

PARIS RING - PRÉSENTACION:

La Nuit de Boxe

Pierre Lévy X Jean Baudrillard

Avec l'arbitrage de Marshall McLuhan

Pedro Luiz de O. Costa Bisneto
São Paulo, 01 de julho de 2007

Sumário

<i>Pesagem:</i>	
Introdução	3
<i>1º Assalto:</i>	
Pierre Lévy, o virtual, o ciberespaço e a inteligência coletiva	4
<i>2º Assalto:</i>	
Texto e hipertexto	6
<i>3º Assalto:</i>	
O ciberespaço e o novo mercado	9
<i>4º Assalto:</i>	
Jean Baudrillard e o hiper-real	12
<i>5º Assalto:</i>	
Internet é o fim da comunicação	14
<i>6º Assalto:</i>	
Lévy versus Baudrillard	17
<i>7º Assalto:</i>	
A Internet não é o meio do hiper-real	23
<i>Arbitragem:</i>	
McLuhan, o meio e a mensagem	24
<i>Contagem dos Pontos:</i>	
Considerações Finais	29
<i>Pré-luta:</i>	
Bibliografia	32

Pesagem:

Introdução

A presente investigação visa analisar os estudos relativos à Internet de dois teóricos e escritores franceses, Pierre Lévy e Jean Baudrillard. Analisaremos a visão do ciberespaço de ambos estudiosos, visão esta que muitas vezes se mostra oposta e conflitante. Apesar do título deste trabalho insinuar um embate, ou como explicita, uma verdadeira “luta de boxe” entre esses dois teóricos, o objetivo realmente não é confrontar os dois de forma que um deles vença a “luta”, e sim entender a visão que ambos possuem do ciberespaço, a Internet, a *World Wide Web*, estas por sua vez aparentam ser antagonistas por si mesmas. Não são os dois teóricos que se combatem, e sim, suas teorias.

Embora este trabalho não seja de fato uma luta de boxe entre Lévy e Baudrillard, imaginemos que de fato se tratasse de uma luta de boxe. Imaginemos um ringue de boxe em que de um lado, no *corner* azul, está Pierre Lévy e, no *corner* oposto, de cor vermelha, Jean Baudrillard. Naturalmente, se trata de uma luta entre pesos pesados, categoria máxima do esporte. Neste combate, minha torcida vai para Lévy, adversário que considero mais otimista e com ideais mais humanísticos, enquanto Baudrillard é mais realista (‘hiper’-realista) e, muitas vezes, mais negativista. Apesar da torcida, tenho ciência do forte adversário que é Baudrillard, inclusive o considero favorito à vitória. Um nocaute de Baudrillard sobre Lévy logo nos primeiros assaltos dessa luta não me deixaria surpreso, e sim triste com a derrota deste “lutador” de quem sou “fã” há bastante tempo. Imaginemos que nesta luta os punhos de cada pugilista sejam suas palavras e o ringue de combate seja o ciberespaço, o mundo “virtual”, mundo esse cuja visão de tais filósofos é a própria razão de sua divergência, a razão desse combate. Este ringue, o ciberespaço, como é o próprio de si mesmo, é gigantesco, de abrangência planetária. Uma luta num ringue de tal magnitude seria interminável, com incontáveis *rounds*, então, para não alongar demais o combate, julgaremos nesta luta apenas alguns tópicos relacionados ao próprio ciberespaço, e mais um elemento: o jornalismo.

Assim como esta “luta de boxe” confronta as idéias de dois filósofos, confrontaremos também o jornalismo impresso e o webjornalismo, o jornal *analógico* contra o jornal *virtual*. Assim, buscaremos nas teorias de Lévy e Baudrillard, embasamentos que possam fundamentar o novo contexto do jornalismo com o surgimento da Internet, o novo contexto do webjornalismo. Este sim é o verdadeiro objetivo da “luta” em questão.

1º Assalto:

Pierre Lévy, o virtual, o ciberespaço e a inteligência coletiva

Pierre Lévy define o *virtual* não como uma possibilidade, algo que ainda não aconteceu, mas que potencialmente já se faz presente – definição tal que é a mais corriqueira atribuída ao termo, como quando numa partida de futebol uma penalidade máxima é marcada e a torcida já comemora como se fosse um gol, embora o gol só seja validado caso na cobrança da penalidade a bola de fato adentre a meta, a penalidade máxima então é *virtualmente* a maior expectativa de gol que se tem no futebol, mas não é o gol em si – o que deixa claro a partir do primeiro capítulo de sua obra “*O que é Virtual?*”:

“No uso corrente, a palavra virtual é empregada com frequência para significar a pura e simples ausência de existência, a ‘realidade’ supondo uma efetuação material, uma presença tangível. O real seria da ordem do ‘tenho’, enquanto o virtual seria da ordem do ‘terás’, ou da ilusão, o que permite geralmente o uso de uma ironia fácil para evocar as diversas formas de virtualização. Como veremos mais adiante, essa abordagem possui uma parte de verdade interessante, mas é evidentemente demasiado grosseira para fundar uma teoria geral” (1996, 15).

Lévy também enfatiza que o termo de virtual que trabalha vai muito além da definição comum do termo como vimos, atribuído ao mundo das possibilidades e, mais atualmente, à própria Internet, para Lévy, o *virtual* e a *virtualização* vão muito além disso:

“Um movimento geral de virtualização afeta hoje não apenas a informação e a comunicação, mas também os corpos, o funcionamento econômico, os quadros coletivos da sensibilidade ou o exercício da inteligência (...) trata-se de uma onda de fundo que ultrapassa amplamente a informatização” (1996, 11).

Assim, dentro da amplitude do termo, Lévy define o virtual como um processo oposto e vinculado a outro processo que ele chama de *atual*:

“Já o virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual. Contrariamente ao possível, estático e já constituído, o virtual é como o complexo problemático, um nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização” (1996, 16).

A *atualização*, segundo Lévy, é um processo de questionamento, onde idéias, teorias ou entidades são atualizadas e assim levadas a novas realizações concretas, a busca, a quebra e o

estabelecimento de novos paradigmas, como ele bem coloca: “A atualização aparece então como a solução de um problema, uma solução que não estava contida previamente no enunciado. A atualização é a criação, invenção de uma forma a partir de uma configuração dinâmica de forças e de finalidades” (1996, 16). Sendo a virtualização um processo vinculado e inverso à atualização, poderíamos entendê-la como um processo de onde o real, o concreto, passa ao conjunto das possibilidades. Porém não é exatamente isso que Lévy nos expõe sobre a virtualização, para ele a relação do virtual com o real e o atual se dá da seguinte forma: “O real assemelha-se ao possível; em troca, o atual em nada se assemelha ao virtual: *responde-lhe*” (1996, 17). E, para ficar clara sua posição, ele a exemplifica: “Virtualizar uma entidade qualquer consiste em descobrir uma questão geral à qual ela se relaciona, em fazer mutar a entidade em direção a essa interrogação e em definir a atualidade de partida como resposta a uma questão particular” (1996, 18). Portanto, para Lévy, uma entidade ou qualquer outra representatividade no mundo virtual se entende como uma entidade em contínuo processo de mutação, o que ele coloca na seguinte passagem: “(...) a virtualização da empresa consiste (...) em fazer das coordenadas espaço-temporais (...) um problema sempre repensado e não uma solução estável” (1996, 18). Fica-nos claro entender então que o virtual é o que surge de um processo de virtualização, o processo inverso da atualização: “A virtualização pode ser definida como o movimento inverso da atualização” (1996, 17), enfatiza o francês. A virtualização remota o inventivo de uma solução a uma problemática. O atual, a solução particular de um problema no aqui agora se virtualiza e se torna existente. Tendo esses paradigmas em mente, temos então a definição do que é virtual, como coloca Lévy: “(...) o virtual constitui a entidade: as virtualidades inerentes a um ser, sua problemática, o nó de tensões, de coerções e de projetos que o animam, as questões que movem, são uma parte essencial de sua determinação” (1996, 16).

A Internet é, então, o “mundo virtual”, pois neste mundo nada é definitivamente concreto, as páginas e os sítios na Web estão sempre em processo de atualização, principalmente por serem construídos por milhares de operários que neste espaço interagem. Outro fator que nos diz que tal mundo é “virtual”, é o simples fato de que quando interagimos com ele, seja através da navegação por páginas Web, ou por outro protocolo qualquer de comunicação disposto na rede, estarmos interagindo com representações gráficas e numéricas da informação e não diretamente com a informação armazenada nos diferentes computadores da rede, pois esta informação é binária, matemática. Nós interagimos com a atualização de informações binárias que adquirem formas de palavras, gráficos, sons e imagens. No processo inverso, enviamos as nossas informações com comandos reais, um endereço de um sítio que digitamos, um clique com o *mouse* em um hipertexto etc, porém a informação que parte à rede é binária, portanto virtualizada, uma representação numérica de uma linguagem real e identificável pelo homem, daí a Internet ser o mundo virtual.

O ciberespaço¹, cuja nomenclatura não é uma criação de Lévy, refere-se ao espaço virtual criado pelas redes computacionais interconectadas pelo mundo através da Internet. A atividade das pessoas neste ciberespaço, sejam elas físicas ou jurídicas, compõe o que Lévy chama de *cibercultura*. Como fator essencial da cibercultura, dado que esta é composta por milhares de pessoas e sempre em contínuo processo de virtualização, nasce a *inteligência coletiva*. Partindo do pressuposto que cada indivíduo humano deste planeta é possuidor de inteligência, Lévy define:

“Cada indivíduo humano possui um cérebro particular, que se desenvolveu, a grosso modo, sobre o mesmo modelo que o dos outros membros de sua espécie. Pela biologia, nossas inteligências são individuais e semelhantes (embora não idênticas). Pela cultura, em troca, nossa inteligência é altamente variável e coletiva. Com efeito, a dimensão social da inteligência está intimamente ligada às linguagens, às técnicas e às instituições, notoriamente diferentes conforme os lugares e as épocas” (1996, 99).

Dado que a inteligência coletiva é fruto da cultura, da interação entre os homens, uma integração comunicacional entre esses indivíduos, através de uma rede global, eleva à potência máxima a inteligência humana, daí a elevação da inteligência coletiva que Lévy nos fala através do mundo virtual. A expressão dessa inteligência coletiva é o que Lévy chama de cibercultura, a cultura que provém das peculiaridades interativas e coletivas do ciberespaço.

2º Assalto:

Texto e hipertexto

Como meu projeto de pesquisa visa entender a diferença entre o jornal impresso e o jornal virtual, ou o *webjornal*. Encontramos nas teorias de Pierre Lévy algumas colocações que dizem respeito às diferenças entre texto e hipertexto, dado que texto é a linguagem básica dos jornais impressos e, o hipertexto, a linguagem básica dos *webjornais*.

Segundo Lévy, o advento da escrita eleva o conhecimento e inteligência humana, mas a escrita depende não só das palavras e sim de representações destas sobre um suporte, de modo que fiquem dispostas continuamente no tempo-espaço para serem perpetuadas, daí a sua superioridade sobre a comunicação feita de forma apenas oral:

“Com a escrita, e mais com o alfabeto e a imprensa, os modos de conhecimento teóricos e hermêuticos passaram portanto a prevalecer sobre os saberes narrativos e rituais das sociedades orais.

¹ O termo “cyberspace” foi cunhado pelo escritor canadense Willian Gibson em sua obra “Neuromancer” de 1984.

A exigência de uma verdade universal, objetiva e crítica só pode se impor numa ecologia cognitiva largamente estruturada pela escrita, ou, mais exatamente, pela escrita sobre o suporte estático” (1996, 38).

Porém, no mundo virtual, a escrita não se faz sobre um suporte estático e sim dinâmico, sobre isso Lévy coloca:

“Pois o texto contemporâneo alimentando correspondências on-line e conferências eletrônicas, correndo em redes, fluido, desterritorializado, mergulhado no oceano do ciberespaço, esse texto dinâmico reconstitui, mas de outro modo e numa escala infinitamente superior, a copresença da mensagem e de seu contexto vivo que caracteriza a comunicação oral. De novo, os critérios mudam. Reaproximam-se daqueles do diálogo ou conversação: pertinência em função do momento, dos leitores e dos lugares virtuais” (1996, 39).

Fica claro então que o texto que flui na Internet em uma escala muito maior que o texto sobre um suporte estático, pois na Internet ele passa de um simples texto a um texto dinâmico e sempre reconstituído, já que está dentro do palco da inteligência coletiva que é a inteligência construída pelo coletivo da Internet. Porém além do texto em si, Lévy nos fala a respeito do próprio ato de ler:

“Na verdade é somente na tela, ou em outros dispositivos interativos, que o leitor encontra a nova plasticidade do texto ou da imagem, uma vez que, como já disse, o texto em papel (ou o filme em película) forçosamente já está realizado por completo. A tela informática é uma nova ‘máquina de ler’, o lugar onde uma reserva de informação possível vem se realizar por seleção, aqui e agora, para um leitor particular. Toda leitura em computador é uma edição, uma montagem singular” (1996, 41).

Então, fica evidente que além do texto ser mais fluído e dinâmico quando compartilhado numa rede interativa, o próprio leitor também se torna mais dinâmico, pois entra numa máquina de leitura, onde ele programa o que ler, o que compartilhar. É o leitor quem faz a montagem e a seleção do conteúdo que lhe convém. Assim, sobre a leitura e o suporte digital, Lévy complementa:

“Enfim, o suporte digital permite novos tipos de leituras (e de escritas) coletivas. Um *continuum* variado se estende assim entre a leitura individual de um texto preciso e a navegação em vastas redes digitais no interior das quais um grande número de pessoas anota, aumenta, conecta os textos uns aos outros por meio de ligações hipertextuais (...). Se ler consiste em selecionar, em esquematizar, em construir uma rede de remissões internas ao texto, em associar a outros dados, em

integrar as palavras e as imagens a uma memória pessoal em reconstrução permanente, *então os dispositivos hipertextuais constituem de fato uma espécie de objetivação, de exteriorização, de virtualização dos processos de leitura*” (1996, 43).

O que fica claro nesta passagem que o hipertexto, texto composto de vários textos diretamente conectados, somado ao hábito de ler através de hipermídias, estendem o ato de ler para um horizonte maior, que compreende a dinâmica da inteligência coletiva. E sobre essa “superioridade” do hipertexto sobre o texto no suporte estático, é o que Lévy nos fala:

“(…) o suporte digital apresenta uma diferença considerável em relação aos hipertextos anteriores à informática: a pesquisa dos índices, o uso dos instrumentos de orientação, de passagem de um nó para outro, fazem-se com rapidez da ordem de segundos. (...) a digitalização permite associar na mesma mídia e mixar finamente os sons, as imagens animadas e os textos” (1996, 44).

Então não só o texto em hipermídia estende a leitura humana, ele a faz de maneira mais rápida e eficiente, e agrega ao texto novos elementos, igualmente dinâmicos, como imagens e sons, e todos podem ser combinados de maneira adequada, agregando novas informações, dinamizando a leitura, a informação e o conhecimento. E mais, disposto numa rede global, como a Internet, o texto e o hipertexto perdem suas fronteiras, como diz Lévy:

“Os dispositivos hipertextuais nas redes digitais desterritorializam o texto. Fizeram emergir um texto sem fronteiras nítidas, sem interioridade definível. Não há mais um texto, assim como não há uma água e uma areia, mas apenas água e areia. O texto é posto em movimento, envolvido em fluxo, vetorizado, metafórico. Assim está mais próximo do pensamento, ou da imagem que hoje temos deste. Perdendo sua afinidade com as idéias imutáveis que supostamente dominaram o mundo sensível, o texto torna-se análogo ao universo de processos ao qual se mistura” (1996, 48).

O hipertexto, na Internet, é - diferentemente do texto estático, limitado a um papel, um livro, a uma biblioteca ou um acervo de jornal - parte de um grande mar, composto de todas as redes e informações nele dispostos. No ponto de vista de um jornal diário, poderíamos entender que este se limita as suas páginas, a presente edição, enquanto na Internet, o webjornal se estende em conexões que trazem informações e conhecimentos que jamais poderiam ser dispostos em uma ou mais edições de um texto limitado, enquanto na Internet ele está dentro desse mar de informações. Em suma, o webjornal também pode ser considerado desterritorializado, ao passo que o jornal diário fica limitado em si mesmo, no seu número de páginas e, em termos de abrangência, limitado ao seu campo de distribuição e número de impressões.

3º Assalto:

O ciberespaço e o novo mercado

A Internet não traz novas mudanças apenas no ato de ler, no suporte do texto e o hipertexto, na desterritorialização que advém da Web, vai muito além, ela altera e cria novos mercados, vejamos o que nos fala Pierre Lévy a respeito disto:

“O ciberespaço abre de fato um mercado novo, só que se trata menos de uma onda de consumo por vir que da emergência de um espaço de transação qualitativamente diferente, no qual os papéis respectivos dos consumidores, dos produtores e dos intermediários se transformam profundamente.

O mercado on-line não conhece as distâncias geográficas. Todos seus pontos estão em princípio igualmente ‘próximos’ uns dos outros para o comprador potencial” (1996, 61).

Quando se fala em “novo mercado da Internet”, não podemos excluir os jornais, que através de suas versões digitais se fazem presentes na grande rede, e sem falar também nos webjornais que têm veiculação exclusiva pela Web e/ou foram criados na Internet. Se a Internet coloca todos consumidores em uma mesma loja, mesmo que em presença virtual, o ciberespaço nos traz uma banca de jornal única, na qual podemos encontrar todos os jornais nela dispostas, uma banca sem limitações geográficas. Porém, Lévy não fala apenas em questões geográficas, mas também da relação entre produtores, consumidores e intermediários dentro desse novo mercado:

“Com os produtores primários e os requerentes podem entrar diretamente em contato uns com os outros, toda uma classe de profissionais corre doravante o risco de ser vista como intermediários, parasitas da informação (jornalistas, editores, professores, médicos, advogados, funcionários médios) ou da transação (comerciantes, banqueiros, agentes financeiros diversos) e tem seus papéis ameaçados. Esse fenômeno é chamado de ‘desintermediação’” (1996, 62).

Como vemos, a profissão de jornalista é diretamente citada como sendo este um intermediário entre o público e a informação. Neste caso, a desintermediação coloca em risco a profissão do jornalista, e explica em parte o porquê do sucesso dos *blogs* na Internet, pois estes são feitos não só por jornalistas, mas diversos tipos de usuários que utilizam a rede para informar, dar opinião e escrever sobre assuntos diversos, o *blogueiro* é o jornalista “desintermediado”, que faz notícia e gera informações diretamente ao público, sem a intermediação da editoria de um jornal. É o consumidor aqui que faz a notícia, e é sobre isso que Lévy coloca:

“O consumidor não apenas se torna coprodutor da informação que consome, mas é também produtor cooperativo dos ‘mundos virtuais’ nos quais evolui, bem como agente de visibilidade do mercado para os quais se exploram os vestígios de seus atos no ciberespaço. Os produtos e serviços mais valorizados no novo mercado são interativos, o que significa, em termos econômicos, que a produção de valor agregado se desloca para o lado do consumidor, ou melhor, que convém substituir a noção de consumo pela coprodução de mercadorias ou serviços interativos” (1996, 63).

Ora, o internauta não só é parte do “jogo” de criação da informação, mas sim, parte do valor dos serviços oferecidos. Em se tratando de webjornais, o Internauta tem seu valor e valoriza o produto através da participação ativa na construção da informação que se faz através de ferramentas que possibilitem a sua interação com a notícia e a informação. E, numa afirmação que podemos relacionar diretamente com o papel dos jornais como um produtor de informação com a questão desse novo mercado e a virtualização do texto, onde Lévy coloca: “(...) a virtualização do texto nos faz assistir a indistinção crescente dos papéis do leitor e do autor, também a virtualização do mercado põe em cena a mistura dos gêneros entre consumidor e a produção” (1996, 63).

Aqui não cabe mais o sistema de onde a informação parte de um centro e se irradia para o público, o público também é parte do movimento, da onda de criação das informações, e essa mudança de papel, dessa nova interatividade em relação às mídias tradicionais, é o que fala Lévy na seguinte passagem:

“O ‘produtos’ habitual (professor, editor, jornalista, produtor televisivo) luta assim para não se ver relegado ao papel de simples fornecedor de matéria-prima. De onde a batalha, do lado dos ‘produtores de conteúdos’, para reinstaurar tanto quanto possível, no novo espaço de interatividade, o papel que eles ocupavam no sistema unilateral das mídias ou na forma rígida das instituições hierárquicas” (1996, 64).

E sobre o papel dos profissionais no espaço da Interatividade, é o que Lévy nos fala também em sua obra “*Cibercultura*”:

“Numerosas posições de poder e diversos ‘trabalhos’ encontram-se ameaçados. Mas se souberem reinventar sua função para transformarem-se em animadores dos processos de inteligência coletiva, os indivíduos e os grupos que desempenham os papéis de intermediários podem passar a ter um papel na nova civilização, ainda mais importante que o anterior. Em contrapartida, caso se enrijeçam sobre as antigas identidades, é quase certo que ficarão em situação difícil” (1999, 231).

Fica claro que dentro de um espaço interativo, que conecta os usuários diretamente, as iniciativas têm de ser igualmente interativas, não se limitando a empurrar o conteúdo em direção ao

internauta, mas trazendo-o este para si, para fazer parte da criação deste conteúdo. E isso se faz não somente colocando informações numa página da Web, não se faz apenas reproduzindo no meio virtual as mesmas informações dispostas por meios analógicos, como o jornal diário impresso e sua reprodução na web, se faz sim através da construção de plataformas que tragam interatividade aos usuários participando da criação da notícia, com espaço para debates, conferências etc. Espaços que não só permitam ao jornalista propagar a sua informação, mas, além disso, aproximar este do público e, também, aproximar o público das fontes nas quais os jornalistas buscam as informações, em suma, no mundo digital, o papel do jornalista não é puro e simplesmente o de informar, mas sim de fomentar a informação. Sobre esse novo papel dos “intermediadores” e das mídias digitais, é o que complementa Lévy:

“As tecnologias de comunicação de suporte digital (...) conhecem neste fim de século XX mutações massivas e radicais (...). Como um dos principais efeitos da transformação em curso, aparece um novo dispositivo de comunicação de coletividades desterritorializadas muito vastas que chamaremos ‘comunicação todos-todos’. É possível experimentar isso na Internet, nos *chats* (BBS), nas conferências ou fóruns eletrônicos, nos sistemas para o trabalho ou aprendizagem cooperativos, nos *groupwares*, nos mundos virtuais e nas árvores de conhecimento. Com efeito, o ciberespaço em via de constituição autoriza uma comunicação não mediática em grande escala que (...) representa um avanço decisivo rumo a formas novas e mais evoluídas de inteligência coletiva” (1996, 112).

Com isso, fica objetivado que num mundo virtual, de interação mútua entre pessoas dispersas por todo globo terrestre, as formas de comunicação, de informação e de notícia não podem apenas privilegiar a informação pura e simples, mas devem trazê-las para um novo contexto, um contexto de produção coletiva, que beneficie o coletivo, o todo, e que integralmente faça parte da criação de uma nova consciência, uma inteligência coletiva. E não nos basta pensar como uma hipótese futura, trata-se de fomentar e criar iniciativas que privilegiem a inteligência coletiva a partir de já, pois, apesar de incipiente, o mundo virtual já é uma mídia, uma rede de grande abrangência mundial e em expansão ainda, não só em sua abrangência física, mas com o crescimento e o surgimento de novas formas de comunicação, novas tecnologias, novas interatividades, e assim tenderá a ser cada vez mais, como prevê o próprio Lévy, e ele nos conta em sua obra, “*Cibercultura*”: “A perspectiva da digitalização geral das informações provavelmente tornará o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do início do próximo século” (1999, 93).

Fica claro que dentro deste novo cenário, neste novo mercado, o jornalismo deve privilegiar as iniciativas coletivas e a interatividade, pois fica evidente que a desterritorialização da notícia e da

informação é um processo em andamento que tende a crescer na mesma medida em que o ciberespaço cresce.

4º Assalto:

Jean Baudrillard e o hiper-real

Enquanto Pierre Lévy enfoca mais sua obra com a questão do “mundo virtual”, Jean Baudrillard mostra uma preocupação maior pelo o que ele chama de “hiper-real”, a virtualidade é algo secundário para Baudrillard, é um fator que está inserido dentro de toda a mídia, e apenas contribui para expandir ainda mais o fenômeno do hiper-real, fenômeno este que advém de um mundo midiático que propaga apenas simulacros do mundo real, como o próprio Baudrillard define em seu estudo, “*Simulacros e Simulações*”: “Hoje (...). A simulação já não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade (...). É o mapa que agora precede o território...” (1997, 8). E complementa: “os simuladores actuais tentam fazer coincidir o real, todo real (...). Este imaginário da representação (...) desaparece na simulação – cuja operação é nuclear e genética e já não especular e discursiva” (1997, 8). E, enfim, chega ao “hiper-real”:

“O real é produzido a partir de células miniaturizadas, de matrizes e de memórias, de modelos de comando – e pode ser produzido um número indefinido de vezes a partir daí. Já não tem de ser racional, pois já não se compara com nenhuma instância, ideal ou negativa. É apenas operacional. Na verdade, já não é o real, pois já não está envolto em nenhum imaginário. É um hiper-real, produto de síntese irradiando modelos combinatórios num hiperespaço sem atmosfera” (1997, 8).

Vemos nesta citação, que embora Baudrillard não tenha feito menção direta à Internet, nem a nenhum meio específico, indiretamente o fez quando se utiliza de termos como matrizes, memórias, modelos combinatórios e hiperespaço. Termos que estão diretamente ligados com a Internet, os meios digitais e os computadores, afinal o mundo virtual se constrói em memórias de computadores, de tecnologia binária, utilizando funções matemáticas, como matrizes e modelos numéricos. A palavra hiperespaço podemos dizer que é a referência a todo espaço midiático incluindo-se como principal componente o ciberespaço, a Internet como grande propagadora da informação digital, dos modelos combinatórios. Baudrillard, porém, não tem intenção de esconder seu raciocínio perante a Internet e as novas mídias digitais, ele o explicita quando se refere à linguagem binária, a linguagem “mãe” da comunicação digital: “(...) pior: com a ressurreição

artificial nos sistemas de signos (...), na medida em que se oferece a todos os sistemas de equivalência, a todas as posições binárias” (1997, 9). Baudrillard dirige a sua teoria do hiper-real a todas as redes informativas, o advento da “grande rede” da Internet aparece como o “clímax” final do hiper-real.

Mas, como já foi enfatizado, Baudrillard não limita a sua teoria do hiper-real à Internet, pelo contrário, ele coloca que a comunicação virtual - a qual se refere utilizando variados termos, aplicados inclusive, a multiplicidade da própria comunicação virtual - leva às últimas conseqüências os fatores negativos que já vinham sendo desenvolvidos com a TV, o rádio, o cinema etc. Essas conseqüências se resumem no mundo de simulacros que vivemos e que criam o hiper-real. Esse mundo hiper-real acaba por esvaziar o real. A vida é vivida antecipadamente pelo mundo virtual, pela propaganda, pela novela. Todos esses simulacros, essas informações hiper-reais, levam a “um universo em que existe cada vez mais informação e cada vez menos sentido” (1997, 103). E para explicar esse fenômeno que Baudrillard classifica como “implosão” da comunicação, ele traça e tenta elucidar algumas hipóteses, numa delas ele propõe que: “(...) a informação não tem nada a ver com o significado” (1997, 103), e depois explica: “Por detrás desta encenação exacerbada da comunicação, os *mass media*, a informação em *forcing* prosseguem uma desestruturação do real (...) os *mass media* são produtores não da socialização mas do seu contrário, da implosão social das massas” (1997, 106). Para entender essa “implosão” da mídia, Baudrillard busca explicações na fórmula de Marshall McLuhan, “*Medium is message*”, e diz:

“O seu sentido é de que todos os conteúdos do sentido são absorvidos na única forma dominante do *medium*. Só o *medium* constitui acontecimento - (...) os conteúdos, conformados ou subversivos. (...) e aí que conduz ao seu limite externo a fórmula de McLuhan – não há apenas a implosão da mensagem no *medium*, há no próprio movimento implosão do próprio *medium* no real. (...) onde até a definição e a acção distinta do *medium* não são assinaláveis. (...) A fórmula de McLuhan *Medium is message*, que é a fórmula-chave da era da simulação (...) o emissor é o receptor – circularidade de todos os pólos” (1997, 107).

E enfim, complementa seu raciocínio: “*Medium is message* não significa apenas o fim da mensagem mas também o fim do *medium*. Já não há (...) instância mediadora de uma realidade para outra, de um estado do real para outro. Nem os sentidos nem a forma. É esse o significado rigoroso da implosão” (1997, 108).

A implosão dos meios pode ser entendida ao surgimento de um novo meio, a Internet. Utilizando-se da linguagem binária e de sua ampla conexão de rede, somada as linguagens digitais, a Internet tem o potencial de transmitir tudo que antes nos era servido por mídias separadas, texto, fotografia, sons, imagens em movimento, tudo pode ser digitalizado e veiculado pela grande rede. E

mais, a Internet permite o contato direto entre todos que dela partilham, permite que qualquer um possa veicular informações pela rede, explicitado na fala de Baudrillard quando ele coloca que o emissor é o receptor. O fato então, de termos um meio que pode veicular outros meios e inverter papéis de emissão e recepção, significa enfim, a própria implosão do meio.

Portanto, observando esses dois aspectos trazidos por Baudrillard, primeiro colocando o fim da mensagem, a mídia não mais é um canal para a realidade, ela nos mostra o hiper-real². Em seguida, a implosão dos meios, a Internet e as tecnologias digitais e de rede fundem todos os meios levando-os à implosão. Com ambas as explanações se esclarece a ênfase dessas novas tecnologias como protagonistas finais na peça do hiper-real, e fica clara que a idéia final, onde os meios e as mensagens implodem, que a responsável por este fim é a Internet, o estopim final da grande implosão. Daí associarmos as idéias de Baudrillard como sendo a Internet “o fim da comunicação”.

5º Assalto:

Internet é o fim da comunicação

Se na obra “*Simulacros e Simulação*”, Baudrillard expõe a sua teoria do hiper-real onde se conclui que ela leva ao fim da comunicação. Na obra “*Tela total*” – uma coletânea de artigos e ensaios jornalísticos do autor – ele faz menção direta ao assunto com diversas referências críticas à Internet, que remetem ao exato título deste capítulo, como por exemplo:

“(…) a extensão incondicional do virtual (que não inclui somente as novas imagens ou a simulação a distância, mas todo o cyberspaço da geofinança (Ignácio Ramonet) e o da multimídia e das auto-estradas da informação) determina a desertificação sem precedentes do espaço real e de tudo o que nos cerca. Isto valerá para as auto-estradas da informação e também para as de circulação. Anulação da paisagem, desertificação do território, abolição das distinções reais” (2003, 24).

Dentro deste contexto de crítica a Internet, Baudrillard vale-se sempre da expressão “auto-estrada da informação”, numa óbvia referência à Internet e sua crescente velocidade de propagação, no aumento da capacidade de dados que seus usuários têm numa escala cada vez maior, uma referência às atuais e futuras redes *broadband*³. Junto com esse aumento na capacidade de transmissão e manipulação de dados nas redes mundiais, Baudrillard comenta sobre uma enxurrada de informações que também é outro fator responsável pelo mundo hiper-realista que vivemos:

² Onde dentro deste “hiper-real” podemos incluir toda a teoria sobre a “Indústria Cultural” de Adorno e Horkheimer. *N. do A.*

³ Banda-larga.

“Toda essa interrogação sobre o virtual torna-se hoje ainda mais delicada e mais complexa por causa do extraordinário blefe que a cerca. O excesso de informação, o *forcing* publicitário e tecnológico; a mídia, o deslumbramento ou o pânico – tudo concorre para uma espécie de alucinação coletiva do virtual e de seus efeitos. Windows 95, Internet, as auto-estradas da informação, tudo isso é já e cada vez mais consumido por antecipação, no discurso e no fantasma. Talvez seja uma maneira de curto-circuitar os seus efeitos fazendo-os transbordar na imaginação? Mas disso não estamos seguros. O blefe e a intoxicação não fazem eles mesmos parte do virtual? Nada sabemos disso” (2003, 75).

A enxurrada de informações advinda com a Internet, essa “alucinação coletiva”, nem Baudrillard consegue explicar quais serão seus efeitos, assim como eu, ele termina o parágrafo com um ponto de interrogação: o que será que vem depois da implosão comunicacional, da implosão do sentido e dos meios? São dúvidas que por hora pairam no ar.

Porém, Baudrillard dá umas pistas e atribui à enxurrada de informações, uma série de fatores ligados às questões interativas da Internet, na inversão de papéis, ou pelo menos na igualação dos papéis de atores e público, algo que explica como a Internet leva as pessoas ao pânico ou deslumbramento coletivo:

“Vídeo, tela interativa, Internet, realidade virtual: a interatividade nos ameaça de toda parte. Por tudo, mistura-se o que era separado; por tudo, a distância é abolida, entre os sexos, entre os pólos opostos, entre palco e platéia, entre os protagonistas da ação, entre sujeito e objeto, entre o real e seu duplo. Essa confusão dos termos e essa colisão dos pólos fazem com que em mais nenhum lugar haja a possibilidade do juízo de valor: nem em arte, nem em moral, nem em política. Pela abolição da distância do ‘pathos da distância’, tudo se torna irrefutável” (2003, 145).

Além do aspecto da interatividade da Internet como rede que interliga todos seus usuários, outro aspecto que põe dúvidas em Baudrillard, é como fica a questão do meio interativo que separa os usuários da convivência física em relações agora mediadas por redes interativas, a questão da separação do artista com a obra⁴:

“O espectador só se torna ator quando há estrita separação entre palco e platéia. Tudo, porém, concorre na atualidade, para a abolição desse corte: a imersão do espectador torna-se convival, interativa. Apogeu ou fim do espectador? Quando todos se convertem em atores, não há mais ação, fim da representação. Morte do espectador. Fim da ilusão estética” (2003, 146).

⁴ Aqui podemos colocar as teorias de Walter Benjamin sobre a questão da perda da “aura” da criação artística em função das técnicas de reprodução que, com o advento do digital e as grandes redes interativas, aumentam ainda mais. *N. do A.*

Essa questão da interatividade mediada pelo computador e as redes mundiais, passa pela questão do texto, que, sendo digital, deixa de ser texto:

“Dá-se o mesmo com o texto, qualquer texto virtual (Internet, Wordprocessor), trabalhado com imagens de síntese, sem mais nada haver com a transcendência do olhar ou da escrita. De qualquer maneira desde o momento em que estamos diante da tela, não percebemos o texto enquanto texto, mas como imagem” (2003, 146).

E que dizer então do hipertexto? Apenas conexões entre textos que não são sequer mais textos, e sim imagens de textos.

Para completar a sua crítica à Internet e colocá-la como o fim da comunicação, Baudrillard fala a respeito da fragmentação e nulidade dos conteúdos da Web e a dificuldade para se encontrar uma informação na mesma:

“Há no ciberespaço a possibilidade de realmente descobrir alguma coisa? Internet apenas simula um espaço de liberdade e de descoberta. Não oferece, em verdade, mais do que um espaço fragmentado, mas convencional, onde o operador interage com elementos conhecidos, sites estabelecidos, códigos instituídos. Nada existe para além desses parâmetros de busca. Toda pergunta encontra-se atrelada a uma resposta pré-estabelecida. Encarnamos, ao mesmo tempo, a interrogação automática e a resposta automática da máquina. Codificadores e decodificadores – nosso próprio terminal, nosso próprio correspondente. Eis o êxtase da comunicação” (2003, 148).

Baudrillard não deixa dúvidas que a Internet é um meio onde a mensagem também perde o seu significado. O “êxtase da comunicação”, o seu auge, com toda a tecnologia que nos cerca, seria o fim da mesma, pois é o fim do diálogo entre os homens, é o diálogo homem-máquina e vice-versa. O diálogo é todo intermediado por códigos e recursos que são oferecidos aos usuários, os usuários interagem sim, mas em espaços e com recursos determinados por terceiros, que seriam os sítios conhecidos, os códigos instituídos. A Internet então, representa o fim da comunicação exatamente por isso, pois é um meio mediador da comunicação, mesmo que todos possam se conectar, eles o fazem através de modelos pré-estabelecidos e não diretamente como parece ser.

6º Assalto:

Lévy versus Baudrillard

Como vimos até aqui, Pierre Lévy vê a Internet como uma rede propagadora de uma nova cultura, a cibercultura, cujo motor principal é a inteligência coletiva, a inteligência que se faz pela somatória e expressão de uma rede comunicacional todos-todos, ou seja, uma rede que conecta as pessoas mundo afora. Do outro lado da moeda, Jean Baudrillard vê a Internet como um meio comunicacional que tem o potencial maior para dar vazão ao fenômeno de propagação de simulacros, elevando ao grau máximo o fenômeno que já era causado pelas mídias tradicionais, o hiper-real. O hiper-real, uma vez na Internet, devido as características desse novo meio, leva ao fim do próprio meio. Enquanto a mídia em geral acaba com o significado da mensagem, a Internet vai além e implode os próprios meios.

Até aqui pudemos observar que as teorias de Lévy e Baudrillard entram em conflito por si só, são antagônicas. De um lado Lévy vislumbra, de forma otimista e positivista, o surgimento de uma nova consciência coletiva, do outro lado, Baudrillard, mais realista, vê o surgimento da Internet como o fim da comunicação. Porém o antagonismo de ambos teóricos vai além do que suas teorias dizem, ambos trazem diversos exemplos reais que demonstram suas teorias, exemplos que mostram como tais teorias se desenrolam em fatos no mundo real, ou como se dão os fatos que embasam suas teorias. Dentro desses fatos, podemos também observar a visão antagônica de ambos os filósofos, mesmo que estejam falando de fatos distintos aparentemente sem relação entre suas teorias, como veremos no exemplo a seguir.

Dentro de sua teoria do hiper-real, Baudrillard traz como exemplo determinante para o mundo hiper-real que vivemos, o hipermercado. Vejamos o que ele diz a respeito:

“O hipermercado é já, para além da fábrica e das instituições tradicionais do capital, o modelo de toda a forma futura de socialização controlada: retotalização num espaço-tempo homogêneo de todas as funções dispersas do corpo e da vida social (trabalho, tempos livres, alimentação, higiene, transporte, *media*, cultura); retranscrição de todos os fluxos contraditórios em termos de circuitos integrados; espaço tempo de toda uma simulação operacional da vida social, de toda uma estrutura de habitat e de tráfego” (1997, 99).

Apesar de estar colocando o hipermercado como um instrumento do hiper-real, apesar de falar de um objeto concreto, fica claro que a referência ao hipermercado também coincide com as teorias de Baudrillard em relação a Internet, ele mesmo coloca isso: “O hipermercado é inseparável (...) do terminal de computador” (1997, 98). Assim como o hipermercado representa “o *modelo de toda a forma futura de socialização controlada*”, como vimos, embora a Internet seja um espaço de

todos seus usuários, também é um espaço controlado por “*instituições tradicionais do capital*” (embora existam uma série de instituições que tenham surgido após o advento e crescimento da Internet e que hoje são mega-empresas que contribuem na construção do ciberespaço) e que traz modelos de comunicação, modelos de socialização virtual para seus usuários. Assim como o hipermercado traz para um espaço único “*todas as funções dispersas do corpo e da vida social*”, a Internet traz para uma mídia única, todas as funções que eram próprias de mídias individuais (som=rádio, imagem=TV, filme=cinema etc), e também é capaz de reproduzir qualquer espécie de conteúdo e informação utilizando-se da linguagem binária. Como diz Baudrillard que o hipermercado é “*retranscrição de todos os fluxos contraditórios em termos de circuitos integrados*”, o mesmo pode-se dizer da Internet, que veicula todos os tipos de conteúdos numa rede interligada e que fisicamente é composta por circuitos integrados, por *microchips* elétricos. E, quando Baudrillard coloca que “*espaço tempo de toda uma simulação operacional da vida social*”, também podemos associar esse fato típico dos hipermercados à Internet. Afinal, a Internet se não é capaz de reproduzir objetos concretos em sua mídia digital, é capaz de reproduzir qualquer modelo de informação, traduzindo-a para a linguagem binária, se um objeto concreto tridimensional não pode ser reproduzido na Internet ou qualquer mídia digital, suas medidas físicas podem, criando-se um modelo virtual do mesmo, uma simulação virtual. Outra lógica que acontece no mundo virtual e que pode ser relacionada com as colocações de Baudrillard sobre o hipermercado, é a mudança no espaço-tempo. A Internet, sem dúvida, muda a relação espaço-tempo dos seus usuários, trazendo todo um universo disperso mundo afora, para um espaço único digital interativo, como mesmo disse Baudrillard, é um novo espaço, um novo *habitat* e de tráfego. Sim, um novo espaço de tráfego de dados binários, e como diria Lévy, um novo *habitat* de onde transborda a cibercultura e a inteligência coletiva.

A exemplificação do hiper-real com o hipermercado não pára por aí, além do que já foi colocado, Baudrillard nos diz que o hipermercado muda a relação física entre as pessoas, das cidades e do campo, funcionando como uma espécie de astro solar com planetas girando em sua volta, é também o espaço da aglomeração:

“Modelo de antecipação dirigida, o hipermercado (sobretudo nos Estados Unidos) preexiste à aglomeração; é ele que provoca a aglomeração enquanto que o mercado tradicional estava no coração de uma cidade, local onde a cidade e o campo vinham conviver em conjunto. O hipermercado é a expressão de todo um modo de vida do qual desaparecem não apenas o campo mas também a cidade, para dar lugar à <<aglomeração>>” (1997, 99).

Então o hipermercado, centro unificado do consumo, traz a sua volta, toda a cidade e também o campo, onde as pessoas se aglomeram no ato do consumo. O que ocorre em relação aos hipermercados, podemos também atribuir aos *shopping centers*, outros centros de aglomeração e consumo. Enquanto Baudrillard coloca o hipermercado como uma expressão real do hiper-real, fica a pergunta: como ficam esses grandes centros de consumo com o advento da telecompra, a compra através da Internet? Segundo o que vimos nas teorias de Pierre Lévy, o hipermercado e os *shopping centers* podem ser classificados como intermediadores do consumo. Desse modo com o avanço do uso da Internet para a telecompra, teríamos a desterritorialização da compra. Os consumidores podem, através da Internet, fazer a compra diretamente dos produtores, sem passar pela intermediação dos hipermercados ou shopping centers. É claro que neste momento isto se trata apenas de uma hipótese pois os hipermercados e shoppings centers são ainda os grandes conglomerados de consumo, mas hoje a Internet já é uma ferramenta comum, se não para a compra em si, pelo menos para a pesquisa de produtos e de preços, fato esse que podemos dizer que contribui para diminuir a aglomeração em torno desses centros de consumo.

Nesta pequena passagem, onde o hipermercado ilustra as teorias de Baudrillard sobre o hiper-real e a sua direta relação com o mundo digital e as redes interativas, fica evidente o oposicionismo das teorias de Lévy e Baudrillard. Enquanto Baudrillard vê o hipermercado como um exemplo físico do mundo hiper-real, Lévy nos traz em suas teorias uma visão mais humanista, onde a desterritorialização e a desintermediação trazem benefícios para os consumidores. Enquanto Baudrillard coloca o hipermercado como centro de aglomeração e ainda o associa à Internet, Lévy vê a Internet como uma ferramenta capaz de levar ao caminho inverso: enquanto o hipermercado faz um movimento de sucção, trazendo a sociedade (cidade, campo) ao seu entorno, a Internet faz o caminho inverso, desterritorializa a compra. Essa pode ser a diferença crucial na visão sobre a Internet de ambos os autores, enquanto Baudrillard a coloca como o fim da comunicação, Lévy a vê como o início de um processo que deverá mudar para melhor a sociedade.

É nessa diferença básica que consiste a verdadeira “batalha” entre Lévy e Baudrillard. Enquanto Baudrillard traz os aspectos negativos do mundo digital dentro da sua teoria do mundo hiper-real, colocando-a como “o fim da comunicação”, Lévy vai mais adiante, analisa e responde diretamente aos críticos desse novo meio. Ao contrário do que alguns possam pensar, Pierre Lévy não é um sonhador e sim, como nos bem coloca o jornalista Maurício F. Pinto, um otimista:

“Pierre Lévy é um otimista, no bom sentido. É um otimista que tenta vislumbrar no mundo atual, mesmo com todas as suas desigualdades e descaminhos, possibilidades para um desenvolvimento, para uma ‘evolução’ daquilo que ele chama de ‘inteligência coletiva’. Seria difícil para Lévy falar disto algum tempo atrás: o ‘motor’ da sua teoria são as redes computacionais de

informação – o que ele batizou, desde cedo, como sendo a base para a cibercultura, um novo patamar de relacionamento humano, num espaço virtualizado, mediatizado pela Internet” (<http://www.nova-e.inf.br/exclusivas/pierrelevy.htm>, 15/08/2001).

Não sendo um sonhador, e sim um otimista, Lévy vislumbra uma série de problemas na construção e expansão do ciberespaço, porém, ao contrário de Baudrillard que vislumbra tais problemas como a confirmação e o estopim final de suas teorias do hiper-real, Lévy busca soluções e alternativas para que a Internet não seja apenas um meio reproduzidor de conteúdos, e sim o ambiente da inteligência coletiva. Em sua obra “*Cibercultura*”, Lévy levanta uma série de problemas que vêm à tona com o impacto da Internet sobre as mídias tradicionais, na relação entre as pessoas e em toda a sociedade. O próprio Lévy diz: “A inteligência coletiva constitui mais um campo de problemas do que uma solução” (1999, 131).

O primeiro problema que Lévy comenta é sobre a questão da interatividade da Internet: “A interatividade assinala muito mais um problema, a necessidade de um novo trabalho de observação, de concepção e de avaliação dos modos de comunicação, do que uma característica simples e unívoca atribuível a um sistema específico” (1999, 82). Esse problema se deve, segundo Lévy, ao tratamento das novas mídias interativas dentro de modelos comunicacionais tradicionais, ele invoca uma renovação nas teorias comunicacionais para que essas levem em conta a particularidade de cada meio, incluindo os novos meios digitais interativos: “Cada dispositivo de comunicação diz respeito a uma análise pormenorizada, que por sua vez remete à necessidade de uma teoria da comunicação renovada, ou ao menos a uma cartografia fina dos modos de comunicação” (1999, 82). Vemos então que Lévy levanta o problema mas, sem se curvar a ele, busca a alternativa para solucionar o mesmo.

Quando Baudrillard invoca a Internet como o estopim do fim do significado na comunicação, Lévy apenas vê tal problema como algo que aparece ao lado da expressão da cibercultura, onde o mesmo meio que traz a reprodução do hiper-real encontrado em toda a mídia e a nova expressão cultural própria dele mesmo, a cibercultura:

“O ciberespaço se constrói em sistema de sistemas, mas, por esse mesmo fato, é também o sistema do caos. Encarnação máxima da transparência técnica, acolhe, por seu crescimento incontido, todas as opacidades do sentido. Desenha e redesenha várias vezes a figura de um labirinto móvel, em expansão, sem plano possível, universal (...). Essa universalidade desprovida de significado central, esse sistema da desordem, essa transparência labiríntica, chamo-a de ‘universal sem totalidade’. Constitui a essência paradoxal da cibercultura” (1999, 111).

Sendo um sistema universal, o ciberespaço se constrói sem a mediação de uma instituição central, daí Lévy colocá-lo como um sistema “sem totalidade”. Um sistema desses então, acolhe tanto a reprodução e os modelos midiáticos tradicionais com suas mensagens (ou *não*-mensagens) hiper-reais, quanto as novas expressões da cibercultura e da inteligência coletiva. E assim tem que ser num espaço universal sem totalidade, aberto a todas as formas de comunicação e expressão.

Como vimos, Baudrillard fez uso da fórmula de McLuhan para colocar que, dentro do hiper-real, não é só a mensagem que perde o significado, mas também o próprio meio. Já Lévy, quando fala da universalidade da Internet, vê na fórmula de McLuhan, a fórmula que coloca a cibercultura como a expressão desse novo meio:

“(…) o significado último da rede ou valor contido na cibercultura é precisamente a universalidade. Essa mídia tende à interconexão geral das informações, da máquina e dos homens. E portanto, se, como afirmava McLuhan, ‘a mídia é a mensagem’, a mensagem dessa mídia é o universal, ou a sistematicidade transparente e ilimitada. Acrescentemos que esse traço corresponde efetivamente aos projetos de seus criadores e às expectativas de seus usuários” (1999, 113).

Em suma, embora Lévy veja a Internet como meio de expressão da cibercultura, ainda o faz de forma um pouco potencial quando diz que “esse traço corresponde efetivamente aos projetos de seus criadores e às expectativas de seus usuários”, traço esse que pode não corresponder as reproduções hiper-reais veiculadas na nova mídia como nos mostra Baudrillard, ou seja, em desencontro ao que idealizaram os criadores da Internet. Mas, sem dúvida, a análise da fórmula de McLuhan de ambos teóricos demonstra claramente a visão antagônica entre eles. Enquanto o primeiro enxerga esse meio como a expressão da universalidade, o segundo a vê como a implosão da comunicação. Como vimos, na passagem anterior, a Internet é um veículo comunicacional que se dá a todas as facetas comunicacionais. Se com o passar do tempo esse veículo implodirá de vez a comunicação e os seus significados, ou será a plataforma da inteligência coletiva, do universal, só o futuro dirá. Enquanto isso, é preciso se assumir que a Internet sempre se dará as duas possibilidades.

Como vimos em passagem anterior, Baudrillard comenta sobre o excesso de informação, o *forcing* publicitário que paira sobre o mundo virtual, e deixa uma pergunta no ar: “O blefe e a intoxicação não fazem eles mesmos parte do virtual? Nada sabemos disso” (2003, 75). É o que parece responder positivamente Pierre Lévy:

“Sem fechamento dinâmico ou estrutural (...), ela incha, se move e se transforma permanentemente (...). Suas inúmeras fontes, suas turbulências, sua irresistível ascensão oferecem uma surpreendente imagem da inundação de informação contemporânea. Cada reserva de memória,

cada grupo, cada indivíduo, cada objeto pode tornar-se emissor e contribuir para a enchente (...). O dilúvio de informações. Para melhor ou pior, esse dilúvio não será seguido por nenhuma vazante. Devemos portanto nos acostumar com essa profusão e desordem” (1999, 160).

Fica fácil entender essa inundação de informações como parte própria do meio que é a Internet, como mesmo coloca Lévy, tal fenômeno faz parte da peculiaridade deste meio e do que a própria cibercultura representa: “A cibercultura, por outro lado, mostra precisamente que existe uma outra forma de instaurar a presença virtual da humanidade em si mesma (o universal) que não seja por meio da identidade do sentido (a totalidade)” (1999, 120). Ou seja, neste aspecto, Baudrillard tem razão quando se refere a “intoxicação da informação”, pois este fenômeno é próprio de um meio comunicacional não totalitário, não controlado por um órgão central, que tem abrangência planetária e conecta todos com todos, ou seja, é universal.

A crítica do hiper-real de Baudrillard passa em parte pelo que ele diz ser um “consumo por antecipação”, onde as pessoas vivem não a realidade em si, mas sim o hiper-real que a mídia nos traz. É “o mapa que precede o território”, e coloca a Internet como o grande modelo comunicacional que permite a hiper-realidade alcançar graus ilimitados, levando a comunicação ao seu próprio fim, o fim total do sentido comunicacional. As novas tecnologias interativas, de fato, permitem cada vez mais a vivência do “real”, através de diversos modelos comunicacionais que vão desde o programa que media um *Chat* on-line até um modelo de completo de realidade virtual, como encontrado em diversos jogos interativos em rede. Se existe um consumo por antecipação, sem dúvida a Internet é o caminho perfeito para tal. Pela Internet, o mundo hiper-real de Baudrillard ganha dimensões universais, como mesmo define Lévy a respeito da característica universal deste meio. Porém Lévy não vê a Internet como algo que substitui o real, algo que leve as pessoas a abandonar o real e viver apenas dentro de um mundo hiper-real. Pelo contrário, no livro “*Cibercultura*”, Lévy dedica a parte final do livro apenas a responder algumas críticas comuns e problemas a cerca da Internet, e é onde ele nos diz que o virtual não substitui o real. Colocando o virtual como um rompimento do “aqui-agora” da comunicação, Lévy diz: “A linguagem, primeira realidade virtual a nos transportar para fora do aqui e agora, longe das sensações imediatas, potência de mentira e de verdade, por acaso nos fez perder a realidade ou, ao contrário, nos abriu novos planos de existência” (1999, 219). A Internet não rompe ou substitui o mundo real, mas como mídia, se vale de todos os modos comunicacionais, sendo então, tanto como palco para a reprodução do hiper-real - própria das sociedades centradas na mídia - quanto palco para as comunicações que expressam a própria finalidade do meio, a cibercultura.

Assim como não substitui o real, o virtual também não substitui as velhas mídias, mas sem dúvida, exerce influência sobre elas:

“Nem os dispositivos de comunicação, nem os modos de conhecimentos, nem os gêneros característicos da cibercultura irão pura e simplesmente substituir os modos e gêneros anteriores. Irão antes, por um lado, influenciá-los e, forçá-los a encontrar o seu ‘nicho’ específico dentro de uma nova ecologia cognitiva” (1999, 218).

Isso pode ser relacionado com diversas mudanças que ocorrem nos meios tradicionais de mídia, incluindo os jornais diários de massa impressos, que apresentam queda em suas tiragens desde o surgimento da Internet e buscam novos modelos e alternativas, se valendo inclusive da própria Internet para não correrem o risco de ficar de fora do negócio da informação e do próprio jornalismo.

7º Assalto:

A Internet não é o meio do hiper-real

O antagonismo de Lévy à Baudrillard constitui-se de um embate ideológico que marca longa data, Lévy menciona a questão do hiper-real denunciada por Baudrillard já em 1996, logo na introdução de sua obra “*O que é virtual?*”: “Deve-se temer uma desrealização geral? Uma espécie de desaparecimento universal, como sugere **Jean Baudrillard**⁴?” (1996, 11). Como pudemos observar na análise das obras de Lévy, entende-se que este acredita que não.

Por fim, na obra “*Cibercultura*”, publicada cerca de três anos após o livro citado no parágrafo anterior, em capítulo reservado para responder as críticas e problemas comuns atribuídos à Internet, Lévy faz menção direta a Baudrillard quando responde à críticos que vêm a nova mídia como um instrumento de totalização de magnatas das grandes indústrias comunicacionais ou até mesmo como um instrumento de dominação militar, econômica e cultural norte-americana ou de qualquer outra potência mundial:

“Esse fato simples aniquila as análises sombrias desenvolvidas por Arthur Kroker e outros, que tomam a ficção científica como real e só oferecem ao público imitações mal feitas de **Baudrillard**⁵. Ora, infelizmente o próprio Baudrillard imita o radicalismo situacionista, sem possuir a inteligência fria, clara e objetiva de Guy Debord, nem o sopro quase místico de Vanheigem. Os situacionistas denunciam o *espetáculo*, ou seja, o tipo de relações entre os homens cristalizado pelas mídias: há centros que difundem mensagens para receptores isolados uns dos outros e mantidos em um estado de incapacidade de resposta. No espetáculo, a única participação possível é o imaginário.

⁵ O grifo é meu.

Ora o ciberespaço propõe um estilo de comunicação não-midiática por construção, já que é comunitário, transversal e recíproco” (1999, 224).

E enfim, Lévy atribui os problemas denunciados por Baudrillard às velhas mídias: “É a televisão, e não o virtual, que estabelece a impossibilidade de agir e o sentimento de irrealidade resultante” (1999, 224). Com isso, Lévy demonstra claramente que o hiper-real é produto das velhas mídias, sobretudo a televisão. Porém, se entendermos a Internet como uma mídia que, além da cibercultura, reproduz também as mídias tradicionais, veremos que a crítica de Baudrillard tem fundamento, afinal trata-se de mais um espaço que serve de palco para o hiper-real, embora fique claro que isto se trata de uma reprodução digital de um fenômeno característico das velhas mídias e não o fator condutor primordial da Internet, fator que de fato é, segundo Lévy, a cibercultura.

Arbitragem:

McLuhan, o meio e a mensagem

Como vimos, ambos os filósofos, Lévy e Baudrillard, fizeram uso da fórmula de Marshall McLuhan, “o meio é a mensagem”. Recorremos então, à clássica obra do autor “Os meios de comunicação como extensões do homem” – em sua terceira edição em inglês de 1964 – onde logo na introdução o autor vai comentar sobre a sua fórmula: “‘O meio é a mensagem’ significa, em termos da era eletrônica, que já se criou um ambiente totalmente novo. O ‘conteúdo’ deste novo ambiente é o velho ambiente mecanizado da era industrial. O novo ambiente está reprocessando o cinema. Pois o conteúdo da TV é o cinema” (1964, 11). Uma reflexão sobre o fato de a TV reprocessar o cinema, as diversas outras mídias que reprocessam suas predecessoras e também reprocessam as demais mídias com que interagem, nos remete ao fato da Internet igualmente reprocessar a TV e as demais mídias, algo que se pode relacionar com ambas as teorias de Baudrillard e Lévy. É fácil compreender pelo que estudamos até aqui, que a Internet, ao mesmo tempo em que se expande, absorve os elementos de todas as velhas mídias, encontramos na Web tanto os velhos jornais impressos reproduzidos digitalmente, assim como as novas iniciativas peculiares do webjornalismo, que está reprocessando o velho jornalismo, algo que aparece nas teorias de Lévy quando ele fala da superioridade do hipertexto sobre o texto, do suporte dinâmico sobre o suporte estático, da desterritorialização do texto e da desintermediação do jornalista, como estudamos. Exemplos atuais do que encontramos na Internet hoje em dia nos mostram isto na prática em ferramentas tais como: *podcast*, *RSS* e *TV peer to peer*⁶, para citar apenas alguns

⁶ *Podcast* é uma ferramenta que permite compartilhar arquivos de áudio pela Internet, muito usada por sites de notícias, webrádios e blogs. *RSS* é uma ferramenta que permite buscar notícias de vários sites que disponibilizam esse serviço, *sob demanda* e atualizadas em tempo-real. *TV peer to peer* é uma forma de se fazer televisão compartilhada pela Internet.

exemplos básicos, são fórmulas que reprocessam o texto jornalístico, o áudio e a própria TV respectivamente. O texto jornalístico que utiliza a palavra escrita, o áudio que é o elemento fundamental do Rádio, e a TV que utiliza a imagem, que por sua vez é uma característica do Cinema, e utiliza também o áudio, característica do Rádio, agora são todos elementos reprocessados pela Internet, fato que segundo McLuhan, é uma característica da evolução dos meios: “Toda tecnologia nova cria um ambiente que é logo considerado corrupto e degradante. Todavia o novo transforma o seu predecessor em forma de arte” (1964, 12).

A palavra reprocessar pode nos levar à duas interpretações, a primeira é a que acabamos de comentar, e a segunda seria o fato dela também fazer uso do que já era processado, remodelando-o ao novo meio: a mesma mensagem replicada em novos meios. Afinal a mensagem busca o seu formato de acordo com o meio, conforme entendemos pela fórmula de McLuhan, mas na construção de sua peculiar forma de passar a mensagem, cada meio que surge utiliza-se e também fortifica os demais meios existentes: “O ‘conteúdo’ de um meio é como a ‘bola’ de carne que assaltante leva consigo para distrair o cão de guarda da mente. O efeito de um meio se torna mais forte e intenso justamente porque o seu ‘conteúdo’ é um outro meio” (1964, 33), nenhum meio também existe sem depender do outro: “(...) nenhum meio tem sua existência ou significado por si só, estando na dependência na constante inter-relação com os outros meios” (1964, 42). Assim, grande parte do conteúdo da Internet é o conteúdo de outros meios, como exemplificamos, o jornal, o rádio e a TV. Dessa forma todo aquele mundo hiper-real denunciado por Baudrillard é parte também do conteúdo da Internet, esta então, os está reprocessando e, dadas as características interativas do novo meio, está replicando também na Internet os simulacros que já existiam no mundo midiático da TV e dos outros meios, dando-os nova forma e fortificando-os. Assim a Internet é, no mínimo, mais uma mídia que replica os simulacros das velhas mídias.

Uma citação ainda no prefácio de sua famosa obra, McLuhan nos fala das extensões do homem, a mídia como extensão comunicacional com seus diversos meios, onde ele mostra que tanto a inteligência coletiva – defendida por Lévy como sendo a expressão peculiar do meio comunicacional que é a Internet – quanto o hiper-real denunciado por Baudrillard, são fatores que estarão presentes no mundo da tecnologia elétrica, ainda mais quando pensamos na informação que além de elétrica agora é também binária (a linguagem-chave que carrega a tradução de todas as outras linguagens):

“Estamos nos aproximando da fase final das extensões do homem: a simulação tecnológica da consciência, pela qual o processo criativo do conhecimento se estenderá coletiva e corporativamente a toda a sociedade humana, tal como já se fez com nossos sentidos e nossos nervos

através dos diversos meios e veículos. Se a projeção da consciência – já antiga aspiração dos anunciantes para produtos específicos – será ou não uma ‘boa coisa’, é uma questão aberta às mais variadas soluções” (1964, 17).

A simulação tecnológica da consciência, que se multiplica com as características tecno-interativas da Internet e das redes digitais, é algo que Baudrillard nos mostra como sendo um dos fatores fundamentais para a criação dos simulacros, é um fator que, como mesmo disse McLuhan, é uma aspiração dos anunciantes, dos publicitários que criam através da mídia, o mundo hiper-real da sociedade de consumo capitalista. Ao mesmo tempo, McLuhan fala que o processo criativo do conhecimento se expandirá coletivamente, tanto para as corporações quanto para a sociedade e seus indivíduos. Ora, essa nova consciência coletiva nada mais é do que uma referência direta à inteligência coletiva que emerge com a Internet e os diversos novos meios eletrônicos como nos contou Lévy. *Business Intelligence*, por exemplo, é um conceito corporativo tecnológico que está modificando a forma das corporações trabalharem, buscando o foco de atuação naquilo que a empresa tem de melhor⁷, uma forma de expressão da inteligência coletiva, a coletividade elétrica e binária, no mundo empresarial. A cibercultura é a expressão da sociedade com seus indivíduos conectados frente à inteligência coletiva que advém das novas mídias digitais interativas deste mundo eletro-binário. Como vimos, a citação de McLuhan mostra que já estamos vivendo a atualidade da fase final das extensões do homem, e nesta fase as expressões da inteligência coletiva e dos simulacros estão presentes e ainda abertas para soluções.

Finalmente, no primeiro capítulo de sua obra, intitulado não por acaso de “O meio é a mensagem”, temos a explicação do que significa essa fórmula pelas palavras do próprio autor. A primeira citação da fórmula aparece logo na primeira frase do capítulo: “Numa cultura como a nossa, há muito acostumada a dividir e estilhaçar as coisas como meio de controlá-las, não deixa, às vezes, de ser um tanto chocante lembrar que, para efeitos práticos e operacionais, o meio é a mensagem” (1964, 21). Mas enfim, qual é esse efeito prático? Em relação à Internet e os demais meios, qual seria esse efeito? Como vimos, Baudrillard coloca que a Internet *implode* com todos os meios (ver página 13), levando ao fim da comunicação, ao fim do significado, há um mundo onde teremos o predomínio de simulacros apenas. McLuhan ratifica a fala de Baudrillard quando coloca que: “A aceleração da velocidade da forma mecânica para a forma elétrica instantânea faz reverter a explosão em implosão⁸” (1964, 53). Essa implosão pode ser entendida também quando McLuhan

⁷ O que pode ser a chave para a criação de “corporações ocas”, como nos mostra a pesquisadora Naomi Klein, em seus estudos sobre marcas corporativas: “Marcas Globais e o Poder Corporativo” in MORAES: 2003, 173-186.

⁸ Um meio novo que se expande, aumentando as extensões do Homem, acaba levando os meios antigos à implosão: eles não buscam mais o todo por isso agora quem o faz é o novo meio, eles passam então a olhar para dentro, crescendo para dentro, seria como o processo de fissão nuclear, levaria a uma implosão que fragmenta ainda mais o núcleo e se irradia à periferia, onde está o novo meio. *N. do A.*

fala da fragmentação: “A reestruturação da associação e do trabalho humanos foi moldada pela técnica de fragmentação, que constitui a essência tecnológica da máquina” (1964, 21). Os novos meios eletrônicos, baseados em máquinas computacionais, implodem os demais meios levando-os à fragmentação, eles precisam buscar as suas peculiares formas de passar a mensagem, deixando de se alimentar apenas dos outros meios, buscando o que seria, como nos disse McLuhan em passagem anterior, a sua “arte”. Ao mesmo tempo, a binarização que advém da Internet e dos novos meios eletrônicos digitais, absorve toda aquela mensagem e a reprocessa, ou seja, a Internet transmite as mensagens que eram do jornal, do rádio e da TV com novas características, que são as características próprias do novo meio. Nesse caso, a implosão da comunicação questionada por Baudrillard estaria relacionada ao fato das velhas mídias se modificarem em função da Internet, e esta, por sua vez, com características de interatividade e coletividade, uma mídia que expressa a inteligência coletiva, a *universalidade*, como bem colocam tanto McLuhan quanto Lévy (para este último, a universalidade é a própria *mensagem do meio* Internet), características que aumentam ainda mais as extensões comunicacionais do homem, e ainda, sendo essa coletividade uma maneira de aproximar comunicação do homem à projeção de sua consciência, utilizando-se inclusive de simulações tecnológicas para universalizá-la, o cenário resultante será a propagação do simulacro dentro dessa inteligência coletiva. Além da expansão comunicacional através da inteligência coletiva, teremos a expansão dos simulacros, os simulacros da mídia, dos indivíduos, das corporações e por fim, o simulacro coletivo, a universalização do simulacro. Poderia ser este então, o fim da comunicação como profetiza Baudrillard, o colapso total da mensagem, sendo a Internet assim, o “meio do colapso”. A Internet, ao mesmo tempo em que fragmenta as demais mídias, recria a própria mídia a partir desses fragmentos e projeta-os dentro do universal. Mas, como vimos, McLuhan sugere que este é um campo ainda aberto à soluções, tanto à coletividade e ao hiper-real, quanto ao imprevisível. De qualquer forma, o raciocínio acima nos remete ao fato de ambas as interpretações da fórmula de McLuhan, por Lévy e Baudrillard, estarem, cada uma com o seu prisma próprio de visão, corretas. E mais, podemos dizer que a fórmula de McLuhan é um ponto onde as duas teorias se encontram, ela não somente serve para embasar as teorias de ambos os filósofos, como bem mostra a correlação de uma à outra, como elas coexistem no mundo eletro-binário o qual nos revela o canadense.

Enfim, McLuhan desvenda parte de sua fórmula: “‘O meio é a mensagem’, porque é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas” (1964, 23). Esta fórmula enfim, é algo que vai guiar toda a pesquisa em relação aos meios comunicacionais e também o estudo do impacto social de cada um, em suma, é uma chave que abre a porta para os estudos dentro do amplo mundo da comunicação. Conforme aponta uma estudiosa do autor:

“Partindo desta tese central⁹, McLuhan vai desencadear uma **dupla operação**: 1) estudar a evolução dos meios comunicativos usados pelos homens ao longo da sua História e, 2) identificar as características específicas de cada um desses diferentes meios de comunicação. São estes dois vectores de investigação que estão na raiz das suas **duas obras fundamentais**, a saber: *Understanding Media*, de 1964, na qual procura determinar as propriedades diferenciadoras de cada um dos meios de comunicação e *The Gutenberg Galaxy* de 1962 – a sua obra mais importante – na qual procede à análise da evolução mediática, a seu ver determinante das transformações da cultura humana” (POMBO: 1994, 41).

A importância do meio, como entendemos, está no fato deste configurar a mensagem por ele emitida, o impacto e a abrangência da mensagem sobre os receptores dependerão, assim, do meio utilizado – uma forma de medir a importância de cada meio, seria relacioná-lo com custo publicitário que ele carrega, poderia dizer Baudrillard, ao equacionarmos suas teorias do hiper-real com outras suas relativas ao mundo publicitário¹⁰ – o meio configura a mensagem entre emissores e receptores, como intermediadores de ações e associações do Homem. Sendo assim, percebemos que a Internet com as suas características, amplia radicalmente essa extensão comunicativa do Homem, permitindo novas associações que irão gerar, e já o fazem em diferentes graus, novas ações. Essas novas ações passam, como vimos, pela nova cultura midiática, a cibercultura, e também pela extensão de velhas culturas da mídia, como o Jornal, o Rádio e a TV, e assim, a extensão do mundo hiper-real que delas advém e já se faz presente no novo contexto da mídia.

Outra referência de McLuhan à sua própria fórmula, a relaciona com o movimento cubista. Segundo o autor, é o movimento artístico cubista que delata a existência de sua fórmula:

“Ao propiciar a apreensão total instantânea, o cubismo como que de repente anunciou que *o meio é a mensagem*. Não se torna, pois, evidente que, a partir do momento que o seqüencial cede ao simultâneo, ingressamos no mundo da estrutura e da configuração? (...) Os segmentos especializados da atenção deslocaram-se para o campo total e é por isso que agora podemos dizer, da maneira a mais natural possível: ‘O meio é a mensagem’” (1964, 27).

Além de delatar o cubismo como uma expressão artística que possui as características dos novos meios digitais interativos, a passagem acima também delata os embasamentos das teorias de Lévy. Nesta passagem, McLuhan fala da substituição do seqüencial pelo simultâneo e do deslocamento das atenções para o total, elementos que embasam o *universal sem totalidade*, um dos elementos-chave das teorias de Lévy em relação à Internet que são comentadas por McLuhan nesta

⁹ “O meio é a mensagem”.

¹⁰ Estudo intitulado “A publicidade” in BAUDRILLARD: 2000, 173-191.

associação de sua fórmula com o cubismo. Neste caso, a Internet seria uma expressão midiática, na forma de um novo meio, correspondente ao mundo da *estrutura e da configuração* e, justamente por sua estrutura comunicacional permitir a comunicação universal sob diferentes configurações, vai permitir o deslocamento da atenção de seus usuários para o todo, e esse todo seria então, o universal não-total comentado por Lévy (ver página 20). Um dos elementos que, segundo a análise das teorias de Lévy, poderiam libertar o mundo comunicacional da rigidez dos antigos meios, criando assim uma alternativa para o mundo hiper-real denunciado por Baudrillard e atribuído às velhas mídias por Lévy. Porém não podemos abrir mão do fato dos novos meios se apropriarem das características dos velhos meios como vimos, e a ênfase que o próprio McLuhan dá ao fato das novas configurações midiáticas estarem abertas tanto às novas expressões da coletividade, quanto às novas possibilidades de exploração desse novo mundo universalizado pelas velhas fórmulas do “antigo” mundo midiático (que não é totalmente antigo, pois ainda coexiste com o novo), o que inclui o hiper-real e seus simulacros.

A instantaneidade e simultaneidade mencionadas por McLuhan, são fatores que remetem à mídia do “mundo elétrico” apontado pelo autor, no qual a comunicação, ao eletrificar-se, ganha as características de velocidade da própria luz, refere-se à toda era contemporânea da comunicação, quando esta é mediada também por diversos aparatos eletrificados – os eletrodomésticos¹¹ – o rádio e a TV em conjunto com várias tecnologias eletrônicas que vão até o satélite, hoje também através das redes computacionais, carregando mensagens de forma instantânea e simultânea onde, identifica Baudrillard, jaz o instrumento de massificação dos simulacros. Esses dois fatores que McLuhan relaciona à sua fórmula, instantaneidade e simultaneidade, são característicos da comunicação que ganhou força a partir da era da radiotransmissão e que perduram, agora com uma capacidade maior de conectividade, ganhando então, ainda mais força através das redes inteligentes de comunicação que quebram com seqüencialidade¹², a própria rigidez desses meios antigos. Esse novo meio é quem ditará as novas expressões, as novas mensagens, com todas as características midiáticas que possui, englobando inclusive, as características que pertencem às mídias tradicionais.

¹¹ À venda naquele hiper-mercado aglomerado como nos contou Baudrillard. *N. do A.*

¹² Um obstáculo à comunicação, e ao simulacro também. *N. do A.*

Considerações Finais

Neste ensaio teórico, vimos que as visões de Pierre Lévy e Jean Baudrillard relativas à Internet são completamente antagônicas, apesar disso, uma coisa fica clara: o impacto da Internet sobre a sociedade e sobre as mídias tradicionais é um fato, seja como o veículo vetor do hiper-real, seja como veículo que leva às novas iniciativas interativas, um novo palco de inteligência coletiva. De qualquer forma, a Internet amplia a capacidade comunicacional do homem, como evidencia os estudos de McLuhan, de forma que aumenta também a capacidade de utilizá-la como meio propagador de simulacros. Aumentando a capacidade de conectar pessoas trazendo uma série de funções interativas, a Internet amplia a capacidade de transmitir informações e conhecimentos, através dessas conexões interativas, trazendo uma capacidade maior de inteligência humana, a inteligência coletiva.

A análise preliminar da fórmula de McLuhan “o meio é a mensagem” nos mostrou que tal cabe em ambas as teorias de Lévy e Baudrillard, é uma chave tanto para compreendermos as novas iniciativas do ciberespaço – a inteligência coletiva e a cibercultura – quanto o hiper-real.

E o jornalismo?

Como foi proposto, dentro desta análise das teorias de Lévy e Baudrillard, colocamos mais um elemento, o jornalismo. Como vimos, Lévy trouxe várias teorias que colocam em cheque o velho modelo de jornalismo impresso de massa. Teorias de grande valia para entendermos o novo contexto do jornalismo com o advento da Internet. Baudrillard, por sua vez, não trouxe diretamente nenhum conceito que pudesse servir de embasamento para um estudo comparativo entre os jornais impresso e digital. A sua teoria do hiper-real, no entanto, pode servir para explicar em parte a crise da imprensa escrita se partirmos do pressuposto que o jornal impresso, inserido dentro de um contexto midiático hiper-realista, pode justamente estar em declínio devido ao fato do leitor buscar novas alternativas de fuga ao hiper-real dentro da Internet pois, além do hiper-real, ela traz novas alternativas relativas ao mundo da informação e da notícia que vão muito além do o estático jornal diário impresso.

Nocaute de Lévy sobre Baudrillard

E, finalmente, dentro da proposta de uma “luta de boxe” entre Pierre Lévy e Jean Baudrillard, depois do levantamento teórico ligado a Internet de ambos os filósofos proposto para

esse embate, e a neutralidade da arbitragem de Marshall McLuhan, vimos que Lévy rebate muitas das questões levantadas por Baudrillard como um boxeador que se esquiva do golpe de seu oponente e o contra-golpeia em seguida. No final do confronto entre as teorias levantadas, Lévy dá uma resposta direta para Baudrillard, tirando o hiper-real como a expressão principal da Internet. Entendemos essa resposta direta de Lévy para Baudrillard como um perfeito soco na cara, um *direto* perfeito que levou Baudrillard ao nocaute. No embate entre esses dois teóricos no qual o ringue de luta é a própria razão do enfrentamento, a Internet, e seus punhos as palavras, seus golpes suas idéias, Pierre Lévy venceu por nocaute no 7º assalto.

Contagem total dos pontos						
Assalto/ Contagem (por juiz)	Pierre Lévy			Jean Baudrillard		
	Nº1	Nº2	Nº3	Nº1	Nº2	Nº3
1º	10	10	10	9	9	9
2º	10	10	9	9	9	8
3º	10	10	10	9	9	9
4º	9	9	9	10	10	10
5º	9	9	8	10	10	9
6º	9	10	10	10	10	9
7º	10	10	9	7	7	6
Total:	67	68	65	64	64	60
	Vencedor			KO (7º Assalto)		

Pré-luta:

Bibliografia

- BAUDRILLARD, J.** *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'água, 1997.
- BAUDRILLARD, J.** *Tela total*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- LÉVY, Pierre.** *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LÉVY, Pierre.** *O que é virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.
- MCLUHAN, Marshall.** *Os meios de comunicação como extensões do homem – (Understanding media)*. Tradução: Décio Pignatari. São Paulo. Editora Cultrix, 1964.
- POMBO, Olga.** *O meio é a mensagem in 1º Caderno de História e Filosofia da Educação*, (pp. 40-50). Lisboa: Ed. Departamento de Educação da Faculdade de Ciências de Lisboa, 1994.

Bibliografia Complementar

- ADORNO, T. e HORKHEIMER, M.** *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- BAUDRILLARD, J.** *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- BENJAMIN, Walter.** *A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução in Temas Escolhidos*. São Paulo: Abril, 1975.
- CASTELLS, Manuel.** *A Galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- COSTA, Caio Túlio.** *Por que a nova mídia é revolucionária in Revista Líbero nº 18*. São Paulo: Líbero, Dezembro 2006, pp. 19-30.
- COSTELLA, Antonio F.** *Comunicação – Do grito ao satélite*. Campos do Jordão-SP: Mantiqueira, 2001.
- FERRARI, Pollyana.** *Jornalismo digital*. São Paulo: Contexto, 2004.
- MORAES, Dênis de (org).** *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- PINHO, J. B.** *Jornalismo na Internet*. São Paulo: Summus, 2003.

Bibliografia a ser complementada

- BAUDRILLARD, J.** *Para uma crítica da economia política do signo*. São Paulo: Martins Fontes, 1972.
- CASTELLS, Manuel.** *Sociedade em Rede*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.
- LÉVY, Pierre.** *A conexão planetária*. São Paulo: Editora 34, 2003.