

“Abertura” e “presença” no contexto dos novos media

Maria Lucília Marcos

Universidade Nova de Lisboa

1.

O conceito de “aberto” ou “abertura” trabalhado por Giorgio Agamben¹ (a partir de um curso de Heidegger) permite um enquadramento esclarecedor para a questão da “relação” como estruturante do humano, no âmbito de uma reflexão sobre a “comunicação”.

Esse conceito desenha um percurso da articulação e da separação entre o animal e o homem, procurando os modos da abertura ao meio ambiente e ao mundo da experiência humana.

No ano lectivo 1929-30, Heidegger intitulou o seu curso, na Universidade de Fribourg, como *Os conceitos fundamentais da metafísica. Mundo-Finitude-Solidão*² e desenvolveu-o a partir de 3 pontos: “a pedra não tem mundo (*weltlos*), o animal é pobre em mundo (*weltarm*), o homem é formador de mundo (*weltbildend*)”. O não-vivente, a pedra, não tem qualquer tipo de acesso àquilo que o rodeia, enquanto o animal está fechado no círculo dos seus “desinibidores”, mundo perceptivo portador de sinais, nada mais podendo penetrar no círculo do animal. “O modo de ser próprio ao animal, que define a sua relação com o desinibidor, é o aturdimento”, o animal vive simultaneamente atordoadado e absorto (*Benommenheit* no texto original, *stordimento, captivation, stupeur* nas versões italiana, inglesa e francesa). O animal não pode agir, não pode ter uma conduta, apenas se comporta no seu meio ambiente específico (no seu *habitat*). E Heidegger acrescenta: o animal vive num meio ambiente, mas nunca num mundo, o seu ser não é de uma *ipseidade* (*Selbstheit*). “Aturdimento do animal significa então: essencial subtracção de toda a percepção de qualquer coisa enquanto qualquer coisa (...), nele, no animal, está entravada a possibilidade de se ligar e se relacionar a essa outra coisa, enquanto tal ou tal coisa em geral, enquanto disponível, enquanto ente.

¹ *L'aperto. L'uomo e l'animal*, 2002, Bollati Boringhieri, Torino

² Este curso foi posteriormente considerado pelo próprio Heidegger como devendo anteceder, para efeitos de publicação, todos os outros cursos. Cf. Agamben, 2002:74.

(...)”. Por isso, “ele pode ser absorvido de maneira absoluta por qualquer coisa” (p.74-85).

O aturdimiento animal não é abertura nem fechamento, o aturdimiento está fora dessa possibilidade, suspenso entre o animal e o meio ambiente. O estatuto ontológico do meio animal é, finalmente, definido por Heidegger como “não abrível”, “sem desvelamento”, porque a atitude pulsional do aturdimiento não faz do animal uma pedra, mas fá-lo privado de mundo, ou, pelo menos, pobre em mundo, determinado pelo seu desinibidor sem que o possa ver manifestar-se enquanto tal.

A questão central deste curso de 1929-30 trabalha o conceito de “abertura” como estrutura fundamental do *Dasein* – “o ser-no-mundo” – e o sentido dessa abertura que é produzida no vivente com o homem. Através de uma análise cerrada, Heidegger define o lugar dessa produção, ou dessa operação do meio animal em mundo humano, no “aborrecimento”, fazendo aí a sua análise mais demorada sobre um “estado de alma” ou “tonalidade emocional” (*Stimmung*, no original alemão)³. A tese essencial é que o *Dasein* é simplesmente um animal que aprendeu a aborrecer-se, que despertou do seu próprio aturdimiento e esse despertar do vivente, essa abertura, angustiada e decidida, a um não-aberto, é o humano. A humanidade só terá, então, acontecido graças a um despertar do animal e deverá, por esse motivo, manter-se aberta ao fechamento da animalidade. A partir daqui, só restará concluir que a animalidade tem anterioridade metafísica sobre a humanidade e que é no homem que essa distinção essencial se opera. O problema, para alguns insolúvel, do *missing link* entre o animal e o humano ganha, nesta análise, uma compreensão nova: é no humano que a separação se produz de facto.

A curiosidade desta tese ultrapassa, de longe, o enquadramento que a questão da relação como estruturante do humano levanta no âmbito de um trabalho reflexivo sobre a comunicação como objecto de estudo. A ideia que importa aqui enfatizar é que o homem se vai fazendo homem porque se liga ao mundo, porque se relaciona com o mundo, ao mesmo tempo que lhe e se atribui sentido.

3 Agamben lembra que o estudo da “angústia” ocupa um espaço muito menor em *Sein und Zeit* (oito páginas contra oitenta).

A ideia de “comunicação” assinala um campo determinado da ideia de “relação”. Existe uma “lógica da relação” que suporta as actividades humanas, que operacionaliza o pensar e o agir, mobilizando emoções, afectos, imagens, conceitos - tanto no plano interpessoal como no plano do conhecimento formal e substantivo. O conhecimento é de facto multi-relacional, porque estabelece conexões e explica os fenómenos com base nessas conexões, porque liga as explicações a outras explicações, porque constrói redes de conceitos a que damos o nome de ciências ou filosofias, redes de crenças a que damos o nome de mitos ou superstições, redes entre o profano e o sagrado a que chamamos religiões. Mas o conhecimento é ainda relacional porque esta experiência só é possível porque os sujeitos interagem entre si e põem a circular enunciados em diferentes modalidades de enunciação. E é ainda relacional, no sentido heideggeriano de “abertura”, pela ligação ao mundo, como condição de possibilidade para que o homem tenha mundo, experiência que estará vedada ao animal.

2.

A comunicação mediática sugere uma problematização particular da dimensão relacional. Questionar o estatuto do sujeito nos vários lugares a que pode aceder (produtor, actor, espectador) ou questionar os modos de interacção configurados pelos media constituem tematizações conhecidas.

Um número grande de tecnologias é hoje concebido para que os seus utilizadores vivam a ilusão de que uma experiência mediada não é mediada. Alguma literatura contemporânea, num curioso exercício de linguagem, designa esse tipo de percepção pelo termo “presença”⁴. Realidade virtual, redes de simulação, video-conferência, televisão de alta-definição realizam um grau de presença maior do que os *media* tradicionais como o telefone, radio, televisão, cinema. Essas conceptualizações definem formalmente “presença” como “ilusão perceptiva de não-mediação”, ou seja, conjuntos de respostas humanas sensoriais, cognitivas e afectivas como se o *medium* não estivesse

⁴ Matthew Lombard, Theresa Ditton, Ken Goldberg, Mike Sandbothe, Jonathan Steuer, Mizuko Ito, Roy Ascott, John Suler, David Jacobson, Kwan Lee, Clifford Nass, Judith Donath, ... são alguns autores com textos publicados *online* sobre este tema.

lá, como se se tratasse de uma experiência sem tecnologia feita pelo homem, experiência mediada apenas pelos sistemas sensoriais e perceptivos intrapessoais e interpessoais. Essa ilusão pode ocorrer porque o *medium* se tornou invisível ou transparente ou porque aparece transformado em qualquer outra coisa, por exemplo uma entidade social.

A invisibilidade do *medium* pode facilitar a troca de informação verbal e não verbal aproximando-a da interacção social; os objectos e entidades podem aparecer perceptualmente e até socialmente reais; parecendo não existir o limite entre “este lado” e “o outro lado”, os utilizadores poderão perceber uma partilha entre eles e os objectos ou entidades de um mesmo ambiente real ou artificial, em movimento duplo; a ilusão de não-mediação pode completar-se em imersão perceptual; a resposta a desafios pode ser encorajada tal como seria em verdadeira interacção, transformando o *medium* em actor social. Estes efeitos podem ser obtidos através do número e consistência dos *outputs* sensoriais; da qualidade e dimensão da imagem; da proporção do campo visual; do movimento e da cor; de estímulos para outros sentidos (nomeadamente olfactivos); da interactividade a nível da forma e ou do conteúdo (aceitação de *inputs* vindos do utilizador, modificação e controle da experiência mediada, correspondência entre *inputs* e respostas, velocidade das respostas, ...). A transparência do *medium* permite igualmente a ilusão de não-mediação: a artificialidade dos estímulos deve ser discreta e imperceptível. O directo aumenta a ilusão de ser “ao vivo”, que no diferido (em que há gravação prévia) diminui. O sentido da presença cresce quando há mais pessoas envolvidas do que apenas uma, etc...

Enfim, os modos de induzir tipos de experiência em que a mediação resulte simulada em não-mediação são, de facto, cada vez mais variados.

A criação de novas estruturas sociais passa, então, pelo desenho de novos mundos virtuais. Esse desenho colhe no mundo físico os modos de interacção social para os reinventar em ambientes *online*, em espaços onde as pessoas possam comunicar e onde a sociabilidade possa potencialmente desenvolver-se. Raça, género, gestos, estilo de cabelo ou de roupa, ... desenham a presença de cada um no espaço social e contribuem

para a leitura que uns e outros fazem entre si, do que cada um faz deliberadamente e do que cada um faz sem o decidir, do que é de compreensão universal e do que é particular a determinado grupo ou subcultura. Desenhar um ambiente virtual passa por fazer escolhas acerca do ambiente que se quer idealizar: as pessoas serão representadas pelas características que podem escolher, pelas características baseadas na sua história, ou por acidentes de nascimento?

Nos ambientes baseados em textos ou nos ambientes baseados em gráficos, contarão primeiro os pensamentos, as ideias do que a raça ou o género, embora se saiba que estes dados são decisivos na formação de identidades, na formação de comunidades e na compreensão das interacções sociais. Noutro tipo de ambientes, o impacto das estimulações sensoriais procurará directamente uma linguagem do corpo embora sem corpo. Na comunicação sincronizada dos *chats* e mensagens instantâneas, o “agora” é feito comum às duas partes e a companhia pode ser vivida momento-a-momento. Na leitura de *weblogs* ou *e.mails*, as reacções não serão tão imediatas e a interactividade será, por isso, diferida.

Enfim, as questões colocadas pelo ciberespaço e pela ciberpresença são imensas. Que tipo de presença se reserva ou se pede ao sujeito? O digital trabalha com informação, bases de dados, localizações, arquivos e simulação de ambientes. A conectividade, a rede, estrutura-se aí, sobre essas determinações prévias, mas convida a uma infinita circulação, ou antes, sugere que o melhor das viagens é viajar, multiplicando experiências e o gosto pela experiência. A ideia de viagem infinita é pura ilusão da finitude humana. Mas a ideia de infinito é bem mais estimulante do que a ideia fechada de totalidade – porque seja o que esse todo for, será sempre “esse” todo, excluindo qualquer resto.

Em vez de certezas, de mergulhos cegos e de proximidades delirantes, a mediação tecnológica, apesar dos seus mecanismos de controlo e vigilância, vem também alargar o campo das incertezas e propor novas formas de subjectivação. O modo como os sujeitos diferenciam as suas identidades continua a ser relacional, intrinsecamente relacional: na abertura ao mundo, na percepção e experiência do mundo, na

narrativização do tempo e do espaço, na figuração de si próprios e dos grupos em que se reconhecem, nos discursos e práticas, no simbólico e no material. O que significa que a experiência é ainda a condição humana essencial.

Uma certeza, porém, parece desejavelmente impor-se no meio de tanta incerteza: o impacto será sempre variável em cada um, a sincronia será sempre diacrônica, a coincidência será sempre interrompida. Talvez porque, apesar de tudo, toda a experiência nos devolverá sempre ao corpo e à percepção do corpo, ao corpo próprio mas “numa espécie de recruzamento” com outros corpos, “num duplo encontro do mundo e do corpo”. Mesmo que ele, corpo, esteja ausente, é a percepção dos modos de superar essa ausência que abrirá para um novo tipo de presença: tele- ou ciber-.

Insistir, no contexto dos media contemporâneos, em pensar a ideia de “abertura” como decisiva no modo como o humano experimenta o mundo permite conservar a lucidez, lá onde a tecnologia parece, por vezes, ofuscá-la.

Bibliografia

Agamben, Giorgio *L’Uomo e l’animal*, Torino, Bollati Boringhieri, 2002