du grand public à accéder à la connaissance (Latrive, 2004). Les logiciels libres constituent des biens communs régulés juridiquement et techniquement par leur code ouvert. Cette nouvelle forme de propriété collective remet en question la notion juridique de propriété intellectuelle et de licence propriétaire dans le domaine de l'informatique mais également dans celui de la culture. C'est la clause du « copyleft » qui apparaît au cœur de l'innovation juridique du Libre. Plusieurs licences libres (dont la principale, la GPL) porte cette clause. Le terme de copyleft (« gauche d'auteur »), inventé par D. Hopkins, est un jeu de mot fondé sur l'opposition avec le « droit d'auteur » (dit « copyright » en anglais). La notion de « copyleft » permet de protéger une œuvre collective en évitant l'appropriation individuelle ou privée du travail des autres. Autrement dit, le copyleft est une obligation pour le programmeur qui souhaite modifier un programme, ou n'en utiliser qu'une partie pour en créer un autre, de redistribuer ses modifications ou sa création sous la même licence. C'est la raison pour laquelle cette licence est dite « contagieuse » (par les « anti-logiciels libres ») : les codes réutilisés dans les autres logiciels les rendent également libres sur le plan juridique. De ce fait, les contributions majoritairement bénévoles ne peuvent faire l'objet d'une appropriation par un éditeur de logiciel propriétaire. Les logiciels libres apparaissent comme des outils au service d'une « idéologie » du partage. Le travail de chaque individu reste le bien commun de tous et le mode collectif de propriété permet une autogestion de la production et de la diffusion des logiciels. Ce n'est que dans cette perspective que le logiciel libre remet en cause le monopole des logiciels propriétaires. Ces logiciels montrent que l'innovation est possible et efficace sans « propriété individuelle » mais dans le cadre d'une « propriété collective ».

Les licences libres appliquées sur les logiciels ainsi que sur les biens culturels apparaissent comme des moyens de protéger des innovations et de produire des créations d'œuvres récentes dans le domaine public. Il ne s'agit pas d'un « abîme » d'œuvres qui « tombent » dans le domaine public n'ayant plus de protection, mais d'une mise en commun de productions contemporaines.

Une forme singulière d'organisation et d'innovation

Le logiciel libre marque l'émergence d'une nouvelle organisation, par le biais d'Internet, permettant la créativité, l'innovation, la coopération décentralisée, communautaire et réticulaire. « L'innovation ascendante » ou la « co-construction » entre les concepteurs et les usagers (la production et l'appropriation) sont les principes de l'innovation libre. Par cette organisation, l'innovation n'est plus seulement en amont.

A l'image des premières communautés de chercheurs en informatique, le monde du Libre est essentiellement communautaire. Les communautés du Libre peuvent être bénévoles ou financées par des entreprises ou des collectivités. Elles ne sont pas exclusivement composées d'informaticiens mais également de contributeurs, de traducteurs et d'usagers. Les usagers ont un rôle très important dans ces communautés en tant que « testeurs », mais ce sont eux aussi qui traduisent les logiciels ou la documentation. Si la conception est une « innovation ascendante », c'est que, d'une part les concepteurs sont des usagers

et que d'autre part, les logiciels se perfectionnent en fonction des besoins des utilisateurs. Le logiciel libre présente une forme d'organisation sociale originale avec un lien direct entre la conception et les usages (les développeurs et les usagers).

Cette organisation sociale peut donc se définir par le modèle de l'innovation ascendante (Cardon, 2005 ; Von Hippel, 2005). Dans ce modèle d'innovation, la frontière traditionnelle entre le concepteur et l'utilisateur devient de plus en plus poreuse. De ces communautés naissent un mode de création originale. Le programmeur E. Raymond compare les logiciels propriétaires aux cathédrales et les logiciels libres aux bazars. Selon lui, avec Linux, « à l'opposé de la construction de cathédrales, silencieuses et pleines de vénération, la communauté Linux ressemblait plutôt à un bazar » (Raymond, 1999). Au lieu de disperser, la communauté de Linux avançait « à pas de géant, à une vitesse inimaginable pour les bâtisseurs de cathédrales ».

Pour E. Raymond, la construction des logiciels propriétaires (la cathédrale) est plus efficace avec sa hiérarchie mais moins créative que le bazar. L'organisation générale des logiciels libres relève néanmoins d'une certaine forme de hiérarchie. Une personne ou un petit groupe souvent bénévole (parfois financé par une ou des entreprises) vise à organiser le travail de la communauté. Le projet doit être accessible sur Internet et bénéficier d'une licence libre avec le code source ouvert. Les équipes de développeurs plus ou moins informelles se regroupent et coopèrent via Internet. Ces équipes se structurent petit à petit pour se pérenniser.

Le partage (de temps, d'idées, de travail et de biens) et la coopération lors de la création de logiciels libres, est souvent compris par l'économie du don. Effectivement, cette économie « non-rivale » peut être appréhendée, dans une certaine mesure grâce à l'œuvre de M. Mauss. Cependant, l'anthropologue avait particulièrement insisté sur la notion de pouvoir conférée au don, obligeant un contre don (Mauss, 1995) ce qui n'est pas le cas du don dans le Libre. Néanmoins, dans le Libre, comme dans la vie sociale, le don favorise les relations à l'autre et cimente les communautés (Caillé & Godbout, 2000).

L'organisation associative du mouvement du

Libre

Comment les *libristes* arrivent-ils à se fédérer en mouvement social ? Quelles sont leurs formes de pouvoir, leurs actions collectives de mobilisation et leurs formes de médiatisation ? La définition du Libre comme mouvement social n'est pas chose aisée (Boyer, 2003). On peut définir un mouvement social comme un projet volontaire et collectif partagé par un ensemble d'acteurs concertés en faveur d'une cause ou de revendications contre un adversaire (Neveu, 1996). Pour qu'un mouvement social émerge, il est nécessaire que les protagonistes partagent un système de valeurs ou un projet en commun, et aient un certain sentiment d'appartenance : ce que K. Marx qualifiait de « conscience de classe ». Le mouvement du Libre témoigne d'une mise en forme d'actions collectives coordonnées par une pluralité d'agents sociaux en

faveur d'une cause qui peut être résumé par la conquête de biens communs (les logiciels mais par extension les biens culturels).

Le monde du Libre inclue plusieurs acteurs : à la fois des développeurs, des chercheurs, des entreprises, des usagers (parfois des communautés), des associations et des élus politiques. L'adversaire principal des *libristes* est le lobby des éditeurs de logiciels propriétaires et particulièrement celui de l'entreprise Microsoft qui exerce une quasi-situation de monopole (Di Cosmo & Nora, 1998). L'invention du logiciel libre est apparue, comme on l'a vu, dans le but de créer une alternative à la privatisation des logiciels. Le mouvement du Libre témoigne également d'une forme « d'autogestion » (de par son mode de propriété, de sa conception et de sa distribution). Par ailleurs, les *libristes* sont des spécialistes du Réseau des réseaux. Si la couverture du mouvement est limitée dans les médias tels que la presse généraliste ou la télévision, elle est très large sur Internet.

Les associations jouent un rôle majeur dans l'organisation du mouvement. D'une part, elles visent à la promotion du Libre et de sa philosophie dans le secteur public et privé et d'autre part, elles coordonnent les mobilisations et les actions pour influencer les décisions politiques françaises et européennes. Les associations nationales font appel aux autorités politiques pour apporter, par une intervention publique, la réponse à leurs revendications. Les associations sont influentes, elles *institutionnalisent* le mouvement et se transforment en groupe de pression.

On oppose souvent les mouvements sociaux aux lobbies, pourtant cette opposition est schématique car plus un mouvement se pérennise, plus il se transforme lui-même en lobby (Offerlé, 1994). Une certaine organisation centralisée par les associations nationales permet une efficacité. W. Gamson (1990) a montré que, plus la centralisation (la « bureaucratisation ») est présente, plus un mouvement social devient puissant. Ainsi, de nombreuses associations de bénévoles livrent une véritable bataille contre les groupes de pression des éditeurs de logiciels mais également contre les projets de loi sur les droits d'auteurs et les brevets logiciels.

La cause du Libre revêt un caractère politique. Les militants du Libre (développeurs, usagers, chercheurs, membres associatifs) se sont révoltés contre les projets de lois européens concernant la question des brevets logiciels. Avec le soutien des associations, M. Rocard, président de la « commission culture » du parlement européen, a pris parti contre la brevetabilité des logiciels (Latrive & Mauriac, 2003). Pour donner un autre indicateur de l'efficacité des lobbies associatifs du logiciel libre, l'association française APRIL a fait reconnaître le projet GNU/Linux comme patrimoine mondial de l'humanité à l'UNESCO (Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture). La « culture Libre » (Lessig, 2004) ou la « coalition des biens communs » (Aigrain, 2005) témoignent d'un nouveau mouvement social mondial qui dépasse le domaine de l'informatique et concerne la culture et la science en général.

En France, de nombreuses associations se sont développées autour du

logiciel libre, à la fois sur le plan local et national. Certaines associations ont vocation à jouer un rôle national. Il existe aussi des associations de type sectoriel qui s'intéressent à un logiciel en particulier ou à une institution, avec un intérêt précis. On trouve également des associations pour la traduction de la documentation et des applications libres. Enfin, il existe également une multitude d'associations d'utilisateurs de Linux et des logiciels libres. Ces associations favorisent une approche pragmatique et locale. Des événements nationaux tels que les « Rencontres Mondiales du Logiciel Libre » (RMLL) ont lieu chaque année et regroupent un grand nombre d'associations.

Les associations à vocation nationale

L'association APRIL (Association pour la Promotion et la Recherche en Informatique Libre) est la première association française sur le logiciel libre (fondée en 1996) et la plus importante. Elle a pour objectif de promouvoir le logiciel libre et sa présentation à la presse, aux institutions, au grand public et aux entreprises. L'APRIL s'emploie également à défendre la philosophie du Libre et son aspect juridique, c'est-à-dire, le « brevet logiciel », les projets de loi « droits d'auteur » et les diverses lois relatives au logiciel libre au niveau national ou européen. Enfin, elle fédère et coordonne la plupart des associations autour du logiciel libre. Conjointement, il existe l'AFUL (Association Francophone des Utilisateurs de Linux et des Logiciels Libres), une association dont le but majeur est la promotion du système d'exploitation libre GNU/Linux et des « formats ouverts »^c. Dès sa création, l'AFUL s'oriente principalement sur la promotion pragmatique de Linux. De manière complémentaire, l'APRIL s'intéresse prioritairement à la philosophie du Libre. Néanmoins, les deux associations travaillent ensemble contre les « lobbies anti-libres ».

Les associations sectorielles

Parmi les associations que nous avons qualifiées de sectorielles, il existe des associations comme SCIDERALLE (Système Coopératif Indépendant pour le Développement, l'Étude et la Recherche Appliquée en Logiciel Libre pour l'Éducation). Cette dernière a pour objectif de développer, promouvoir et faciliter la mise en œuvre et les usages des logiciels libres dans les secteurs de l'enseignement, de la formation et du milieu associatif. L'ADULLACT (Association des Développeurs et Utilisateurs de Logiciels Libres pour les Administrations et les Collectivités Territoriales) quant à elle, a pour fonction d'aider les collectivités territoriales à créer des logiciels libres. Cette association s'est donnée pour but de constituer, développer et promouvoir un patrimoine commun de « logiciels libres métiers » afin de mutualiser les dépenses publiques.

Les associations locales

Les LUG (Linux User Group, en français, les groupes d'utilisateurs de Linux et des logiciels libres) sont des associations locales de groupes d'utilisateurs fédérés par une passion commune de Linux et des logiciels libres. Ces associations sont segmentées par région, par département ou par ville et ont pour mission de populariser et d'apprendre aux néophytes à utiliser

Linux et les logiciels libres. Composées d'un petit nombre d'adhérents, ces associations possèdent une structure informelle assez souple. Elles permettent de regrouper géographiquement des *libristes*. Les membres sont des bénévoles passionnés et motivés par la transmission de leur savoir. Les LUG organisent régulièrement divers événements comme des conférences, des ateliers et des « Install Party » (réunions d'installation et d'entraide autour des logiciels libres). Ces événements favorisent la rencontre et l'apprentissage des usagers néophytes dans leur migration vers les logiciels libres.

Les trois types d'association jouent un rôle prépondérant dans la promotion, la diffusion et la défense du logiciel libre sur le plan local, national et international. Par ailleurs, elles témoignent de la création de lieux de convivialité axés autour d'une certaine conception de l'informatique et de la culture. Les associations du Libre peuvent être comprises par l'analyse des réseaux de M. Maffesoli. Selon ce dernier, « la constitution des micro-groupes [...] qui ponctuent la spatialité, se fait à partir du sentiment d'appartenance, en fonction d'une éthique spécifique et dans le cadre d'un réseau de communication » (Maffesoli, 1991 : 209).

Dans ces communautés, la passion, l'entraide et la transmission du savoir sont au fondement de la sociabilité. Des événements organisés par ces associations comme les « Install Party » ou les « first jeudi » relèvent d'une forte socialité. Les « first jeudi » sont des réunions qui se déroulent chaque premier jeudi du mois au sein de différentes villes françaises. Elles regroupent jusqu'à une centaine de participants et sont ouvertes à toutes les personnes qui souhaitent y prendre part. On est loin de l'élitisme technologique et de la méprise du « newbie » (du nouveau) (Breton, 1990). Bien au contraire, les usagers débutants sont les bienvenus dans cette démarche qui a vocation à démocratiser les technologies.

Les idéologies du Libre

Comme tout mouvement social, le mouvement du Libre est structuré par des valeurs, voire par certaines « idéologies » politiques. A. Touraine (1978) a montré comment les mouvements sociaux constituent une composante spécifique de la participation politique. Les logiciels libres sont devenus le support de discours qui contaminent d'autres domaines que l'informatique : la culture, l'art, la santé, l'économie. Les *libristes* sont porteuses d'une philosophie proche d'un certain idéal républicain : un certain modèle économique^d, une nouvelle manière de travailler ensemble, de partager la connaissance et de démocratiser la culture.

Le Libre oblige à se positionner sur la circulation des idées, des recherches, du droit à l'information et de la mutualisation du travail et de l'argent public (dans le cas des institutions publiques). Il remet également en question le statut juridique des droits d'auteur, de la propriété intellectuelle et des brevets. De prime abord, on pourrait croire que le logiciel libre révèle un clivage politique traditionnel entre la gauche et la droite. Les premiers considérant que les élus doivent favoriser le logiciel libre (ou l'émettre dans le cas des institutions) pour que les citoyens puissent partager mutuellement des informations, des biens

et de la culture alors que les seconds considèrent que les citoyens doivent être alimentés par la libre concurrence des marchés. Si dans son fondement, la culture du Libre était celle des universitaires et des *hackers*, plutôt proche d'une « idéologie » hippie pacifiste, elle s'est vue réappropriée par la culture marxiste, notamment sur la question de la propriété (Wark, 2004) et par une conception anarchisme « d'autogestion » (Barbrook, 2000 ; Moglen, 2001). Le logiciel libre est un sujet éminemment politique. Ainsi, les problématiques telles que – définir les droits d'auteur, décider la manière dont partager des œuvres, les aspects des monopoles, le problème de la concurrence, les projets de loi – sont au cœur des préoccupations politiques. Cependant, cela ne concerne pas nécessairement des questions liées à un courant spécifique. Les débats autour du logiciel libre dépassent la question des clivages politiques traditionnels : droite et gauche.

Les élus ont parfois des raisons très différentes dans leur soutien au logiciel libre. En effet, les approches communautaires du partage libre (voire libéral), de l'indépendance et de la sécurité nationale sont des thèmes communs aux différents partis. On peut observer des arguments sur les aspects communautaires de libre partage et d'indépendance face aux logiciels propriétaires défendus par les partis tels que le Parti socialiste, le Parti communiste et les Verts. Les libéraux sont sensibles à l'approche du logiciel libre sous l'angle de l'économie libérale et de la libre concurrence.

En somme, le logiciel libre ne recouvre pas des idées liées à un parti politique, ce sont des aspects plus larges de société. La bataille contre la loi DADVISI (Droit d'Auteur et Droit Voisin dans la Société d'Information) montre que plusieurs partis ont annoncé vouloir défendre le logiciel libre. Une partie des parlementaires européens prennent également conscience de l'intérêt du logiciel libre : ne serait-ce que pour des aspects d'indépendance économique et technique vis-à-vis des Etats-Unis.

Pour saisir la pluralité des argumentations politiques en faveur du Libre, les discours de J. Relinger et de F. Elie apparaissent particulièrement pertinents. Selon J. Relinger, conseiller municipal (PCF) de la Mairie du 13^e arrondissement de Paris et militant du logiciel libre,

« la bataille sur les droits d'auteur et sur le brevet logiciel, la question de l'investissement de l'argent public, sont des points de clivage aussi importants que l'était le charbon au 19^{ème} siècle, ou le pétrole au 20^{ème} siècle ». Selon lui, « l'idéologie dominante, confortable laisse penser qu'il faut que la concurrence soit libre et non faussée et que toutes ces questions là ne sont pas du ressort de la politique ».

Pour J. Relinger, il n'y a pas forcément d'idéologie du logiciel libre mais des valeurs qui marquent une conception de la société :

« Il y a [...] chez les partisans du Libre des options très différentes, y

compris chez ceux qui ont plutôt tendance à penser que le Libre « ne fait pas de politique ». Mais cette illusion est suicidaire : depuis 5 ans il y a une réaction contre le Libre très forte de la part de ceux dont il menace les zones de pouvoir et

de rentabilité. C'est la directive «brevets logiciels», c'est DADVSI... ».

Ainsi, l'apparence du consensus autour du logiciel libre apparaît comme un leurre qui « se heurte au vrai choix de société : “société de partage” ou “société de péage” [...]: Est-ce qu'il faut tout laisser au marché ou est-ce qu'on peut orienter différemment les choix ? ». Selon J. Relinger, les valeurs du Libre s'articulent autour du partage qui donne des résultats meilleurs :

« On peut créer de la richesse pour tous en échangeant, en partageant, en dialoguant et en mutualisant, et non seulement ça donne des résultats, mais en plus ces résultats sont meilleurs que ceux qui créent de la richesse pour eux en privatisant, en faisant des lobbies et des monopoles et en s'appuyant sur la rétention. Le Libre porte ainsi la démonstration que des valeurs humaines ont plus d'efficacité économiques qu'un système qui est de plus en plus incapable de garantir sa propre survie. »

Selon F. Elie, (président de l'ADULLACT et élu à Angoulême, anciennement à Démocratie Libérale), le problème est qu'il faut

« choisir entre les gens qui acceptent de laisser faire des monopoles publics et des gens qui veulent laisser faire des monopoles privés. J'ai une détestation pour tous les monopoles, publics et privés. ». Selon lui, le logiciel libre est un « phénomène majeur : aussi important que la libération des mathématiques avec le miracle grec il y a 25 siècles ». Il ne révolutionne pas l'économie mais « déplace les enjeux, on passe d'une économie de rente à une économie de valeur ajoutée. Comme lorsqu'on a cessé de financer les ponts par les péages... ». Le logiciel libre est un « très grand sujet politique, il permet de repenser d'argent public, d'espace public, de biens communs, de mutualisation et de subsidiarité. »

Ces deux discours politisés, bien que très différents, apparaissent tous deux en faveur du logiciel libre et soulignent le fait qu'il n'existe pas une idéologie (lié à un parti politique) mais une pluralité de discours.

Conclusion

En Europe, la France est l'un des premiers pays à avoir investi sur le logiciel libre, plus pour des raisons philosophiques que pour des raisons techniques. C'est en France qu'il existe les structures associatives les plus importantes autour du logiciel libre. Au-delà des qualités techniques et pragmatiques, ces logiciels dépassent largement la raison technique et apparaissent imprégnés d'un imaginaire humaniste.

Le mouvement du logiciel libre montre un engagement politique local, associatif où il s'agit de rendre l'utilisateur plus libre et responsable de ses choix. Il est bien question d'une participation citoyenne aux technologies de l'information et de la communication. Le « monde du Libre » n'est pas élitiste mais a vocation à démocratiser les connaissances à travers la conquête d'un bien commun.

Dans une certaine mesure, le logiciel libre peut ne pas libérer seulement des codes sources mais aussi des citoyens dans leur rapport au savoir. Il peut

faire de l'utilisateur un « usager critique et libre ». Ainsi, la « philosophie » du logiciel libre faite de partage et de coopération, fédère des développeurs, des usagers, des associations mais également des élus vers des projets communs. L'émergence du logiciel libre nous rappelle que les choix techniques sont des choix politiques.

Nous avons centré notre problématique sur la notion complexe d'idéologie (Ricoeur, 1997). Cette dernière n'est pas employée ici dans son sens marxiste de « fausse conscience de classe », mais vise à qualifier les discours rationnels et politiques des protagonistes du Libre qui sont au cœur du mouvement. La question plus large des représentations, de la « philosophie » et de l'imaginaire a été mise de côté. En effet, le logiciel libre témoigne également d'un nouveau rapport à la technique de la part des usagers (Dauphin, 2007).

Bibliographie

AIGRAIN, Philippe. *Cause commune, l'information entre bien commun et propriété*, Paris : Fayard, 2005.

BARBROOK, Richard. « *Le cyber-communisme, ou le dépassement du capitalisme dans le cyberspace* », *Multitudes* N°5, mai 2001, pp. 186-199.

BLONDEAU, Olivier. LATRIVE, Florent. *Libres enfants du savoir numérique*, Paris : Editions de l'Eclat, 1999.

BOYER, Antoine. *Etude du cyber-Mouvement du logiciel libre*, Mémoire de maîtrise en Science politique (sous la dir. de Paul Alliès), Université Montpellier 1, 2003 :

<http://www.linuxfrench.net/IMG/pdf/ecmll-01-2.pdf>

BRETON, Philippe. *La tribu informatique. Enquête sur une passion*

moderne, Paris : Métailié, 1990.

CAILLE, Alain. GODBOUT, Jacques. *L'esprit du don*, Paris : La Découverte, 2000.

CARDON, Dominique. « Innovation par l'usage », *Enjeux de mots : regards multiculturels sur les sociétés de l'information*, (dir. Alain Ambrosi, Valérie Peugeot et Daniel Pimienta), C & F Editions, 2005.

DAUPHIN, Florian. *De l'imaginaire d'Internet à la construction des réseaux communautaires en ligne*, Thèse de doctorat de sociologie (sous la dir. de Michel Maffesoli), Université René Descartes, Paris 5, 2007.

DI COSMO, Roberto. NORA, Dominique. *Le Hold-up planétaire. La face cachée de Microsoft*, Paris : Calmann-Lévy, 1998.

FELLER, Joseph. FITZGERALD, Brian. HISSAM, Scott. LAKHANI, Karim. *Perspectives on Free and Open Source Software*, MIT Press, 2005.

FLICHY, Patrice. *L'imaginaire d'Internet*, Paris : La Découverte, 2001.

GAMSON, William. *The Strategy of Social Protest*, Belmont, CA: Wadsworth Publishing, 1990. (1^{re} éd., 1975).

GRANJON, Fabien. *L'Internet militant : Mouvement social et usage des réseaux télématiques*, Apogée, 2001.

HIMANEN, Pekka. *L'Éthique hacker et l'esprit de l'ère de l'information*, Paris : Exils Editeur, 2001.

LATRIVE, Florent. *Du bon usage de la piraterie, Culture libre, sciences ouvertes*, Paris : Exils Editeur, 2004.

LATRIVE, Florent. MAURIAC, Laurent. « Michel Rocard : "Tout le monde se copie et c'est bien ainsi" », *Libération*, 30 juin 2003.

LESSIG, Lawrence. *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*, New York: The Penguin Press, 2004.

LEVY, Steven. *Hackers: Heroes of the computer revolution*, New York: Penguin Books, 2001. (1^{re} éd., 1984).

MAFFESOLI, Michel. *Le temps des tribus, le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Le Livre de Poche, 1991. (1^{re} éd. 1988).

MARKOFF, John. *What the Dormouse Said: How the 60s Counterculture Shaped the Personal Computer*, Penguin, 2005.

MAUSS, Marcel. « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », *Sociologie et anthropologie*, Paris : PUF, 1995. (1^{er} éd. 1923).

MERTON, Robert. « The Normative Structure of Science » in *The Sociology of Science. Theoretical and empirical Investigations*, University of Chicago Press, 1973, pp. 267-278.

MOGLEN, Eben. « L'anarchisme triomphant : le logiciel libre et la mort du copyright », 2001. (1^{re} éd., 1999) : www.freescape.eu.org/biblio

NEVEU, Eric. *Sociologie des mouvements sociaux*, Paris : La Découverte, 1996.

OFFERLE, Michel. *Sociologie des groupes d'intérêt*, Paris : Montchrestien, 1994.

RAYMOND, Eric. *The Cathedral and the Bazaar*, O'Reilly, 1999.

RICOEUR, Paul. *L'idéologie et l'utopie*, Paris : Le Seuil, 1997.

SFEZ, Lucien. *Technique et idéologie: Un enjeu de pouvoir*. Paris: Editions du Seuil, 2002.

STALLMAN, Richard. « The GNU Operating System and the Free Software Movement », Chapitre 5, in Chris DiBona, Sam Ockman, Mark Stone, *Open Sources Voices from the Open Source Revolution*, O'Reilly, 1998.

STALLMAN, Richard. « Entretien avec Richard Stallman », *Linux-France*, 1998b : <http://www.linux-france.org/article/these/interview/rms/>

TORVALDS, Linus. DIAMOND, David., *Il était une fois Linux. L'extraordinaire histoire d'une révolution accidentelle*, Paris : Osman Eyrolles Multimédia. 2001.

TOURRAINE, Alain. *La voix et le regard*, Paris : Seuil, 1978.

VON HIPPEL, Eric. *Democratizing Innovation*. Cambridge: The MIT Press, 2005.

WARK, McKenzie. *A hacker Manifesto*, Harvard University Press, 2004.

NOTAS

1 Nous employons l'expression « monde du Libre » pour désigner l'ensemble des acteurs du logiciel libre. Le terme « Libre », écrit avec une majuscule, vise à qualifier le mouvement social.

2 Si un logiciel n'a pas de licence, il entre dans le domaine public. Ce sont donc les règles juridiques de la propriété intellectuelle (du droit d'auteur et des brevets) qui protègent les logiciels propriétaires. On ne peut pas utiliser un logiciel sans accepter sa licence (le droit de l'utiliser).

3 Un format ouvert est un format de données « interopérables » et dont les spécificités techniques sont publiques et sans restriction d'accès ni de mise en œuvre, par opposition à un format fermé.

4 L'économie du logiciel libre pose la question suivante : comment s'enrichir en donnant les sources de son travail ?

A experiência perceptiva e os ecrãs: novas perspectivas de investigação

José Pinheiro Neves

Doutor em Sociologia e investigador do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, Portugal

Resumo

Este artigo faz parte de uma primeira exploração de conceitos no âmbito do meu projecto de investigação de pós-doutoramento. Pretende contribuir para uma melhor compreensão dos fenómenos surgidos com as tecnologias de comunicação e imagem, com particular incidência nos ecrãs em situações de *Social-Networking*. Mais precisamente, conhecer estes novos processos que têm como suporte os novos media nos seus efeitos aditivos ligados à percepção. Um trabalho que conta com a colaboração de uma rede informal de investigadores em torno da noção de *écran-imagem*, que inclui membros do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade (CECS) da Universidade do Minho e da Universidade Lusófona de Lisboa.

Palavras-chave: percepção, ecrã, tecnologia

Abstract

This article is part of an initial exploration of concepts as part of my plan for post-doctoral research. Aims to contribute to a better understanding of phenomena of the technologies of communication and perception, focusing particularly on the screens in situations of social-networking. More precisely, to know these new processes that have the support the new media in their additive effects related to perception. A work that relies on the collaboration of an informal network of researchers around the concept of *screen-image*, which includes members of the Center for Research of Communication and Society from University of Minho and the University of Lusophone (Lisbon).

Keywords: perception, screen, technology

Introdução

A sociedade da imagem em que vivemos, sendo, através dos ecrãs, um conjunto de ligações aditivas, devém numa sociedade de controlo modulatório. A experiência da imagem-ecrá caracteriza-se cada vez mais pelo empobrecimento da experiência perceptiva ou por um alucinação colectiva semelhante ao que se passa nas experiências dos alucinogéneos. Uma sociedade do controlo que funciona cada vez mais por controlo contínuo e por comunicação instantânea, em fluxo, deixando de ser tão relevantes os tradicionais «encerramentos» das sociedades disciplinares, havendo uma passagem de uma dependência espacial a uma dependência temporal contínua. Em muito do que fazemos e do que é feito connosco, do que percebemos e do que pensamos, dificilmente conseguimos estar separados dos ecrãs e da sua experiência perceptiva. Aquilo que é referido por vários autores como a pressão para estarmos permanentemente em conexão, modo conectivo do capitalismo. Por isso, defendemos que os modelos tradicionais de estudo inspirados no paradigma linguístico começam a entrar em crise. Há como que um “esquecimento do corpo” no campo perceptivo. Esta dificuldade insere-se numa crise da qual só se pode sair colocando em causa noções herdadas no surgimento do iluminismo e do racionalismo, através de um pensamento “inumano”, não antropocêntrico. Sugerem-se duas condições: por um lado, optar por uma história de longa duração que nos permita rever o tipo de codificação moderna das ligações; por outro, adoptar uma nova concepção do humano, assente numa nova relação entre ciência do físico e do social.

Na verdade, o corpo humano embora seja um elemento central no domínio dos estudos culturalistas, tende a ser paradoxalmente esquecido quando fazemos a recensão dos trabalhos na área dos “Estudos da comunicação”. Talvez devido às suas ligações históricas com a semiótica e a linguística, o modelo linguístico, ou o “imperialismo” linguístico tende a dominar. Apesar das tentativas de Pierce e de outros (Michel Foucault, Gilles Deleuze, etc.) estudamos as percepções, nomeadamente as que reflectem a actividade perceptiva associada às novas tecnologias de informação e comunicação como os ecrãs dos computadores, centrados nas questões de leitura, dos estudos da produção e da recepção ou através da análise do discurso. Por outro lado, a tradição sociológica nos estudos da comunicação preocupa-se quase exclusivamente com as componentes sociais como é o caso dos *cyberstudies*.

Contudo, uma outra perspectiva está emergindo. Massumi é muito claro nesta sua denúncia do que falha nos modelos semióticos:

Although the body has been the focus of much contemporary cultural theory, the models that are typically applied neglect the most salient characteristics of embodied existence — movement, affect, and sensation — in favour of concepts derived from linguistic theory. [...] The body and media such as television, film, and the Internet, [are] cultural formations that operate on multiple registers of sensation beyond the reach of the reading techniques founded on the standard rhetorical and semiotic models (MASSUMI, 2002, p. 2).

Massumi inscreve-se numa longa descendência. De facto, pensamos

que uma nova linha se abre com os *New Media Studies* a partir de autores como Walter Benjamin, Marshall McLuhan, Gilles Deleuze, Jay David Bolter e Richard Grusin entre outros. Também a área da sociologia e da filosofia da técnica mostra uma abertura a esta nova abordagem a partir de autores como Gilbert Simondon, Bruno Latour, etc.

Iremos ver apenas três contribuições que nos parecem decisivas para este debate: em primeiro lugar a de Mario Perniola sobre o papel cada vez mais relevante do inorgânico na percepção humana, a de José Gil, inspirado em Merleau-Ponty, e, finalmente, a de Gilbert Simondon.

Perniola e a mescla de orgânico com inorgânico

Perniola parte de uma observação de Walter Benjamin. Segundo este autor, a moda é, de uma forma crua, considerada o “sex appeal do inorgânico”(1) A moda, ou seja, as mulheres com os seus vestidos, que ele observa nas ruas de Paris, representam o triunfo da forma sendo o corpo, aparentemente, um resto: estamos assim perante uma mescla entre coisas inorgânicas e orgânicas. Por isso, há um *sex appeal* que vem de algo que já não é apenas o corpo mas esta conjunção, este *cyborg* emergente.

Com a expansão destas mesclas por todo o lado com as novas tecnologias da informação e da comunicação, a intuição de Benjamin ganha uma outra acutilância. Não existindo um centro definido de subjectividade, um centro do sentir, abre-se esta possibilidade: somos nós também uma parte de inorgânico.

O *cyborg* filosófico-sexual apresenta uma sociabilidade intrínseca, que todavia não depende da intersubjectividade, mas de uma relação de interfaces, que interage não entre dois sujeitos mas entre duas quase coisas» (PERNIOLA, 2004, p. 37).

Um *cyborg* que assume a ideia de que os nossos interfaces quotidianos, nas nossas carnes, também são eles interfaces de misturas de orgânico/inorgânico. Ou melhor, a fronteira em que assentamos a nossa certeza cartesiana está ela própria baseada em pés de barro como mostram igualmente os trabalhos recentes do neurologista António Damásio.

De facto, a nossa experiência de “cyborg” não é estranha ao ser humano. Já antes, como vimos atrás, Walter Benjamin tinha sublinhado que a experiência da modernidade apontava para essa cada vez maior reificação: estamos imersos em mesclas de *cyborg*. Estamos todos cada vez mais mergulhados numa

mescla entre a dimensão humana e a dimensão «coisal», através da qual, por um lado, a sensibilidade humana se reifica e, por outro, as coisas parecem dotadas de uma sensibilidade própria. [...] Com efeito, o inorgânico não é unicamente o mineral, mas também o cadavérico, o mumificado, o tecnológico, o químico, o mercantil, e o fetiche: também este se materializa, se transforma em algo de abstracto e de incorpóreo, sem por isso se transformar em qualquer coisa de imaginário ou irreal; assim, por detrás de todas estas configurações do inorgânico opera o paradigma daquilo que é maximamente real e efectivo, e que é o dinheiro [...] envolvendo, com laços inextricáveis,

sexualidade, filosofia e economia. (PERNIOLA, 1998: 175).

Nesse sentido, o que nos diz Perniola assume um outro estatuto que não se confunde com os discursos eufóricos do pós-humano:

na medida em que o utente é transformado num cibernauta que navega na realidade virtual, ele aprende a perceber o próprio corpo real como uma coisa senciente, não essencialmente diversa das paisagens quase sencientes das arquitecturas electrónicas (PERNIOLA, 2004: 83).

Não há dicotomia total e clara entre o homem (centro da subjectividade) e as arquitecturas electrónicas normalmente apresentadas como desumanas e ameaçadoras da “humanidade” ou, no seu oposto pós-humano, como motivo de uma euforia. O corpo real, sentido pelo cibernauta, é também já um senciente (*feeling*) que não é centrado na ideia da unidade do eu. Já é outra coisa: são “feelings” em que o senciente (*feeling*) de um e do outro lado não são essencialmente diferentes. Desta forma, até mesmo a noção de fronteira entre orgânico e inorgânico é abalada ou, pelo menos, repensada.

O mesmo afirma Paul Virilio (1988, p. 17-20) quando nos desmonta a noção de representação do real na fotografia. No fundo, o que denuncia em relação às imagens das próteses (fotografias, televisão, etc.) já existe potencialmente em todo o acto técnico tal como nos é revelado por Perniola. A descolagem retiniana provocada pela prótese da máquina fotográfica, na medida em que perde o referencial da relação na duração temporal e com a sua topografia, já existe em toda a técnica. Por isso, o carácter inorgânico da visão externa é internalizado. Como diz Perniola, alargando a intuição de Virilio, não é apenas o olhar mas o próprio sentir, o “feeling” inorgânico que molda o nosso olhar.

José Gil e as pequenas percepções como alternativa não excluyente da perspectiva cognitiva e individual

O conceito de percepção ligado ao corpo parece ser central nestas novas abordagens. Para isso, o pensamento de José Gil poderá dar-nos algumas chegadas importantes.

Começando por reflectir a percepção estética com a ideia das pequenas percepções, sugere que se pode alargar o seu pensamento à experiência perceptiva quotidiana. Assim, em vez de falar da percepção como uma experiência perceptiva coerente, assente “numa consciência e sujeito uno, operador de sínteses cognitivas fundamentais”, passa-se a ter como ponto de partida uma experiência múltipla e contraditória baseada em pequenas percepções que se situam já no limite do consciente (GIL, 1996: 10) . Abandona-se a noção de um sujeito cartesiano consciente e uno – individualizado na sua identidade - para se partir de uma lógica individuante e múltipla.

Na verdade, a noção de dependência em relação aos ecrãs pode ser repensada à luz do trabalho de José Gil e da sua noção de “pequenas percepções”. Já não se pretende estudar fenómenos estranhos e patológicos,

mas antes criar conceitos que permitam entender a nossa percepção quotidiana com os diferentes ecrãs.

O conceito de osmose (cf. Duchamp) reflecte o carácter compulsivo e quase não consciente. “Caracterizamos este “não consciente” como próprio de fenómenos de limiar (*edge-phenomena*)” (GIL, 1996: 11). Assim, toda a nossa experiência quotidiana é atravessada por estes processos de osmose em que as imagens contêm uma carga inconciente de sentido - a actividade verbal é quase nula(2). São as imagens ainda despojadas de sentido, ainda não aprisionadas por signos linguísticos, as imagens nuas.

Qual a diferença de José Gil em relação à tese tradicional de Merleau-Ponty? O objectivo inicial de Merleau-Ponty era evidente. “Trata-se em o Visível e o Invisível (*Le Visible et l’Invisible* de Merleau-Ponty) de ‘superar’ a fenomenologia, em particular a da percepção. [...] A dificuldade vinha da ligação que a noção de experiência estabelece entre os sentidos e a consciência. (GIL, 1996, p. 24).

No entanto, a tentativa de Merleau-Ponty é incompleta. Falta dar um passo. “A visibilidade secreta, a visão de dentro que atapeta a visão de fora não possui [em Merleau-Ponty] um estatuto claro” (GIL, 1996, p. 33).

Talvez estas dificuldades de Merleau-Ponty se liguem ao facto de ele não distinguir o olhar da visão (GIL, 1996: 47). Para ver, é preciso olhar; mas pode-se olhar sem ver. Pode-se até ver mais, olhando; não só receber estímulos, descodificá-los (ver), mas fazer intervir o corpo na paisagem. Ou seja,

entre o ‘ver passar barcos’ e ‘olhar os barcos que passam’, há a diferença entre a distância (entre o sujeito e os barcos) e uma subtil aproximação (de qualquer coisa que vem da passagem dos barcos para aquele que olha, e que determina a sua atitude). (GIL, 1996, p. 48).

Mais à frente, o autor clarifica a noção de olhar.

Olhar - não ver, unicamente - é dizer as coisas - não ainda nomeá-las - construindo um continuum articulado na visão maciça; é fazer irromper movimentos imperceptíveis entre as coisas, juntá-las em unidades quase discretas, amontoados, aglomerados, tufos, abrindo na paisagem brechas imediatamente colmatadas pelas pequenas percepções que compõem as articulações insensíveis. (GIL, 1996, p. 52).

O que Gil sublinha é essencialmente a noção de sensação pura. Uma percepção visual pura, anterior ao ver, um olhar apenas. Um olhar que esquece (coloca entre parêntesis) o que está significando, a intenção, o sentido. Fica-se pelo fluxo, pela folha cheia de letras sem qualquer significação linguística.

O ver, pelo contrário, já padece de uma espécie de vício mental. Dessa actividade fervilhante e muitas vezes entrópica. Focaliza, delimita, organiza, pré-condiciona o acto, a percepção visual.

Veremos, em seguida, como Simondon (2006), numa obra baseada nas suas aulas sobre a percepção, não se preocupa em definir objectivamente a percepção nem em encontrar os invariantes de uma aproximação fenomenológica. Na

mesma linha de pensamento de José Gil, não se deixa seduzir por uma visão objectiva que daria conta do papel da percepção no conhecimento e que este teria um papel essencial na nossa relação com a realidade.

A contribuição de Gilbert Simondon

Antes de apresentar a forma como Simondon aborda a questão da percepção, vejamos os principais eixos da sua obra inovadora. Duas linhas fortes organizam, sem dúvida, o pensamento de Simondon. Rejeita, por um lado, a noção antropocêntrica da existência de uma unidade humana colocando em causa a noção de in-divíduo finalizado, utilizando o conceito individuação. Com este termo, Simondon não pretendia uma especialização ou aproximação entre disciplinas de fronteira — uma sociologia micro ou uma psicologia do social. Defendia que as formas herdadas da filosofia, desde Platão e Aristóteles, atravessavam tanto a psicologia como a sociologia e, até, as próprias ciências da natureza. Em segundo lugar, pensava também que era necessário renovar esse pensamento a partir de novas ciências tais como a cibernética e a termodinâmica. Numa palavra, os dados deste problema necessitavam de ser repensados.

Assim, Simondon encara a individuação como um processo em que constantemente se in-divide e divide. Para entender a individuação do humano, este autor viu-se obrigado a demandar outros lugares tais como: na cibernética, na física, na biologia, etc. Implicou também o recurso a autores da filosofia e antropologia tais como: Espinosa, Henri Bergson (2001), Merleau-Ponty (1964) e André Leroi-Gourhan (1964), etc. Desta mistura extraiu os conceitos de ontogénese/individuação, transdução, in-formação/forma, meta estabilidade e campo de energias potenciais. Uma autêntica filosofia da natureza pré-newtoniana.

Considerou, por isso, necessário colocar em causa as noções clássicas do conhecimento usando a transdução, inspirada na área da Biologia. Com efeito,

a transdução permite compreender as condições sistemáticas da individuação, a ressonância interna, a problemática física. Logicamente, ela pode ser usada como fundamento de uma nova espécie de paradigmatismo analógico, para passar da individuação física à individuação orgânica, da individuação orgânica à individuação física, e da individuação psíquica ao trans-individual subjectivo e objectivo, o que permite definir o plano desta pesquisa. (SIMONDON, 1989, p. 26).

Desta forma, com este novo instrumento de conhecimento, era possível retomar uma nova aliança entre o conhecimento dito filosófico de tipo holístico e um novo conhecimento físico do mundo da natureza.

Assim, Simondon valoriza a abordagem biológica (as condutas auto-cinéticas como relevando a importância da motricidade em relação à sensibilidade) como ponto prévio de qualquer estudo da percepção ao mesmo tempo que sublinha a importância das descobertas da psicologia, nomeadamente a noção de *gestalt* e a importância do contexto. Em seguida, defende que uma das grandes condicionantes da percepção é, sem dúvida, nos

tempos modernos o contexto técnico. Por isso, torna-se necessário conhecer a significação da percepção e as suas consequências para a actividade técnica. Ver o que se passa numa situação de contexto técnico predominante em que a manipulação operatória predomina na percepção:

As investigações sobre a tecnologia humana (Faverge, Ombredane, Leplat) acentuaram a importância, na execução de uma tarefa, da informação retirada de fontes não previstos pelo construtor da máquina, o organizador do posto de trabalho, ou simplesmente pela descrição tecnológica racional da operação; muitas vezes as fontes reais de informação estão mais próximas da manipulação operatória, mais concretas, mais directamente ligadas à actividade que as fontes teóricas; nesse sentido, elas fornecem um feed-back mais contínuo pois não necessitam do recurso a um atitude de tomada de informação separada do objecto sobre o qual o operador trabalha. (SIMONDON, 2006, p. 577-578 [negrito da minha responsabilidade]).

A partir do momento que se abandona um contexto quase totalmente étnico (ou social), é necessário estudar os processos como a percepção se molda, como reage em termos de actividade neste novo contexto emergente (Simondon, 2006: 371-388).

Na história moderna da percepção, abandona-se a ideia de percepção como instrumento (Antiguidade) e de operação (época clássica) para se passar a valorizar a percepção como « actividade ». Assim, « as teorias modernas da percepção procuram descobrir o que ela é em si mesma, como actividade, e não como instrumento (como na Antiguidade) ou como operação (época clássica) » (SIMONDON, 2006, p. 73).

Para Simondon o lugar da percepção no pensamento ocidental só pode ser entendido no âmbito do debate grego. Ou seja, é apenas com o abandono da poesia, ritos e mitos como fonte do conhecimento que a percepção, numa lógica cognitiva, ganha um estatuto central. O contexto transcultural das cidades gregas talvez explique esta mudança.

Simondon descreve [...] a situação ‘transcultural’ destas cidades da Iónia onde se encontravam navegadores, negociantes e arquitectos estendendo a sua actividade em todo o mundo mediterrâneo e mostra como esta ‘universalidade operatória’ não podia satisfazer-se com as estruturas cognitivas de uma cidade particular, em que a poesia, os mitos ou os ritos não são, por definição, indefinidamente ‘dilatáveis e enriquecidos’ (BARBARAS, 2006, p. xi).

Concluindo, Simondon coloca a questão de uma outra forma, desloca o problema para outro território: a percepção é uma acção que constitui a relação mais importante do homem com o seu meio. Insiste-se nesta ideia de acção que a remete para a vida e para o corpo biológico. Tal como afirma Barbaras, a percepção é definida « como a modalidade originária da relação de um ser vivo com o seu meio, a forma como o ser entra em contacta com o meio ». Assim, “a percepção é acima de tudo um modo de exploração”. (BARBARAS, 2006, p. ix-x).

Conclusão

Os modelos tradicionais de estudo dos fenómenos do ecrã estão ainda muito dominados pelo paradigma linguístico ou pelo modelo dos *cyberstudies* ligados ao social. Neste artigo, defendeu-se uma alternativa baseada na ligação entre percepção e corpo.

A cada instante, nas relações entre seres humanos, são os milhares de imagens nuas que constituem a percepção do rosto e do corpo do outro que transportam significações mudas e informações muito mais ricas do que as mensagens verbais. (GIL, 1996, p. 15).

Como consequência, deve-se dar uma maior atenção aos fenómenos ligados ao corpo e respectivas mudanças perceptivas. O recurso a perspectivas interdisciplinares torna-se, sem dúvida, obrigatório. Por outro lado, estudar estes processos implica um uso de metodologias mais qualitativas assentes numa lógica de acompanhamento de fenómenos emergentes.

Bibliografia

BARBARAS, Renaud. « Préface ». Simondon, Gilbert, *Cours sur la Perception (1964-1965)*. Chatou: Les Éditions de La Transparence, 2006.

BERGSON, Henri. *L'Évolution Créatrice*. Paris: Presses Universitaires de France, 2001.

GIL, José. *A imagem-nua e as pequenas percepções. Estética e metafenomenologia*. Lisboa: Relógio d'Água, 1996.

LEROI-GOURHAN, André. *Le geste et la parole. Vol. 1. Technique et language*. Paris: Éditions Albin Michel, 1964.

MASSUMI, Brian. *Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation*

(*Post-Contemporary Interventions*). Durham and London: Duke University Press, 2002.

MERLEAU-PONTY, Maurice. *Le visible et l'invisible*. Gallimard, 1964.

PERNIOLA, Mario. *A Estética do Século XX*. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.

PERNIOLA, Mario. *O Sex Appeal do Inorgânico*. Coimbra: Ariadne Editora, 2004.

SIMONDON, Gilbert. *L'individuation psychique et collective*. Paris: Aubier, 1989.

SIMONDON, Gilbert. *Cours sur la Perception (1964-1965)*. Chatou: Les Éditions de La Transparence, 2006.

VIRILIO, Paul. *La machine de vision*. Paris: Éditions Galilée, 1988.

Breve referência profissional e académica do autor

Doutorado em Sociologia e investigador no Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho (Portugal). Publicou, em 2006, o livro: *O Apelo do Objecto Técnico. A perspectiva sociológica de Deleuze e Simondon*.

Notas

1 Benjamin, Walter, 1982, *Das Passagen-Werk*, Frankfurt a. M., Suhrkamp; trad. it., 1986, *Parigi, capitale del xix secolo. I passages di Parigi*, Torino, Einaudi. 1982, p. 124 citado por Perniola (2004).

2 Ver Sigmundo Freud e o ensaio sobre inconsciente referido por José Gil (1996: 14).

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication et les changements de la vie quotidienne

Hangsub CHOI

Doutor em Sociologia pela Université René Descartes - Paris V, Sorbonne
Membro do Korea Information Society Development Institute

Resumo

As novas tecnologias de informação e de comunicação (NTIC) se infiltraram em nosso cotidiano. Essas tecnologias, representadas nesse artigo pela internet e pelo celular, deverão apresentar um potencial ainda mais notável no futuro, podendo modificar não somente as estruturas econômicas e industriais, mas também a maneira de os homens pensarem e agirem.

Palavras-chave: novas tecnologias; redes humanas; vida quotidiana.

Resumé

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) se sont infiltrées dans notre vie quotidienne. Ces technologies, représentées dans cet article par l'internet et par le téléphone portable, devront montrer un potentiel encore plus remarquable dans le future, pouvant changer non seulement les structures économiques et industrielles, mais aussi la façon de penser et d'agir des êtres humains.

Mots-clés: Nouvelles technologies; réseaux humains; vie quotidienne.

Introduction

Depuis déjà une dizaine d'années, les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) se sont infiltrées dans notre vie quotidienne. Ces technologies, représentées dans cet article par l'internet et par le téléphone portable, devront montrer un potentiel encore plus remarquable dans le futur, pouvant changer non seulement les structures économiques et industrielles, mais aussi la façon de penser et d'agir des êtres humains. Tout d'abord, elles engendrent un grand changement au sein des relations humaines. Les réseaux humains deviennent de plus en plus dépendants des NTIC. Deuxièmement, la hiérarchie traditionnelle du pouvoir qui existe entre les hommes économiques commence à connaître un bouleversement à cause de la NTIC. Troisièmement, il y a un changement du statut de la connaissance et de l'information que nous connaissons aussi dans la vie quotidienne, un changement notamment engendré par la production et le partage de la connaissance et de l'information parmi les internautes. Dans cet article, je voudrais expliquer ces trois changements de la vie quotidienne que nous ne pouvions pas imaginer avant l'apparition des NTIC.

Les NTIC et les réseaux humains

Dans toutes les sociétés, les hommes existent dans les réseaux humains (KIM, 2003). Dans ces réseaux, on habite, on joue, on travaille, etc. C'est toujours en présence des autres qu'un être humain doit vivre. Et ces réseaux n'existent pas pour eux-mêmes. Ils exercent une grande influence sur la vie de l'homme, soit directement, soit indirectement. Dans certains réseaux, un individu devient un être tendre et émotionnel, dans d'autres réseaux, il devient un être rationnel. Tout cela parce que l'homme est avant tout un être social et il ne peut se passer d'autrui. En ce qui concerne ces réseaux humains, j'en peux mentionner les trois changements par les NTIC.

D'abord, les NTIC ont fait apparaître des nouveaux réseaux humains. Les nouveaux réseaux signifient ceux qui sont constitués et créés par les gens qui étaient anonymes à chacun. Depuis l'installation des internautes dans le cyberspace qui permet très souvent de partager l'émotion, des nouveaux réseaux humains commencent à proliférer. Nombre d'internautes deviennent « intimes » en partageant leurs goûts et leurs émotions grâce à la possibilité immense de « partager » des intérêts communs par le biais des NTIC. Notamment dans l'actuelle génération des jeunes, il y en a peu d'entre eux qui n'ont pas leur réseaux dans le cyberspace. On observe clairement qu'il y régit le principe de l'affinité: quelqu'un qui aime le cinéma joindra d'autres qui ont le même intérêt. Quelques uns peuvent même regarder ensemble des films pendant des heures à fin de pouvoir après partager ses impressions. Ils se donnent leur avis, des indications sur un tel autre film. Tantôt ils mènent un débat intéressant, tantôt ils peuvent en outre partager d'autres informations bien utiles. Pourtant, l'information « réelle » concernant l'identité de ces individus (nom, adresse, profession etc) n'est pas importante.

D'ailleurs, ce désir d'entraîner une nouvelle relation avec des personnes anonymes pourtant «similaires» à soi est le facteur essentiel du développement si rapide de ces espaces de partage. Ainsi, la technologie de l'information contribue à la constitution des réseaux humains par la création des nouveaux liens.

Deuxièmement, les technologies de l'information nous permettent de restituer des liens cassés, c'est-à-dire, la technologie de l'information encourage les retrouvailles des gens. Surtout, elles contribuent à restituer les liens qui avaient cessés d'exister. De nos jours, des réseaux humains disparus sont en train d'être ressuscités et de se réformer grâce aux nouvelles technologies de l'information et de communication. Ce sont ces technologies qui permettent, par exemple, aux anciens élèves d'une école primaire de se revoir lorsqu'ils sont devenus adultes.

Troisièmement, les technologies de l'information contribuent pour la constitution et manutention des réseaux humains dans l'espace physique, autrement dit, dans les réseaux hors ligne. Il est vrai que même si les gens sont bien amicaux et s'il n'y a pas toujours une interaction réciproque (soit le dialogue, soit la rencontre face à face), cette relation risque de devenir moins animée ou même de se dissoudre. Grâce à la technologie de l'information nous n'avons pas besoin de nous en inquiéter au cas où il nous arrive de rester physiquement loin de nos amis. Par de nombreux moyens (email, chat direct, rencontre par cyber-cam etc) nous pouvons désormais maintenir nos réseaux humains autant que nous voulons. Si un certain réseau disparaît, c'est souvent parce que les membres de ce réseau n'ont plus voulu y rester, non pas parce qu'il a manqué de moyens de le maintenir.

Bien que les réseaux humains sont bien influencés par la technologie informatique, il existe un côté indéniable des réseaux humains qui est déterminé par le caractère et la personnalité des individus. La volonté d'élargir ou de rétrécir ses réseaux humains est aussi un facteur important pour la constitution des réseaux. Par exemple, les gens introvertis pourront s'en servir non pas pour élargir ses réseaux humains mais plutôt pour créer leur propre espace d'interaction. Par contre, les gens extrovertis pourront essayer de faire de nouvelles connaissances par le moyen des technologies de l'information.

Selon l'étude récente de Lee (2004) qui avait l'objectif de comparer le comportement des introvertis et des extrovertis dans la vie réelle à leur comportement dans la vie virtuelle en internet, les gens qui entretiennent activement des relations hors ligne ont aussi la tendance bien active de créer de nouveaux réseaux humains en ligne. Elle mentionne aussi les conséquences dites négatives d'une aussi dite «mauvaise» utilisation d'internet des introvertis. Les introvertis, en se concentrant souvent à leur propres espaces virtuels, deviennent de plus en plus renfermés et perdent le sens de la réalité, n'échangeant le dialogue qu'avec des gens dans l'espace virtuel.

En rendant compte de cette tendance des introvertis, il y a certains qui insistent que la technologie de l'information rétrécit les réseaux humains au lieu de les élargir. Vu que la technologie de l'information n'est pas faite pour

le divertissement solitaire, mais s'est développée pour lier les hommes, on peut dire (sans hésiter) qu'il s'agit d'une technologie fondée sur la sociabilité des hommes. Il semble aussi logique de conclure que quand les hommes sont connectés, la sociabilité augmente. Néanmoins, l'on doit accepter les limites de la technologie de l'information. Celles-ci résident dans le fait que les hommes ont le caractère de ne pas toujours vouloir se lier aux hommes qui ne partagent pas leurs intérêts et leur vision du monde. Et cette tendance est de plus en plus aperçue dans l'espace d'internet.

Dans ce cas, bien que la technologie de l'information contribue à l'intégration de la société en surmontant la fragmentation de la société, elle peut accentuer en même temps les conflits et fragmenter les réseaux humains. Quelqu'un peut toujours se servir de la technologie de l'information pour réduire intentionnellement ses réseaux humains et rester dans des réseaux considérés plus « sécuritaires » de petite taille et donc plus commodes et sans risques.

La réduction des réseaux humains par la technologie de l'information se caractérise par l'organisation des réseaux humains dont les membres sont le plus souvent dans son entourage le plus proche. Récemment, la tendance de former des réseaux relationnels de petite taille composés des amis proches est de plus en plus manifeste. Il s'agit de la privatisation de son univers.

En fin de compte, si d'une part les hommes veulent obtenir le capital dans leurs relations avec les autres, d'autre part ils veulent aussi rester et se protéger dans ses propres réseaux (ses niches). Ainsi, à fin de rétrécir les réseaux et de focaliser les informations et les capitaux, un mécanisme d'exclusion ou de tri est mis en marche.

Les NTIC et la puissance collective des individus économiques

Un deuxième champs qui connaît un grand changement à cause des NTIC est celui de la relation économique entre les acteurs sociaux dans le marché. Il faut d'abord citer la notion de la société de la consommation qui a apparu après la société industrielle, une société où la consommation devient le vecteur de toutes les activités dans la vie quotidienne. Depuis cette perspective, la plupart de nos activités, politiques, économiques, sociales et culturelles etc se fonderait sur la consommation des objets. C'est toujours en consommant que l'on peut aboutir à contrôler les hommes, à mener une entreprise, à faire des amis. Cette infiltration « microscopique » dans nos vies quotidiennes est évidemment explicable dans le contexte d'une société capitaliste, lorsque son caractère essentiel est de reproduire des bénéfices et les entreprises, pour leur part, doivent toujours recréer le désir de consommer (Lee, 1996). Pour réaliser cet objectif, les entreprises produisent des nouveaux produits qui sont capables d'attirer l'attention des consommateurs, ou bien font la publicité pour créer le désir d'achat chez les consommateurs. En fait, la société de la consommation a pour la raison d'existence, la croissance perpétuelle de la consommation et la reproduction cyclique du désir de consommer. Mais, dans cette société,

les consommateurs étaient toujours les victimes. Il s'agit d'une position économique toujours inférieure. C'était toujours l'entreprise qui crée le désir de consommer, qui fait acheter des objets. Les consommateurs, de leur part, même s'ils étaient mécontents ou insatisfaits des produits ou des services offerts par une entreprise, ne pouvaient pas véritablement montrer leur mécontentement, ni trouver une solution pour résoudre le problème. Néanmoins, l'apparition de la NTIC a changé cette situation grâce à la capacité de lier des gens et de passer et partager les informations. Il s'agit de l'apparition du 'prosumer', nouveau consommateur qui possède un contre-pouvoir 'collectif' vis-à-vis la grande puissance de l'entreprise.

Il est important de faire remarquer le rôle des NTIC pour expliquer l'augmentation de la puissance économique des consommateurs. Avant tout, la réputation entre les consommateurs joue un rôle crucial pour le succès d'un tel produit ou même pour l'image d'une société. Il s'agit de la réputation d'un produit, d'une telle marque de l'entreprise. Avant l'apparition des NTIC, la communication entre les consommateurs sur un produit se faisaient seulement au niveau d'un petit réseau. Pourtant, depuis l'apparition de la NTIC, le réseau entre les hommes et les informations est devenue tellement élargi et les informations circulent tellement vite que cela permet aux consommateurs de partager les informations et les avis sur un tel produit efficacement plus que jamais. De ces réseaux, souvent informels, naît donc la puissance collective des consommateurs, qui ne se satisfont plus seulement à consommer les produits, mais qui participent très activement au processus de l'évaluation et de la production des produits, notamment au processus du lancement d'un nouveau produit.

Comment pourrait-on définir le "prosumer" ? Il faut l'expliquer en détail. On ne peut pas dire que c'est une notion académique. C'est la raison pour laquelle que nous trouvons rarement cette notion dans les articles académiques. Cette notion est généralisée et répandue par un économiste américain, Alvin Tofler. Elle signifie un acteur économique qui joue non seulement le rôle du consommateur mais aussi celui du producteur. Pendant la période de l'industrialisation et de la mass-production, telle notion n'existait pas. Tout d'abord, le "goût" du consommateur était assez « simple », au sens d'être loin d'être considéré diversifié. En se rendant compte de cette tendance, l'entreprise a tenu la stratégie de fabriquer moins cher et de faire acheter en masse. C'était toujours les cadres de l'entreprise qui décidaient de lancer ou non un tel produit. En fait, l'entreprise était l'acteur unique pour la décision du style et de la apparence du produit. Les consommateurs étaient seulement 'les acheteurs' pour l'entreprise. Même s'il y a un mécontentement sur un produit, un consommateur n'arrivait pas bien dresser son mécontentement à l'entreprise puisqu'il n'y avait pas de moyens efficaces pour faire accepter ce mécontentement aux gens de l'entreprise. L'entreprise n'ignorait pas bien sûr ces réactions des consommateurs, mais il suffisait d'en rendre compte. Elle était loin de devenir dépendante de ces avis des consommateurs. Elle était loin d'être motivée par les consommateurs. La motivation du lancement d'un produit venait d'elle-même. La stratégie de l'entreprise ne reposait pas sur les consommateurs. Les

consommateurs étaient donc les principaux « victimes » de la mass-production. La situation s'est aggravée de plus en plus au cours du 20^{ème} siècle avec le succès du modèle capitalisme de marché américain. Néanmoins, depuis que les consommateurs arrivaient à rassembler leur avis grâce aux NTIC, l'entreprise doit se mettre à ne plus négliger la puissance des consommateurs. L'augmentation spectaculaire des avis collectifs des consommateurs deviennent le véritable menace pour l'entreprise. Je souligne encore le changement de la relation hiérarchique entre ces deux acteurs économiques entraînée par les NTIC.

Il faut aussi ajouter que l'individuation du goût a joué un rôle non-négligeable pour expliquer l'émergence de cette contre-puissance des consommateurs. L'individualisation naît de la diversité culturels de goût et l'entreprise a dû reconnaître cette diversité pour ne pas échouer.

En bref, le prosumer se résume comme un consommateur beaucoup plus actif et collectif. Le prosumer refuse d'être manipulé par la publicité et par la stratégie du marketing de l'entreprise. En revanche, il juge et consomme un tel produit rationnellement et il n'hésite pas à proposer aux entreprises les points forts et faibles du produit. Cette sorte d'action signifie qu'un individu montre sa « subjectivité » plus que jamais en tant que consommateur. Il s'agit d'exploiter au maximum la potentialité du soi. En possédant la connaissance presque au niveau professionnel sur un tel produit, le prosumer et ses formes de consommation sont en train de devenir un facteur essentiel dans la structure économique. Les prosumers essaient de former une communauté avec les autres prosumers afin que leur influence soit plus forte. Il est intéressant de trouver une sorte de la « conscience collective » dans cette communauté. Les membres croient qu'ils peuvent donner la confiance aux informations qui y sont partagées. C'est parce qu'ils se sont rassemblés pour le même objectif d'influencer sur le processus de produire et de consommer en utilisant ces informations. Les activités des prosumers ne se restreignent pas seulement dans le cyberspace. Ils décident de se rencontrer dans l'espace phisque si nécessaire. Lorsque les informations sur un produit qu'ils se donnent parassient vagues, pas précis, trop abstraites, ils n'hésitent pas de quitter le cyberspace pour se rassembler dans un café ou dans un bar etc, où ils arrivent à concrétiser plus aisément et efficacement les informations sur un produit.

Selon le sociologue français Nadine, la relation entre les consommateurs et les producteurs est originellement inégale car c'est toujours la part des producteurs qui monopolisent les informations du produit (2004, p.7). Notamment les producteurs tendent à cacher les informations sur les défauts du produit et s'ils décident de les cacher, les consommateurs n'ont pas grands moyens d'avoir accès à ces informations. Il s'agit de l'accès inégale aux informations. Lorsqu'un problème passe concernant la qualité du produit, les consommateurs n'arrivent pas facilement à adresser leur mécontentement tandis que les producteurs possèdent divers moyens à résoudre ce problème à l'insu des consommateurs. C'est une sorte de l'aliénation du produit et du processus de production que les consommateurs éprouvent. Pourtant, cette insistance

de Nadine n'est plus pertinente pour expliquer le phénomène du prosumer. Le développement de la NTIC a apporté la possibilité indéfinie du partage des informations. Et en se servant de cette possibilité, les consommateurs qui étaient passives auparavant sont en train de devenir beaucoup plus actifs. En raison de l'apparition des prosumers, il devient presque impossible pour l'entreprise de sélectionner et de donner uniquement les bonnes informations sur le produit. Autrement, il n'est plus possible de cacher les défauts du produit. Dès qu'un produit est introduit dans le marché, toute sorte d'informations, même les informations que les producteurs n'ont pas trouvées, sont diffusées volontièrement par milliers des internautes qui ont eux-mêmes, de leur part, déjà utilisés le produit.

Ceux qui tiennent plus souvent ce comportement pro-actif, parmi les prosumers, c'est la génération plus jeune. D'ailleurs, ce sont notamment des produits numériques (HDTV, ordinateurs portables etc) qui font l'objet de l'attention de la plupart des prosumers. Et les consommateurs les plus importants des produits numériques sont les jeunes, un cible devenu crucial pour l'entreprise. Or souvent quand on discute sur les jeunes en tant que consommateurs, le discours général est que les jeunes sont manipulés par les adultes et par l'entreprise. Les jeunes, pas encore maturés mentalement, risqueraient d'accepter trop facilement les messages de la publicité. Donc ils seraient utilisés pour le profit du capitalisme. Il s'agit là plutôt de la perspective de la sociologie critique de l'école de Francfort. Hwang (2003) insiste que les jeunes n'arrivent pas à discerner les « bons » des « mauvais » produits. Selon lui, les jeunes sont trop influencés par la publicité et qu'ils n'ont pas la capacité de bien saisir les messages publicitaires.

Pourtant, serait-il vraiment le cas? Qui finalement connaît mieux et utilise d'avantage les produits numériques? La génération d'adultes qui a grandi dans la culture analogique est souvent loin de bien comprendre les produits numériques. Ils se voient parfois même « étrangers » vis-à-vis la culture numérique à cause de la manque d'expérience et d'une connaissance approfondie de cet univers. Ce sont les jeunes qui comprennent mieux les produits numériques simplement parce qu'ils sont nés et ont grandi entourés par des objets techniques, le téléphone portable, l'ordinateur portable, l'internet etc. Le niveau de la compréhension d'un fait social dépend de la qualité et de la quantité des connaissances et des expériences sur ce fait. En ce qui concerne les faits sociaux appartenant à l'univers analogique, c'est peut-être les adultes qui les comprennent le mieux. Néanmoins, en ce qui concerne les produits numériques, c'est la génération jeune qui en possède une meilleure compréhension.

Cela explique le fait que la génération jeune est très bien capable de résister de faire l'objet de la manipulation par l'entreprise surtout si c'est le cas des produits numériques. En fait, le nouveau concept 'prosumer' est né en se fondant sur la nouvelle mode de consommation chez les jeunes. Comme a noté Chesneaux, sociologue français, la culture technologique s'est toujours développée par l'utilisation des produits technologiques de la génération jeune,

un fait important pour expliquer la société de la consommation (1983, p. 161).

Malgré le rôle important du prosumer dans le marché, on s'en doute souvent de la possibilité de sa manipulation par l'entreprise. Selon cette perspective, même si apparemment le prosumer permet de contre-attaquer le pouvoir de l'entreprise, le prosumer n'est qu'être manipulé et utilisé par l'entreprise qui utilise une stratégie de marché bien détaillée. À ce propos, Habermas, remarque la « pauvreté de la conscience » de la consommation dans la société moderne (Lee, 1996, p.46) et critique que les hommes modernes n'arrêteraient pas de consommer et n'arriveraient non plus à contrôler le désir de consommation. L'entreprise leur donne la fantasie du bonheur à travers la publicité du produit. Néanmoins, selon lui, au lieu d'éprouver le bonheur en consommant le produit, les hommes modernes en deviennent addictes. Hanna Arendt, de sa part, aurait insisté que le désir indéfini pour les produits de consommation aurait fait les hommes modernes éprouver l'obsession perpétuelle pour la richesse et cela lui dénie un malheur perpétuel (Lee, 1996, p.47). Dans ce contexte, la communauté des prosumers au cyberspace risque d'être critiqué pour favoriser l'entreprise au lieu d'éventuellement la critiquer, c'est-à-dire, de devenir un espace qui fait plutôt la publicité qu'un espace de contre-pouvoir.

Les NTIC et le changement au niveau de la connaissance

Si on nous demande « qu'est-ce qui vous manquerait le plus si l'internet disparaît? », beaucoup d'entre nous pourraient répondre que ce serait « la possibilité de trouver des informations et des connaissances qu'on en a besoin ». Aujourd'hui, plus habitués à utiliser l'internet, les hommes ne se satisfont plus à trouver des informations « simples ». Ils ont commencé à demander des « connaissances » ou des informations plus spécialisées. Il y en a milliers d'exemples, comme la quête de la façon plus simple de se faire rembourser des taxes, de découvrir le profit probable d'après l'investissement dans les actions d'une certaine entreprise, de comment mieux précautionner les cancers, des astuces pour préparer l'examen d'entrée à l'université, etc. Ce ne sont pas des questions à quoi n'importe qui peut répondre facilement. Il faut une connaissance assez approfondie pour y satisfaire.

Aujourd'hui il est suprenant de découvrir qu'il y a beaucoup de spécialistes qui consacrent une partie de leur temps à répondre à ces questions en ligne. Il s'agit du partage des connaissances. En 2006 j'ai mené une recherche concernant ce sujet. J'ai pu constater le fait de qu'il y a pas mal de docteurs dans des hopitaux en Corée du Sud qui participent à ce partage avec des internautes des connaissances médicales, notamment sur le cancer.

Ce n'était pas très évident de pouvoir produire et partager, à ce niveau, des connaissances avant l'apparition des NTIC. C'est impensable s'il n'y a personne à répondre, s'il n'y a pas assez des espaces d'échange pour le faire. D'ailleurs, même le plus gros portail d'internet n'est pas capable de répondre à toutes sortes de questions posées par millions des internautes. Juste avec une

équipe de spécialistes à l'intérieure de l'entreprise, il est toujours impossible à satisfaire demande pour un type de information issu de l'interaction. Mieux vaudrait de construire des interfaces à travers lesquelles les internautes eux-mêmes pourraient répondre les uns aux autres. Une entreprise coréenne du portal 'Naver' a adopté en premier cette stratégie et ensuite est devenue la plus grande entreprise du genre.

Le problème qui je me permets de poser ici est l'effet de l'utilisation habituelle de ce service de 'Recherche de connaissances'. Cette utilisation me fait penser au concept de « l'habitus du sens » chez Bourdieu. L'habitus signifie l'intériorisation de la structure sociale par l'individu. Par cette intériorisation, il naît la structure intériorisée chez l'individu qui forme ensuite la structure sociale. L'habitus est aussi le système de cognition et d'action qui est formé chez l'individu dans la relation avec la structure sociale. En ce sens, on peut dire que l'habitus est la structure structurée et aussi la structure structurante. J'insiste que l'utilisation quotidienne de ces services de 'Recherche de connaissances' joue le rôle de « l'habitus ». Si l'on considère ce service comme la structure composée des connaissances sociales, les acteurs qui l'expérimentent chaque jour acquièrent une nouvelle perspective sur la production de la connaissance.

En général, la connaissance est considérée comme une valeur absolue dont la légitimité est assurée à tout prix, comme indépendante du contexte où elle s'est produite. Pourtant, il ne faut pas confondre « connaissance » et « savoir » et négliger que ce dernier normalement fonde sa légitimité par une classe dominante qui monopolise le savoir pour légitimer son pouvoir politique et sociale. Les élites ont réussi à faire croire que la connaissance qu'ils produisent aurait une vocation universelle et servirait non pas seulement pour elles, mais aussi pour tout le peuple. Et le peuple, manquant la possibilité d'en faire des distinctions, a facilement accepté la légitimité du savoir puisqu'ils étaient ignorants. Il était hors de question d'avoir la moindre doute si une connaissance est vraie ou fausse. Néanmoins, dans l'ère de la société de l'information où il existe nombreuses voies d'informations, il n'est plus possible qu'une connaissance obtienne l'autorité absolue. La connaissance n'est plus quelque chose indépendante d'un temps et d'un espace. Par contre, la connaissance existe comme quelque chose plurielle qui est dépendante de la médiation produite dans des temps et dans des espaces. Pour expliquer un fait social, il existe plusieurs éléments dont la légitimité est déterminée par le contexte. Donc évidemment une connaissance qui peut être considérée valable dans une société ou dans une période particulière, peut ne pas l'être dans l'autre. Jusqu'à présent, les hommes n'ont pas été capable de discerner le statut d'une connaissance à cause de la manque du moyen de s'approcher aux informations concernées. Mais comme les moyens d'avoir les informations deviennent plus accessibles et comme ces moyens existent en tant qu'un réseau dans la société de l'information, on peut parler de la crise de l'autorité de la connaissance, ou de la science exacte, mentionné par Mannheim(1936).

Conclusion

Dans la société de l'information, en raison de l'accélération de la vitesse

du transfert des informations, la vitesse des interactions entre les hommes s'accroissent aussi. L'internet a pour son caractère essentiel la rapidité. Il a été créé pour transférer les informations et de plus en plus denses et de façon rapide. Et les hommes qui utilisent l'internet dans la vie quotidienne deviennent à leur insu obsédés par la rapidité de cette communication et de cette interaction. Et l'obsession par la vitesse a entraîné l'exclusion de tout ce qui n'est pas rapide. Uniquement ce qui répond à la rapidité est valorisé. Dans ce contexte, ce qui demande plus de temps tend à perdre sa valeur. La valeur de la connaissance 'immédiatement utilisable' donc 'pratique' est plus que jamais importante. Les hommes peuvent s'adapter à la vitesse du changement de la société. En revanche, une connaissance considérée trop difficile, trop théorique et pas trop « pratique », se voit de plus en plus éloignée de l'attention des hommes.

Or, pour que la connaissance puisse être comprise et utilisée rapidement, il y a une condition. C'est que telle connaissance soit plus facilement appréhendée. Même qu'elle soit considérée « théorique » et « difficile », il faut la « traduire », la « décoder ». Si la connaissance théorique a été auparavant monopolisée par les élites, c'est actuellement par le partage qu'elle peut finalement parvenir à un domaine commun. Et pour que la connaissance soit partagée, dans ce cas aussi, elles doivent être « faciles » ou « douces ».

Il n'est pas pertinent d'essayer d'expliquer ce partage des connaissances seulement dans la perspective technologique. Le côté psychologique y est aussi très important. Dans la société industrielle, la possession des objets était la valeur primordiale. Mais dans la société de l'information, la possession temporaire, indirecte et la valeur du partage deviennent de plus en plus la valeur essentielle. Finalement, il s'agit plutôt de l'accessibilité aux objets, non pas de la possession des objets, comme affirme Rifkin (2001).

Donc, pour conclure, il est possible d'envisager une augmentation des acteurs qui « possèdent temporairement » et « virtuellement » et qui partagent avec les uns avec les autres dans l'environnement du réseau. C'est parce que les hommes commencent à croire que ce partage leur rend plus de bénéfices que la possession permanente. L'espace de « recherches de connaissances » est justement un espace qui a été créé pour faciliter et renforcer la valeur du partage, qui y peut être maintenue, développée. Et pour que la connaissance soit partagée, elle ne doit pas rester trop « théorique » et trop « difficile ». C'est pourquoi la « décodification » des savoirs par le partage, capable de transformer ce qui est « difficile » et « théorique » dans une connaissance « facile » et « pratique », est plus que jamais demandée et appréciée dans nos sociétés.

Bibliographies

Fraselle, Nadine. 2003. [Pour une sociologie globale de la consommation].
Edition Labor.

Hwang H.J. 2003. 'l'étude sur la culture de la consommation des jeunes'.

Jean Chesneaux. 1983. De la modernité. Paris. Ed. La Découverte.

Kim Y.H. 2003. 'La théorie du réseau social'. Bakmoongak. Séoul.

Lee D:H. 2004. 'la NTIC et la culture de la génération jeune'. KISDI

Lee Y.J. 1996. 'la société de la consommation et les femmes'.

Mannheim, K.(1936). Ideology and Utopia: Harcourt: Brace & World.

A ubiqüidade da informação digital no espaço urbano

Julieta Leite

Arquiteta Urbanista e mestre em Desenvolvimento Urbano pela UFPE. É doutoranda em Sociologia na Universidade Paris Descartes e integrante do CEAQ - Centre d'Études sur l'Actuel et le Quotidien – como bolsista do programa Alban.
e-mail: julietaleite@gmail.com.

Resumo

Este artigo apresenta uma abordagem da cidade contemporânea do ponto de vista da contribuição das novas tecnologias digitais na constituição de laços sociais e na caracterização dos espaços urbanos. A análise de exemplos de interações cotidianas entre o meio digital e a cidade ilustra as considerações teóricas sobre novas formas de experiências do espaço social, mais precisamente a da ubiqüidade, na construção de novas experiências espaciais coletivas.

Palavras-chave: Espaço Urbano, Tecnologias digitais, Ubiqüidade.

Abstract

This article focuses on the contemporary urban spaces from the point of view of three interconnected process: the use of digital technologies, the characterization of city spaces and the development of social links. The analysis of the daily interactions between the digital data and the city illustrates theoretical considerations about particular experiences concerning social space, more precisely that of ubiquity, and its contributions for the construction of new collective spatial experiences.

Keywords: Urban City, Digital Technologies, Ubiquity.

Résumé

L'article porte sur la ville contemporaine selon la contribution des nouvelles technologies numériques au processus interconnecté de la formation des liens sociaux et la caractérisation l'espace urbain. L'analyse d'exemples d'interactions quotidiennes entre les données numériques et la ville illustre les considérations théoriques autour de certaines expériences de l'espace social, plus précisément celle de l'ubiquité, dans la construction de nouvelles expériences spatiales collectives.

Mots-clés: Espace Urbain, Technologies numériques, Ubiquité.

A cidade e o ciberespaço

As primeiras formas de representação do ciberespaço utilizavam a imagem da cidade como metáfora espacial para a identificação e, segundo Flichy (2001), para a humanização dos espaços virtuais. As referências à realidade física são comuns na arquitetura do virtual, assim como as alusões nominativas. Os termos *site*, *piazza*, portal e biblioteca, por exemplo, nos orientam na *flânerie* textual da Internet, indicando os conteúdos e as atividades relacionadas a cada *link* do hipertexto.

O próprio termo Ciberespaço aparece pela primeira vez em 1984 na obra de ficção científica de William Gibson, *Neuromancer*, descrito com base na imagem de uma cidade à noite, percebida por meio das suas luzes. “O ciberespaço. Uma alucinação consensual vivida diariamente por bilhões de operadores autorizados, em todas as nações (...). Linhas de luz abrangendo o não-espço da mente, nebulosas e constelações infindáveis de dados. Como marés de luzes de cidade...” (2003, p.67).

No início dos anos 1990 a Internet amplia consideravelmente a capacidade das conexões eletrônicas via computadores. Diversas formas de representação coletivas começam a ganhar lugar no Ciberespaço; algumas comunidades físicas buscam na Internet - via a informação e a comunicação - desenvolver localidades urbanas e rurais (1), tanto do ponto de vista econômico como da infra-estrutura espacial.

As gestões urbanas não demoram a investir nas novas tecnologias digitais, vistas como alternativas para o crescimento econômico e para a renovação dos espaços urbanos. Ao final dos anos 1990 observam-se diversos projetos de redes de conexão computadorizada, construção de *tele-centros* e *cidades digitais* (2) principalmente nas cidades da Europa e nos Estados Unidos. A comunicação começa a fazer parte da infra-estrutura urbana local e cotidiana.

Nos últimos vinte anos as tecnologias digitais foram rapidamente incorporadas ao cotidiano dos lares e escritórios, chegando a provocar novos questionamentos sobre o futuro das cidades. A idéia de que o ciberespaço poderia dissolver a relação entre diversas atividades sociais e o espaço da cidade coloca em questão o espaço público (3), uma vez que os encontros, os debates e as trocas entre os indivíduos poderiam a partir de então se situarem no ciberespaço.

No entanto, o que se observa atualmente é que a cidade continua sendo um lugar de referência e de relações sociais. Os percursos e deslocamentos na cidade nunca foram tão numerosos e se considerarmos a economia global, as localidades urbanas são ainda fatores relevantes para os investimentos e os negócios (4). Sobre a relação entre as novas tecnologias digitais e as dinâmicas urbanas, o sociólogo Bruno Marzloff (2006) afirma que tais tecnologias e a cidade têm hoje uma mobilidade bastante imbricada e conclui que « aqueles que praticam mais a cidade são também aqueles percorrem mais a Internet». Estaríamos nós construindo uma nova topologia urbana, como a *E-topia* de William Mitchell (1999)?

Tal imbricação entre as dinâmicas urbanas e aquelas do ciberespaço existe de fato apenas nas grandes cidades desenvolvidas, onde o uso das

tecnologias digitais faz parte do cotidiano social. Mas do ponto de vista das relações econômicas e culturais, todas as cidades são hoje, de uma forma ou de outra, afetadas por uma interdependência global (BAUMAN, 2001; SASKEN, 2001, 2008), cuja contribuição dos sistemas digitais de comunicação e de informação é considerável. Desse modo, é possível destacar dentro do panorama urbano atual a aceção de um novo tipo de espaço, o *espaço de ubiquidade*, resultado da conjunção da informação e da comunicação digital ao espaço urbano.

Espaço de ubiquidade

Ubique, do latim, significa por toda parte. Esse termo é difundido pela primeira vez como título do romance de ficção científica de Philip K. Dick no final dos anos 1960. Em *Ubik* os personagens mortos são colocados num estado de “semi-vida” ou um coma artificial, uma situação que lhes permite construir uma rede de pensamentos que os unem aos personagens vivos. No domínio da informática, ubiquidade designa a capacidade de diversos sistemas em partilhar uma mesma informação. A ‘ubiquidade da informação digital’ corresponde então à expansão da rede de informação e comunicação digital na cidade, para além dos computadores portáteis (5). Esse fenómeno se constrói a partir de objetos portáteis e dos ambientes, estabelecendo uma relação entre os espaços físicos, o cotidiano social e a rede virtual por meio do telefone celular, do GPS (*Global Positioning System*), do computador de bolso ou PDA (*Personal Digital Assistant*), dos *tags* (ou *flashcodes*), dos chips diversos e, invisivelmente, dos territórios servidos pela conexão sem fio - *wifi* ou *bluetooth*.

A noção de uma *informação ambiente*, também denominada ‘informática física’, ‘média tangível’, ou ‘ubimedia’ segundo Adam Greenfiel (2006), anuncia um novo paradigma de interação entre a informação digital acessível em todos os lugares, dependendo do contexto e do lugar onde se situam os indivíduos e os objetos comunicantes. Na concepção da arquitetura da cidade, a *informação ambiente* define uma nova paisagem urbana, desenhada pelas novas estruturas espaciais informativas como painéis digitais, fachadas eletrônicas, estações de conexão e terminais de serviços digitais.

Ilustraremos a seguir esse novo panorama por meio de alguns exemplos de sistemas de interação da *informação ambiente*. São eles: os espaços de conexão sem fio, os *tags*, o GPS e os serviços de *geolocalização* na Internet.

Wifi

A conexão com uma rede local sem fio, conhecida com *wifi* (de *wireless fidelity*) ou *wireless LAN*, permite conectar computadores portáteis, estações de trabalho, periféricos, mini-computadores como o PDA e outros objetos “comunicantes” a uma rede em banda larga, dentro de um raio de normalmente vinte a cinquenta metros de distância. Esse tipo de conexão começou a ser oferecido em escritórios e, publicamente, em zonas de grande concentração de utilizadores como gares, aeroportos, hotéis. Atualmente, as áreas de cobertura *wifi* cobrem também espaços públicos da cidade como praças, parques e jardins (6). No caso dos espaços públicos, a estação de conexão (ou *hotspot*) define

superfícies de acesso à Internet, caracteriza uma nova apropriação do espaço urbano e, de certo modo, redefine a noção de 'público' para esses espaços. A demarcação das superfícies reforça ainda a idéia que os elementos do ciberespaço podem ser trazidos aos espaços físicos da cidade e vice-versa (ver fotos 1 e 2).



Um outro exemplo de marcas do ciberespaço no espaço urbano são os *tags*. Conhecidos como inscrições gráficas, eles funcionam como códigos de barra e reúnem informações indicadas sob forma de imagens. Também chamados de *flashcodes*, os *tags* utilizam a simbologia de um código de barras bidimensional de alta densidade, o que lhes permitem representar uma quantidade importante de informações sobre uma superfície reduzida (7). Para acessar as informações utiliza-se o telefone celular, por meio do envio de uma mensagem de texto (*sms*) ou da imagem (foto) do *tag*. Esse recurso tem sido bastante utilizado pela imprensa em revistas e anúncios publicitários, mas os *tags* fazem também parte de projetos urbanos (ver fotos 3 e 4). Nestes casos, apresentam-se relacionados aos lugares onde eles estão exibidos e servem a alimentar a comunicação entre os passantes, instituições e o lugar.



GPS

O GPS é um sistema que indica uma posição sobre a superfície da terra com a ajuda de um aparelho que recebe as coordenadas de latitude e longitude por satélite. Sua aplicação mais comum se observa nos automóveis, onde o GPS serve para a orientação do condutor que, ao comunicar ao sistema o endereço

do destino desejado, recebe em tempo real as indicações do trajeto a realizar. Como todo sistema de informação territorial digital, o GPS pode cruzar os dados geográficos com outros tipos de informações como, por exemplo, o estado do tráfego. A combinação desse sistema de *geolocalização* com a cartografia permite uma mobilidade urbana mais interativa e dinâmica. Adaptados à escala do pedestre, novos programas sugerem hoje cálculos de itinerários urbanos que informam as vias de pedestres, as entradas de parques, pontos de interesse, fotos das edificações, dos monumentos entre outros detalhes (8).

Geolocalização

Um tipo de consulta freqüente na Internet são os mapas virtuais para a localização de endereços, edificações e trajetos como os *sites* do Googlemaps, Googleearth, Mappy, entre outros. Os mapas virtuais podem combinar indicações gráficas e fotos aéreas num sistema de mapeamento interativo que permite facilmente ampliar ou reduzir a visualização sobre uma superfície de um bairro, uma cidade, um país, ou mesmo o planeta. Essa cartografia permite também cruzar diferentes níveis de informações sobre o espaço urbano, como a qualidade do meio-ambiente, os transportes públicos disponíveis e os tempos de trajetos. As informações apresentadas por tais mapas participam de nossas decisões cotidianas e fazem também parte de novas propostas artísticas e econômicas.

No que concerne à oferta de bens e serviços, a *informação ambiente* pode também contribuir para a construção de uma *cidade perversa* (MARZLOFF, 2006). Do inglês, o termo *pervasive* remete à onipresença das redes digitais onde os objetos comunicantes se reconhecem e se localizam automaticamente entre eles. A *cidade invasiva* ou *perversa* compreenderia então um ambiente onde a massificação dos objetos digitais no cotidiano permitiria a invasão da publicidade e a divulgação das nossas vidas privadas.

O espaço virtual e o espaço urbano entram em sincronia, uma vez que as formas de interação entre a cidade e o ciberespaço são dirigidas pelo conteúdo da informação e pelo contexto físico dos indivíduos. Terminais eletrônicos conectam os indivíduos uns aos outros, mas conectam também os indivíduos às informações presentes no ambiente. Tais interações caracterizam novos tipos de laços sociais, elas se apóiam na comunicação cujo conteúdo é um instante, um acontecimento, um lugar. O exemplo mais simples, nas conversas via celular, escuta-se frequentemente alguém que pergunta “onde você está?” ou alguém que responde “eu estou em tal lugar”.

Paradoxalmente, a *ubiquidade* nos reporta a uma escala física e local: da rede de conexão sem fio. Ela responde a uma curta escala espacial, da cobertura do *hotspot*, e as interações dependem dos objetos portados pelos indivíduos e do lugar onde eles estão. Desse modo, as conexões digitais exaltam os *lugares de ubiquidade* e o território ganha em potência como interface relacional para as ‘multidões inteligentes’ (RHEINGOLD, 2002). “Nossas proximidades, embora plurais, às vezes instantâneas, exigem serem conhecidas em tempo real e em lugares reais.” (9) (MARZLOFF, 2006).

Chega-se então a questão central desse artigo: que o desenvolvimento da *informação ambiente* vinculado às dinâmicas sociais urbanas tem um importante papel no uso e na valorização dos espaços da cidade. Uma vez que a informação digital se reporta e passa a fazer parte dos espaços públicos, ela permite novos canais de interação e o registro de informações sobre a cidade e seus habitantes. A conjunção da rede do ciberespaço ao espaço urbano pode assim proporcionar um retorno à experiência do lugar, do interativo, do tátil. Neste ponto de vista, o *espaço público da ubiquidade* aumenta o potencial de construção de novas formas de experiências espaciais coletivas.

Ubiquidade e experiência coletiva

Dentro de uma abordagem morfológica do social, Halbwachs estabelece relações dialéticas entre o grupo social e o espaço que ele habita: “quando um grupo está inserido numa parte do espaço, ele a transforma à sua imagem, ao mesmo tempo em que se sujeita e se adapta às coisas materiais que a ele resistem. Ele se fecha no quadro que construiu” (1968, p.132). A ênfase dada à imagem do espaço como elemento que imprime significado ao grupo que o habita é bastante pertinente dentro de uma abordagem simbólica da cidade. No entanto, a concepção de um ‘enquadramento’ (seja ele espacial ou cultural) nos parece difícil de estabelecer nos dias de hoje, a não ser de uma forma dinâmica. “Pertencemos com certeza a um dado lugar, mas nunca de maneira definitiva” (MAFFESOLI, 1990, p.217).

Esta última parte do artigo visa estabelecer uma abordagem da experiência coletiva do espaço por meio de uma leitura em paralelo das considerações de Halbwachs e de Maffesoli sobre a memória e o imaginário cotidiano, respectivamente. A interpretação de sensações e emoções relacionadas ao espaço é pouco praticada pelos urbanistas contemporâneos, apesar de constituir um meio importante para a compreensão das dinâmicas sócio-espaciais. Segundo Maffesoli (2007), a multiplicidade de ordens simbólicas escapa diversas vezes às análises das metrópoles, mesmo se ela fundamenta os canais mais sólidos da cidade. A apreensão afetiva e simbólica do espaço, como parte de um estudo das construções sociais do espaço, é uma proposta para o estudo da cidade contemporânea, complexa e multifacetada, como sugerem os trabalhos de Marcel Hénaff e Pierre Sansot (10).

As considerações de Halbwachs sobre a experiência coletiva do espaço permitem uma boa compreensão das experiências coletivas da cidade, mas é preciso destacar que o tema principal da sua obra é a memória coletiva. Vista do ponto de vista social, a memória é intimamente ligada à experiência do espaço – seja através dos lugares, dos objetos ou dos acontecimentos que se passam no espaço, como se este último fosse um dos elementos que compõem o cimento construtor dos laços sociais. Um bom exemplo apresentado por Halbwachs é a visita a uma cidade pela primeira vez. Essa experiência inevitavelmente faz referências aos relatos de outras pessoas que já estiveram no lugar: um arquiteto que aponta os detalhes das fachadas, um historiador que nos ensina sobre a época e os lugares de fundação da cidade. Esses elementos da memória nos

fazem sentir que em realidade nós não estamos sós, porque outros indivíduos fazem parte da construção da experiência do lugar. “Para melhor me recordar eu me volto para eles, adoto momentaneamente seu ponto de vista, entro em seu grupo, do qual continuo a fazer parte” diz Halbwachs (1968, p.3).

Em termos espaciais, a memória coletiva imprime sentido e uma significado aos espaços ao longo do tempo, fazendo o espaço (do passado) familiar (no presente) e transformando-os em lugares. Tal concepção de lugar indicada por Halbwachs é muito próxima daquela empregada pelo geógrafo Yi-Fu Tuan (1977) para quem o espaço transforma-se em lugar quando ganha uma definição e uma significação, quando o espaço é familiar. Um outro autor da teoria do espaço (e do lugar), o arquiteto Christian Norberg-Schulz, apresenta-nos uma concepção semelhante, e no que se refere à memória, ele a considera também como assimilação do espaço: “A memória, a orientação e a identificação dos aspectos do uso do lugar são fundamentais na compreensão desse último. E é sobre esses aspectos que se baseia o reconhecimento (...) que constitui o pressuposto do *enraizamento* de uma comunidade” (1997, p.82).

Vale a pena observar que tal abordagem da memória nada tem haver com medo do esquecimento ou do desaparecimento de signos culturais de identidade, como muito tem sido associada nos dias de hoje às questões sobre o patrimônio e bens culturais coletivos. A acepção de memória aqui evocada orienta-se para a possibilidade de restituir no presente práticas, valores, ou de se (re)apropriar de espaços da cidade, afirmando-os coletivamente. Por meio da memória associamos os elementos de um determinado espaço às experiências vividas por uma coletividade em particular. E esse fenômeno tem um ponto comum com o da ubiquidade da informação digital: a relação entre o território e as práticas coletivas na caracterização dos espaços e na construção de laços sociais.

A cidade é percebida aqui segundo dois pontos de vista: na perspectiva da ubiquidade, do laço (*link* eletrônico) que define novas práticas e relações com o espaço; e na perspectiva da memória, do espaço como referência para com a construção de laços sociais. Poderíamos adotar tanto uma perspectiva quanto a outra, uma vez que a cidade se constrói simbolicamente e tem uma confecção dialética. “O lugar recebe a impressão de um grupo e vice-versa” (HALBWACHS, 1968). No entanto, escolhemos nos situar essencialmente dentro do contexto espacial e segundo o percurso indicado por Michel Maffesoli, “o lugar faz o elo” (1990).

As considerações de Maffesoli sobre o aspecto emocional do lugar são aqui associadas àquelas de Halbwachs sobre a memória coletiva. Fazemos referência ao pensamento de Maffesoli uma vez que a cidade possui uma posição importante na abordagem desse autor sobre o cotidiano social. Segundo Maffesoli (1990), a cidade é um espaço sensível, essencialmente relacional, onde circulam as emoções, os afetos e os símbolos. Por outro lado, as emoções da vida social ou da vida espiritual constituem “um fio vermelho que delimita o ‘gene do lugar’ (*genius loci*) (...). A inscrição espacial é uma verdadeira memória coletiva” (p.210). O lugar é considerado como um ‘vetor do estar junto social’.

Maffesoli ressalta na definição do *genius loci* a caracterização de lugares emocionalmente vividos, que se transformam em ‘lugares conhecidos’, delimitados, de certa maneira pelas práticas e apropriações dos grupos sociais, mesmo se por uma delimitação efêmera das tribos urbanas. As formas sociais na cidade são percebidas em torno desses ‘lugares emblemáticos’ que servem de fonte para a banalidade da vida cotidiana, a partir dos quais se delimita um imaginário social (2007, p.55). São os lugares emblemáticos, onde se constroem os momentos de identificação, de encontro e de contato direto com o próximo e no presente, que fazem da cidade um ‘espaço de socialização’ e uma referência para o observador do social. Considerando que a formação dos laços sociais estruturados pela *informação ambiente* baseia-se tanto em antigos valores coletivos quanto na experiência instantânea, mas emocionalmente vivida, os *lugares de ubiquidade* podem ser considerados como novos ‘lugares emblemáticos’, na concepção de Maffesoli.

Considerações finais

Analisando os processos da ubiquidade da *informação ambiente* e da partilha da memória coletiva no interior dos espaços urbanos, constata-se que o lugar de ubiquidade pode constituir um terreno para a formação de novas experiências sócio-espaciais. Como sugere Federico Casalegno, identificamos uma nova configuração na relação entre o lugar, a memória e as relações sociais, uma forma de experiência urbana coletiva que associa a *informação ambiente* e as práticas sociais do espaço.

Lugares e memórias sempre representaram dois paradigmas fundamentais na configuração das comunidades, na evolução das culturas e das relações entre as pessoas. Porém, é evidente que em nossa época, em que as arquiteturas real e virtual se fundem, precisamos fazer frente a novas configurações de lugar, memória e relações sociais. (CASALEGNO, 2006, p.52).

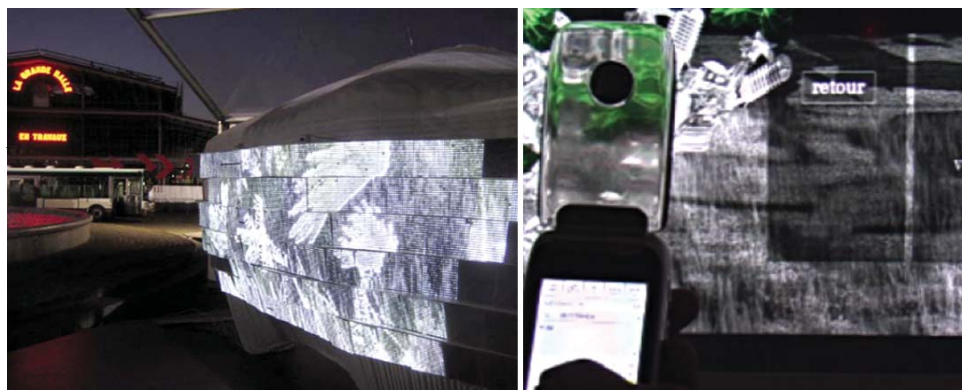
A memória é aqui considerada como patrimônio de experiências acumuladas, muitas vezes ligadas ao espaço, e sempre renovadas no interior de grupos sociais. Com o desenvolvimento das tecnologias digitais, o espaço virtual vem a oferecer um novo suporte para a transferência da memória, com o potencial de não apenas armazenar informações, mas também de reconstruir e atualizar certos valores e símbolos coletivos da vida social. A *informação ambiente* alimenta a comunicação entre indivíduos ao mesmo tempo em que estabelece novos meios pra a partilha dos valores, gostos, interesses e emoções. É graças a essa forma de partilha que, segundo Joël de Rosnay, “assistimos a emergência de grupos que exprimem uma mesma sensibilidade” (2006, p.38).

As práticas mais recentes nos mostram que, do lado das ‘arquiteturas reais’, a *ubiquidade* da informação e da comunicação digital podem aumentar a “densidade de ação e reação” (*op.cit*, p.44) e das interações entre os indivíduos em determinados espaços da cidade. Desse modo, contribui na caracterização dos lugares, tornando-as mais pulsantes. Esses espaços quando vivenciados de maneira subjetiva, permitem a atualização e reativação de experiências e recordações que nutrem a imaginação e constituem lugares vividos coletivamente.

O projeto desenvolvido pelo MIT de paradas de ônibus inteligentes, concebidas como jardins urbanos interativos, ilustrada como o potencial da conjugação da *informação ambiente* às dinâmicas urbanas no cotidiano dos grupos sociais (figuras 5 e 6). Através da apropriação da tecnologia digital, as paradas de ônibus transformam-se em marcas atraentes e sensíveis na paisagem urbana. Tornam-se também pontos de orientação interativos, com diferentes características que respondem ao contexto físico (como clima) e aos perfis das comunidades, em diversos momentos.

Tecnicamente, essas paradas possuem uma superfície de silicone incrustada de LEDs - minúsculos emissores de luz por meio de corrente elétrica – que formam uma pele exterior. Essa estrutura forma painéis de vídeo que são sensíveis às características do ambiente externo e podem informar como a temperatura, o nível de poluição do ar, a concentração de indivíduos. No interior das estações são disponibilizadas telas interativas que exibem os horários dos transportes, anúncios, notícias e outras informações de interesse à comunidade local. Essas paradas constituem lugares *informação ambiente* cujo acesso se dá através de dispositivos sem fio como os celulares. Desse modo, o uso dos transportes públicos pode tornar-se mais flexível e sensível às necessidades particulares do usuário. Os usuários tornam-se mais aptos a escolher os horários e trajetos dos transportes que, por sua vez, podem proporcionar novos serviços como a comunicação entre os usuários que partilham as mesmas estações de ônibus em diferentes momentos do dia.

Fotos 5 e 6. Interactive bus stop/ Urban garden for information exchange [<http://mobile.mit.edu/busstop>].

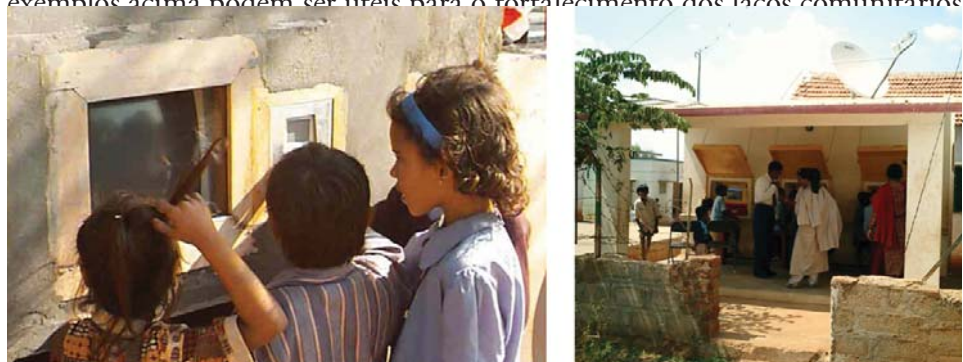


aos espaços coletivos e redefinem as práticas dos espaços. Ao mesmo tempo, do ponto de vista da memória dos lugares, podem ser ampliadas as capacidades

de reunir questões locais em torno de um imaginário coletivo, da transmissão de saberes, do conhecimento passado de geração em geração, da promoção de uma identidade e da participação civil.

Fotos 7 e 8. Projeto Hole in the Wall em Nova Deli, Índia. [<http://www.hole-in-the-wall.com/>]

No que concerne os elementos da memória coletiva, os lugares dos exemplos acima podem ser úteis para o fortalecimento dos laços comunitários



As relações travadas no espaço digital e sua reação com o espaço urbano caracterizam uma nova prática sócio-espacial e contribuem mutuamente à formação de um só espaço, tecido conector do homem ao social (CASALEGNO, 2006). O espaço de ubiquidade, constituído pela justaposição do espaço virtual ao da cidade, apresenta estruturas que por vezes se recobrem, por vezes escapam à sobreposição, mas cuja vida social é uma só. Para finalizar, fazemos referência à consideração de Christian Norberg-Schulz sobre a importância de pensar a arquitetura da cidade contemporânea: “quanto mais nós formos *tele-presentes*, mais nos teremos necessidade, por outro lado, de lugares (atualizados, certamente) para habitar em uma alma e um corpo” (12).

Referências bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

CASALEGNO, Federico. *Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes*. Trad. Adriana Amaral. Porto Alegre : Sulinas, 2006.

DICK, Philip K. *Ubik*. (1969). Trad. Alain Dorémieux. Paris: Robert Lafont, 1970.

FLICHY, Patrice. *L'Imaginaire d'Internet*. Paris: La Découverte, 2001.

GIBSON, William (1984). *Neuromancer*. Trad. Alex Antunes. São Paulo: Aleph, 2003.

GRAHAMM, S. “Towards Urban Cyberspace Planning: Grounding

the Global through Urban Telematics Policy and Planning”. In DOWNEY and McGUIGAN, *Tecnocities*. London: Sage, 1999.

GREENFIELD, Adam (2006). *Every[ware]. La révolution de l'ubimedia*. Trad. Cyril Fiévet. Limodes, France: FYP, 2007.

HALBWACHS, Maurice. *La mémoire collective*. Paris: PUF, 1968.

JEUDI, Pierre. *Mémoire du Social*. Paris: PUF - Sociologie d'aujourd'hui, 1986.

MAFFESOLI, Michel. *Au creux des apparences. Pour une éthique de l'esthétique*. Paris: PLON, 1990.

_____. *La Conquête du présent, sociologie de la vie quotidienne*, (1979). Paris : Desclée de Brouwer, 1999.

MARZLOFF, Bruno. “Du web à la ville”, *Revue Urbanisme*, nº 348, maio/junho, 2006. Disponível em <http://www.groupechronos.org/images/File/duwebalaville.pdf>.

MITCHEL, William. *E-topi@. Urban Life, Jim - but not as we know it*. Massachusetts: MIT Press, 1999.

NORA, Pierre (ed.). *Les Lieux de Mémoire*. Paris: Gallimard. 1997.

NORBERG-SCHULZ, Christian (1996). *L'art du lieu. Architecture et paysage, permanence et mutations*. Trad. Anne Guglielmetti. Paris: Le Moniteur, 1997.

RHEINGOLD, Howard. *Smart Mobs. The next social revolution. Transforming cultures and communities in the age of instant access*. New York: Basic books, 2002.

ROSNAY, Joël de. “Diálogo com Joël de Rosnay. Memória em rede e intercriatividade.” In CASALEGNO, Federico. *Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes*. Porto Alegre : Sulinas, 2006.

SASSEN, Saskia. *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press, 1991.

_____. «Ni local ni global: nouveaux ensembles en termes de territoires, d'autorité et de droits». *XVIII Congrès International des Sociologues de Langue Française – AISLF*. Apresentação na seção inaugural. Istambul, 2008.

TUAN, Yi-fu. *Space and Place. The perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1977.

Notas

1. Por exemplo, a “Rural Grassroots Telecommunications” e a “Big Sky”, duas das primeiras comunidades rurais nos Estados Unidos representadas na Internet. Ver RHEINGOLD, Howard. *The Virtual Community*. New York: Harper Collins, 1993.

2. Existem variadas acepções de Cidade Digital. Consideramos aqui a Cidade Digital como reagrupamento de indivíduos e instituições conec-

tados uns aos outros por meio de uma rede digital, tendo como referência uma cidade real. Para mais informações sobre os primeiros exemplos de Cidades Digitais na Europa ver AURIGI, Alessandro. *Making the Digital City. The Early Shaping of Urban Internet Space*. Hampshire, UK: Ashgate Publishing, 2005.

3. Tal dilema é apresentado por Stephen Graham e Simon Marvin: ‘Will our cities face some electronic requiem, some nightmarish Blade-Runner-style future of decay and polarization?’ GRAHAM e MARVIN. “Planning Cyber-Cities? Integrating Telecommunications into Urban Planning”. In *Town Planning Review*, vol.1, n.70, p.89-114, 1999.

4. GRAHAM, Steven. Towards Urban Cyberspace Planning: Grounding the Global through Urban Telematics Policy and Planning. In DOWNEY and McGUIGAN, *Tecnocities*. London: Sage, 1999, p.9-33

5. GREENFIELD, Adam. “Bienvenue dans l’ère du post-PC”, *Chronic’art*, n°45, Maio 2008, p72-79.

6. Ver o projeto *Paris Wifi* que disponibilizou conexão gratuita à Internet sem fio nos parques e praças de Paris em <http://www.paris.fr/>.

7. Até 2.335 caracteres alfa-numéricos ou 3.116 caracteres numéricos sobre cerca de 1cm². Ver <http://www.gomaro.ch/datamatrix.htm> ; <http://www.flashcode.fr/>

8. Ver artigo « Navigation piétonne : le GPS en basket » in *ère Numérique*, 21 de julho 2008. Disponível em http://www.erenumerique.fr/navigation_pietonne_le_gps_en_basket-art-2076-4.html

Tal novo modo de ler, se orientar e percorrer a cidade traria provavelmente novas diretrizes e considerações para as análises de Kevin Lynch (1971), *A imagem da cidade*. Nesse trabalho sobre a legibilidade espacial, Lynch identifica pontos de orientação para a construção de mapas mentais na cidade.

9. As traduções das referências bibliográficas originais foram feitas pela autora.

10. HENAFF, Marcel. *La ville qui vient*. Paris : L’Herne, 2008. p.201; SANSOT, Pierre. *Poétique de la ville*. Paris: Klincksieck, 1978.

11. Ver os exemplos da ‘Cidade do Conhecimento’ desenvolvida pela Universidade de São Paulo, [www.cidade.usp.br/]; ‘Hole in the wall project’ na Índia [<http://www.ncl.ac.uk/egwest/holeinthewall.html>]; e Inverneo [<http://www.inveneo.org/>]

12. Jean-Pierre Le Dantec, no prefácio da edição francesa da NORBERG-SCHULZ, Christian (1996). *L’art du Lieu*. Paris : Le Moniteur, 1997.

O postal ilustrado da frente ao verso: imagens mais que reprodutíveis

Maria da Luz Correia

Doutoranda do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho, Portugal) e do Centre d'Etude sur l'Actuel et la Quotidien (Université Paris Descartes, França) desde 2008, Bolseira da Fundação para a Ciência e a Tecnologia desde 2008 e membro do projecto de investigação "Os postais ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário", a decorrer no CECS desde 2007 sob coordenação de Moisés de Lemos Martins

Resumo

Cruzando uma mensagem singular com uma outra massiva e reprodutível, o postal é ele próprio metáfora da problemática que suscita, a saber, a passagem dos objectos culturais do regime da "ocorrência única" ao regime da "ocorrência em massa" (Walter Benjamin). Objecto de consumo ao serviço das indústrias culturais (das artes plásticas ao turismo) e deflagrando 'belas imagens' desde o seu aparecimento, o postal é um instrumento exemplar da "estereotipia da sedução" (Pierre Klossowski).

Palavras-chave:

reprodução, objectos culturais, imagem, sedução, consumo

Abstract

Crossing a singular message and a massive one, postcard is a good metaphor to the theoretical approach it involves: the cultural objects passage from the "unique occurrence" regime to the "mass occurrence" regime (Walter Benjamin). Postcards, which are consumption objects serving cultural industries (from fine arts to tourism) and proliferating "beautiful pictures" since their emergence, are thus an exemplary tool of the "seduction stereotypy" (Pierre Klossowski).

Keywords:

Reproduction, cultural objects, picture, seduction, consumption

Alice, no começo do romance de Lewis Carrol, perguntava-se para que serviam os livros sem ilustrações nem diálogos. Ora, os postais, cobertos de imagens e atravessados por tantos diálogos agradariam certamente à pequena exploradora do País das Maravilhas.

Reproduzido e singular, incorporando diversos discursos e recursos, o postal ilustrado é em simultâneo um meio de comunicação interpessoal, um instrumento de difusão e de publicidade associado às indústrias culturais, um objecto de consumo e um objecto de colecção. Com uma imagem na face e comunicação afectiva no verso, aberto e fechado à leitura, público e privado, marginal e popular, ferramenta de diversas indústrias e objecto indissociável das artes visuais – podemos bem dizer que o postal tem mais de duas faces.

Antigo mas continuamente renovado, o postal é uma janela para o passado ao mesmo tempo que se inscreve e se recupera no contemporâneo. Jacques Derrida, nos anos 80, escrevia já sobre a impossibilidade de uma história do postal ilustrado que se furtasse a um tom apocalíptico(1). Do mesmo modo, o artista Harvey Tulchensky em *Real Photo Postcards: Unbelievable Images from the collection of Harvey Tulchensky*, apresentava a sua colecção de postais amadores como uma espécie de resto nostálgico de uma época passada. De facto, circunscrito a um cartão, cujo verso é manuscrito e a imagem é estabilizada num papel, o postal parece vindo de um mundo de comunicações diferente do mundo actual, onde tudo se liga subitamente através de um ecrã e de um teclado. Enfim, o postal não tem esse ritmo “quasi instantané” que Derrida (1995) atribuía ao e-mail dos nossos dias. Numa época em que “numa espécie de primitivismo ultra-tech, tudo está a ficar ligado: coisas, imagens, objectos, corpos e máquinas” e é abolida “a distância entre ligação e desligação” (Miranda & Cruz, 2001: 269, 270) o postal ainda liga e desliga, separa e reúne, respeitando a “natureza dividida e divisora do humano”: enviar e receber um postal implica invariavelmente percorrer a distância temporal e espacial, maior ou mais pequena, entre quem envia e quem recebe. Ao contrário dos meios de comunicação electrónicos, todo o postal está irremediavelmente associado a um espaço físico concreto, a um remetente e um destinatário fixos num endereço real. A recuperação do postal para o ciberespaço através do e-card, a sua substituição pelas MMSs nos telemóveis, ou mesmo a sua transformação em suporte multimédia, a *D-carte* constituem algumas pistas para um eventual desuso deste meio de comunicação interpessoal no seu aspecto tradicional.

Com efeito, o postal abandonou há quase um século a sua idade de ouro e vai perdendo progressivamente a sua função de meio de comunicação interpessoal, de documento de correio. Mas, certo é que ele continua a ser produzido, através de processos tecnológicos cada vez mais sofisticados e económicos, o postal continua a ser publicado, vendido, coleccionado e esperamos imóvel nas lojas de turismo, nos novos stands de *freecards*, nos escaparates dos museus, das livrarias, nos sites de venda *online*. Aliás, o aparecimento dos *freecards*, tão presentes no nosso quotidiano quanto os *flyers*, *mouppies*, *outdoors* e toda a parafernália publicitária em que está mergulhado o nosso quotidiano, são uma prova evidente da recuperação do postal no contexto

comunicativo actual. Por outro lado, a venda de postais com reproduções de obras de arte antigas e contemporâneas nos museus, nas livrarias e nas lojas de turismo corresponde a um outro caminho da contínua actualização do postal, que não só não tem abrandado o ritmo nos últimos anos como até o tem acelerado (a crescente utilização do postal como suporte de reproduções de arte tirará a nosso ver a sua força da pujante afirmação do mercado da arte e das indústrias adjacentes no contexto da economia mundial). Aliás, este é um dos tipos de postais que nos ocupa. A venda *online* de postais em sites como o Ebay, o Delcamp Auctions, o Multicollect.com ou as trocas entre os membros da comunidade internacional Postcrossing são outros exemplos de novas e complementares utilizações deste meio de comunicação. A este propósito, o projecto de arte contemporânea PostSecret do norte-americano Frank Warren trabalha precisamente sobre a possibilidade de cruzar o postal e os seus singulares aspectos com ferramentas do ciberespaço como um weblogue.

Fragmento, pedaço de cartão de dupla face, simples, pequeno e marginal, o postal ilustrado desde sempre se caracterizou pela economia de linguagem (ao contrário das verdadeiras cartas, pertencentes à tradicional cultura epistolar) – as “Deux cent quarante-trois cartes postales en couleurs véritables” dedicadas por Georges Perec a Italo Calvino são, a propósito, um curioso exercício sobre esta economia de linguagem e o seu aspecto estereotipado: “On est à la pension Mimosa. Farniente, dodo et petits repas. J’ai pris un coup de soleil. Milles pensées affectueuses”(2). Pronto a ser enviado “à la seconde même de la levée” (Derrida, 1980:75), o postal ilustrado teve, enquanto meio de comunicação interpessoal, um rolo precursor nos nossos dias onde, abreviaturas, progressivamente ilegíveis se sucedem em SMSs e chats. A simplicidade do postal ilustrado compensado pela versatilidade do seu formato agrada ainda hoje, e com um renovado ímpeto, as indústrias publicitárias das mais diversas áreas. Com edição económica e cada vez mais simplificada pelas técnicas da imagem digital, o bilhete-postal é hoje tanto quanto foi ontem um prático e atractivo meio ‘bellow-the-line’ para a publicidade em geral e, muito particularmente, para a promoção das indústrias culturais.

Cópias e originais, frente e verso

O postal, na sua origem, enquanto meio de comunicação, tem uma estrutura acentrada, híbrida – é este aspecto que torna este meio de comunicação “inanalysable”, “indivisible”, “illisible” (Derrida, 1980). A este propósito, o projecto contemporâneo *Postsecret* do norte-americano Frank Warren é uma manifestação artística que trabalha sobre a estrutura comunicativa do postal, isto é, sobre a sua natureza de carta aberta mas ilegível. Cartão quadripartido – frente/verso; esquerda/direita – o postal corresponde a um interface, que num mesmo movimento, liga indústrias publicitárias, remetentes e destinatários. “Ce que je préfère dans la carte postale c’est qu’on ne sait ce qui est devant ou ce qui est derrière, ici ou là, près ou loin, (...) Ni ce qui importe le plus, l’image ou le texte, et dans le texte, le message ou la légende ou l’adresse.” (Derrida, 1980: 17). Esta estrutura acentrada conta com hibridez de recursos: imagem e texto, texto manuscrito e texto tipográfico, desenho e fotografia. Nos chamados postais-novidade, cuja original combinação de recursos os freecards tendem

a recuperar, esta hibridez é frequentemente levada ao extremo: dobragens, colagens, picotados juntam materiais da mais variada natureza num único cartão.

Com efeito, os postais operam segundo aquilo que o filósofo Derrida (1980) designa por “*logique à double bande*”. Na sua origem, o postal corresponde, por um lado, a um espaço privado e singular de comunicação entre o remetente e o destinatário, e, por outro, à circulação pública de imagens reproduzidas massivamente, de legendas e logótipos, do domínio artístico, etnográfico, patrimonial, publicitário, propagandístico (ou de quase todos ao mesmo tempo). Mas estes dois espaços não são separáveis ou divisíveis. Mais especificamente, o postal abre-se à possibilidade de uma indústria ou instituição pública, através de imagens de carácter massivo, se intrometer num diálogo íntimo ao mesmo tempo que ela oferece aos indivíduos a possibilidade de se servirem destas imagens para trocar mensagens (mesmo se o remetente não escrevia mais do que um endereço). Carta pré-escrita, massiva e reproduzida, o remetente aceita, assume, assina e às vezes transgride-a. A estrutura do postal, em si, que tem expressão na sua combinação frente/verso, pressupõe assim o cruzamento da comunicação interpessoal e privada (na qual estão compreendidos o remetente e o destinatário) com imagens massivas e reprodutíveis: “*je ne crois pas qu'on puisse appeler proprement 'carte postale' une image unique et originale, si quelque chose de tel a jamais lieu, une peinture ou un dessin qu'on destine à quelqu'un en guise de carte postale*” (Derrida, 1980: 41). Hoje, mesmo se os postais se afastam progressivamente da sua função de documento de correio, o princípio constitutivo da sua estrutura interna que ainda toma lugar na dicotomia frente-verso, deve continuar a ser tido em conta.

Este princípio constitutivo do postal que assenta no cruzamento de uma mensagem singular e original com uma mensagem massiva e reproduzida é a ilustração e a metáfora perfeita do diálogo que desde os primeiros anos do século XX até aos dias de hoje foi sendo estabelecido entre a história da arte e a história do postal ilustrado.

Contemporâneo da era reprodutibilidade técnica, o postal está intimamente ligado à perda da “aura” da obra de arte, e encarna ele próprio enquanto suporte de reproduções “o regime plenamente secularizado e desencantado inaugurado pela reprodução técnica da obra que confere a esta um valor meramente expositivo e inaugura uma relação de proximidade com o público” (Perniola, 2006: 76). Não é por acaso que Gombrich, ao escrever no séc. XX uma história da arte, não pode referir-se a uma obra como a Mona Lisa sem fazer alusão à desmesurada repetição da obra de Da Vinci levada a cabo pelo postal ilustrado(3). De facto, o postal, ícone da cultura de massas, foi um dos primeiros objectos de consumo a reproduzir imagens singulares do domínio da arte, incorporando-as muitas vezes, lado a lado com mensagens e logótipos publicitários dos mais diversas origens. E os museus foram os primeiros a acolher prontamente este objecto de uso, acessível ao poder de compra de quase todos os seus visitantes, e com uma estrutura formal tão adequada: “*One only has to think how conveniently the paintings in museums fit on the postcards in their*

shops to realise that such a shape evolved over centuries as the ideal vehicle (horizontally for landscapes and vertically for portraits).” (Tom Phillips, 2000: 26) (4). Ora, além de objectos de consumo e de uso, além de instrumentos de difusão das obras de arte da sua colecção, estes postais comercializados pelas instituições de arte servem ainda como veículo publicitário do museu. Por outro lado, souvenir e objecto indissociável da indústria das viagens, o postal permitiu juntar a esse “caleidoscópio ilusório do turismo” (Augé, 1997: 14) as imagens da arte, venham elas da fotografia, do cinema, das artes plásticas ou da arquitectura. Portanto, enquanto meio de difusão massiva da arte, o postal é um suporte ambíguo. Por um lado, na sua origem, corresponde à definição e às características que Hannah Arendt atribui aos “objectos de uso”, na medida em que faz parte do “mundo fabricado pelo homem” e que tem uma função precisa “no processo vital da sociedade” (ligada à comunicação interpessoal: o postal é para todos os efeitos um documento de correio) ao contrário dos “objectos culturais” que na concepção da filósofa seriam alheios a este processo (Arendt, 1972: 268). Mas, desde o seu aparecimento no século XIX que o postal, devido às imagens que circulam na sua face, estabeleceu também um forte parentesco com os “objectos culturais”. Meio de difusão das artes plásticas, da arquitectura e da fotografia em geral e instrumento publicitário privilegiado das indústrias culturais no seu recente formato de *freecard*, o postal esteve desde sempre colocado nesse limite ténue entre a “difusão de massa” (Arendt, 1972: 266) e a democratização dos objectos culturais, por um lado, e a ameaça da destruição destes objectos pela sua assimilação ao mercado do entretenimento e do consumo, por outro. De facto, quando a face deste cartão difunde reproduções de obras de arte, imagens de construções arquitectónicas ou trabalhos fotográficos, se está em curso uma difusão de conhecimento em massa, também poderá estar a operar-se uma inevitável adulteração da natureza dos próprios objectos culturais que ele cita. Esta hipótese é ainda reforçada pela amálgama de discursos de natureza diversa que cabem no postal (referimo-nos nomeadamente ao cruzamento das reproduções de obras de arte na face com publicidade a bens de consumo, empresas ou mesmo instituições no verso), pela assimilação dos postais à parafernália de souvenirs e bugigangas das lojas de turismo bem como pela sua inclusão na paisagem publicitária que nos rodeia quotidianamente na sua forma de *freecards*. De facto, suporte privilegiado de reprodução de conteúdos do domínio da arte, o postal tornou-se um dos instrumentos predilectos de poderosas “indústrias de sedução” (Martins, 2002: 184) que misturam a arte, “o lazer e o consumo”, encarnando de modo singular a ambiguidade crescente entre estes domínios.

Por outro lado ainda, foi o próprio artista dos séc. XX e XXI, tão familiarizado com as ideias de “bricolage” (no sentido que Levy-Strauss lhe deu(5)) ou dessa figura do “détournement” (tomada por Guy Debord para designar uma das estratégias da arte contra o espectáculo), que reforçou o diálogo deste popular documento de correio com as artes plásticas em particular. Talvez precisamente enquanto suporte de reprodução massiva de imagens, o postal, ainda na sua idade de ouro, seduziu um artista como Marcel Duchamp (“Rendez vous dimanche 6 février 1916 à 1h $\frac{3}{4}$ de 1^m après-midi”), que viria a ser considerado o precursor da *mail art*, prática com auge nos

anos 60, nos Estados Unidos e que envolveu artistas como Ray Jonhson, Gianfranco Baruchello, Ken Friedman, On Kawara... A *mail art* estabelece um dialogo com os postais não pela questão do envio de todas as suas obras mas sim porque frequentemente é com base no formato do postal que estas obras são remetidas. Acrescente-se ainda que esta prática não era propriamente uma escola artística e que se desenvolveu num primeiro momento em torno do imaginário das colagens de Ray Johnson, esteve depois associada a movimentos como o Fluxus, e a práticas como a arte conceptual e a performance. Supomos que a reprodução massiva aliada à estrondosa popularidade e ao indissociável imaginário kitsch tenham sido ainda alguns dos aspectos que deram ao postal um lugar nas obras da *popart* - referimo-nos especificamente aos trabalhos de Richard Hamilton e de Peter Blake. Enfim, do meio do séc. XX até aos nossos dias foram surgindo inúmeros projectos artísticos que desviaram e apropriaram o postal das mais diversas formas. Exemplares são as pinturas sobre postais ilustrados de Dieter Roth (*96 Piccadillies*, 1997), as obras do artista americano Llyn Foulkes, as grotescas colagens do britânico John Stezaker e até mesmo os já populares *Boring Postcards* de Martin Parr. Ainda neste âmbito, podem ser referidas as instalações do português Daniel Blaufuks que na sua obra *Perfect Day*, usa os postais em diferentes combinações: postais em mosaico, postais ampliados, um vídeo com postais, postais de diferentes tamanhos espalhados pela cidade, associações com os 243 postais não ilustrados de Georges Perec. E como já fizemos alusão, no projecto performativo e contínuo do americano Frank Warren, a PostSecret Community, anónimos enviam e vêem publicados os seus segredos em postais manufacturados. Todos estes projectos são bastante diversos entre si: o único elemento comum é a apropriação do postal, seja enquanto objecto seja enquanto formato de difusão massiva de imagens.

Assim, o postal não só cruza uma mensagem privada e singular com uma mensagem pública e massiva, como está ele próprio no centro desse afrontamento, dessa colisão de imagens originais do domínio da arte de “ocorrência única” com as imagens reprodutivas a que meios de difusão, objectos de consumo e instrumentos publicitários dão todos os dias uma “ocorrência em massa” (Benjamin, 1992:79). De facto, o momento da história da arte em que obras de arte passam a ser reproduzidas em grande escala (e que no mesmo movimento são assimiladas ao mercado do entretenimento, à publicidade e ao consumo em geral) coincide precisamente com a ocasião em que o artista passa a incorporar nos seus trabalhos imagens reproduzidas e objectos massivos (que têm origem em domínios tão diversos quanto a difusão de arte à publicidade de produtos alimentares). Entre as intervenções artísticas a que nos referimos, os trabalhos do britânico John Stezaker parecem com mais evidência remeter-nos para esta reciprocidade e simetria de movimentos, que vai amplificando a zona de intercepção entre o imaginário publicitário e do consumo e o imaginário artístico e cultural. Stezaker faz colagens a partir de recortes de revistas e de postais ilustrados, e neste sentido apropria-se ele mesmo de figurações massivas e ligadas ao consumo. Mas por outro lado, as imagens de revistas e os postais que o artista, sedado em Londres, escolhe são já na sua maioria reproduções de objectos culturais (imagens de filmes a preto e branco, retratos, fotografias de paisagens a preto e branco)... Nestes originais feitos de cópias feitos de originais, Stezaker deixa-nos retratos grotescos, sorrisos desordenados, olhos fora de órbitas, rostos alucinados...

Sombras em vez de cópias

Na constante actualização e repetição de conteúdos do domínio da cultura (das artes plásticas, à fotografia, ao cinema, à arquitectura) no contexto do consumo, do lazer e da publicidade, da qual os postais são um exemplo significativo, (mas também na reactualização dos conteúdos publicitários pela arte), poderão estar em causa também algumas das observações que Derrida (1995) expõe em *Mal d'archive*, obra onde o filósofo retoma o esquema pulsional que Freud apresentou em *Au-delà du principe de plaisir*(7). Para Derrida, a nossa época em particular sofreria de um *mal d'archive*, de um desejo compulsivo de retorno, de uma procura obsessiva de arquivos lá onde eles desaparecem. Segundo o filósofo, os arquivos trabalhariam sempre contra si mesmos porque se é certo que a sua condição de existência é “a consignação em qualquer lugar exterior que assegure a possibilidade de memorização, de repetição, de reprodução ou de re-impressão”, certo é também que “a lógica da repetição, a compulsão da repetição é, segundo Freud, indissociável da pulsão de morte” (Derrida, 1995: 26). Ora, hoje os “apetites crescentes” (Arendt, 1972: 269) do consumo bem como factores de ordem técnica e económica maximizam interminavelmente esta possibilidade de reprodução, resultando daqui uma progressiva ruína dos arquivos e com ela a própria destruição da memória viva. De facto, assentando no armazenamento, catalogação, repetição e reprodução massivos de imagens, o postal impulsionou, desde o seu aparecimento, a generalizada tendência “para a superação do carácter único de qualquer realidade através do registo e da sua reprodução”, diagnóstico que Benjamin (1992: 81) traçou da sua época. Derrida acrescenta ainda que a pulsão de morte inscrita e ao trabalho em todo o arquivo, não deixa qualquer rasto a não ser que se “pinte”, se “maquilha”, se “mascare” de qualquer *cor erótica*, fazendo-se aqui a transição entre Thanatos e Eros. Da destruição dos arquivos, à medida que estes se repetem numa escala cada vez mais ampla (por simetria com o aumento da escala do consumo), não sobra nada. Excepto, fantasmas, “memórias da morte”, “impressões belas”, “simulacros eróticos”, “ídolos sexuais”. Assim, a febril modernidade, que aumenta todos os dias os arquivos e os reproduz, os repete até os ‘apagar’ – através de instrumentos como o postal – estaria ela também potencialmente atolada da “beleza do belo”, das “máscaras de sedução” (Derrida, 1995: 24). Baudrillard (1992:39)(8) aponta para algo semelhante, a nosso ver, quando afirma que a passagem de conteúdos do seu espaço histórico para o espaço publicitário os reduz ao esquecimento, mas confere às imagens publicitárias a função de “memória-síntese” e “mito fundador”.

Esta ideia de uma deflagração de “impressões belas”, resultante da compulsiva repetição dos arquivos, acorda-se também com a acusação geral de um «excesso de imagens» (Cruz, in Miranda & Cruz, 2001: 42), de uma «civilização da imagem» (Martins, 2002: 186), ou de uma “civilização do cliché” (Gilles Deleuze). Com efeito, o postal assenta em imagens reproduzidas e reprodutíveis, tendo contribuído e continuando a contribuir para a quotidiana “violência das imagens”, de que nos fala Jean-Luc Nancy (2003: 35), quando se refere à sua proliferação, ao seu excesso, ao imparável bombardeamento. De facto, imagem «prêt-à-porter» e contemporâneo do

aparecimento da fotografia, o postal não pode ser estudado sem ter em conta o contributo que ele trouxe à quotidiana violência das imagens, violência que se inscreve seja no seu presente excesso seja na própria natureza específica da imagem tal como ela é descrita por Jean-Luc Nancy (2003). Para o filósofo, a imagem fecha-se sobre si mesma, hermética e auto-suficiente, afastada do mundo, absoluta, ela é uma « concentração de mundo », ela justifica-se a si mesma e por si mesma (“ressemblance qui n’a rien à quoi ressembler”, segundo o postulado de Maurice Blanchot, a imagem é imagem da imagem, e como observa Nancy, diz sempre, ao contrário de Magritte, que “ceci est une pipe”). “Excesso sobre os signos”, exclusão do “outro”, é daqui que provém a afinidade da natureza da imagem com a natureza da violência. Por outro lado, ao cruzar interioridade e exterioridade, a imagem tem um efeito contagioso: ela intimamos na sua intimidade, ela oferece-se à penetração ao mesmo tempo que nos penetra (neste sentido, como observa Nancy, “todas as imagens são retratos” porque tiram, extraem sempre uma intimidade mas mais ainda: “todos os retratos são retratos de Mona Lisa”, como escrevia Clarice Lispector em *A Paixão segundo GH*: porque além de oferecem ao nosso olhar uma particular intimidade, as imagens olham-nos, seguem-nos na nossa própria e singular intimidade). Auto-suficientes e fora do mundo, e com um profundo alcance à superfície, as imagens são hoje quase toda a nossa memória. Relativamente ao postal especificamente, se a sua sedução estética reside em grande parte nas imagens da face, acontece também que progressivamente, à medida que a sua função de instrumento de correio vai esmorecendo, o seu verso se torna ele mesmo uma imagem, uma espécie de “forma pura” (Simmel, 1988: 137)(8). Permanecendo nos escaparates das livrarias, das lojas de turismo ou nos stands de freecards os postais chamam pelo seu consumidor, na intimidade do seu verso em branco, cartão para enviar que ele não enviará nunca.

Não podemos alhear-nos do modo como imperativos de ordem técnica precipitam a propagação de imagens e de objectos de sedução, de como eles agudizam hoje esse sentimento estético que atravessa hoje todo o quotidiano, de como contribuem para a instalação da figura de Eros *urbi et orbe*. Aliás, a inter-relação entre sedução estética e dispositivo técnico é um tema comum do regime industrial e da cultura de massas. Heidegger no seu texto *A questão da técnica* (tradução portuguesa de *Die Frage nach der Technik*), apontava já para uma afinidade entre a natureza da imagem bela e a natureza da técnica. A imagem bela, tanto como a técnica, correspondiam ambas à “produção” (desvelamento e verdade), conceito que Platão expôs em *O Banquete* (“toda e qualquer passagem do não Ser ao Ser”, segundo tradução portuguesa: Platão, 1991: 74). De outro modo, Arendt (1972: 267) também reconhece que objectos técnicos e objectos estéticos têm em comum possuir essa forma sobre a qual eles *aparecem*. Mas o desvelamento que rege a técnica moderna em particular corresponde, segundo Heidegger, a uma produção no sentido de “exploração” e não no sentido de “criação”, este reservado à imagem bela, aos objectos estéticos.(9) Assim, o Rio Reno que poderia figurar num postal ilustrado (e com certeza figurará em muitos) é um Rio Reno mais pronto a rimar com esse Reno enquanto “objecto dis-posto à visita turística por uma agência de viagens” do que com o Reno dos versos que lhe dedicou Hölderlin e a que Heidegger se refere.(10) A ambiguidade da actual situação

é que as imagens belas do domínio das artes plásticas, do cinema, da fotografia, antes produzidas no sentido da “criação”, estão a ser re-produzidas pela técnica, no sentido da exploração (ao serviço das mais variadas indústrias, mas sobretudo ligada às florescentes indústrias culturais). É porque se orienta para a exploração, que a técnica aumenta vertiginosamente as possibilidades de reprodução dos objectos culturais, reduzindo-os ao esquecimento e embrenhando-os num terreno turvo, mas pleno de sedução. Ora, no que se refere ao consumo, este terreno corresponde precisamente ao “terreno de exploração massiva” que segundo Klossowski foi criado a partir do regime industrial. Segundo o autor, o regime industrial passaria a estandardizar os instrumentos de sugestão e de conhecimento, interceptando “a génese dos fantasmas individuais para os moldar segundo os próprios interesses”. Dependente de um “consumo massivo”, o postal é exemplar da “estereotipia da sedução”, própria do regime industrial e obedece claramente à estandardização dos instrumentos mecanizados de sugestão e conhecimento do regime industrial, protótipos cujo valor se reporta apenas à sensação experimentável (*éprouvable*) pelo simples contacto com o objecto (Klossowski, 1997:22,23).

“Tudo se passa como se a vida saísse ela mesma dos seus limites”, constata Arendt (1972: 270). E sai, sai mesmo. Objectos culturais, objectos de uso, objectos de consumo, todos, e sem que o consumidor possa traçar linhas de distinção entre eles, parecem servir essa vida excessiva, fora dos limites (essa vida que para Freud em *Au-delà du principe de plaisir* corresponde ao conjunto de pulsões que encarna a figura de Eros, mas que como todas as outras não faz mais do que precipitar a morte). E o postal está bem no centro deste movimento da vida, que indiferentemente salta das catedrais do consumo para as catedrais da arte, sem que seja entreposto, interrompido, atravessado pela linha que antes radicalmente as distanciava. “Reprodução de reprodução” (Derrida, 1980), o postal vai ofuscando, à medida que os repete, os traços de obras de arte como o retrato de Mona Lisa, que já não se sabe bem se é uma obra de arte de Da Vinci ou se é antes um reclame turístico de uma cidade da Europa ou simplesmente o postal que se quer comprar apressadamente antes de sair dessa cidade (para enviar, para guardar, para oferecer...). Sabe-se sobretudo que aquela imagem chama, que aquele objecto seduz, que se aproxima de nós, se dirige a nós, tanto quanto os milhões de objectos e imagens que se espalham pelas montras das lojas de roupa, livrarias, galerias, que se reproduzem em outdoors, em revistas, ou que nos assaltam pela televisão. Claro que cabe também ao artista do séc. XXI a regulação desta amálgama entre produtos de consumo e objectos culturais, sendo que as intervenções artísticas de apropriação das imagens reprodutivas e massivas a que nos referimos na primeira parte deste texto poderão ou não operar como uma estratégia de transgressão a esta ‘invasão da vida’. Certo é que nunca como até aqui os objectos culturais tinham estado tão próximos dos objectos de consumo, e que o fluxo de vida que os aproxima tem como rasto próprio seja “a ruína de tudo em que toca” (Arendt, 1972:270) seja a propagação de “máscaras de sedução” (Derrida, 1995), de “fantasmas” (Klossowski, 1997).

Lado a lado de perfumes, roupas, móveis, os objectos de decoração e objectos de arte, o postal toma parte dessa “iconografia erótica que invade o texto quotidiano”, pegando nas palavras do poeta português Herberto Helder (11).

Bibliografia

ARENDT, Hannah (1972). La crise de la culture, sa portée sociale et politique. In : *La crise de la culture. Huit exercices de pensée politique*. Paris: Editions Gallimard.

BENJAMIN, Walter (1992) [1936-1939]. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In: *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio d'Água.

DERRIDA, Jacques (1980). *La carte postale de Socrate à Freud et au-delà*. Paris : Flammarion.

DERRIDA, Jacques (1995). *Mal d'Archive*. Paris : Galilée.

FREUD, Sigmund (1996) [1920]. Au-delà du Principe de Plaisir. Paris : Presses Universitaires de France.

HEIDEGGER, Martin (2001) [1954]. A questão da técnica. In *Ensaio e Conferências*. Petrópolis, RJ: Vozes.

KLOSSOWSKI, Pierre (1997) [1970]. *La Monnaie Vivante*. Paris: Rivages.

MARTINS, Moisés (2002). *A linguagem, a verdade e o poder. Ensaio de Semiótica Social*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian/Fundação para a Ciência e a Tecnologia/Ministério da Ciência e da Tecnologia.

MIRANDA, J. Bragança & CRUZ, M. Teresa (org.) (2001). *Crítica das Ligações na Era da Técnica*. Lisboa: Tropismos.

NANCY, Jean-Luc (2003). *Au fond des images*. Paris: Galilée.

PERNIOLA, Mário (2006). *A arte e a sua sombra*. Lisboa: Assírio & Alvim.

PLATÃO (1991). *O Banquete*. Lisboa: Edições 70.

Sociographie de la brigada anti pub

Hédi Zammouri

Hédi Zammouri est socio-anthropologue, doctorant sur la personnalisation, la ritualisation et la religiosité des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication et membre du GRETECH - Sorbonne.

Resumé

Cet article a pour objectif de décrire la Brigade Anti Publicité parisienne, qui agit hebdomadairement dans le contexte du métropolitain de la capitale. L'enquête participante a été menée en 2006 et 2007, et rend aujourd'hui compte de la spécificité de l'activisme postmoderne. Une mise en perspective est élaborée suivant les travaux de Luc Boltansky et Eve Chiapello, concernant les nouvel esprit du capitalisme. Une approche en anthropologie urbaine vise dans ce papier à mettre en lumière la performativité de ce Mouvement Mouvement Social (NMS).

Mots-clefs: Brigade Anti Publicité, Isomorphie du nouvel esprit du capitalisme et de sa critique postmoderne, Anthropologie urbaine.

Abstract

The purpose of this paper is to describe the Parisian Brigade Against Advertising, evolving weekly in the subway. The participant observations were led in 2006 and 2007, giving today an account of the particularities of this postmodern activism. The perspective followed is rooted in Luc Boltansky and Eve Chiapello's œuvre on the new spirit of capitalism. The urban anthropology approach emphasizes on the way this New Social Movement is performing.

Key-words: Commando Against Advertising, The mirror model of the new spirit of capitalism and its post modern critic, Urban anthropology.

“Ces temps-ci, les publicitaires sont vraiment très mécontents, très nerveux, et éprouvent un sentiment d’attente apocalyptique. Souvent, quand je déjeune avec un ami d’une agence, une demi-douzaine de rédacteurs et de directeurs artistiques inquiets nous accompagnent. Invariablement, ils veulent savoir quand la révolution viendra, et où ils se sauveront, le cas échéant.”

L’ex-publicitaire James Rorty, *Our Master’s Voice*, 1934

“Personnellement j’ai une passion pour les paysages, et je n’en ai jamais vu un seul amélioré par un panneau d’affichage. C’est lorsqu’il érige une affiche devant d’agréables perspectives que l’homme est à son plus vil. Quand je prendrai ma retraite de Madison Avenue, je lancerai un groupe secret d’autodéfense, forme de cagouleurs parcourant le monde sur des motos silencieuses pour abattre des affiches après la tombée de la nuit. Combien de jurés nous condamneront lorsque nous serons pris en flagrant délit de généreux civisme ?”

David Ogilvy, fondateur de l’agence de publicité Ogilvy & Mather, dans *Confessions of an Advertising Man*, 1963

“Pour revenir sur “notre groupe”, je voudrais dire qu’il était composé de gens très différents, d’horizons différents et de tranches d’âge différentes. Les motivations aussi étaient différentes. S’il y avait une certaine organisation, tout était très artisanal. Les appels ont été rédigés dans une chambre de bonne en fumant quelques pétards. On avait monté un site chiffré, hébergé chez l’un d’entre nous, il s’est fait fauché le disque dur...”

Alex, 27 ans, doctorant, Amérique du Sud, 2007

AVANT PROPOS

Pendant mon BTS de Communication des Entreprises on m'a enseigné des fondamentaux de marketing et de psychosociologie de la consommation, ce qui m'a amené à m'orienter vers la sociologie de la consommation et à réaliser un mémoire sur ce thème, ou plutôt sur celui de l'anti-consommation. Mon arrivée à Paris il y a quatre ans a été marquée par les actions antipublicitaires de grande ampleur de l'année 2003. Ces dissidents avaient pour moi l'allure de rebelles sympathiques remettant vaillamment en cause ce que l'institution scolaire m'apprenait consciencieusement. Je me sentais proche de ce combat et je portais un grand intérêt au contenu et à la forme de ces messages subversifs. Le thème de l'antipublicité était un moyen de concilier mon intérêt pour la société de consommation et pour la déviance, thèmes au demeurant étroitement liés. Je pensais avoir cerné ce mouvement, deux ans après son apparition, comme un activisme underground « de surface », qui s'attaquait au symptôme d'un libéralisme jugé trop envahissant. Mais comme dans la plupart des cas, la réalité de l'enquête s'avère bien plus complexe...

INTRODUCTION

Il s'agira ici, étant dans une perspective déterministe, de comprendre qui ils sont, quels sont leurs moyens de subsistance, où ils habitent, avec qui, quels sont leurs idéologues, où ils font leurs courses, quelles sont leurs pratiques culturelles, leurs parcours scolaires et professionnels... Nous nous appuierons pour ce faire sur les travaux de Jean Baudrillard, Guy Debord, Eve Chiapello et Luc Boltanski, ainsi que sur ceux de Henri-Pierre Jeudy et Michel De Certeau.

Commençons par décrire le "jeu" anti pub de ces activistes de la façon suivante : réduire la présence publicitaire du paysage urbain, être subversif avec les médias contestés, détourner et "barbouiller" sans se faire repérer par les forces de l'ordre, car ceci induirait une amende et la fin de l'action. Les diverses observations participantes effectuées permettent de comprendre l'éthique interne de ce groupe déviant, et surtout quels sont les règles et les rituels, tacites et explicites, qui régissent leurs interactions.

Cette approche ethnologique fournit un matériel conséquent : photos, vidéos, enregistrements sonores, prospectus, tracts, stickers, créations artistiques originales. Nous analyserons ensuite les interactions avec les individus extérieurs aux groupes, l'attitude à l'égard des forces de l'ordre, et les rôles de chacun (surveillance, éclairage, coordination, direction, transmission de messages codés). Ces matériaux et supports visuels permettent une approche alternative de ce mouvement plusieurs fois étudié, car l'activisme anti pub est avant tout un combat contre l'image.

L'importance donnée au corps, au sexe, au sensible, à l'émotion dans la publicité ne fera pas l'objet d'une analyse en soi mais nous essayerons de réfléchir à l'hypothèse suivante : les activistes anti pub tentent de réintroduire de la rationalité (ou "une rationalité", voire une injection de sens) dans un médium, l'affichage, voué selon eux "à la manipulation des sens". Nous formulons l'hypothèse selon laquelle ce mouvement est un combat de la raison contre l'émotion, une lutte contre la dictature de l'affect avec une conception téléologique de la civilisation au sens de Norbert Elias. Nous nous permettons de faire ce rapprochement au vu des préférences politiques et des références idéologiques de ces activistes : utopies concrètes, marxistes, anarchistes, mouvements humanistes et écologistes.

I ▯ BRIGADE ANTI-PUB

A / Les filiations idéologiques

Les premiers mouvements antipublicitaires, à ne pas confondre avec la publiphobie, seraient apparus durant les années trente aux Etats-Unis. Mais on attribue l'origine "biblique" de tout le mouvement altermondialiste à Naomi Klein. Dans son ouvrage *No Logo*, cette jeune journaliste canadienne décortique les marques mythiques qui font partie de notre quotidien.

On peut retracer les origines de la résistance culturelle depuis les graffitis, l'art moderne, les bricolages punk et les vieux canulars. Le fait d'utiliser les panneaux-réclame comme une toile d'activiste n'est pas une nouvelle technique révolutionnaire. Le Billboard Liberation Front (Front de Libération du panneau-réclame) modifie les publicités depuis 20 ans aux Etats-Unis. Naomi Klein ira jusqu'à critiquer les critiques, citant Emma Goldman : "Le mélange d'art et de politique ne revient-il pas à s'assurer que quelqu'un a branche à la révolution une bonne sono ?" Noam Chomsky, quant à lui, voit les casseurs de pub faire de la théorie dans la rue, déconstruisant littéralement la culture commerciale au moyen d'un stylo-feutre. Naomi Klein, elle, situe plutôt l'origine de ces résistants chez des "marxistes-anarchistes qui se prennent pour des purs" et refusent les entrevues avec la "presse bourgeoise", ou alors directement chez les publicitaires eux-mêmes, qui ont envie d'utiliser leur talents en barbouillant des messages qu'ils estiment constructifs. Dès 2000, un réseau de "collectifs médiatiques", décentralisé et anarchique, combine cassage de pub et édition de magazines, radios pirates, vidéos activistes, développement sur Internet et activisme communautaire. A Londres, le cassage de pub s'appelle "subvertising", ce qui peut être traduit par "pubversion". Klein ajoute qu'aujourd'hui, les nouvelles technologies telles le logiciel Photoshop, permettent désormais aux activistes d'imiter les formes et les contenus des publicitaires. Certains

analystes (dont Jamie Batsy) vont plus loin affirmant avec équivoque que “les résistants culturels sont attirés vers le monde du marketing tels des papillons de nuit vers la flamme, et qu’ils ont parachevé leur travail précisément parce qu’ils ressentent une affection – certes profondément ambivalente – pour le spectacle médiatique et la mécanique de persuasion.” La question posée par les critiques des critiques est donc: les résistants culturels parviennent-ils à secouer la société postmoderne de sa transe médiatique ?

Quand on fait de la résistance, on joue le jeu et, en définitive, les dés sont pipés. La preuve, c’est que la résistance culturelle est “un peu à la mode” dans le marketing (voir la campagne de la dernière Semaine de la pub titrant “Révolution”), avec son mélange d’attitude hip hop, d’anti-autoritarisme punk et ses effets visuels.

L’apogée des combats de cette résistance est les violentes manifestations contre le G8. On retrace la filiation de ces dissidents chez Greenpeace, les anarchistes et autres groupes révolutionnaires, les intermittents du spectacle qui dépeignent une société qui met à mort l’art, les groupes féministes, les acteurs du commerce équitable et alternatif, de la lutte contre les OGM et son leader José Bové... Pour le mouvement anti pub en particulier, il faut situer sa naissance à Lyon, en 2003, avec les “casseurs de pubs”. Ces “casseurs de pubs” sont des proches de la rédaction du journal “La Décroissance” à Lyon. Ses rédacteurs sont économistes, sociologues, professeurs de sciences politiques, hommes de marketing repentis, proches d’ATTAC, de la LCR (aujourd’hui NPA) ou de la Fédération Anarchiste.

B / Les différents acteurs

A Paris, la frontière géographique de notre terrain, les anti pubs sont présents sous la forme de plusieurs collectifs : les Déboulonneurs, le RAP (mouvement de Résistance à l’Agression Publicitaire), la Brigade Anti Pub, etc. D’autres sont aussi partisans de la cause anti publicitaire en tant que fenêtre vers la contestation alors qu’ils militent sur un autre plan (mouvement anti specisme, collectif des clowns, sens de l’humus, marche du vivant, radio libertaire, Fréquence Paris Plurielle...).

Nous n’avons pas à faire à une entité monolithique, partisane, avec un dogme et un “guru” idéologique. Les appartenances sont multiples, à la croisée de tout un réseau, un tissu de mouvements alternatifs. Ils tiennent le même discours quant à la justification de la forme de leur militantisme. Ils ont trop manifesté et n’y croient plus. Ils estiment que les politiques restent sourds à ces rassemblements vains et privilégient l’activisme sur le terrain pour influencer

l'opinion publique et les médias. Ils citent tous le sommet du G8 comme l'institutionnalisation de leur combat.

C / Deux types d'actions

Les collectifs se chargent de faire vivre ce combat antipublicitaire : ils ont tous un site Internet relatant la genèse du mouvement, les sympathisants, les comptes-rendus d'actions et l'organisation d'actions médiatiques ou souterraines. La portée et l'étendue des individus recevant leurs newsletters ou leurs invitations aux actions sont bien plus larges que l'appartenance au collectif. C'est une constellation qui s'étend de Greenpeace aux anarchistes, des commerçants équitables aux intermittents du spectacle, des réformistes aux révolutionnaires, des clowns aux punks.

■ Actions médiatiques

Les actions médiatiques ont lieu sur la place publique (13^{ème} arrondissement, Hôtel de Ville...) et l'on y invite les journalistes (le jour de notre "terrain", une journaliste de France Inter couvrait l'évènement pour l'émission Service Public, un autre travaillait pour le journal télévisé de France 3 Ile-de-France). L'objectif de ces happenings est la retombée presse, avec quelques précieuses secondes à la télévision, ou à la radio.

Le rendez-vous est fixé longtemps à l'avance, les mails ont été diffusés et même la police est conviée. Certains sont déguisés, d'autres distribuent des tracts et il y a toujours la présence du fameux porte-voix.

Mais malgré ces propos vindicatifs, l'ambiance est plutôt festive: on discute avec un médiateur des Renseignements Généraux, on rassure, on explique qu'il n'y aura pas de débordements, qu'on a l'habitude... Le ton est cordial, presque pédagogique : "on assume vraiment, jusqu'à aller au procès". Un journaliste leur demande ce qu'ils risquent, ils répondent que ce ne sont pas les afficheurs qui les attaquent en justice mais l'Etat pour "dégradation de bien privés".

Ils entament leur hymne en se lançant à l'assaut de leur cible, un énorme panneau publicitaire rotatif se trouvant à quelques rues de l'hôtel de ville, proche du BHV. L'hymne qui est entonné est une version revue et corrigée du "déserteur" de Boris Vian. Les slogans sont "PLUS DE NOEL POUR PLUS DE PNB", et les passants effectuant leurs achats de Noël sont traités de "zombies de la consommation".

Ensuite l'action débute : des barbouilleurs déguisés en pères Noël

montent sur des escabeaux et à l'aide de bombes de peintures écrivent sur des publicités Calvin Klein, "LEGITIME REPONSE AU MATRAQUAGE", ou "MOZART ASSASSINE". Les dizaines de policiers les regardent faire, la circulation est bloquée, les bus et les voitures enragent. Dès qu'ils ont terminé, la police les embarque et leur passe les menottes. Ils se retirent sous un tonnerre d'applaudissements. L'action est terminée et c'est au tour de l'ethnologue de prendre ses contacts : nous allons partager un chocolat chaud et nous faisons connaissance avec eux, glanons des coordonnées et prenons notre premier rendez vous.

Théodore nous donne notre premier rendez vous pour une action plus clandestine, le vendredi suivant à 20 heures.

■ Actions souterraines

Nous nous munissons de deux marqueurs, "il faut compter deux heures", nous a-t-il dit, nous l'attendons au métro. Un autre type à l'air d'attendre... Puis nous sommes huit, il y a quelques filles, tous âgés de 19 à 30 ans. Ils ont l'air de se connaître, l'un d'eux m'explique les règles internes au déroulement des opérations... Nous élisons un "lapin blanc" (il semblerait que c'est une allusion au film "Matrix" et au conte d'"Alice au pays des merveilles") que nous suivrons toute la soirée sur un parcours aléatoire du métro. Certains surveillent, d'autres "barbouillent" ou arrachent les affiches. L'ambiance est joviale, nous faisons connaissance : nous apprenons que la plupart d'entre eux est salariée, pas étudiante.

Après quelques frayeurs, tout s'est très bien déroulé. Une impression de défoulement ressort de ce genre d'expérience. Certains nous encouragent, nous serrent la main, d'autres nous imitent : un père d'une trentaine d'années et son fils de 5 ans, un jeune couple aussi. D'autres prennent nos contacts et veulent venir au prochain rendez-vous.

B / Une contestation de forme

Les ouvrages de Jean Baudrillard, *La société de consommation*, et *Simulacres et Simulation*, mettent en lumière le fait que ces agissements ne sont pas nouveaux. Nous avons à faire à une contestation qui dans le contenu n'a pas changé depuis plus d'une trentaine d'années. Les arguments sont les mêmes qu'en 1970, et de nombreuses analyses du fond de ces critiques ont été effectuées depuis. Nous nous intéresserons donc dans cette étude à la forme

bien spécifique que prend ce mouvement de contestation contemporain. Y a-t-il eu un glissement dans les mouvements de contestation, un déplacement de l'objet de contestation ? Se pourrait-il que l'on soit passé du refus total d'un système global à une négociation sur la forme que ce système prend ? Comment peut-on penser l'évolution des mouvements sociaux en fonction du temps et du contexte ? Au-delà de l'observation participante, les huit entretiens semi-directifs réalisés constituent un matériel fertile permettant d'apporter certains éléments de réponse à ces questionnements.

III □ PORTRAIT D'UN ACTIVISTE

A / Les profils

Prénom	Age	Sexe	Ville	Diplôme	Profession
Jeanne	18	F	Levallois (92)	BEPC	Baby-sitter
Raphaël	22	M	Paris	Bac + 3	Conseiller Info Energie
Léa	23	F	Dammarie les Lys (77)	Bac + 4	Etudiante
Laura	27	F	Paris	Doctorat	Salariée Intérimaire
Alex	27	M	Amérique du Sud	Doctorat	Doctorant
Xavier	31	M	Paris	Bac + 5	Salarié
Théodore	31	M	Rueil Malmaison (92)	Bac + 5	Ingénieur

■ Origines sociales

La diversité des milieux dont nos enquêtés sont issus est impressionnante : elle part des milieux modestes :

“Mon père est policier au plus bas de l'échelon et ils ne sont pas politisés. Mon père n'a pas son bac et ma mère a un bac secrétariat.”

Laura, 27 ans, salariée, Paris

Aux sphères aristocratiques :

“Ils sont pas du tout comme moi. Puisqu'ils sont issus de la bourgeoisie positionnée à droite en politique.

Tu as un nom à particule non ?

Mes ancêtres étaient nobles.”

Théodore, 31 ans, salarié, Rueil Malmaison (92)

En passant par une “classe moyenne” :

“Mon père est à la retraite, il faisait un métier à France Télécom :

coordinateur de production. Ma mère était préparatrice de pharmacie au 3/5^e.”

Raphaël, 22 ans, salarié, Paris

Et une petite bourgeoisie.

“Courtiers en assurance à la retraite. Maison avec jardin dans résidence privée, banlieue riche. Petits bourgeois de droite, je préfère pas savoir jusqu’à quel point.”

Serge, 32 ans, chômeur/musicien, Paris

Pour ceux qui ne sont pas issus de la petite ou haute bourgeoisie, certains de nos enquêtés ont des parents fonctionnaires (professeur, policier ou dans le social) :

“Mon père est prof de maths depuis toujours. Ma mère est dans le social, aujourd’hui avec des toxicomanes. Elle donne des préservatifs et des seringues propres.”

Léa, 23 ans, étudiante, Damarie les Lys (77)

Lorsqu’il s’agit de parler de leurs parents, nous abordons ce thème de façon très large, afin de les laisser orienter la conversation. Cependant, ils évoquent presque à chaque fois immédiatement une étiquette politique et affirment leurs convictions dans la continuité :

“Mon engagement vient de là d’où je viens. Ma famille juive qui a été déportée, des communistes des deux côtés...”

Léa, 23 ans, étudiante, Damarie les Lys (77)

Ou l’opposition avec leurs parents :

“On est en opposition sur pas mal d’idées.”

Théodore, 31 ans, salarié, Rueil Malmaison (92)

Deux d’entre eux ont leurs parents affiliés au Parti Socialiste, ce qu’ils évoquent de façon plutôt péjorative :

“Ils sont tous les deux au PS et ont voté oui à la constitution européenne. Ils ont leur carte de parti, collent les affiches et tout.”

Jeanne, 18 ans, travail partiel et saisonnier, Levallois

■ Hobbies

Les sports pratiqués sont également révélateurs d’une grande diversité de capitaux culturels : le “basket”, le “roller”, “le tennis et la piscine”, le snowboard,

la voile, et la boxe, autant de pratiques réparties de façon disparate sur le schéma bourgeoisien des sports en fonction des milieux sociaux.

Leurs hobbies sont le jardinage, le “saxophone soprano”, la photo, l’opéra, le théâtre, la musique, l’informatique... Nos enquêtés, bien que de milieux socio-économiques divers et variés, semblent tous avoir un capital culturel élevé. Nous pouvons émettre l’hypothèse selon laquelle ils appartiendraient à la génération de “déclassés” que décrit Robert Castel.

B / Les parcours et les mobilités

■ Niveaux de diplômes

Il est très intéressant de remarquer que parmi eux, la moyenne du diplôme le plus élevé atteint Bac + 4. Ce qui signifie que l’anti pub moyen est détenteur d’une maîtrise!

“Ne le dis à personne : j’ai un B.E.P. “Vente Action Marchande” et un Bac pro “Commerce” obtenu avec mention...”

Serge, 32 ans, chômeur/musicien, Paris

■ Affiliation politique

“Parti politique ?

Et jamais revenu.”

Serge, 32 ans, chômeur/musicien, Paris

Aucun n’est affilié à un parti politique. Deux d’entre eux se sentent proche de la Fédération Anarchiste sans y être membre. Nous verrons plus tard qu’ils ont pour la majorité d’entre eux un jugement très sévère à l’égard des “politiciens de métier” et de la politique en général. Xavier par exemple, décrit dans son discours des actions à haute portée politique mais pas d’affiliation à un parti politique. Il préfère du concret, des actions pragmatiques, des initiatives, des projets à construire. Il fait une critique de la hiérarchie et des schémas qu’il voit comme passésistes. Il y préfère ce qu’il décrit comme une “putain d’expérience humainement parlant”. Il y a une absence de frontières entre les combats, les luttes “vertes et rouges”, écologistes et communistes. Pour illustrer le pragmatisme de son propos, il cite la vélorution, un projet de réforme des pistes cyclables et d’espaces piétons à Paris. Il y a de la subversion dans les mots, et une portée politique qui peut se trouver dans l’esthétique musicale plus que dans un parti. Le manifeste de Keny Arkana remplace ici celui de Karl Marx.

■ Adhésion associative

Parmi nos enquêtés, certains sont membres de l’AMAP (Association de

Maintien de l'Agriculture Paysanne). C'est l'association que l'on retrouve le plus souvent dans leurs citations, avec la décroissance. Serge, quant à lui, n'est pas aussi positif à l'égard du milieu associatif et il déclare que cela dépossède d'un potentiel d'action.

“J’ai commencé par passer quelques années avec Greenpeace. Avant que ça devienne une multinationale de la collecte de fonds et de la grande distribution de bonne conscience à 10 euros par mois...”

Serge, 32 ans, chômeur/musicien, Paris

L'activisme antipublicitaire fait partie des ce que l'on appelle les Nouveaux Mouvements Sociaux, caractéristiques d'une société en réseau et par projet, comme le décrivent Eve Chiapello et Luc Boltanski dans *Le Nouvel Esprit du Capitalisme*. Les NMS sont en fait des collectifs à revendication unique. Ils ne prônent pas une lutte commune mais privilégient des “cibles” uniques : les discriminations à l'école, les prisons, la stérilisation des sols, l'agriculture paysanne, la pollution automobile, le Droit Au Logement, l'anti-G8, ou encore les excès du Ministère de l'Intérieur. Il semblerait que les “appartenances” aux différents collectifs soient parfois temporaires ou interchangeables.

“La plupart ont maintenant arrêté l'anti pub et se sont tournés vers autre chose (DAL, les clowns, anti-G8...) ou ont tout simplement arrêté.”

Alex, doctorant, 27 ans, Amérique du Sud

“Paris est un des rares endroits de la planète où s'est concentrée une grande partie des richesses et des fils de putes qui se les sont appropriées de force avec l'aide de... : (il reprend mon guide d'entretien...) du droit, des prisons, des tribunaux, des juges, des avocats, police, armée... Elle est la ville des excès, de la boulimie consumériste, de la surabondance, de la pollution, du stress, du culte de l'apparence, de la performance, de la bêtise et de l'asservissement volontaire. C'est ici que se prennent les décisions les plus nuisibles pour l'humanité et son environnement. C'est ici que la vie ressemble le moins à ce que je voudrais qu'elle soit. Mais c'est ici que sont mes ennemis. Et les ennemis de mes amis. Alors c'est à Paris que j'ai décidé de rester vivre.”

Serge, 32 ans, chômeur/musicien, Paris

IV ▢ DISCOURS SUR LA PRATIQUE

A / Le premier contact

Ce qui apparaît dans le discours de nos interviewés, c'est qu'ils devaient être introduits au mouvement antipub par une personne en faisant déjà parti. Cela rappelle un peu les pratiques maçonniques ou sectaires dans lesquelles seul un membre est autorisé à "inviter" une nouvelle personne.

"Et je les ai trouvés sur une vélorution.

Et comment tu les as contactés ?

C'est pendant la vélorution et j'ai parlé de ce système là à quelqu'un et ils m'ont fait rentrer.

Tu me racontes ta première action ?

Je suis arrivé au lieu du rendez-vous. Je ne connaissais personne. J'ai attendu... il y avait personne... Je suis patiente ! Il y avait un mec chelou (*louche*) avec un sac bizarre. Et une autre personne en train de lire *Le Canard Enchaîné* et d'autres gens sont arrivés, ils parlaient de choses louches, je leur ai dit : "C'est vous les anti pubs ?". Ils m'ont dit "oui, c'est toi la nouvelle, Martin nous a dit".

Jeanne, 18 ans, travail partiel et saisonnier, Levallois

Il n'y a pas, dans ce genre bien particulier de militantisme, une affiliation exclusive mais des appartenances multiples. Communistes, écologistes, altermondialistes, intermittents du spectacle, artistes, féministes, antiracistes, libertaires, anarchistes, décroissants ou utopistes, étudiants ou manifestants, nos enquêtés font partie d'un réseau, d'une toile dont les ramifications s'étendent sur un large spectre. Ce tissu recouvre des partis politiques, des associations, des mouvements spontanés, et même des institutions, dont les médias, traditionnels ou alternatifs, sont les relais d'information.

B / Les ficelles du métier

Une fois le groupe intégré, les règles deviennent explicites. Ils discutent entre eux au pied d'une station de métro, avant de s'y engouffrer, afin de définir certaines règles, notamment la nomination du lapin blanc. Si un nouveau est présent, un ancien se chargera de lui expliquer les rudiments, mais l'observation et le mimétisme semblent centraux dans l'apprentissage des ficelles du métier.

Le lapin blanc est une personne centrale dans la BAP. Il est élu par le groupe et doit être différent chaque semaine. C'est une responsabilité : son rôle consiste à définir le circuit le plus aléatoire possible au sein des lignes de métro. Ce circuit doit être incohérent car il doit y avoir rupture d'une semaine sur l'autre. Durant la même soirée, il est important de ne pas laisser deviner une direction dans laquelle la BAP évolue au risque d'être attendu sur une rame de métro. Ce qui signifie que le parcours ne doit jamais être linéaire et il

s'agit de changer de ligne souvent, tout en répondant à une certaine exigence d'efficacité.

En plus de ce rôle de lapin blanc, il y a deux guetteurs. Ces guetteurs se postent aux deux extrémités d'une rame pour surveiller si un passant suspect, un policier ou un agent de la RATP arrive. Ce qui signifie que les uniformes sont les cibles majeures de ces guetteurs, tout en étant conscient que les civils sont également un danger potentiel.

“Vous vous cachez ?

Il y a un flic qui sommeille au fond de beaucoup de gens, le doigt sur le portable, prêts à composer le 17, pour faire régner l'ordre et la discipline.”

Serge, 32 ans, chômeur/musicien, Région Parisienne

Lorsqu'un danger potentiel apparaît, un guetteur ou toute autre personne du groupe crie le nom de “Nicolas”. C'est un mot de code qui signifie qu'un danger est présent, qu'il faut arrêter ce qu'on est en train de faire et être vigilant, tout en adoptant l'attitude décontractée et nonchalante d'un Parisien attendant le métro. Il incombe à chacun pendant quelques secondes de propager le mot de code vers les autres membres du groupe : “Nico, t'es où Nico ? Tu n'as pas vu Nico?”.

Le concept de sabotage nous paraît ici intéressant à développer. Il souligne l'aspect subversif de ces actions et la croyance en un système ennemi, mu par une volonté propre. Mais dans le discours des anti pubs, ces ennemis ne sont évoqués que de façon très floue, il n'y a pas de nom ou de personne qui l'incarne. Cet ennemi s'étend sur un large éventail comprenant le métier de publicitaire, celui de politicien, un système économique global ou encore une idéologie impalpable. La BAP a adapté ses modes d'expression en fonction de la diversité de ses cibles. Dans son discours, Théodore tente de démocratiser l'activisme anti pub, en soulignant son accessibilité et ses vertus créatives. Certains enquêtés, comme Laura, mettent en avant l'aspect formateur de ce genre de militantisme. Elle déclare même réutiliser les armes de ses ennemis, comme si en agissant contre la publicité, on devenait un meilleur publicitaire.

“Comment ouvrir un truc d'abri bus avec les pubs à l'intérieur ?

*Il y a des clefs, si tu l'as pas comment tu fais ? La technique du porte-voix c'est super dur à utiliser il faut que quelqu'un te montre, il faut essayer plusieurs fois. C'est super formateur de militer on a eu des formations Quark (*X Press un logiciel de mise en page...*). Oui on reprend les armes de nos ennemis. Insérer des images...faire un beau tract.”*

Laura, 27 ans, salariée, Paris

Nous formulons l'hypothèse selon laquelle cette facilité à mimer ce qu'ils combattent est révélatrice d'un isomorphisme entre l'objet de cette critique artiste et la forme même de cette critique artiste.

Dans le cadre des actions anti pub une certaine adaptabilité est aussi exigée...

"Comment on apprend?"

Au début on regarde les autres. Ensuite on cherche soi-même des solutions à des situations ou des cibles différentes.

Qu'est-ce qu'il faut pour être anti pub? (Être costaud, savoir écrire, faire des graffitis, ne pas avoir peur, du courage...)

Chacun apporte ce qu'il a à apporter. Comme je suis très grand, je peux neutraliser des caméras de vidéosurveillance qui sont souvent haut perchées, et agir à des hauteurs qui sont inaccessibles pour la plupart des gens. D'autres plus petits arrivent à se faufiler là où il ne me serait même pas permis d'espérer passer."

Serge, 32 ans, chômeur/musicien, Région Parisienne

"Technique?"

Tout est d'une facilité enfantine une fois qu'on a pigé le truc. Mais je pense que nous mangeons notre pain blanc, les pubeux ont déjà commencé à s'adapter, et ça risque de devenir de plus en plus technique."

Serge, 32 ans, chômeur/musicien, Région Parisienne

Le thème de la réappropriation de l'espace public est récurrent dans le discours des interviewés. La publicité est vue comme une gangrène qui gagne toujours plus de terrain ; et lorsque cette réappropriation est évoquée, le contenu alternatif s'avère être d'ordre artistique, humoristique, humain. C'est en ce sens que l'activisme antipub est un champ de bataille où les contenus s'affrontent. La transformation, la création, la réinjection de thèmes liés à la nature, au relationnel, sont les contenus que veulent propager les anti pub sur la scène publique.

"Je suis admiratif devant la créativité débordante de certains qui profitent de se réapproprier l'espace public pour exprimer de véritables talents. Plutôt que d'arracher une pub suspendue, la transformer en oiseau, en poisson, ou en chapeau que l'on ira déposer sur la tête d'un voyageur, tout en chantant une chanson ou en racontant une histoire drôle... D'autres ont un sens de l'humour qui leur permet de détourner des slogans intelligemment."

Serge, 32 ans, chômeur/musicien, Région Parisienne

C / La forme organisationnelle

Laura est doctorante en sociologie. Elle a été étudiante à Paris 5 et donne son point de vue sur ce qu'elle appelle "l'activisme postmoderne":

"On renonce à une lutte commune pour des moments de lutte dispersés. C'est ça, on se dit : "Il va y avoir des moments, mais pas de projet politique commun auquel on a tous pensé et participé". Ça me fait flipper ça mais dans le mouvement global antipub, il y a des trucs différents. Certaines personnes apprenaient la date du rendez vous par divers moyen (tel, forum Internet, mail...), venaient et basta."

Laura, 27 ans, salariée, Paris

Ce refus de l'affiliation, cette peur du parti sectaire et de l'utopie passiste peut effectivement être perçu comme un symptôme postmoderne. Les activistes sont "branchés" sur un réseau qui leur permet d'avoir accès à ce genre d'action en pêchant l'information sur Internet, en recevant un coup de téléphone, une newsletter ou un mail. Ce phénomène transmet l'impression que tout un chacun peut à n'importe quel moment s'engager de façon éphémère pour une cause donnée pendant un temps prédéterminé. La quasi absence hiérarchique donne à ce réseau un aspect horizontal

Ce qui est frappant dans le discours de Théodore, c'est qu'il parle de la BAP comme d'un groupe à diriger, à "manager". Il explique le principe d'autonomie des groupes, et la façon dont la gestion de son groupe particulier est corrélée à la spécificité de ce groupe. Il est impressionnant de voir à quel point la gestion du groupe est un sujet important pour ses membres. Très souvent, lors des observations participantes, il y avait des discussions sur la façon de "gérer" le groupe, les nouveaux arrivants, et la diversification des actions. Le consensus est la forme d'organisation privilégiée par la BAP.

"Et c'est organisé ou anarchique ?

Organisé, ça dépend des jours, des groupes de personnes ou des personnes. Le mouvement clandestin, il n'y a pas de structure hiérarchique pyramidale. C'est informel, il n'y a pas de structure particulière, il y a une organisation mais elle est souple et relativement horizontale : il y a une recherche dans cette horizontalité et souplesse, ils rejetteraient une organisation trop rigide et même simplement hiérarchique.

C'est le principe du lapin blanc, qui tourne c'est bien ça ?

Oui, c'est un rôle, il y a une nécessité claire. On a besoin de quelqu'un pour se coordonner. Mais il n'y a pas une notion de chef ou d'autorité.

Tout le monde peut parler ou soumettre un itinéraire, c'est plus un rôle qu'une histoire de chef. Il ne va pas choisir des modes d'action. Cette histoire du lapin blanc c'est particulier à notre groupe. Il n'y a pas d'autres groupes qui font des actions régulièrement. Sinon c'est très occasionnel. Personne n'a un minimum d'organisation et agit sur ce terrain particulier du métro.

C'est une référence à Matrix le lapin blanc ?

Peut-être et Alice au pays des merveilles qui servait à *Matrix*. Oui c'est une référence à cette histoire."

Théodore, 31 ans, salarié, Rueil Malmaison (92)

D / La dimension corporelle

Et tu trouves ça excitant ?

Ouais, faut quand même franchir un cap. Un petit pas dans l'illégalité. Au début on ne réalise pas puis on réalise bien. Ca fait partie des trucs qui motivent pour moi."

Léa, 23 ans, étudiante, Damarie les Lys (77)

Les sciences sociales, dans leur tentative d'élaboration d'une théorie de l'action, ont été influencées par les sciences économiques et ont bien souvent tenté de démontrer que l'acteur social est avant tout un acteur rationnel. Cependant, rares sont les auteurs qui se sont aventurés à décrire la part de ludique qui émanait des comportements de l'acteur social. Ici, il est évident qu'au-delà des revendications idéologiques et politiques, l'aspect "sérieux" de l'antipub, il se superpose une part non-rationnelle, une part guidée par l'émotion, les sensations.

"Si j'aimais pas, j'irais pas. Faut joindre l'utile à l'agréable."

Raphaël, 22 ans, salarié, Paris

Ce que les participants ressentent au moment même de l'action est primordial; l'observation participante permet de comprendre de l'intérieur ce qui se passe, physiquement et en pensée, et qui n'est pas forcément justifié rationnellement. L'interaction avec la ville, avec le paysage urbain, est une composante majeure de l'antipub. Entrer en contact avec des images sacralisées, remplir un espace privé, se l'approprier et le considérer public, le remplir visuellement, mais de façon sonore aussi (certains participants jouaient du saxophone pendant les actions), remplir l'espace de sa présence, se retourner sur son passage et admirer son empreinte, comme marque de la reprise de possession d'un territoire dans la jungle urbaine est un plaisir unique.

“C’est évidemment très excitant. Braver l’interdit, le risque d’être pris...”

Alex, 27 ans, doctorant, Amérique du Sud

Les anti pub ont la même volonté que les publicitaires : convaincre. L’impact du contre- message, l’aspect créatif, artistique, subversif, voire humoristique est une dimension qui se superpose au devoir de persuasion idéologique.

“Et est-ce qu’on peut dire que tu trouves ça excitant ?

Par moments, pas toujours...

Genre quand ?

Je ne sais pas, quand on a fait un truc bien, bien percutant. Un truc bien percutant écrit sur une pub. Ca l’est pas du tout quand on se retrouve face à un policier, là on redescend tout de suite.”

Jeanne, 18 ans, travail partiel et saisonnier, Levallois

Il est intéressant ici de remarquer que Jeanne utilise le champ lexical des drogues pour expliquer ce qu’elle ressent face au danger et à l’excitation provoqués par son comportement déviant. Elle décrit une “descente” lorsqu’elle rencontre les forces de l’ordre, ce qui implique une “montée” lorsqu’elle pousse la liberté au-delà des règlements.

Le mouvement antipub peut être qualifié de postmoderne dans la mesure où son aspect ludique est un des moteurs de l’action elle-même. Il est évident que par le passé les manifestants ont toujours pris plaisir à manifester dans les rues mais ici la fonction quasi euphorisante donne à cette nouvelle forme de militantisme un caractère unique. La Brigade Activiste des Clowns, la Véloration, la BAP, sont des formes d’activisme nouvelles où le relationnel, l’émotionnel jouent des rôles primordiaux. Il s’agit aussi de “s’éclater”, la forme de l’action doit “séduire” et l’austérité n’est plus au goût du jour.

Serge évoque plus bas l’adrénaline comme un excitant qui augmente la “vigilance”. L’adrénaline est sécrétée en réponse à un état de stress ou en vue d’une activité physique, entraînant une accélération du rythme cardiaque, une augmentation de la force des contractions du cœur et une hausse de la pression artérielle. Elle répond à un besoin d’énergie, par exemple pour faire face au danger. C’est lorsqu’on s’intéresse à la façon micro individuelle de vivre l’action qu’on s’aperçoit à quel point la dimension corporelle est importante, même dans une action aussi politisée que celle-ci.

“Est-ce que c’est excitant?”

Au début, ça l’est. Après, la routine a tendance à s’installer. Mais il reste toujours l’adrénaline, on est exposés, on se met en danger, il faut en avoir conscience à chaque seconde, et ça permet de rester

vigilant.”

Serge, 32 ans, chômeur/musicien, Paris

Laura nous parle de son activisme antipub comme d'un sport, comme d'une catharsis qui lui permet de se débarrasser de son stress et de tout ce qu'elle ressent de négatif à l'intérieur de son corps.

“Et est-ce que c'est excitant ?

Je ne sais pas si c'est excitant, mais il y a un aspect défoulant.

Moi, j'ai beaucoup de colère depuis longtemps, d'exaspération, d'énervement. Ces actions directes me défoulent, c'est un exutoire.

C'est pas une excitation en soi, c'est pour évacuer surtout.”

Laura, 27 ans, salariée, Paris

Dans les travaux relatifs à l'homme et la ville, ceux de George Simmel notamment, nous nous sommes beaucoup intéressés à l'influence que les grandes villes ont sur les hommes. Les métropoles ont très tôt été décrites comme des biotopes, du temps de Tocqueville déjà, elles étaient vues comme un environnement qui produisait un nouveau type d'homme, le citadin. Mais trop peu de travaux se sont intéressés à ce que l'homme réintroduit dans l'espace urbain. Le graffiti, la gravure, le stickage sauvage, les brûlures, les déchirements et décollements sont autant de signes d'une volonté de réintroduire de soi dans un espace dépossédé. C'est une dimension clé aujourd'hui dans les travaux d'anthropologie urbaine. Il y a un mouvement de va-et-vient entre la ville et l'homme, elle est tour-à-tour un champ de bataille, un terrain de jeu et une toile de fond, l'homme reçoit des coups, que ce soit des agressions visuelles et sonores qui le stressent, mais en donne également.

E / La perception des risques

En ce sens, l'activisme antipublicitaire souterrain fait penser à une TAZ, une Zone Autonome Temporaire, régie par d'autres lois qu'en surface, ce que nous détaillerons par la suite. Certains antipubs ont l'air de s'adonner à un jeu où les règles sont claires : cinquante euros d'amende si on perd, si on se fait attraper par les forces de l'ordre, avec la possibilité ultime de courir et de sortir de l'aire de jeu. Les risques ne dépassent pas cela. Pendant deux heures l'action prend la forme d'un jeu vidéo où il s'agit de gagner un maximum de points. La législation concernant la dégradation de publicité est très particulière et bien différente d'à "l'extérieur". Ici bas dans le métro, ils n'auront pas à faire à la police de la surface, ce qui donne à ce terrain, ou "sous-terrain", la dimension

d'un ailleurs où des interactions alternatives, avec la ville et les personnes, sont possibles

En surface c'est différent.

Les éventuelles confrontations avec les forces de police posent la question de la violence. Elle peut être analysée par le biais des travaux de Norbert Elias sur le sport, et son concept de civilisation fondé sur un contrôle des affects. Tout comme dans le domaine du sport, il s'opère un déplacement de la violence dans l'activisme. Elle n'est pas perçue physiquement mais plutôt dans les mots et échanges avec l'opposition. Il y a un déplacement du combat, une forte intériorisation des contraintes qui fait que l'agression n'est plus une option possible et que la lutte est transposée sur les murs et dans les dialogues du métropolitain et de l'Internet. Les principes de l'Internet que l'on peut associer aux TAZ sont "la possibilité de se regrouper en communauté d'intérêt, notamment via des forums, des listes de diffusion, c'est-à-dire de sites qui, au-delà des distances géographiques, ont permis la mise en relation d'individus et de groupes jusque là anecdotiques".

Au niveau juridique, le mouvement antipub n'a rien d'un mouvement révolutionnaire. Les Déboulonneurs par exemple est un collectif à visée réformiste dont les objectifs sont de changer les lois préexistantes. C'est en ce sens que Raphaël se réfère avec fierté au "droit des anti pubs", ce qui montre la capacité des institutions à phagocyter la critique sociale et à y répondre en l'incluant dans son système de pensée, sans remettre celui-ci en question.

"Et d'autres risques ?... être traité comme un délinquant, perdre son job, aller en taule, perdre sa compagne ou ses amis..."

On ne risque pas ça pour du barbouillage. Les Déboulonneurs risquent cinq ans de prison et 75 000 euros d'amende mais ils ont eu que 500 euros par le procureur et encore... T'as lu le droit des anti pubs ?"

Raphaël (son colocataire), 22 ans, salarié, Paris

F / La question de l'influence

Cependant il y a aussi dans le discours de Laura cette idée selon laquelle l'action a également une fonction d'autojustification. Et en effet, l'activisme antipublicitaire de la BAP a une dimension rituelle, hebdomadaire, répétitive et obsessionnelle qui lui confère le même aspect de matraquage que ce qu'elle combat. La question de l'influence du mouvement antipublicitaire revient à poser la question de l'influence de la publicité elle-même. Si les spectateurs

étaient passifs devant les messages qu'on leur "administre", ils le seraient aussi à l'égard de la critique de ces messages. Affirmer cela, c'est supposer que le cerveau humain est une "patte molle", malléable, et passive, ce que l'école de Francfort a déjà échoué à prouver.

Il est frappant de les entendre parler de "brainstorming" ou de "slogan" comme d'armes pour lutter contre le marketing. La question de l'influence de la contre-communication est selon nous fortement révélatrice de l'isomorphisme du capitalisme et de sa critique.

CONCLUSION

Dans le cas observé, le mouvement antipublicitaire s'apparente au proverbe chinois suivant: "lorsque le sage montre la lune, l'idiot regarde le doigt". Car la publicité n'est rien d'autre qu'une émanation de la société de consommation et d'un système économique qui s'impose depuis vingt ans comme l'unique façon de gérer les ressources et l'humain... C'est en cela que les revendications de la BAP sont selon nos analyses une "critique de forme". Cela veut dire que graphiquement et idéologiquement ils ne sortent pas du cadre. Cette mouvance militante peut aussi se reconnaître dans la métaphore du réseau et de la cité par projet, caractéristique du nouvel esprit du capitalisme, où circulent des personnes très différentes, dont les opinions divergent, à l'image d'une "mosaïque", mais qui sont susceptibles de converger et de s'entraider pour des actions ponctuelles. C'est dans cette description que l'on reconnaît l'homologie morphologique entre les nouveaux mouvements protestataires et les formes de ce troisième esprit du capitalisme. Mais d'un autre côté il faut garder à l'esprit que la critique sert indirectement le capitalisme en étant un des instruments de sa capacité à durer, ce qui pose d'ailleurs à la critique des problèmes redoutables puisqu'elle est facilement placée dans l'alternative d'être soit ignorée (et donc inutile), soit récupérée. Et ce qu'il faut bien comprendre est que cet isomorphisme est la condition de l'efficacité, la critique "colle" aux formes du monde pour en faire partie prenante. Mais la critique est moins mobile que le capitalisme, plus... inerte, à cause de sa soumission à la loi notamment. Il est frappant de constater à quel point les "coordinations" et associations critiques s'appuient sur des schémas en forme de réseau, identiques au nouveau régime de management apparu dans les années 80.

A história íntima dos aparelhos: tecnologia e identidades

Resenha do livro “The inner history of devices”, de Sherry Turkle.
The MIT Press, 2008.

José Cláudio Siqueira Castanheira

Mestrando em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação
da Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

The inner history of devices é o terceiro de uma série de livros editados por Sherry Turkle a partir de seminários conduzidos no *MIT Initiative on Technology and Self*, um centro de pesquisa e reflexão sobre as relações entre pessoas e objetos, sediado no *Massachusetts Institute of Technology* e dirigido pela própria Turkle. O primeiro volume, *Evocative objects: things we think with*, lançado em 2007, trata do poder dos objetos cotidianos em nossa vida. Relatos autobiográficos de artistas, cientistas e designers falam de como eles nos conectam a idéias e a pessoas. Escreve a pesquisadora:

Nós achamos familiar considerar objetos como úteis ou estéticos, como necessidades ou indulgências vãs. Nós estamos em um terreno menos familiar quando consideramos objetos como companhias para nossa vida emocional e provocações ao pensamento (2007, p. 5).

No segundo livro da série, *Falling for science: objects in mind*, Turkle e um grupo de cientistas, engenheiros, designers e estudantes, escrevem sobre objetos encontrados na infância ou adolescência e que se tornam “parte do tecido de seus *selves* científicos” (TURKLE, 2008b, p. 4). Ela completa: “e desde que, para cada um de nós, os muitos aspectos do *self* estão profundamente emaranhados, essas narrativas sobre objetos e ciência também exploram temas como família, amizade, lar, amor e perda” (Ibid., p. 4).

Lançado na segunda metade de 2008, *The inner history of devices* dá continuidade a alguns dos temas já trabalhados pela autora em livros anteriores como *The second self* e *Life on the screen*, mas a fala principal não é a de Turkle. Essa está a cargo dos outros autores que traduzem, em doze ensaios, os processos conflituosos de conformação de identidades a partir da relação com artefatos tecnológicos.

A tecnologia aqui tratada não é pensada como algo utilitário, antes, ela está muito mais próxima da idéia que nós construímos do “humano”. O conflito surge quando pensamos se deveríamos tratá-la assim, de forma tão íntima, como uma pessoa próxima ou como parte inseparável de nós mesmos.

Turkle divide o livro em três partes. Cada uma delas tem um olhar ligeiramente diferenciado sobre as relações entre o humano e os aparatos ao seu redor. Ligeiramente porque, em última instância, a pesquisadora vai buscar em cada um desses olhares – o da memória, o da psicanálise e o da etnografia – o que chama de um viés etnográfico íntimo. Para ela, a etnografia não é uma prática passiva. É necessária uma “escuta ativa” para fazer emergir algo que está escondido. “Através da memória, etnógrafos aprendem sobre sua vida interior e como ver o geral no particular. Eles estão mais habilitados a ouvir quando seus informantes tentarem fazer o mesmo” (TURKLE, 2008a, p. 11).

Do mesmo modo, a psicanálise fornece informações através de um

compartilhamento de experiências. Nesse sentido, o etnógrafo teria muito a aprender com a prática psicanalítica na medida em que “os sujeitos não estão ali para serem ensinados ou corrigidos” (Ibid., p. 9). Para Turkle, o etnógrafo deve prestar atenção – e ela propõe, assim, um “ouvinte preparado” – não apenas às práticas, mas àquilo que é pensado e nem sempre dito sobre elas. O significado das coisas esconde-se e é atingido por vias indiretas. “Devemos prestar atenção aos sonhos” (Ibid., p. 10). A autora acredita que, através da memória – partindo, muitas vezes, de sua própria experiência – o etnógrafo alcançaria o que o sujeito pensa de mais profundo sobre sua prática e sobre os objetos que a constroem.

A primeira parte do livro é composta de quatro textos de cunho memorialista. Todos relatam experiências pessoais de amor e repulsa a objetos que, de um modo ou de outro, tornaram-se muito próximos dos autores. Próteses oculares, telefones celulares, uma mesa para tratamento fisioterápico e um aparelho de TV funcionam como alicerces de personalidades, repositórios de memórias, pontos para onde confluem sentimentos contraditórios.

A segunda parte apresenta três textos sobre as relações de diferentes tipos de pessoas com o ambiente da Internet. Todos partem do ponto de vista da psicanálise (de fato são casos de consultório analisados) e tratam de como o ambiente da Web facilita a construção dessas diferentes identidades e como isso é feito substituindo ou aperfeiçoando outros processos de transformação considerados naturais.

Na adolescência um senso estável de *self* é rompido: adolescentes mudam tanto interna quanto externamente, e precisam reavaliar quem eles são assim que essas mudanças começam. Hoje em dia, adolescentes usam a Internet e os jogos de computador para isso (LEVY-WARREN in TURKLE, 2008a, p. 78).

Mesmo na idade adulta o computador pode servir para impor ou dissipar limites entre esse interior e o exterior. Como no caso da paciente que não conseguia associar seu comportamento através da Internet às suas atitudes cotidianas. Perguntada sobre um e-mail bastante rude que mandara para sua analista, ela responde: “Eu realmente disse isso tudo?” (LEARY in TURKLE, 2008a, p. 92). Para a analista, ao esquecer o que fazia ou escrevia no espaço virtual, a paciente havia encontrado “um jeito de dizer o que estava pensando sem ter que, inicialmente, possuir seus sentimentos” (LEARY in TURKLE, 2008a, p. 92).

Na última e maior parte encontramos cinco artigos que, aí sim, apresentam um trabalho de campo e uma metodologia mais especificamente etnográficos. Falam de assuntos bem diversos como desfibriladores cardíacos, máquinas de diálise e máquinas de videopôquer.

Assim como na psicanálise, para Turkle, a etnografia necessita de um espaço “transicional”, ou seja, retirado da vida cotidiana, que possa estabelecer significados próprios. Aqui, o etnógrafo torna-se próximo, íntimo, pronto para adentrar essas relações delicadas entre o humano e o tecnológico. Deve criar esse tipo de espaço e, assim, não modificar as vidas daqueles com quem conversa, mas ajudar a iluminar suas experiências.

Alicia Verlager, uma das memorialistas, foi obrigada a usar próteses oculares desde muito cedo. Junto com as próteses, uma série de aparatos para ajudá-la a relacionar-se com o mundo, em seus termos: “rédeas”.

Eu comecei a pensar sobre meus aparelhos eletrônicos como próteses, assim como meus olhos. Quando eu escuto meu sintetizador de fala, eu o ouço como uma voz interna. Simultaneamente eu uso e esqueço meus computadores. Eles apagaram a fronteira entre o *eu* e o *não-eu*. Algumas vezes eu penso sobre mim como se eu estivesse me tornando ficção científica (VERLAGER in TURKLE, 2008a, p. 36-37).

O termo “rédeas”, aliás, foi retirado por Verlager de um texto de 2006 da própria Turkle (*Tethering*). Ela nos diz: “rédeas referem-se a como nos conectamos a aparelhos de comunicação sempre ligados e a pessoas e coisas que alcançamos através deles, que, de uma certa maneira, agora vivem através deles, sempre prontos para pensar ou agir” (2006, p. 221).

Ao pensar em colocar próteses oculares de cores diferentes da natural, Verlager encontra a resistência de seu oculista. Percebe-se que, para ele, é importante a preservação da aparência original do corpo. O desejo de modificá-lo é inconveniente. Ela questiona se suas próteses seriam um dispositivo para restauração de um corpo estático, que apenas envelhece, ou parte de um processo contínuo de mudanças. “É melhor passar por autêntica ou é melhor ter a prótese ‘não-natural’ que se quer?” (VERLAGER in TURKLE, 2008a, p. 38).

Da mesma forma, o antropólogo Aslihan Sanal descreve, em outro artigo, os conflitos e as mudanças de percepção do próprio corpo em pacientes sujeitos a traumáticos processos de hemodiálise. “O corpo de Oguz estava se deteriorando enquanto se tornava estranho para ele. Os fluidos da diálise mudaram a imunidade e a resistência de sua pele” (SANAL in TURKLE, 2008a, p. 148).

A tecnologia é fonte de alívio e transtornos. Em alguns casos, de terror. Pacientes de cardiopatias que tiveram que submeter-se ao implante de desfibriladores cardíacos internos demonstram uma reação de repulsa intensa a algo que agora faz parte de seus corpos. À custa de choques imprevisíveis essas pessoas são mantidas vivas, mas sofrem de uma incerteza sobre o que se passa no interior de seus corpos.

Ter uma máquina dentro de você que periodicamente o traz de

volta à vida com choques provoca questões apenas levantadas na ficção científica e na filosofia bioética. Como os choques do DCI – intervenções biotecnológicas traumáticas – mudam as vidas que eles pretendem prolongar? Como eles mudam as mortes que eles tentam adiar? (POLLOCK in TURKLE, 2008a, p. 98).

Bastante curioso é o caso descrito por Anita Say Chan sobre o site *Slashdot.org*, dedicado a assuntos técnico-científicos, e seus usuários. A página tem um caráter colaborativo e acabou criando uma espécie de vício incontrolável em muitos de seus frequentadores. O interessante é que esse vício – a necessidade de acessar o conteúdo a todo instante, acompanhar o andamento das discussões, participar da solução de algumas questões colocadas – é reconhecido por esse grupo de maneira positiva. Eles se orgulham de não poder viver sem o *site*, seu conteúdo e suas discussões. “Eles falam de seu vício como se estivessem aprimorando sua capacidade de aprender, trabalhar e atuar politicamente” (CHAN in TURKLE, 2008a, p. 135).

A cultura digital cria novas maneiras de retrabalhar o pessoal. Diferentemente do processo de memória, onde, constrangidos por limites físicos e atravessados por afetos, contamos uma parte de nossa história, hoje, acreditamos poder armazená-la por completo. Turkle cita o projeto de Gordon Bell, um dos pioneiros da Internet, de criar um arquivo digital completo de uma vida. Em 1998, Bell passou a digitalizar todo material possível relacionado a ele próprio, desde cartas, livros e fotos até logotipos de canecas e camisetas. Para organizar e lidar com esse material, ele começou a trabalhar em conjunto com o pessoal da Microsoft, criando o projeto *The MyLifeBits*. O arquivo digital torna-se, assim, uma espécie de imortalidade.

O corpo também é imortalizado em 0s e 1s no projeto *Visible Human*. Rachel Prentice nos descreve esse projeto em que um cadáver de mulher é reconstruído digitalmente, após complexo processo em que ele é congelado, fatiado em lâminas finíssimas e escaneado em equipamentos de última geração. O resultado é um modelo extremamente detalhado da anatomia dessa mulher, que pode ser consultado por cientistas e estudantes. Rachel, entrevistando e observando as reações de diferentes pessoas diante da imagem do corpo na tela, conclui que o modelo digitalizado no projeto *Visible Human* nos mostra um corpo no qual não reconhecemos conexões pessoais, diferente dos afetos que surgem ao lidarmos com cadáveres. A dissecação de um cadáver, diferente de sua abstração tecnológica, dá ao estudante de medicina um objeto que o “ajuda a refletir sobre o paciente como pessoa e o corpo como objeto” (PRENTICE in TURKLE, 2008a, p. 124). Turkle completa:

O ser humano que veio a ser a mulher visível sabia o que se tornaria o seu corpo, o que seria ser transformada em um programa? Ela é um ser

humano agora usado de uma nova maneira, deslocado em um mundo virtual onde ela está à disposição de quem quiser olhar. [...] Corpos na Internet são apenas outra janela na tela (TURKLE, 2008a, p. 18).

Em *The second self*, a autora já nos dizia que um dos principais efeitos culturais do computador é o quanto ele está presente em nosso pensamento sobre nós mesmos (TURKLE, 1984). Em *The inner history of devices*, ela vê a tecnologia como um teste de Rorschach(1), uma tela projetiva para “nossos compromettimentos mutantes e emocionalmente carregados” (TURKLE, 2008a, p. 11).

A proposta de Turkle sobre o entrelaçamento das práticas de memória, psicanálise e etnografia, colocada neste livro, ainda carece de um aprofundamento. É uma idéia em aberto que ela deixa para que seus colaboradores desenvolvam a partir de lembranças, trabalhos de consultório e de campo. Esses autores têm que trabalhar com objetos carregados de sentidos previamente sancionados. Ao mesmo tempo, e é isso que Turkle identifica nos procedimentos tanto da psicanálise como da etnografia, vivemos um momento de “novas verdades”. “As pessoas se expressam de maneiras que são altamente particulares, quase idiossincráticas” (TURKLE, 2008a, p.11). O etnógrafo e o psicanalista têm que ir além dos modelos de interpretação onde o sujeito submete-se passivamente a uma descrição. Esse sujeito tende a modificar constantemente as suas relações com o mundo. A tecnologia ajuda a arquitetar suas intimidades.

Assim como a experiência individual é falha no quesito de armazenamento e acesso, a tecnologia não é capaz de, por si só, capturar integralmente uma vivência particular. O digital trabalha sob a égide das cronologias e categorias, a memória humana dispõe dos eventos como significados sempre em mudança. A memória, a psicanálise e a etnografia “não são apenas sobre capturar eventos, mas sobre lembranças e esquecimentos, escolhas e interpretação” (Ibid., p. 26).

Referências bibliográficas

TURKLE, Sherry (Ed.) *The inner history of devices*. Massachusetts: The MIT Press, 2008a.

_____. *Falling for science: objects in mind*. Massachusetts: The MIT Press, 2008b.

_____. *Evocative objects: things we think with*. Massachusetts: The MIT Press, 2007.

_____. *The second self: computers and the human spirit*. New York: Simon and Schuster, 1984.

_____. *Life on the screen: identity in the age of the Internet*. New York: Simon and Schuster, 1995.

_____. Tethering. In: JONES, Caroline A. (Ed.). *Sensorium: Embodied experience, technology, and contemporary art*. Massachusetts: The MIT Press, 2006.

Nota

1 O teste de Rorschach, desenvolvido pelo psiquiatra suíço Hermann Rorschach, consiste em obter-se um quadro da dinâmica psicológica de um paciente através de suas interpretações de manchas simétricas de tinta em uma prancha ou folha de papel em branco.

Orientação editorial

Logos: Comunicação & Universidade é uma publicação semestral do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. A cada número há uma temática central, foco dos artigos principais; trabalhos de pesquisa abordando outros temas serão aceitos a critério do Conselho Editorial.

1. ORIENTAÇÃO EDITORIAL

- 1.1. Os textos serão revisados e poderão sofrer pequenas correções ou cortes em função das necessidades editoriais, respeitado o conteúdo.
- 1.2. Os artigos assinados são de exclusiva responsabilidade dos autores.
- 1.3. É permitida a reprodução total ou parcial dos textos da revista, desde que citada a fonte.

2. PROCEDIMENTOS PARA SUBMISSÃO DE ARQUIVOS

- 2.1. Os artigos devem conter entre 30 e 35 mil caracteres (incluindo a folha de referências bibliográficas e as notas) e as resenhas de obras recentes até 5 mil caracteres. Artigos e resenhas já revisados devem ser enviados em anexo por e-mail aos editores.
- 2.2. Uma breve referência profissional e acadêmica do autor com até três linhas deve acompanhar o texto.
- 2.3. Os artigos devem ser precedidos por um resumo de no máximo cinco linhas, com três palavras-chave e versão em inglês acompanhada de *keywords*.
- 2.4. As citações com até três linhas devem vir entre aspas, sem se destacar do corpo do texto, devendo acompanhá-las imediatamente as notas bibliográficas entre parênteses. Exemplo: (SOBRENOME DO AUTOR, ano de publicação da obra, página correspondente). Citações com mais de três linhas devem vir separadas do corpo do texto, com recuo à esquerda de 2 cm, sem aspas, entrelinha simples, acompanhadas das notas bibliográficas.
- 2.5. Formato do texto: Word (nome.doc), fonte Times New Roman, corpo 12, entrelinha 1,5. Teclar “Enter” apenas uma vez para mudança de parágrafo. Não formatar sublinhado, tabulações ou hifenização ou notas de rodapé. Eventuais notas deverão ser numeradas no corpo do texto entre parênteses e vir no final do artigo. As páginas não devem ser numeradas.
- 2.6. Imagens devem ser enviadas em formato jpg em arquivo próprio, identificadas ao longo do texto como “foto1.jpg”, “foto2.jpg” etc.
- 2.7. As referências bibliográficas, organizadas na última página, não deverão exceder dez obras, obedecendo às normas da ABNT. Exemplo de referência de livro: (SOBRENOME DO AUTOR, Nome. *Título da obra*. Cidade: Editora, ano.). Os títulos de artigos de periódicos devem seguir o mesmo padrão, sendo o nome da publicação em itálico. Exemplo: (SOBRENOME DO AUTOR, Nome. Título do artigo. *Periódico*, Cidade: Editora/Instituição, v.XX, n.XX, p. XX-XX, mês, ano).