

A INTERCULTURALIDADE
E AS NOVAS TECNOLOGIAS

Fernando Ilharco



*Em seu trono entre o brilho das esferas
Com seu manto de noite e solidão
Tem aos seus pés o mar novo e as mortas eras –
O único imperador que tem, deveras,
O globo mundo em sua mão.*

FERNANDO PESSOA
(sobre o Infante Dom Henrique)

*Mil e quinhentos carros tiverem de arder numa
única noite e, depois, em escala descendente, nove-
centos, quinhentos, duzentos, para que a «norma»
diária fosse de novo atingida e as pessoas constatassem
que em média noventa carros são queimados todos as
noites nesta nossa e gentil França. Uma espécie de chama
eterna, como a que está sob o Arco do Triunfo, ardendo em
honra do imigrante desconhecido.*

JEAN BAUDRILLARD
(*New Left Review*, Jan-Fev 2006)

Há anos atrás, um antropólogo europeu havia acabado de se instalar numa pequena aldeia de uma tribo no interior da África Central. Conforme a história que ouvimos, contada em Londres pelo sociólogo Anthony Giddens, a visita destinava-se a levar a cabo alguma investigação sobre o modo de vida dos habitantes daquela região africana. Tudo foi correndo conforme ao esperado; alguns traços de comportamentos típicos da região, que investigações anteriores haviam detectado no que respeitava à estrutura familiar e à distribuição das habitações na aldeia, puderam ser constatados nas primeiras horas da visita. À medida que a noite chegou, algumas fogueiras espalhadas pela aldeia iam substituindo a luz do Sol. Os habitantes foram recolhendo às suas cabanas e um pequeno grupo entre eles dirigiu-se ao visitante, entretanto já instalado na aldeia, convidando-o a participar numa cerimónia comemorativa da sua chegada. Trocadas algumas palavras de ocasião, conforme os costumes locais, dirigiram-se então a uma das maiores cabanas da aldeia. Ao entrarem, o antropólogo notou que no centro da cabana estava não só uma televisão como um videogravador... Os anfitriões foram-se sentando de frente para o ecrã e, algo surpreendido pelo que se estava a passar, o visitante fez o mesmo. O seu espanto não podia ser maior quando um dos nativos se levantou, ligou a televisão e colocou no aparelho de vídeo uma

cassete. O filme ia começar. Foi então anunciado com satisfação: naquela noite, iam passar *Instinto Fatal*, com Sharon Stone e Michael Douglas.

Os homens que nunca sorriem, os talibã, hoje, como há dez anos, voltaram a controlar uma boa parte das plantações de ópio do Afeganistão. Numa reportagem televisiva da BBC sobre o assunto notava-se a destruição e a miséria em que aquela sociedade vive. Até para os mais novos, a escola tinha acabado. Os rapazes passavam o dia a ler e a decorar textos religiosos, mas as raparigas estavam dispensadas dessa e de outras actividades. Enquanto crianças, as meninas não tinham de ter o rosto coberto. Andavam à volta das mães e, às vezes, reuniam-se em grupo, passeando pelos campos de uma paisagem imensa, plana e agreste, rodeada por montanhas enormes, que fechavam a linha do horizonte. A meio da reportagem, viu-se um pequeno grupo de raparigas, crianças com não mais de oito ou nove anos, a andar pelos campos. Estavam meio envergonhadas por serem alvo de atenção. Afastavam-se, andavam mais depressa e olhavam para trás. Não estavam com medo. Uma das mais pequenas, magrinha, era a que olhava mais para a câmara do operador da BBC. Olhava e sorria, enquanto andava. Com as montanhas agrestes como pano de fundo, numa vasta planície de quase nenhuma de vegetação, numa história de ópio, sobre o mais estranho e pobre país do mundo, aquela criança corria, olhava e sorria – como se fosse, porque era, um testemunho decisivo do milagre que é a vida humana e desta nossa presença no mundo que em si mesma é a libertação do que existe para os horizontes do seu significado, em todas e quaisquer culturas do mundo.

Em finais dos anos 90, aquando das primeiras inundações gigantescas em Moçambique, a tropa e os bombeiros sul-africanos acorreram à tragédia e salvaram milhares de pessoas encurraladas pela força das águas e pela dimensão das cheias. No auge do desastre, um helicóptero sul-africano cheio de gente regressava para local seguro quando avistaram um automóvel praticamente submerso com quatro crianças a tentar escapar à fúria das águas. Sob o tecto vermelho do carro os quatro meninos estendiam os braços. Num episódio filmado pela televisão e difundido para todo o mundo, a máquina voadora parou no ar, cinquenta metros acima do automóvel, e um bombeiro desceu lentamente por um cabo, à medida que o vento fazia balouçar o helicóptero e as águas já mal deixavam ver o tecto do automóvel a que se agarravam as quatro crianças. O homem desceu, sabendo que teria apenas uma tentativa antes que as águas levassem tudo cegamente. Desceu e com dois

braços e duas pernas trouxe os quatro meninos de uma vez. Pendurado num cabo, balançando ao vento e sob o ensurdecedor barulho do helicóptero, aguentou e trouxe-os todos, de uma vez – aconteceu. Como disse o bombeiro à televisão, momentos depois, «senti que fiz qualquer coisa da minha própria vida neste mundo».

Perspectiva global: cultura(s) global(ais)

O mundo feito globo na mão do homem, tal como Pessoa na *Mensagem* o descreve, no poema sobre o Infante Dom Henrique, isto é, a globalização, é substancialmente parte fundadora de um destino projectado desde a Grécia antiga e do Império Romano, e, desde então, sempre em renovação, nos diversos espaços e culturas que tocaram os entranhados caminhos da resposta Ocidental ao maior dos mistérios, que é quem somos e o que aqui fazemos. Se a globalização, quer como consequência factual do desenvolvimento da ciência e da tecnologia, quer como a causa e projecção do Ocidente, prometendo ao homem nada menos do que o seu próprio destino, foi e é o fim, no sentido de ser o objectivo, do entendimento ocidental do passar dos dias no mundo, então ela deverá também trazer consigo todo o peso da História e todas as implicações de uma escolha e de um caminho. Onde termina uma busca? Onde nos leva o fim de um caminho? Com a globalização, o fim do Ocidente, de uma certa maneira, chega ao seu final: o tema deste capítulo é uma reflexão sobre essa finalidade e transformação, a pós-ocidentalidade mundial, interculturalidade modelada, senão determinada, por uma cultura intensamente tecnológica e hiper-real.

Para lá do ano 2000, a grande *deadline* da contemporaneidade, habitamos hoje um mundo que se constituiu em globo no espaço, a imagem mais característica da nossa época – o globo modelador de sentido, é o que hoje está no princípio do entendimento da acção dos homens no mundo. Mas, escreveu Martin Heidegger (1889-1976), em *The Question Concerning Technology*: «Tudo o que se revela na actualidade, e não apenas a moderna tecnologia, mantém-se escondido até ao último momento. No entanto, no que respeita ao entendimento que pressupõe aquilo que se esconde, é o que precede tudo o resto – é o inicial. E o que é mais inicial revela-se ao homem apenas no que é mais final.»

O início do mundo de hoje é o globo suspenso no espaço, no centro da imagem – de uma cultura feita imagens –, no centro do nosso olhar e do dos homens e das mulheres que falam português por todo o mundo, e de todos os outros seres humanos que por todo o Planeta foram tocados pela tecnologia de informação e comunicação. Apesar de nenhum de nós ter alguma vez visto, «naturalmente», a imagem do Globo no espaço – exceptuando uma dúzia de astronautas... –, ela é a perspectiva de fundo da nossa época, que faz moverem-se correntes de ideias, de culturas, de pessoas, de vidas por todo o Globo.

O Infante D. Henrique, Bartolomeu Dias, Vasco da Gama, Cristovão Colombo, Pedro Álvares Cabral e outros foram os iniciadores da grande aventura que é a contemporaneidade intercultural e multicultural. «Cedo, na alvorada do dia 21 de Maio de 1498, Vasco da Gama e os seus homens desembarcaram em Calcutá, terminando a primeira viagem marítima da Europa para a Ásia», lê-se na edição do *The Economist*, do Natal de 98, que acrescenta: «Se a história da Idade Moderna tem um princípio, é este». A globalização é o final que está aí, a chegar a todo o lado: aos mercados, à política, à cultura, às leis, às guerras, à casa de cada um, por todo o lado.

Nunca tanta gente viveu nesta Terra. Nunca tanto conhecimento, poder e esperanças alimentaram os caminhos do futuro. Nunca tanta mobilidade existiu. Nunca, antes, o sonho do mundo feito globo se havia concretizado como pressuposto natural do entendimento. Assim, porque em rigor a história não se repete, e esse é o fascínio do futuro, nada está decidido para o dia de amanhã.

A globalização, consequência da expansão tecnológica, e a interculturalidade daí resultante, bem como os novos comportamentos, as novas comunidades globais, as novas possibilidades para a vida de cada um, gradualmente, dita, cadenciadamente, o final de um Ocidente localizado no planisfério mundial. O seu final, como o de tudo o que desagua naquilo que desde o início foi o projectado, foi determinado pelo seu sucesso. A paz, a segurança, a dignidade, o trabalho, a saúde, a esperança de vida, o conforto e também as promessas de sucesso fácil, as lotarias constantes e a ignorância de ambos os lados, atraem para a Europa Ocidental, para os Estados Unidos e para o Canadá, quem por todo o mundo foi tocado pelo sentido global, no âmbito do qual hoje se entende as coisas. O que existe, as possibilidades que projecta-

mos para nós próprios, sobre nós mesmos, surge hoje no âmbito de um mundo já-revelado como um globo. O império tecnológico, com as redes de televisão, de satélites, de computadores, de histórias e de pessoas, espalha um modo específico de ser que, hoje, se tornou essencial. De nada serve estar contra ou a favor. O que quer que hoje surja já pressupõe um entendimento global, necessariamente não questionado.

Quando na nossa vida, no nosso dia-a-dia, experimentamos um triciclo, uma bicicleta, um automóvel, um avião, o *e-mail*, a Internet ou um telemóvel, nesse momento, deixamos um mundo, onde existiam certas e determinadas possibilidades, e entramos num outro, onde passaram a existir outras possibilidades, que não mais poderemos deixar de considerar. Vimos, experimentamos, sabemos, e isso é irreversível – o passado passa. Dessa forma, os traços do império cultural tecnológico de fazer sentido do que existe vê os seus contornos acentuados de duas formas:

- o seu entendimento, os seus modelos e projectos espalham-se pelos quatro cantos do mundo;
- desses cantos e de muitos mais recantos, milhões de pessoas põem-se em marcha para as terras onde o que conta, o que nos envolve e o que mais afecta as nossas possibilidades está todos os dias a ser criado.

Como escrevemos no jornal *Público*, em 2002, tendo todos os homens e mulheres de todas as raças e de todas as condições e culturas a mesma dignidade – e isto é uma das maiores conquistas do Ocidente –, o novo mundo colocará uma pedra importante no terreno, quando eleger um presidente negro nos Estados Unidos da América. No momento em que escrevemos, Barack Obama acabou de confirmar a sua nomeação pelo partido democrata. Política norte-americana à parte, de um ponto de vista mundial, a nomeação de Obama é uma sinal importante e uma eventual vitória será ainda mais relevante para a estruturação de uma sociedade mundial assente em valores interculturais e de tolerância.

Hoje, as sociedades ocidentais trilham de uma forma perigosa uma linha estreita que separa o homem responsável do homem irresponsável por si mesmo; que separa uma sociedade assente na moral de uma sociedade transfigurada em selva, onde, como Hobbes a caracterizou, todos lutam perma-

nentemente contra todos. A liberdade da vida individual assenta na moral da comunidade. Sem moral, ou amoralmente, a liberdade não existe. Quando tudo é possível, quando todas as escolhas têm o mesmo valor, tanto faz o que acontece e o que fazemos, nada interessa; então, o dia-a-dia é uma questão de aproveitar oportunidades, de satisfazer instintos básicos, e o futuro, ele mesmo como dimensão primordial da tomada humana de consciência, desaparece na urgência, na curiosidade, no alheamento do dia-a-dia – a tolerância e a responsabilidade transformam-se em permissividade e amoralidade. É sobretudo sobre este aspecto do estado actual das sociedades ocidentais que recaem as críticas centrais do Islamismo.

O Islamismo não tem, no entanto, a história e a cultura democrática para acomodar nas suas soluções os valores centrais do liberalismo que as próprias sociedades ocidentais tão levemente, pode dizer-se, se têm absterido de defender. Os países islâmicos não absorveram a modernidade e, por isso, não são, nos seus fundamentos, liberais. Não aceitam a distinção entre a vida espiritual e a vida terrena, tendem a não aceitar a liberdade de expressão, a plena integração da mulher na vida social e política, a separação entre os domínios público e privado. Mais, ao estarem correctos, quando apontam sinais claros de decadência nas sociedades ocidentais, muitas vezes, não distinguem precisamente aquilo que há de mais vital no Ocidente: o desafio de reafirmar e de restabelecer os valores liberais, a tolerância, a ética, a responsabilidade pessoal e a recuperação das elites para este mesmo desafio, fazendo assim frente ao avanço de uma nova cultura de negação, egoísta e irresponsavelmente libertária, que assume todo o tipo de normas e de restrições como opressivas.

Novas tecnologias, novas estruturas da atenção

Aquilo que nos atinge de todos os lados ao mesmo tempo, que desde a Grécia antiga foi chamado ambiente, tem sido, na civilização ocidental, desequilibrado pela sequencialidade e linearidade do alfabeto fonético. A cultura visual em que há milhares de anos nos baseamos, o contexto de todas as actividades profissionais e de lazer, está longe de ser neutral ou indiferente ao tipo de sociedade que somos. O alfabeto sequencia e lineariza o mundo, ordena a percepção humana de uma forma específica. Neste processo, como a chamada escola canadiana das teorias da comunicação – com Harold Innis,

Walter Ong, Marshall McLuhan e outros – detalhadamente apontou, a imersão sensorial total é substituída pela reflexão distanciada e individual. Não se trata de ver ou de entender as coisas de uma forma diferente, mas antes de genuinamente experimentar e perceber o mundo, as próprias coisas sobre as quais mais tarde recairá a reflexão e a análise, de um modo específico.

Mas outro modo de viver o mundo, de habitar a relevância e o significado, de alguma maneira, o modo original de ser humano, continua a ser experimentado por todos nós. Se, por um lado, em diversas situações, profissionais, pessoais, familiares, por vezes, experimentamos um envolvimento sensorial total, por outro lado, esse tipo de envolvimento pré-alfabeto é, obviamente, mais fácil e mais profundamente experimentado, antes de termos conhecido o mundo do alfabeto.

A invenção do alfabeto, estabelecendo o domínio da linha do texto, possibilitou o distanciamento, o raciocínio linear, e daí o surgir da lógica e a matematização do mundo. Para McLuhan, a própria Grécia antiga, berço da civilização Ocidental, foi uma consequência da invenção do alfabeto. Com o livro e a imprensa, com os textos debaixo do braço, com cada um em sua casa, lendo e reflectindo, sozinho, surgiram milhões de pensadores independentes, o que veio a dar, primeiro, no individualismo, e, depois, com a harmonização da linguagem e dos temas via imprensa, no surgir do nacionalismo e dos países. Depois disso, com a invenção do telégrafo, dos computadores e da Internet, colocando-nos bem dentro da nova era electrónica, ainda segundo McLuhan, somos atirados de novo para o domínio do envolvimento, da emoção, do tudo ao mesmo tempo com todos simultaneamente.

Nos países ocidentais, onde as taxas de alfabetização são muito elevadas, se comparadas com o resto do mundo, os padrões de actuação e entendimento promovidos pelo alfabeto são mais evidentes: a linearidade, a lógica, a sequencialidade, a reflexão analítica, individual, a concentração sobre um texto, etc. É este mundo modelado pelo alfabeto fonético, tão natural para todos nós, que hoje está também a mudar. A cultura electrónica da televisão por cabo, do vídeo, dos videojogos, dos DVDs, da Internet, dos iPod, do MP3, dos telemóveis, está a alterar a forma como trabalhamos, como nos relacionamos uns com os outros, como desfrutamos dos momentos de lazer,

como entendemos o que nos rodeia. O que mais muda pode hoje ser testemunhado no mundos dos mais novos, no mundo onde as crianças e os adolescentes de hoje, os homens e as mulheres de amanhã, vivem electronicamente, tanto em Portugal ou no resto da Europa, como no Japão, em Xangai, nos Estados Unidos, em São Paulo ou na Austrália.

O ambiente electrónico, que nos atinge de todos os lados e em enormes quantidades de som, de imagens, de textos, ou seja, de estímulos constantes, encoraja estruturalmente o equilíbrio sensorial, através da combinação dos vários sentidos humanos. Trata-se de um modo de agir diferente daquele que está assente no texto do alfabeto fonético. Aliás, a disponibilidade, por parte dos nativos da era electrónica, para um envolvimento sensorial mais profundo está a ser respondida pelo modelo do livro, pelo menos de duas formas:

- por um lado, os livros têm cada vez menos texto corrido e mais fotografias, legendas, gráficos, tabelas, desenhos, listas, cores, etc.;
- por outro lado, a lógica de relacionamento dos leitores com os livros não é mais exclusivamente a de os ler (o índice, o index, os resumos, as palavras-chave, e também, as colecções, os *rankings*, etc.)

Tudo isso apela a uma cultura visual de consulta, de consumo, de envolvimento bastante mais instantâneo, grupal e oral do que a leitura individual, tradicional da era da escrita. Os *media* electrónicos geram a abundância, porque a informação é transmitida à velocidade da luz e porque os custos marginais para gerar mais e mais informação tendem para zero. Assim, a informação tecnológica – o ambiente gerado pelos *media* tecnológicos – tende a substituir, virtual, metafórica e simbolicamente, isto é, realmente, a natureza. Neste processo de substituição tecnológica, de actualização electrónica constante, a lógica de entendimento, o fazer sentido da relevância, não é mais a da análise e da solução, mas a do padrão e da intuição. Os *media* electrónicos cercam-nos, sensorial e constantemente: vemos, ouvimos, tocamos, sentimos, tudo ao mesmo tempo, de todos os lados e com todo o mundo. Alterando o ambiente humano, os *media* electrónicos desencadeiam em nós novos modos de entendermos e de agirmos no dia-a-dia. Porque se trata de um desenvolvimento que se move no plano da linguagem, as tecnologias de informação e de comunicação são algo que, uma vez experimentadas e constituídas em ambiente, não mais podem ser esquecidas. Os efeitos dos *media*

electrónicos, como de resto os de toda a tecnologia, não acontecem em função do que se passa no plano da análise e da opinião. A televisão com cinquenta, cem ou quinhentos canais, a Internet e os telefones móveis alteram definitivamente os modelos e padrões de percepção dos homens; mudamos, individual e colectivamente, sem qualquer tipo de compromisso ou de negociação.

Marcados por uma cultura electrónica de intenso envolvimento sensorial, os mais novos, quando iniciam o ensino obrigatório, levam para a escola a disponibilidade para se envolverem, participativa e totalmente. E o que faz a escola? Como tecnologia mais avançada da era do alfabeto fonético, a escola, obviamente, rejeita aquela disponibilidade... A criança da era da televisão, escreveu McLuhan – e pensemos na da era da Internet e dos telemóveis... –, «descobre que é muito difícil senão mesmo impossível ajustar-se aos objectivos fragmentados do sistema educativo literário, pelo facto de, desde que nasceu, ter os seus sentidos moldados pela electrónica». Depois de pilotar naves espaciais à velocidade da luz, de lutar com seres extraterrestres, de ouvir música enquanto conversa em SMS com os amigos, de ver, ouvir, fazer e sentir tudo ao mesmo tempo, a criança de seis ou sete anos chega à escola. Sentada, sem comandos nem telemóveis nas mãos, olha para a frente, onde alguém, com todo o tempo do mundo e muitas vezes numa língua – na mais genuína aceção da palavra – que não é a dela, está a dizer «bê mais á, bá!»... O choque é inevitável. Se pensarmos em adolescentes com pouca escola e raízes e com muita electrónica, o embate pode de facto ser muito problemático.

A cultura contemporânea não assenta mais na lógica do alfabeto. Tal como o ambiente pré-escolar da criança, o ambiente electrónico da competição digital é crescentemente caracterizado pela circularidade, pelo pensamento holístico, pela integração multidisciplinar, pela aceitação da descontinuidade da experiência e das ideias, pela emoção e pela intuição. As sociedades avançadas estão a experimentar um regresso a um equilíbrio sensorial típico da era tribal pré-alfabeto. A escrita, a linguagem dos livros, está a deixar de ser a tecnologia de comunicação predominante, a favor da das imagens, dos jogos, dos vídeos, dos directos, etc. São duas as grandes forças que estão a marcar o nosso tempo:

- a linearidade do passado/presente;
- e a tribalização do passado/futuro.

Nas escolas, nos liceus e nas universidades, esta mudança funda de mundos é óbvia. Em boa medida, porque esta batalha não se decide por argumentos e porque o futuro está sempre com os mais novos, não é difícil ver que caminhos as coisas estão a tomar. O mais decisivo conteúdo dos *media*, a mais importante consequência de qualquer tecnologia, nunca é a história contada ou as funções disponibilizadas, mas sim nós mesmos, utilizadores, homens e mulheres transformados por aquilo que inventamos. E tudo isto ao mesmo tempo com o resto do mundo.

As emoções, o choque, as reviravoltas, as posições e contraposições, as surpresas mil, os *sound bytes*, os rumores, o *zapping*, o telemóvel na mão, o alerta sensorial constante, e tudo instantaneamente e simultaneamente com os outros, levam-nos de volta não ao futuro mas ao passado, a um passado onde os homens viviam intensamente a emoção, o envolvimento, a instantaneidade, isto é, de volta à tribo. Que tipo de distanciamento, de lógica, de linearidade e de análise é possível, no âmbito do envolvimento, dos apelos sem fim e dos desafios sem resposta?

Vivemos na era electrónica, numa aldeia global, de culturas mil, todas ao mesmo tempo, mantendo-se e fundindo-se, onde a lógica e a linearidade da escrita se evapora, atirando-nos para um mundo marcado pelo som, pelo toque, pela emoção e pelo envolvimento. Mais do que constatarmos ou informarmos-nos do que analisarmos ou reflectirmos, hoje, na era dos *media*, envolvemo-nos, sentimos, emocionamo-nos, especulamos e imaginamos.

Quanto mais as extensões electrónicas penetram nas actividades humanas, mais os novos *media* – as centenas de canais de televisão, 24 horas por dia, a Internet e os telefones móveis – se desenvolvem e mais nos afastamos da linearidade e da lógica sequencial do texto escrito, e mais nos aproximamos, ou antes, regressamos a uma era instantânea, emocional e tribal de envolvimento sensorial total. Por isso, a aldeia global, noção introduzida ao grande público por McLuhan, em 1962, na obra *A Galáxia de Gutenberg*, era e é uma aldeia e não uma cidade. A metáfora fala-nos, indica-nos, sugere-nos a *aldeia global*, não a cidade global. E de alguma forma, intuitivamente, a expressão aldeia global é de facto sentida por nós como mais apropriada para caracterizar os tempos que correm do que a de *cidade global*. E em que é que uma aldeia é diferente de uma cidade? Ou antes, colocando as coisas no modo e no tempo contemporâneo, em que é que as cidades cosmopolitas de

hoje, a rede global das cidades, se assemelham a uma aldeia? Por estranho que pareça, o que assemelha o mundo global de hoje a uma aldeia é o acesso à mesma informação: hoje, as televisões generalistas e as redes globais audiovisuais das histórias de choque, instantâneas e simultâneas; ontem, o pregoeiro público, o homem que percorria a aldeia ou que subia à sua torre mais alta, gritando e apregoando as histórias, os factos e os eventos que os seus habitantes deveriam saber. Na aldeia, todos tinham acesso à mesma informação, a uma informação que a todos chegava e à qual ninguém podia verdadeiramente reagir – o pregoeiro fixava a agenda. Hoje, o pregoeiro público é a televisão, as televisões generalistas, cuja força assenta precisamente não na informação que transmitem, mas no facto daquilo que apregoam ser o que todos vêem, ouvem e sentem. É esta a aldeia global. Um local emocional, acústico, simultâneo, de participação e envolvimento constante. Este equilíbrio, que na era electrónica é o envolvimento sensorial constante, provocado pelas ininterruptas variações do som, do tacto e das imagem, não depende da opinião de ninguém, nem de medidas legislativas, nem de incentivos ou de proibições. Tentar limitar a superficialidade, a variação, a surpresa, a emoção e o constante rufar de tambores nos *media* da tribo global seria o mesmo que, na era industrial, assente na mecânica, ter tentado suprimir os relógios.

Globalização, localização e movimento

Em Macau, fomos na Ásia os primeiros europeus a chegar e os últimos a sair. É um facto que os Portugueses estão por todo o lado. Os Portugueses, os de hoje e os de ontem, «estão no mundo como quem está em casa», conta Eduardo Lourenço. Hoje, alguns deles são americanos, brasileiros, chineses, moçambicanos, franceses, alemães, italianos, e muito mais. São sobretudo os habitantes de um mundo português, grato pelo passado, vivendo o presente, lançado para o futuro. Mas, hoje, a comunicação chama-se computadores e não mais caravelas.

O entendimento da tecnologia como cultura, ou seja, a prática quotidiana possibilitada e contextualizada pela tecnologia como um determinado tipo de cultura contemporânea, que é o que no mais essencial é assumido no quotidiano, constitui um alinhar de esforços, de práticas e de ambições com o perfume dos tempos correntes. Claro que os planos são uma coisa, acon-

tecem no domínio da reflexão, e as medidas enumeradas são outra coisa, que acontecem ou não num outro domínio, o da acção concreta que corta o tempo, separando o passado do futuro. Em boa medida, o que se passa entre um e outro domínio depende de uma forma importante da cultura. Não do grau em que a tecnologia seja já parte da cultura, mas da cultura, pré-tecnologia, como ela mesma, nos nossos símbolos, valores, práticas, rotinas e padrões comportamentais, se tem manifestado e se manifesta hoje, mantendo-nos para nós mesmos como nós próprios somos.

A tecnologia tem vindo a ser estudada e investigada de variadíssimas formas. Desde uma prática sistemática, um tipo de arte, ou a aplicação prática da ciência, à ordenação eficiente dos recursos, à *com-posição* monumental que revela o mundo, muitas têm sido as perspectivas de entendimento de um dos fenómenos mais marcantes da história da Humanidade. Mesmo que uma boa parte das interpretações deste quadro escape à visão instrumental, algo ingénuo, do fenómeno, em todas elas a tecnologia nos surge com algum grau de manipulabilidade; com uma possibilidade de manipulação superior à da cultura. Pelo menos nas suas camadas superficiais, talvez a tecnologia possa ser entendida como a área mais trabalhável e, por isso, mais alterável da própria cultura. A cultura, por seu lado, percebida não apenas como os valores, as rotinas, as práticas, etc., que temos, mas antes como aquilo que genuinamente somos, é então não apenas uma espécie de lente para ver o mundo, mas antes é os nossos verdadeiros olhos, mente e sistema nervoso. Assim, hoje, entender a tecnologia como cultura é uma parte importante do processo de nos integrarmos na reordenação do poder mundial.

Não deixando de constituir uma perspectiva correcta, porque consequente e útil no ambiente contemporâneo, o entendimento das novas tecnologias como cultura, isto é, como um novo contexto de acção, pressupõe de alguma maneira, mais, sugere como futuro, o entendimento da cultura como central. Por isso, um dos grandes desafios, não apenas nosso, é o de pensar e possibilitar um quadro global em que cada cultura, da Europa à África, da América à Ásia, do Norte ao Sul e do Leste ao Oeste, tenha possibilidades equitativas de bem-estar, de paz e de futuro.

Cultura nenhuma é estática, é certo. A cultura pode mesmo ser entendida como a dinâmica como os diferentes grupos e comunidades se transformam e sobrevivem no tempo. No entanto, o quadro global actual, sobretudo

porque global, impõe um grau de homogeneização que, longe de ser claro, está também longe de ser aceite por aqueles a quem toca. O problema é o de que a nova ordem global, dos mercados aos produtos culturais, passando pela saúde, pela indústria e alimentação, foi desenhada ou simplesmente surgiu, beneficiando objectivamente determinadas comunidades nacionais e sociais. As culturas nacionais mais beneficiadas na nova ordem globalizada são aquelas onde são fortes os traços do individualismo e a disponibilidade para arriscar, bem como onde é menor o peso da hierarquia e o peso das divisões sociais e profissionais – aspectos onde a cultura portuguesa não é particularmente forte. Aliás, o individualismo, no sentido de assentar no indivíduo, singular, a perspectiva primária da actividade da sociedade, mais do que a educação formal dos Portugueses, é o nosso verdadeiro problema. Temos uma população com uma das menores taxas de formação secundária e universitária, entre os países da União Europeia, mas cerca de um quinto dos nossos licenciados vai procurar trabalho no estrangeiro...

Cada sociedade é definida pela linguagem que a estrutura e desenvolve. A comunidade global assenta no Inglês. Um dos alicerces da era global é a língua. Por todo o lado, um novo inglês está a tornar-se numa língua universal. Na actividade empresarial e na comunidade científica, o Inglês é já língua obrigatória. Expressões como *marketing* – de mercado (*market*) – ou como *business plan*, *consulting*, *Internet*, *click*, *CEO*, *executive summary*, e muitas outras, fazem já parte do vocabulário corrente na condução dos negócios por todo o mundo. Mas, mais fino ainda do que isto, é o que se está a passar nas actividades da Internet. As novas e novíssimas expressões sobre as quais assentam os planos, os negócios, as actividades profissionais, são não só todas inglesas como são imensas; entre as mais comuns do dia-a-dia dos Portugueses contam-se já *Enter*, *On*, *Net*, *Homepage*, *UMTS*, *WAP*, *fax*, *e-mail*, *software*, *scanner*, *browser*, *download*, *dotcom*, *bullets*, *powerpoint*, *SAP*, *PCs*, entre muitas outras. A linguagem não é apenas uma forma de comunicar, mas, antes, é o próprio significado do mundo em que estamos imersos. O vocabulário disponível define a forma como se pensa, porque a condiciona e lhe sugere relações, combinações e possibilidades. Uma nova linguagem cria um mundo novo, tal como um mundo novo só se afirma naquilo em que é novo, precisamente gerando uma nova linguagem. Não quer isto dizer, obviamente, que se deva tomar essa plataforma linguística como única. Esta questão vai mais longe quando colocada no domínio da cultura. A cultura é-nos dada, transmitida no tempo e espaço, pelos nossos antepassados e não

a podemos mudar de um dia para o outro, nem de forma substancial. Se, hoje, os países anglo-saxónicos, com uma língua sem «tu» nem «você», são beneficiados pelo quadro global marcado pelas redes, pela pouca relevância da hierarquia, pelo individualismo, noutros tempos, outros tipos de culturas foram as beneficiadas.

Numa época obcecada pelo correcto, correcto parece ser que tal como não é aceitável que o género, a raça ou a religião constituam bases de discriminação, também nenhuma cultura, menos individualista ou menos avessa à incerteza, possa ser prejudicada pelo simples facto de ser aquilo que é. Trata-se de algo imensamente difícil de resolver, evidentemente. Trata-se de reflectir sobre o processo da constituição intercultural e ontológica da sociedade global.

A forma da comunicação e as tecnologias utilizadas para esse fim têm definido, em cada época da história, o tipo de sociedade em que vivemos, as suas estruturas, equilíbrios de poder e possibilidades; ou seja, têm modelado a forma como *com*-vivemos. Neste argumento, que tem encontrado suporte em investigação, tanto nas ciências sociais como nas ciências exactas – da Antropologia e da Sociologia à Biologia e à Genética –, aceita-se implicitamente a evidência da linguagem como essência humana e o seu papel no ajustamento social dos homens ao mundo, a uns e a outros. Assim, em todos os tempos, a forma como comunicamos é a forma como agimos. Hoje, agimos globalmente porque comunicamos globalmente.

A sociedade global contemporânea, por isso, o mundo feito comunicação global – instantânea, simultânea e total – assenta em dois pilares novos: a Internet e a sociedade em rede. Ambos os conceitos estão obviamente ligados, mas não são a mesma coisa. A Internet é o mundo tornado globo, a acção tornada possível global e instantânea, é a equivalência entre a realidade e a própria rede. A sociedade em rede, seguindo a argumentação de Manuel Castells é o novo modelo organizacional, social e cultural da contemporaneidade. A natureza tecnológica da rede, apesar de decisiva, de constituir a condição material da sua própria possibilidade, não é o essencial. O essencial é um novo conceito e um novo modelo, assentes numa «virtualidade real», como lhe chama Castells, a qual é desenvolvida sobre quantidades imensas de informação tecnológica, constantemente em evolução, em modelação e em inovação. É a possibilidade instantânea de estar informado pelos desen-

volvimentos da rede e de informar a rede das nossas acções, o que pode fazer de qualquer um seu membro; tão só desde que domine a linguagem simbólica de cada tipo de actividade, na qual o Inglês e as siglas, processos e funções dos computadores pessoais são apenas condições necessárias, mas não suficientes, dado o desenvolvimento intenso e permanente da investigação e desenvolvimento, também eles, globalizados.

O poder, o desenvolvimento e a riqueza vêm da capacidade de participar efectivamente na rede, o que, mais do que as infra-estruturas físicas, implica a necessidade das infra-estruturas *soft*, as pessoas, o conhecimento, o tempo, a dedicação, a motivação e o envolvimento.

Para Castells, tal como a fábrica, que surgiu na Revolução Industrial e lançou as sementes da sociedade organizacional, vindo por isso a modelar substantivamente o trabalho, a vida familiar, o desenvolvimento da sociedade e a forma como esta se relacionou com o espaço e com o tempo, também a Internet tem o potencial de gerar o mesmo tipo de efeitos, profundos, dramáticos e duradouros. Na «era da informação», a geração de poder e de riqueza assentam na troca de fluxos informativos, na mobilidade e na capacidade de aceder, partilhar e influenciar este novo mundo, tornado espaço global de ideias, informação e conhecimento.

Na galáxia de McLuhan, como Castells a definiu, dominada pela televisão como tempo e como linguagem, por isso, pela emoção, pela instantaneidade e pelo *zapping*, abandonámos o mundo da escrita, a galáxia de Gutenberg, como há quarenta anos McLuhan, por sua vez, a havia caracterizado – um mundo de sequencialidade, de linearidade, por isso, de lógica, racionalidade e distanciamento. A realidade feita televisão, Internet, telemóveis e MP3, em si mesma, é a experiência de um mundo novo, porque é um novo equilíbrio nos sentidos humanos. Nesta sociedade em rede, instantânea, simultânea, global, afogada em informação tecnológica, Castells considera os mercados e a economia como as forças que mais mobilizam as transformações sociais e culturais. Defende que a sociedade em rede protagoniza crescentes interdependências, assimetrias, regionalizações, selectividades e exclusões. Castells mostra como é falaciosa a ideia de que, na globalização, na sociedade em rede, todos possam participar na economia e na sociedade globais. Antes pelo contrário, a nova tecnologia tende a beneficiar os mais preparados, os mais educados, os mais móveis e internacionais. A agitação social, cultural e

política mundial, funda-se em boa parte na tentativa das pessoas, grupos, comunidades e países se ajustarem a uma nova estrutura de poder, procurando novas identidades e novas possibilidades de ser, isto é, de sobreviver e de prosperar.

Ao longo da História a influência e a riqueza têm assente no tipo de entidades que melhor se têm adaptado às diversas formas de comunicação que o desenvolvimento tecnológico tem vindo a gerar. Os processos de comunicação destronam-se uns aos outros, em função do seu alcance, da sua riqueza semântica e da sua imediatividade. Dos sinais de fumo, aos caminhos-de-ferro e ao telégrafo, à Internet, aos telemóveis e à anunciada massificação da banda-larga, a acção dos homens vai-se ajustando a modelos de crescente eficiência e, dessa forma, os menos capazes, os que se não souberam adaptar, que não souberam ou não tiveram a sorte de modelar o futuro a seu gosto, ou que não inovem, com parceiros, em jogos de soma positiva, foram, são e serão deixados para trás. É neste quadro que surge o desafio da configuração em rede, seja ela organizacional, regional, nacional ou global. Quanto a esta última, a reconfiguração está a fazer-se, porque a acção global deriva, lógica e decisivamente, da possibilidade de comunicar globalmente. A comunicação global, quer por telefone, telemóvel ou Internet, quer pelas viagens de avião tornadas tão baratas como andar de táxi, determina a acção global. Agimos globalmente porque pensamos globalmente e pensamos globalmente porque comunicamos globalmente.

Outro aspecto, não menos importante, da reconfiguração global que corre, é determinado pela textura substantiva das sociedades ocidentais e dos países mais desenvolvidos, nos últimos anos da década de 90 e nos anos iniciais deste novo século. Nos últimos cinquenta anos, verificaram-se duas grandes alterações de fundo do ambiente da actividade humana. A primeira foi a duplicação da população mundial – de 3 mil milhões para mais de 6 mil milhões de pessoas – o que, literalmente, gerou um novo mundo. A segunda foi a vitória dos mercados, das empresas, da criação e da inovação, sobre a actividade política *tout court*. Em 1960, Kennedy foi eleito Presidente dos EUA, com o abstencionismo a ascender aos 37 por cento. De então para cá – e não apenas nos EUA, mas por todo o mundo democrático –, a taxa da abstenção não tem parado de subir, sendo que, em 1996, Clinton foi reeleito com menos de metade do eleitorado norte-americano a votar. O reverso da medalha é a subida do poder das empresas, quer nacionais, interna-

cionais ou globais. Não se tratando obviamente do fim da política, deve possivelmente tratar-se de algo mais complexo, em que o papel da política passa precisamente a ser o de desenvolver as condições e os incentivos para que a sociedade progrida, crie riqueza e seja competitiva em termos globais.

Uma história de sucesso recente é a Finlândia. Há escassos quinze anos, a Finlândia estava a sair de uma recessão, consequência da queda da URSS, até então o seu principal parceiro comercial. Essa recessão provocara uma descida de 20 por cento no PIB finlandês e colocara um quarto da população sem trabalho. O que aconteceu então? Mudou-se. Porquê? Porque a mais poderosa alavanca para a mudança continua a ser o medo e o perigo de, pura e simplesmente, se desaparecer... Mas, um dos aspectos mais interessantes do caso finlandês é o papel desempenhado pela conjugação de esforços do Estado, das elites empresariais e das universidades, como motores, facilitadores e estratégias do sucesso. Um outro aspecto que sobressai deste caso, porventura mais lateral mas não menos importante, é o facto de o caso finlandês ser diferente do irlandês, e ambos, por sua vez, serem diferentes do modelo de Silicon Valley, do de Xangai, etc., etc. Cada caso faz a sua própria história. Cada cultura tem o seu mundo e faz o seu destino. Hoje, só sendo diferente e útil aos outros, se ganha o bilhete de entrada na rede. O que esteve presente em todos os casos de sucesso, o que lhes foi comum, além dos vários factores específicos que fizeram de cada um o caso que hoje é, foi o assentarem no conhecimento como matéria-prima – no conhecimento de nível mundial e não no das intrigas... –, no investimento rigoroso e exigente na educação, bem como a existência de capital de risco e de quem quis assumir e arriscar, e, ainda, claro, o que sempre tem estado presente nas histórias de sucesso, o trabalho, muito trabalho.

A nova sociedade de redes, que funciona numa lógica libertária e de mercado, toma o que tem valor e esquece o resto. Num Planeta tornado mercado único e num mundo em que estruturalmente a oferta de produtos e de serviços supera a sua procura, para sobreviver e prosperar, cada entidade tem de se centrar naquilo que sabe fazer melhor; nos produtos/serviços, nos processos e nas funções em que pode deter vantagens comparativas. Fazer tudo mais ou menos bem, significa fazer tudo mais ou menos mal. O ponto, por isso, é o de como participar na rede, isto é, em redes, em redes de tecnologia, de educação, de investigação, de distribuição, de produção, de isto e de aquilo. A resposta é só uma: sendo mundialmente capaz, único, naquilo que

se faz. As redes crescem em jogos de soma positiva, aceitam associados quando quem chega acrescenta valor à rede e desfazem-se, quando atingem os seus objectivos ou quando a sua *performance* já não justifica a sua existência. Porque são esquemas de colaboração para-informais, e não entidades pesadas formalmente constituídas, as redes são instáveis, altamente mutáveis e, por isso, em reconfiguração permanente.

A possibilidade de Portugal ou de elos portugueses participarem activamente na sociedade em rede depende da capacidade que tiverem de desenvolver algo de útil, de vantajoso, de qualitativamente superior para os outros. Depende da capacidade de criar ou de capitalizar em pontos fortes que coincidam com aspectos críticos da nova sociedade global em rede. Questionaremos, por fim, teremos, à partida, algum ponto forte? A resposta é sim. Temos vários: a cultura universal, a rede de portugueses no mundo, os novos imigrantes (qualificados)...

Há anos que na parede do edifício do Serviço de Estrangeiros, em Lisboa, junto à Estrada da Luz, está escrito, a tinta azul e por mão anónima: «Um homem não tem país!» Que quer isto dizer? Que nenhum país pode ter homens como sua «propriedade»? Que um homem não tem sempre um país de onde vem, onde está ou para onde vai? Que um homem é o que é antes e independentemente de «ser» deste ou daquele país? Que não há nacionais nem estrangeiros, nem Serviço de Estrangeiros, mas apenas homens? Que nenhum homem é responsável por país algum? Que o homem é o real e o país é uma ficção? Ou que um homem concreto, ou talvez uma multidão deles, estão neste país sem ter um país, nem este nem qualquer outro?

«Um homem não tem país» é de certa forma o sentido correcto da frase singular de Fernando Pessoa «a minha pátria é a língua portuguesa». Entre Lisboa, a África do Sul e a Inglaterra, o país que Pessoa sentia seu era a língua portuguesa. O que nos revela o mundo, como homens, é a língua. Cada língua constrói o seu próprio mundo porque escolhe, evolui e varia num tipo de distinções, subtilezas, contextos, experiências, histórias, ambições, tempos e lugares, que não são nem repetíveis, nem traduzíveis para língua nenhuma do mundo. É a língua que nos dá o mundo em que nós nos encontramos. Cada língua tem em si um mundo. Tantas vidas teremos, quantas as línguas que soubermos — é uma frase repetida. O que habitamos verdadeiramente não é um espaço geográfico, mas uma língua. A pátria que temos é a nossa língua, porque é nela que o mundo é mundo.

País... talvez não seja o mais decisivo no modo de ser de cada um de nós e dos milhares e milhares de imigrantes que já são parte de Portugal. Há mais de trinta anos que têm vindo a chegar de África, das ex-colónias portuguesas. Mais recentemente, os novos portugueses têm vindo do Brasil, para onde há mais de 500 anos, cadenciadamente, têm continuado a ir portugueses. Este balancear das gentes, este ir e vir, corre e correu sempre na mesma língua e, por isso, e de certa forma, aconteceu no mundo português de sempre. Mas também isso está a mudar. Hoje em dia, o fluxo de imigrantes do Leste da Europa é tão ou mais intenso do que as correntes vindas do mundo da língua portuguesa. Este quadro de acontecimentos, inserido numa lógica planetária de migrações, de deslocação de recursos e de exportação de modos de vida, traz consigo dois aspectos novos e relevantes para o que tem sido o modo de ser português, em Portugal e no mundo. O país está a deixar de ser uma base de partida – ou apenas uma base de partida... – para passar a ser um porto de chegada –, e esta é uma enorme mudança; e a língua portuguesa está a deixar de ser o mundo exclusivo em que todas estas movimentações acontecem. Estas duas mudanças traduzem movimentações novas, que nunca antes por aqui passaram, o que de certa forma torna difícil antecipar como vão passar-se as coisas e que país vamos ser, daqui a dez, vinte, ou cinquenta anos.

«Um homem não tem país!» Para quem sempre teve um país a ideia pode parecer sem sentido. Mas existe um mundo de gentes que já esqueceram o país que nunca tiveram. Chegam a Portugal, a Espanha, à França, a Itália. Vêm de todo o mundo, do Sul para o Norte, à procura de um país onde possam viver sem fome, sem frio e sem guerras. O país que lhes der isso vai passar a ser o seu. Em muitos casos, esse país pode ser o nosso. Em muitos casos, esse novo «meu país» deve ser o nosso, porque tendo um, nenhum ou vários países, o que cada homem já-e-sempre tem é a sua humanidade. Onde nascem os Portugueses? E os Chineses? E os Americanos? Os primeiros, hoje, nascem no Portugal europeu, mas ainda, há instantes, na História, nasciam nos quatro cantos do mundo. Os Chineses nascem na China e os Americanos continuam a nascer onde sempre nasceram: em todo o mundo. A questão, por isso, é esta: porque é que um homem, em qualquer país do mundo, decidido a ter uma vida honesta, a trabalhar para se sustentar, pode ver negar-se-lhe a oportunidade que escolheu para a sua vida por ter nascido no país onde nasceu? Que responsabilidade tem cada um por ter nascido português, angolano, inglês, americano ou chinês? De um ponto de vista de

quem está do lado certo esse facto é decisivo, mas do lado de quem está a chegar, essa experiência é absurda e injusta.

Há mais de sessenta anos, o sonho californiano, que hoje comanda o ritmo dos mercados, já havia entrado bem dentro na China. «Como os americanos que / Marcham pelas estradas nacionais da Califórnia, / Percorro uma estrada recém-aberta / Que atravessa o planalto do Oeste da China», escreveu o poeta chinês Ai Qing, no Outono do ano de 1940. Há dez anos, Grigory Yavlinsky, político russo, disse ao *Financial Times* que, quando na sua juventude ouviu pela primeira vez os Beatles, «mudou a sua visão do mundo». São milhões de histórias destas que fazem a História. Na Europa, nos Estados Unidos ou na China, o sucesso exporta ideias e atrai populações. No Sul da América, a fronteira com o México é estreita, policiada e traiçoeira. No Sul da Europa, as águas daquilo que já foi um imenso lago de um império são, hoje, o espaço de onde todos os dias surgem minúsculos pontos, meio à deriva e cheios de pessoas. Mas esses barcos são apenas uma pequena parte da história. Sem imigrantes todos os dias nos jornais e nas televisões, as últimas décadas criaram comunidades de milhões deles pela Europa fora.

João Paulo II – Uma Tribo Global

Os quase trinta anos de Pontificado do papa João Paulo II, as suas duas centenas de viagens por todo o mundo, a forma como se relacionou com as novas tecnologias, sobretudo com a televisão, indo pelo mundo, na Terra e no ciberespaço, espalhando a mensagem cristã, mostraram, nos dias que envolveram o seu funeral, como no mundo de hoje, onde o materialismo e a alienação tanto pesam, aquelas mesmas tecnologias podem ser utilizadas e pensadas a favor dos homens e da sua dignidade. A questão não respeita apenas às transmissões em directo *tout court*, mas antes se refere a um contexto de liberdade e de mobilidade impulsionado por sessenta anos de televisão e de aviação civil e por mais de uma década de Internet e de telemóveis: o falecimento de João Paulo II foi, primeiro, divulgado por *email*; cerca de cinco milhões de peregrinos deslocaram-se a Roma; 3000 milhões de pessoas seguiram pela televisão, em directo ou em diferido, as cerimónias do funeral do Papa.

Durante uma manhã, os poderes e os olhares do mundo convergiram para a Praça de São Pedro. Contrastando com a velocidade e a agressividade da vida

urbana contemporânea, com a necessidade de novidades constantes, a missa do funeral do papa João Paulo II e os dias que o antecederam e seguiram foi um tempo único, extraordinário e poderoso. O latim do primeiro império, tão visível no português que hoje falamos, o latim da «*visio*», da cognição visual, da palavra televisão, esteve presente longamente na missa do funeral, seguida em directo em todo o mundo. Foi um tempo de dignidade humana, de paz, de humildade perante Deus, de reflexão e de oração. Ao longe, «*tele*», conforme à origem grega da palavra, tele-observando, tele-seguindo, tele-participando, cerca de metade da população mundial fez o maior acontecimento do nosso tempo, ao mesmo tempo – é isto a chamada aldeia global.

Uma das características da globalização comunicacional, na qual se funda este século, é a simultaneidade: os factos, os eventos, o que é relevante é para todo o mundo ao mesmo tempo. Tal como ontem, todos ao mesmo tempo ouviam as novidades da aldeia, hoje todo o mundo vê na televisão as histórias, os mega-acontecimentos, os factos que fazem os dias e marcam o tempo. As cidades cosmopolitas de hoje, o mundo desenvolvido ligado pelos cabos de fibra óptica e pelas ondas electrónicas, assemelham-se a uma aldeia. O mecanismo central que produz este efeito é a televisão, sobretudo a lógica dos canais globais. Esta lógica, ou seja, esta disposição da relevância pelo presente é independente da opinião de cada um. O conteúdo da televisão não se dirige a nós, mas aos outros. A força das televisões generalistas é ser o que *é visto pela gente*. Assim, porque comunicar é presenciar humanamente no tempo, o tempo global, o fluxo comunicacional da tecnologia é desenvolvido sobre a simultaneidade.

O nosso tempo é o da própria televisão como tempo. O tempo televisivo enquadra o tempo de cada um. Mesmo quem pouco vê e quem nada vê televisão, o que é raro, entende o seu tempo, interesse e atenção em função da cultura televisiva. Assim, a televisão, passando a definir a sua presença mais pelo contexto que cria do que pelos textos que constituem cada um dos seus programas, torna-se invisível. Hoje, na cultura videográfica pós-literária das sociedades desenvolvidas, o real corre no contexto televisão, isto é, nos canais generalistas nacionais, na CNN, na BBC, na Sky News, no Eurosport, na MTV e noutros canais constituídos em suporte do fluxo informacional global e constante.

Enquanto os telejornais, os concursos e as telenovelas na televisão prosseguem, liderando as audiências, aqui e ali, tentando novos modelos e, por

vezes, é justo dizê-lo, estabelecendo também limites ao sensacionalismo que há pouco tempo parecia não conhecer regras, a maior audiência televisiva de sempre olhou um desenrolar lento, num tipo de tempo que para muitos parece mais não existir, de uma missa em italiano e em latim. Tudo isto faz pensar aquilo que hoje somos e não corre nas televisões. Tudo isto faz pensar o que o homem é e o que poderemos hoje fazer, dadas as possibilidades abertas pelo desenvolvimento e todos os dias sugeridas pelas novas tecnologias. Como em tantos outros domínios do nosso tempo, também aqui, João Paulo II abriu um caminho.

A miragem americana

«A diferença que de uma forma única na história da experiência humana marca esta época é a América», escrevemos a 10 de Setembro de 2001, no jornal *Público*. O grande medo dos americanos, escreveu Jean Baudrillard, é que as luzes se apaguem; que as coisas deixem de funcionar. É isso, o americano é um tipo de homem que funciona, que faz, voltado para o futuro, é o John Galt do *Atlas Shrugged* de Ayn Rand – «que tradição, quantos séculos tem atrás dele?», perguntaram eles – «nenhum, nenhum atrás dele. Todos à sua frente», respondeu então Rand por entreposta personagem.

Em rigor, a nova linguagem, o novo mundo não é o inglês mas o americano. No entanto, a força dos tempos modernos não é a inovação, o pragmatismo, o mercado, por causa da América, mas antes é a América que é o que é porque se construiu ela mesma sobre o futuro *de per se*, o qual inclui, em termos essenciais, referências a todos aqueles conceitos. Não é, por isso, a América que projecta o seu modo de ser no mundo, mas é antes o seu modo de ser, que colado ao tempo humano primordial que é o futuro, viu chegada a sua hora e tem levado a América a todo o mundo. O maior trunfo do novo império tecnológico é a existência de um país, os Estados Unidos da América, cujo sentido e possibilidades, ao contrário de todos os outros, são ganhos no futuro e não no passado.

As grandes mudanças, os saltos no progresso humano, as súbitas alterações no desenvolvimento, ficam geralmente a dever-se a genuínas e originais mudanças de perspectiva. A América colocou o futuro no centro da História. A história da América, no sentido daquilo que essencialmente a caracteriza

e une, é o futuro. Os povos sempre olharam o futuro, ora com esperança e ambição ora com receio e desânimo, em função daquilo que eles próprios, para eles mesmos, entendiam haver sido no passado. A sua identidade, construída sobre uma língua comum, sobre um tempo passado de êxitos e de fracassos, de sucessos e de frustrações, dava um sentido ao presente, à luz das possibilidades antecipadas para o futuro. Com a América, esta equação fundamental da temporalidade humana foi alterada. A história da América, aquilo que a une e abre possibilidades para o futuro, não é mais o passado mas o próprio futuro. Trata-se de uma mudança de perspectiva que corresponde a uma mudança de mundos e veio a constituir-se na diferença que substantivamente marca a presente época.

O futuro tornado História com o emergir da América é, assim, o mais recente desenvolvimento da experiência tecnológica, que se iniciou com o fim de uma tradição de milénios assente na simples passagem das técnicas de geração em geração. As técnicas – por exemplo, para caçar, pescar, cozinhar, construir, transportar, etc. – existiram desde sempre. A sua origem confunde-se com a história da Humanidade. Em todas as civilizações, as técnicas existiam no âmbito da tradição, sendo lentamente ajustadas e modificadas em função do contexto social e material específico da cada tempo. O envolvimento dos homens no mundo mudou substantivamente, quando a sua atenção foi desviada das várias técnicas em si mesmas para aquilo que essencialmente as unia: o técnico. Em rigor, o que terá levado a essa mudança radical de perspectiva ninguém sabe. A forma natural, espontânea, de desempenhar determinadas tarefas foi substituída por uma série de actos complexos, pensados e desenhados, para melhorar a eficácia e a eficiência da actividade humana. Desse surgir do domínio tecnológico até ao seu direccionamento para a natureza como um todo foi um instante. O mundo surgiu então como o terreno natural para uma tecnologia focada na sua crescente ordenação e eficiência. O peso do passado diminuiu e a força da inovação cresceu. A própria tradição veio então a constituir-se como a inovação; não a inovação no desempenho das actividades várias, mas a inovação no desenvolvimento de novas formas de desenvolver processos tecnológicos. Sem o peso do passado, sem a evidência das técnicas usadas, sem a naturalidade dos processos herdados, o futuro foi entrando pela História dentro. A América surgiu então como a corporização desse novo aceno da existência: o futuro explicado pelo próprio futuro. Esta é a diferença da época actual.

Mas de onde vem esta força da diferença americana? Porquê, como herança da História, viu o futuro chegar o seu tempo? A resposta a todas estas questões reside no facto de o futuro, não o passado nem o presente, mas o futuro, ser a dimensão primordial do ser humano. Já-e-sempre vivendo como mortal, o homem dá sentido à sua vida pelas possibilidades que projecta no futuro. O presente e o passado ganham o seu sentido pelas possibilidades que abrem para o futuro. Esse futuro, aberto *a priori* pela Humanidade, depende de muitas formas do que somos como alguém que tem-sido-no-mundo, e as possibilidades projectadas para o futuro moldam tanto as nossas escolhas e acções no presente como a experiência, a memória e o próprio passado. O futuro é assim, ontologicamente, o fundamento primário da acção humana. A força da América reside, assim, no facto de testemunhar um entendimento da existência humana assente no futuro. A América constituiu-se como uma comunidade, um modo de ser, que, de uma forma desassombrada e explícita, criou as suas raízes não no que tinha sido mas no que ia ser. Com a América, o futuro passou a ser o berço dele próprio.

O domínio do entendimento tecnológico da existência, criado na fronteira do futuro, fez surgir um mundo apto a entender e a corporizar aquela ideia. Com a América, com milhões de pessoas a fugirem do passado, de olhos postos num futuro de um outro mundo, foi o futuro como História que os recebeu. Hoje, é essa dimensão de futuro tornado herança que substantivamente está a marcar os comportamentos, as agendas, os interesses, as expectativas e as ambições das sociedades mais tecnologizadas do mundo. A nova tradição constituiu-se na quebra da tradição. A nova tecnologia, a Internet, as novas ciências, são as terras do novo mundo, dos novos começos e da possibilidade da surpresa permanente do futuro. O instinto natural no domínio dos seres vivos para repetir o que funcionou, na época humana actual, não está mais focado em soluções, produtos, serviços, ou resultados alguns, mas no próprio processo de inovação e de destruição criativa quer do que não funcionou quer do que funcionou no passado. O que é fundamentalmente repetido é a constante invenção do futuro, porque nos últimos cem ou duzentos anos, com a América, foi isso o que mais funcionou. De certa forma, a actual época, centrada na cultura pragmática e tecnológica americana, é já indiferente à História ou é mesmo anti-histórica. Pela primeira vez, na experiência humana, a alavanca de Arquimedes está colocada sobre o futuro. O poder desta ideia, desta perspectiva ou desta ousadia, é a diferença, a novidade, que mais marca o caudal de fundo dos dias de hoje nas

sociedades mais avançadas. Na última década, todas as culturas ficaram cientes disto. Com as televisões globais e a Internet, o mundo ficou definitivamente redondo.

Mas é mais. O futuro americano não é sequer da América, e esse é o seu mais decisivo trunfo, o *ás* que abana todas as culturas do mundo. O que a América diz, aos americanos e aos imigrantes e aos jovens de todos os continentes do mundo, é que o teu futuro não depende da América, mas de ti. Diz que é possível, que nada prende ninguém ao passado, que numa geração se pode fazer tudo neste mundo e que na América tudo depende apenas de ti. O sonho americano espalhou-se a todo o mundo e o que ele nos diz, no mais essencial e sedutor, nos momentos mais solitários em que cada um de nós deita contas à vida, é isto: o teu futuro depende mais de ti próprio do que da América. Quem diz da América, diz do resto do mundo.

A América, enquanto cultura e entendimento, não depende de ninguém em especial porque é, essencialmente, um conjunto de pressupostos e de opções de fundo que condicionam a modelação do desenvolvimento das sociedades humanas no mundo, os quais, ao serem assimilados, se reforçam a si mesmos, adaptando-se a novas distinções e a novos desafios. O Pentágono e o sistema político-económico dos EUA serão porventura as instituições que mais pesam nesta história, mas não tem sentido algum pensar que a senhora Rice ou que Bush sejam os grandes cabecilhas, os grandes conspiradores, ou os indomáveis guerreiros do Império Americano. As marcas americanas dizem muito mais enquanto «marcas» do que enquanto americanas. O que é essencial no Império Americano não é a nacionalidade das marcas, mas a existência das próprias marcas e a imposição do seu domínio de significados. O que é vital não são os produtos das empresas americanas, mas a supremacia dos mercados globais com produtos de todo o mundo; não são as instituições da América ou da Europa, mas um dado sistema político-económico; não é nenhuma empresa nem nenhum grupo de empresas, mas o lucro como critério de todas elas; não é a CNN ou a Internet, mas os *media* – todos e quaisquer – enquanto mecanismos de criação de sentido e de geração de acção; não é o sistema económico, mas a economia enquanto sistema social de avaliação de prioridades e de opções; não é Nova Iorque, Washington, Londres, Frankfurt ou Xangai, mas as cidades como pólos de concentração de poder; não é a ciência enquanto conhecimento, mas a tecnologia enquanto ciência aplicada; não são os Estados, ou os países, mas as pessoas; não é ter razão, mas ser pragmático; não é a América, mas o Planeta.

O trabalho, o dinheiro, a inovação e a liberdade de andar de um lado para o outro é o que marca o ritmo de uma América que foi criada por massas imensas de imigrantes, que vindos de todo o mundo ambicionavam uma vida melhor para si e para os seus. Essa visão do futuro que fez a América bateu certo. Bateu certo e, hoje, é ela mesma, enquanto história real e testemunhada pelo resto do mundo, que constitui o que de mais forte existe na visão americana do mundo. O que os *media*, como centros de distribuição de uma cultura e de um modo de estar no mundo, estão a difundir não é o conteúdo das tropelias extraconjugais de Clinton, dos campeonatos do mundo de futebol, ou dos caças em voo no Golfo ou no Afeganistão. O que as televisões e a imprensa transmitem é, sobretudo, o contexto que envolve o que se passa, o estilo com que as coisas correm, e os cenários limpos, novos e apurados que marcam o ritmo dos acontecimentos. É assim que uma cultura global interage com culturas regionais e nacionais.

O imaginário colorido, limpo, cristalino e sofisticado da costa, da Califórnia à ilha de Nova Iorque, é o modelo do império transformado no próprio mundo – globalizado. O seu ceptro, a terra imperial também ela prometida, está todos os dias na televisão: nos locais onde se encontram os aparelhos, na estética que os rodeiam e lhes preenche os ecrãs, nos ritmos em que se ligam e desligam os aparelhos, nos envolvimento que essas «coisas» determinam nos comportamentos dos que os rodeiam. A televisão é uma arma vital do império tecnológico, apesar de não ser por aí além relevante os conteúdos específicos dos seus canais. O que é determinante é a própria televisão como conteúdo por excelência do modo de ser e de aceder à relevância.

Ficção, realidade e ficção

Sendo a imitação a estratégia de sobrevivência por excelência, da célula à humanidade, passando pelas plantas e animais, dá que pensar o facto de a vida no mundo ser hoje a imitação da vida no imaginário digital, da televisão à Internet, passando pela publicidade, pela moda e pela música. No mais essencial, a imitação não é um truque ou uma manifestação de má fé, mas antes, é o terreno onde se funda a cultura e o conhecimento. A imitação é a substância da aprendizagem e da mudança, como estratégia de sobrevivência do ser vivo. Se, enquanto recém-nascidos, a imitação é o que há de mais decisivo para entrar no mundo humano, à medida que vamos crescendo,

aquela imitação desloca-se da substância para a forma; imitar, isto é, copiar, deixa de incidir nos textos para passar a incidir nos contextos, deixa de focar os produtos para passar a observar os processos.

No dia-a-dia, imitamos o que funciona. Como se traz alguém desmaiado de regresso à vida? Imitando a vida, imitando a respiração, forçando o bater do coração, e o ar a entrar e a sair dos pulmões; e muitas vezes, às tantas, o corpo pega, pega outra vez na vida. Como adormecemos? Deitando-nos na posição em que geralmente adormecemos, fechando os olhos, imitando que estamos a dormir, e adormecemos. Instintivamente, repetimos o que funcionou, o que resultou, segundo o que nós próprios entendemos, isto é, conforme às camadas mais basilares da cultura e da educação em que crescemos. As rotinas são, assim, um caminho onde cada um repete o que funcionou; o que funcionou para mim, para a minha família, para o meu grupo, para a minha cidade, para o meu país, para o mundo. Mas o que hoje funciona é o que a televisão mostra que funciona. Aliás, não é apenas isso; porque o que não funciona, se estiver também na televisão, acaba por funcionar, e, assim, desde que televisionado nenhum falhanço o é inteiramente.

Quando nos lembramos que, numa sociedade tecnológica como a nossa, o meio é a mensagem, esquecemo-nos muitas vezes da conclusão óbvia: que o conteúdo são os utilizadores – somos nós. Assim, sendo a televisão a nossa vida, como escreveu Jean Baudrillard (1923-2007), sendo «a televisão aquilo que a vida imita», o ecrã somos nós. É assim sobre nós mesmos, telespectadores, que a televisão se projecta, não apenas literal mas substantiva e simbolicamente, constituindo-se dessa maneira, no que o mundo é, naquilo que é relevante, no que existe e conta na vida de cada um de nós. Um dos casos elucidativos deste imaginário simbólico, criado pelo universo *supercool* da televisão, dos *sites*, dos *blogs*, dos *MP3*, dos *SMS*, etc., é a banda pop D'ZRT (*dessert*, sobremesa em inglês), que chegaram ao *top* de vendas com mais de cem mil CD's vendidos.

Os D'ZRT não existiam na realidade... Trata-se de uma banda que surgiu na série televisiva «Morangos com Açúcar», em exibição na TVI. Dado o sucesso da série, dirigida sobretudo a adolescentes e pré-adolescentes, bem como o êxito (!) da banda naquela história televisiva, os D'ZRT pularam do ecrã para a realidade real – passe o pleonasma; passaram para a realidade tradicional, saindo do ecrã. Foi com os D'ZRT que, nas últimas eleições autár-

quicas, o PSD encheu um estádio em Felgueiras, colocando a banda a actuar, depois do discurso do candidato local. O comício de encerramento da campanha concorrente respondeu na mesma moeda, com a presença de elementos do concurso televisivo «Operação Triunfo».

Mas, mais do que os D'ZRT, parece ser a série «Morangos com Açúcar» que, hoje em dia, é uma espécie de critério comparativo, de modo de aferição e valorização da vida de muitos adolescentes. Aqui e ali vão-se ouvindo expressões do género «parecia mesmo os morangos com açúcar...», «foi como nos morangos...», «se fosse nos morangos...», etc. Esta leveza televisiva, introduzida no quotidiano, tratando-se de uma espécie de substituição no modo como as coisas habitualmente se passam, é muitas vezes apontada por uma palavra de uso crescente na língua portuguesa: vivenciar. Vivenciar é um experimentar intenso, emocional e, sobretudo, televisivo da vida. Viver a vida como num anúncio televisivo, como nos «Morangos com Açúcar», com os D'ZRT.

Com a televisão em todas as divisões da casa, com a lógica de Hollywood, isto é, dos bons e dos maus e das marcas e dos produtos, em todos os ecrãs do mundo, a realidade é hoje a imitação constante e substantiva do universo digital. É hoje indiscutível que a televisão transformou a política, onde reinam os *sound bytes*, ou o desporto, por exemplo, com os campeonatos de futebol desenhados à medida do ecrã ou o basquetebol americano com as regras alteradas por causa da publicidade. Mas, indirectamente, todas as actividades humanas são afectadas pela lógica mediática da televisão, do cinema e da Internet. O realizador Robert Altman, entre outros, afirmou que Hollywood, com as suas inimagináveis aventuras de destruição, inspirou os atentados de 11 de Setembro de 2001. O cinema americano havia criado o ambiente para que catástrofes horrendas pudessem acontecer. Nos idos anos 1960, Sukarno, o então presidente da Indonésia, referiu que a publicidade – neste caso em jornais e em revistas – aos frigoríficos, fogões, etc., havia sido um factor importante no despoletar dos movimentos anticoloniais. Há bem menos tempo, dois adolescentes norte-americanos foram condenados a prisão perpétua, porque se convenceram que eram os protagonistas do filme *Natural Born Killers* de Oliver Stone e, numa viagem pelo país, deixaram um rasto de morte e destruição.

A lógica simbólica da narrativa visual digital, assente na televisão e na Internet, dirige-se, obviamente, ao futuro. Por mais enigmática ou ininteligível

que seja, ela consubstancia uma espécie de estranho atractor, no seio da complexidade da sociedade global, que parece puxar o futuro para si mesmo.

Desde há décadas que o tempo do vídeo se tem vindo a instalar como contexto do imaginário da juventude e estética da realidade. Do Beta ao VHS, das cassetes aos clubes de vídeo, dos canais premium aos DVD, aos *downloads*, ao 3G, às câmaras de vídeo para todos, hoje, acontecimento nenhum está completo sem o vídeo. O vídeo é o testemunho sobre nós próprios num tempo tornado hiper-real, porque mais perfeito que o real. O vídeo é o portal do universo digital, da Internet, da tecnologia e do futuro.

Em Londres, na Praça de Trafalgar Square, a 6 de Julho de 2005, com o anúncio de que os Jogos Olímpicos de 2012 se realizariam em Inglaterra, o que a multidão em festa via nos ecrãs, naquele mesmo local, não era senão ela mesma na História, isto é, ela mesma a entrar no futuro. Na civilização da televisão, o ecrã somos nós; a luz projecta-se sobre nós, envolve-nos, e, no ecrã, o que vemos somos nós mesmos – espantados, eufóricos, parados, aterrorizados, a olhar para nós mesmos. Num tempo em que o que se destaca fica registado em vídeo, por isso e, depois de alguns anos, em que o que fica registado em vídeo é o que se destaca, a projecção nos ecrãs, seja nos da televisão, da câmara de filmar ou nos de Trafalgar Square, tira os actores/espectadores do tempo histórico e coloca-os em todos os tempos que poderão vir. Na luz do vídeo, ganhamos a perspectiva da época: uma imitação verdadeira, uma simulação real, na linguagem de Baudrillard, a qual, ainda segundo este mesmo teórico francês, é a própria essência do ecrã. Naquela substituição do evento pelo vídeo do evento, naquela *imitatio*, palavra latina origem da palavra imagem – como apontou Barthes –, a hiper-realidade vale as suas consequências: é real porque é a antecâmara do futuro. A multidão em Trafalgar Square não festejava virada para a estátua do almirante Nelson, nem para o rio Tamisa, nem para a imponente fachada da *National Gallery*, no cimo da praça, mas antes festejava de frente para os ecrãs, onde se via a ela própria. Naquele instante, a multidão experimentava a imortalidade.

O mesmo se passa em Portugal, quando depois de um título nacional de futebol ou de uma vitória no Europeu de 2004 ou de 2008, jovens e menos jovens rumam aos milhares para a Praça Marquês de Pombal, em Lisboa, ou para a Avenida dos Aliados, no Porto. Em rigor, eles não vão para a rua, mas sim para os ecrãs da televisão; não vão apenas para a noite, mas vão sobretudo para a História.

Foram também sugestões de imortalidade que levaram Anakin Skywalker para o lado negro da Força, transformando-se no estranho e tenebroso Darth Vader. Na última aventura da *Guerra das Estrelas*, o último de uma série de seis episódios, mas o terceiro na ordem cronológica da saga, fica-nos alguma sensação de falta de proporção entre as causas, as possibilidades e as consequências que levaram Anakin ao lado negro. A história da *Guerra das Estrelas*, aliás nome do projecto da superdefesa antimíssil dos EUA, nas suas linhas gerais, está pensada há muito, é certo, mas, hoje, nesta Terra e não no universo das galáxias distantes onde a saga nos leva, anda meio mundo da ciência e outro tanto da tecnologia à volta da questão da extensão da vida e da possibilidade da imortalidade... É sempre frágil o equilíbrio entre a ficção e a realidade, tanto mais quanto hoje é a realidade que se alimenta da ficção e não o contrário. Assim, ao vermos *A Vingança dos Sith* não deixamos de suspeitar que, a qualquer momento, Anakin possa embarcar numa das naves da velocidade da luz e dirigir-se para a Califórnia, para Boston, ou mesmo para Lisboa, onde se estabeleceu um jovem investigador português que recentemente sextuplicou a longevidade de um pequeno ser vivo.

Nos Estados Unidos da América, Raymond Kurzweil, cientista, tecnólogo e empresário de sucesso, está certo de que as revoluções da genética e da nanotecnologia, muito em breve, terão consequências claras e directas na longevidade. Isto, obviamente, além da correlação positiva que há muito existe entre o aumento da esperança de vida e o desenvolvimento tecnológico. Há mil anos, a esperança de vida média era de 23 anos. Há duzentos anos, quando Nelson derrotou as armadas francesa e espanhola, a esperança de vida média não chegava aos 40 anos de idade. Há cem anos, pouco passava dos 50 anos. Hoje em dia, quando falamos do Mundo Ocidental, aquele número aproxima-se dos 80 anos, sendo que há cada vez mais pessoas a celebrar o centenário. A revolução das novas ciências vai expandir de novo, e muito, esse horizonte: «daqui a dez ou quinze anos, o que não é tão longe quanto isso, as novas técnicas da biotecnologia já estarão maduras e seremos então capazes de ultrapassar as principais doenças com que temos lutado, bem como de desacelerar, parar ou mesmo inverter o processo de envelhecimento», referiu Kurzweil, em Maio de 2005, aos alunos finalistas do Instituto Politécnico de Worcester.

Entretanto, é de esperar que, em breve, tudo comece a ser videogravado, permanentemente. O Google Earth, em earth.google.com, já começou a lançar

as bases para algo do género. Para já, só com fotografias de grande resolução; no futuro, em directo, como se estivéssemos no metro que explode ou na gruta onde al-Zawahri, o número 2 da Al Qaeda, grava vídeos para a Internet e para as televisões do mundo inteiro. A *Guerra das Estrelas* acabou e, num mundo onde há mais ecrãs do que pessoas, parafraseando Baudrillard, o simulacro é real. «Desejo-vos a todos vidas longas – vidas muito longas», despediu-se Kurzweil dos jovens estudantes de Worcester, «uma vida de sucesso, criativa, saúde e felicidade. E que a Força esteja convosco.» Depois, as palmas. Ensurdecedoras. É isso a imortalidade: ter 20 anos e viver no futuro.

Mas outra cultura corre no imaginário de milhões por todo o mundo. Nos MP3 e nos vídeos do Youtube. O filme que conta a vida de um dos heróis do momento da juventude em todo o mundo, o *rapper* norte-americano 50 Cent, sob o título *Get Rich or Die Tryin*, viu o cartaz de promoção, ostentando o cantor com um microfone numa mão e uma pistola na outra, ser proibido, em Los Angeles, terra natal do cantor.

Sob a mesma lógica hiper-real, a estética da MTV, o mesmo ritmo MP3 e o encadeamento informacional global, num mesmo dia, a 3 de Novembro de 2005, ou antes, nessa mesma noite, escolhidos e excluídos partilharam a terra prometida: os ecrãs da televisão. As mais de duas semanas de fogo, nas ruas de Paris e arredores, desencadeadas pela morte absurda de dois jovens da comunidade imigrante francesa, consubstanciaram em boa medida um ataque do hiper-real sobre o real, um ataque da televisão, da Internet, dos videoclips sobre os empregos, os poderes e as estátuas da História. A 3 de Novembro passado, na noite da cerimónia da entrega dos prémios MTV de 2005, dos bairros de lama da Indonésia às passadeiras douradas de Hollywood, tendo por epicentro Paris, a «cidade luz», a terra de onde partiu a Estátua da Liberdade que, à entrada de Nova Iorque, continua a marcar o início do espaço e do tempo americano, escolhidos e excluídos encontraram-se no maior salão de festas de sempre, o *real time*, que nos ecrãs da televisão, da Internet e dos telemóveis se constituiu na forma primordial de acesso simbólico à realidade, isto é, de participação na vida social. Os primeiros, na MTV, nas classes médias e prósperas da Europa e da América, nos videoclips, no pavilhão Atlântico de Lisboa, transformado em estúdio global de televisão; os segundos, nas ruas de Paris, destruindo e incendiando, como se fossem, e eram, a outra face de uma mesma moeda. No dia seguinte, os incêndios foram cantados por jovens de 15 ou 16 anos para as câmaras de tele-

visão, ao ritmo *rap*, marcado pelo som do telemóvel. Em boa medida, os bandos incendiários das noites francesas atingiram os objectivos: tomar os ecrãs da televisão. Tomando os ecrãs, os jovens entram no universo simbólico que hoje define o que existe.

O contexto mediático mais próximo da explosão de violência, que então assolou França, foram os milhares de assaltantes das fronteiras de arame farpado de Ceuta e de Melilla, com as dezenas de mortos e feridos, e a festa global da entrega dos prémios de 2005 da MTV, a CNN da juventude satelitizada da Europa, da Ásia, do Norte de África e das Américas, que decorreu no Pavilhão Atlântico de Lisboa.

Enquanto os carros ainda ardiam em Paris, um novo episódio surge na guerrilha global: três bombas rebentam na capital da Jordânia. Três ataques suicidas a outros tantos hotéis norte-americanos em Amã tomam conta dos telejornais e Christianne Ammanpour da CNN sai de Paris.

Lembramo-nos de um episódio de finais dos anos 90, nas ruas de Anjouan, um pequeno arquipélago independente, entre o continente africano e a ilha de Madagáscar, onde se pediu a integração do país na França... «França para todos!», gritou-se numa manifestação, onde se viam fotografias de Chirac e se agitavam bandeiras francesas...

Num país como a França, onde a distância ao poder, a dificuldade de comunicação e de mobilidade entre hierarquias sociais e profissionais é enorme, as segundas e as terceiras gerações de imigrantes, não sendo «nacionais» de um ponto de vista das estruturas da sociedade tradicional francesa, obviamente não são também marroquinas, argelinas ou asiáticas. Sem políticas de discriminação positiva pode ser muito difícil conseguir a integração consequente destas minorias.

Se, num primeiro momento, nos anos 70 e 80, as redes de televisão por satélite, ao transmitirem os canais dos países de origem dos imigrantes, mantiveram as origens de cada um na sua sala de estar – uma sala e um estar que não poderiam ter nas suas terras de origem –, num segundo momento, os jovens nascidos neste novo mundo, neste *second best* real, revelaram-se, nos seus sonhos e na sua história, diferentes dos seus progenitores. 24 horas por dia de MTV transformam qualquer um. Então, há escassos anos, um jovem

negro americano, no pico do estrelato da música *rap*, *50 Cent*, nove vezes atingido pelas balas dos *gangs* de Los Angeles, colocou em palavras, qual filme da sua vida, a mensagem funda do actual, desregulado e caótico sistema competitivo global: enriqueçam ou morram! Foi, aliás, o que fez um fã em Luanda, em Maio de 2008, que o assaltou em palco, em plena actuação, roubando-lhe um colar avaliado em 600 mil euros... (vídeo: <http://www.youtube.com/watch?v=UIPPziN22sA>).

Numa época em que a sofisticação dos estilos de vida, da tecnologia e dos símbolos provoca o agudizar das críticas, das contrapropostas e dos protestos, com *Get Rich or Die Tryin* é o sonho americano a qualquer custo que continua vivo. Nem na América, onde pode dizer-se que em algumas décadas se concretizou com um razoável sucesso a integração da população negra, nem no resto do mundo, onde, através da televisão, chega a toda a hora o universo paradisíaco da juventude eterna, do dinheiro, dos carros, da moda e do excesso, o sonho americano morreu. Mais exagerado que nunca, é certo; que o digam os mil milhões de espectadores dos prémios MTV e os *rappers* que, a partir da Califórnia, cantam para todo o mundo, vendendo milhões de CD's e enriquecendo antes dos vinte anos de idade.

Enquanto na terra e no mar, às portas da Europa, morrem milhares a tentar entrar no velho continente, no seu centro, em Paris, a terra da Modernidade que a Europa exportou para todo o mundo, milhares e milhares de jovens, vivendo muito melhor do que os que morrem a caminho do sonho que afinal não existe, queimam, destroem e disparam contra a polícia e bombeiros. São os filhos dos candidatos a imigrantes que morrem no arame farpado de Ceuta e Melilla e nas águas do Mediterrâneo, que incendiaram a França. A realidade mentiu-lhes, porque a vida em França não é o que vêm na televisão.

Sem quotas para imigrantes, ao contrário do que acontece de muitas formas na América, depois do filme de *50 Cent* e do *non sense* da morte dos dois jovens na central eléctrica, a única maneira de continuar a existir foi a de incendiar os automóveis à sua volta, quais símbolos de uma mobilidade que nunca tiveram, trazendo dessa forma as câmaras da televisão, isto é, as portas da realidade, para si próprios.

Tudo isto era visível há mais de vinte anos, quando a Legião Estrangeira patrulhava as estações do metro parisiense. Mas, em 1985, cinco anos depois

do início das emissões da CNN e quatro anos antes da queda do muro de Berlim, nasceu a MTV e, hoje, é o cruzamento de um novo contexto tecnológico, instantâneo, rico e hedonista, com os muitos milhares de jovens imigrantes e filhos de imigrantes sem nada para fazer, encostados nas esquinas de luxo da cidade-luz, que sob as sombras de um terrorismo, também novo, está a gerar novas fracturas e novos desafios e está a romper a tradição.

Aliás, a tradição é hoje o romper a tradição. A actividade típica da era electrónica é a invenção de actividades. Quando todo o mundo está unido na CNN, na MTV e na Internet, o convencional é ser anticonvencional, a regra é a excepção e o exagero é o que há de mais corriqueiro na cultura contemporânea global, televisiva e tecnológica. Na cultura em que vivemos a forma como os significados nos chegam é global, televisiva e tecnológica, e o global é o apontar simultâneo de milhões de entidades em todo o Planeta; o televisivo significa a excepção, o espectáculo e os outros connosco a ver e a viver o mesmo; e o tecnológico é o sentido final, ordenador da realidade como projecto da comunidade humana, no qual a televisão tem um lugar central.

Em qualquer altura do ano e em qualquer dia, na televisão, as boas notícias são a publicidade e as más notícias, o telejornal. Em termos estruturais, a sociedade que somos é a forma como participamos em cada um daqueles universos simbólicos que determina quem somos.

À excepção do conflito da Jugoslávia, nunca houve uma guerra entre países com McDonalds. A sociedade de consumo evita as revoluções – é um argumento conhecido. De facto, não deixa de ser patente qualquer coisa de *extra*-ordinário no consumo cultural que envolve uma parte da população do Mundo Ocidental. Ao olhar-se as milhares de pessoas que enchem as livrarias, as lojas de música, de DVD's, de informática e de electrónica, não se deixa de intuir os milhares de universos imaginados e imaginários, povoados de histórias, de melodias, de valores e de enigmas, todos eles, hoje, mais reais do que o que nos ensinaram ser a realidade. Hoje, o real é o hiper-real. Para todos os efeitos, a quantidade de produtos e de serviços culturais é hoje infinita; e a sua qualidade, em geral e em termos massificados, deixa de boca aberta multidões inteiras. O que enche as nossas vidas, os livros, os discos, os filmes, os milhares de aparelhos de electrónica tem evoluído imensamente nos últimos anos; embora, claro, ao ser uma plastificação, uma substituição, e ao se experimentar como mais real que a realidade, a digitalização tem

tido como consequência a subida dos preços e da apetência das elites por tecnologias não digitais, isto é, mais reais e menos hiper-reais. A evolução deste verdadeiro novo sector de actividade, a gigantesca área da informação e comunicação, sucessora dos sectores dos serviços e da velha indústria, e que nos chega como oferta cultural, tem feito sentir-se ao longo de três eixos:

- o *preço* – consequência do quadro competitivo global em que assentam as indústrias da informação, os preços evoluem em tendência estrutural de queda;
- a *qualidade* – a digitalização, como que purificando aquilo que toca, tem permitido subidas apreciáveis na qualidade da generalidade dos produtos e serviços; e, finalmente,
- (resultado dos dois movimentos anteriores, entre outros factores) a *quantidade* de produtos e de serviços do novo sector da informação e comunicação não pára de subir.

É este o quadro que nos envolve. Mais do que cercados, estamos genuinamente mergulhados numa nova realidade cultural, mas tão real como as que a precederam, porque a realidade humana sempre foi simbólica.

O consumo de bens culturais é um estilo de vida, o que sempre determinou o valor, o uso e o simbolismo das coisas e das ideias. O imaginário hiper-real é hoje a ontologia dominante. O simulacro hiper-real, na expressão de Baudrillard, é hoje real porque a realidade sempre foi virtual, por isso, livre, e o homem responsável pelas suas acções, pelo mundo que abre nas suas escolhas. No universo simbólico digital, as histórias, os jogos, as músicas, referem-se uns aos outros. Como se de uma nave espacial se tratasse, a hiper-realidade descolou da realidade tal como antes a vivíamos, substituiu-se ao mundo que a precedeu. O universo imaginário da TV-cabo, da Internet, dos telemóveis, dos DVD's, das FNAC, Colombos, Corte Inglêss, etc., é a verdadeira natureza, é o que as coisas são, o contexto no âmbito do qual surge o que surge e conta o que conta, isto é, emerge o próprio mundo.

O poder de sedução que se experimenta na sociedade contemporânea da abundância tem uma lógica cristalina. Quer nos anúncios quer nas notícias, os critérios de participação e de exclusão são claros. Em momentos cerimo-

niais, como por exemplo o das compras em massa do período natalício, percebe-se que no mundo simbólico digital, na realidade imaterial em que vivemos, a nossa história é contada todos os dias na televisão: se tudo correr bem, se rolarmos na grande roda da abundância, as boas notícias, ou seja, a publicidade, é o que nos é dirigido; caso contrário, um dia, sem querer, aparecemos no telejornal. Em qualquer casa gigantesca de livros, filmes e música, das milhares que existem pelo mundo ocidental, compreende-se como hoje as boas notícias são a publicidade e as más notícias, o telejornal. Ao princípio da noite, depois do telejornal, entretanto transformado num dos mais violentos programas de televisão, enquanto o ecrã vai passando as cotações das bolsas de valores, vamos experimentando uma espécie de desaceleração, de aterragem no outro lado da realidade, num espaço de menos urgência e de mais tempo. O boletim meteorológico, que se segue, consubstancia a alteração final. Falando sobre o futuro – sempre o tema que a todos preocupa – o meteorologista diz-nos que amanhã o tempo não vai estar mau... – é tudo o que precisávamos saber. A vida continua, atrás de nós fechou-se o quarto de saída das más notícias e as boas notícias vêm aí: a publicidade, a vida como cinema, as soluções sem problemas, a juventude eterna... o novo mundo hiper-real, global.

Todas estas dimensões, o contexto global, o carácter excepcional da televisão e a dimensão tecnológico-comunicacional da vida de cada um estão hoje unidos numa mesma realidade: a rede global e comunicacional móvel assente na Internet.

A Internet é o futuro, toda a gente o sabe, mas o futuro da Internet é a televisão, o vídeo, o directo, são milhões de televisões no ecrã do computador, do telemóvel. Nesta televisão permanente, com ecrãs vários, num mesmo ecrã e com milhares de canais e dezenas de suportes, tudo de súbito converge: o tempo, a relevância e as acções dos homens rodopiando à volta da televisão, dos computadores e dos telemóveis. A cultura em que vivemos é gráfica e electrónica. Desde há muito que a maior parte de nós olha mais para ecrãs do que qualquer outra coisa. A ZON e a PT oferecem cerca de 100 canais de televisão; nos Estados Unidos, a Time Warner, uma empresa de distribuição de entretenimento e informação por cabo, oferece mais de 500 canais de televisão. George Gerbner (1919-2005), investigador norte-americano que, durante décadas, estudou os programas da televisão nos Estados Unidos, concluiu que o conteúdo essencial da televisão é a violência. Essa

violência, que atinge todos embora de forma desigual, tornou-se na forma mais fácil e mais barata de produzir espectáculos e gerar audiências e, por isso, de passar com êxito a mensagem mais funda das sociedades desenvolvidas actuais: o lucro como critério primário das actividades das pessoas, da sua relação com as coisas e com o mundo. O verdadeiro efeito da televisão, escreve François Brune na obra *Os Media Pensam como Eu*, é converter-nos ao pensamento da época. E quem decide o que é a época? Entre milhões de eventos no mesmo segundo, quem define quais os factos da época? A resposta foi dada: a época é o que dá lucro. E o que dá lucro numa sociedade afogada em informação, da televisão aos telemóveis, passando pela Internet, pela publicidade constante nas ruas, nas rádios, etc., é o que é excepcional, anormal, surpreendente, original, não esperado, proibido, que atrai a atenção de milhões olhando para ecrãs, como se inconscientes em conchas estivessem ligados a uma *Matrix* real. Assim, hoje, um fracasso é um sucesso, porque a atenção das pessoas é um bem escasso. Qualquer fracasso suficientemente sério torna-se num sucesso. Na actual cultura televisiva, e em tempo real, um bom fracasso é o ponto inicial e, porventura, mais alto de uma estratégia de sucesso, porque coloca os seus protagonistas numa posição ímpar em termos de atracção de audiências; e isto é o que hoje determina o lucro, por isso o sucesso. Um bom fracasso – desde o célebre pontapé do Marco no *Big Brother*, até aos espectáculos de famosos analfabetos e de políticos incompetentes – é hoje um sucesso instantâneo. Aliás, desde há bastante tempo que, no mundo dos *media*, da comunicação e da publicidade se diz: «Fala de mim, mesmo que seja para dizer... bem.»

A sorte ou o azar coloca os novos heróis nos píncaros do sucesso; a um grande fracasso segue-se um grande contrato como escritor, comentador, *opinador*, especialista, ou simplesmente e geralmente apenas e só como famoso, alguém que todos sabem que existe e que, a partir daí, passará a vender às populações a sua passagem, a sua voz e olhar, um cruzamento fugaz e inesquecível, uma prova de que também eles próprios, as audiências, existem.

Mas quando um fracasso é um sucesso, quando a vida é transformada num espectáculo, e quando a abundância de histórias, de exemplos e de contra-exemplos são o mais comum, o mais excepcional passa então a ser uma vida normal... A regra é os exibicionistas, tanto os génios como os aldrabões, os artistas, os mágicos, os vendedores de banha da cobra, em resumo, os que aparecem dominarem a cultura. Comentava Woody Allen que «oitenta por

cento do sucesso está em aparecer». Tudo isto deve ter um efeito? Tem, é uma cultura de egoísmo, impaciência, vaidade e alheamento. A cultura global, tecnológica e televisiva constitui-se num ambiente informacional radicalmente novo. Longe de ser entendido na sua essência e novidade, este ambiente para a maioria é transparente. É através dele que chega a relevância, que chegam os outros e o próprio mundo. É um facto o imenso poder que os *media* detêm no nosso tempo. Não apenas porque estabelecem a agenda do que conta, daquilo sobre o qual recai a atenção da generalidade das populações, mas também porque a informacionalização das actividades humanas, para usar a expressão de Manuel Castells, transformou essas mesmas actividades em conteúdo dos *media*. Num mundo informacionalizado, que surge previamente mediatizado, o que mais influencia a evolução das sociedades não são os conteúdos específicos dos *media*, os muitos debates, conversas e votações, mas antes o desenvolvimento de novos *media*, de novas tecnologias e de novas possibilidades de fazer surgir variações e diferenças na nossa acção. Os *media* deixaram de mediar, isto é, de intermediar, porque nada decisivamente surge tão forte como o contexto que são os próprios *media*. Os *media* estabelecem assim o que conta, o que pode fazer a diferença, ou seja, a realidade que eles mesmo são.

Os cidadãos comuns e anónimos, que, parafraseando Nietzsche, durante os últimos séculos, foram a fonte de poder das elites, legitimadas pelo sufrágio universal, directo e secreto, estão a tornar-se a fonte de poder dos *media* tecnológicos, agora legitimados pelas audiências. Assim, o compromisso de fundo dos *media* é com os mercados, o resto são acordos pontuais. Neste quadro, numa sociedade de notícias, por isso, por regra, de destaque e promoção das excepções, imersos num universo audiovisual em que as histórias, as referências e os valores emergem sobre as vagas das novidades tecnológicas, do consumo sem fim, dos prémios, dos concursos, do dinheiro fácil, das férias e da festa permanentes, o cidadão comum sente-se perdido e desconfia – se as coisas não eram para ter sido assim, então alguém tem de ser responsável. Há quase vinte anos, depois de ganha a primeira guerra do Golfo e quando as Bolsas subiam, tentou-se a solução mais fácil: os culpados eram os que tinham perdido, os comunistas, os contestatários dos mercados e da globalização. Aqueles irresponsáveis eram afinal os responsáveis, os grandes culpados pelo atraso no desenvolvimento e no enriquecimento de todos em geral e de cada um em particular. Mas os dias passaram e o entretanto chegou. O emprego tornou-se precário, o mercado mais competitivo, a pro-

fissão mais cansativa, a cura para a sida sem surgir, o clima a mudar, a imigração sem parar e a insegurança a aumentar. O paraíso mais longe. Assim, os responsáveis passaram a ser não os anteriores irresponsáveis, mas os próprios responsáveis, encarregues das coisas. Em Itália, nos anos 90, por exemplo, foi tudo preso – políticos, mafia, etc. Hoje, um pouco por todo o mundo mais desenvolvido, as audiências sobem cada vez que um famoso é apanhado, está prestes a ser apanhado ou podia ter sido apanhado. Os então bonitos, são agora feios. Os que ontem eram magros, agora estão gordos. Os fortes foram atingidos pela doença. Os guardiães são agora os presos. O Governo, as empresas, os famosos, os polícias, os militares, em princípio «são culpados». As minorias, os anónimos nos seus «15 segundos» e os estrangeiros, em princípio, têm razão.

A crise da justiça, muitas vezes chamada, aparentemente com maior propriedade, por crise do sistema judicial, dos tribunais e do direito processual, pode, no entanto, ser de facto genuinamente uma crise da justiça – isto é, uma crise da lei, da ética e dos valores. Uma das razões mais fundas porque a justiça, o domínio do legislativo e da sua aplicação, está de novo em causa, a exigir ser pensado e, por isso, mudado, é a imensa transformação societal provocada pela penetração das novas tecnologias na vida contemporânea. Essas tecnologias, desde a televisão aos computadores, passando pelos telefones móveis, pela revolução na electrónica de consumo, e, sobretudo, pelas novas realidades proporcionadas pela utilização dessas tecnologias na investigação científica, alteraram os comportamentos, as possibilidades de actuação, a facilidade de acesso ao detalhe, à informação e, por isso, ao mundo em que vivemos. O primeiro bebé-proveta, a inglesa Leslie Brown, tem mais de 30 anos. Hoje, o mundo é a casa de centenas de milhares de bebés-provetas; e isto perante histórias de clones humanos, de nanotecnologia, de bioinformática, do genoma humano, de engenharia genética, da crescente dependência da geração e manutenção da vida face às novas tecnologias.

Conclusão

O actual sistema de acção planetário, chamado globalização, sendo de facto global não é seguramente sistema. Todo o sistema assenta numa coerência interna que lhe permite manter-se em equilíbrio, funcionando por auto-referenciação. Esse equilíbrio não existe no actual (des)concerto intercultural

global. O mundo internetizado, funcionando num único espaço e num único tempo, o da televisão, comporta demasiadas contradições para poder funcionar como um sistema. Este problema resulta, desde logo, de institucionalmente se entender mal a natureza metafísica da globalização.

A globalização que hoje nos cerca pertence aquele género de fenómenos que marcam uma época. Em tempos, o mundo foi Roma, hoje, é o Globo. Na metafísica, os homens assumem como derradeiro fundamento um certo tipo de relação com a verdade, uma certa maneira de as coisas fazerem diferença. Hoje, essa diferença é a globalização. Essencialmente ligada à expansão planetária da nova tecnologia de informação e comunicação, a globalização é a acção e entendimento dos homens colocados, guiados num único sistema, que tudo envolve, absorve e relaciona. Nesta posição metafísica que domina a nossa época – a partir da qual, por exemplo, Michael Hardt e Antonio Negri desenvolvem a teoria Império – como em todas as metafísicas dominantes, o problema de fundo é o de as suas consequências serem bem reais.

A globalização é o modo como se entende o mundo; como se, a partir do espaço, tivéssemos todo o Globo à nossa disposição. De avião, em menos de 50 minutos, chega-se a Madrid. De carro, fazendo-nos à estrada às primeiras brisas da manhã, pode chegar-se a França pela hora do jantar. Continuando, vê-se as casas a passar, as línguas a mudar e num instante estamos na Grécia. Em poucos dias, de carro ou em algumas horas de avião, estamos na Bósnia, em Israel, na Palestina, em Bagdad. Tudo nesta Terra, à superfície, contado, mostrado, narrado como a mais extraordinária história de sempre, o acontecer da realidade nos ecrãs da CNN, da Internet, da Al Jazeera e das muitas redes de informação, que não são mais do que a forma como na idade global comunicamos, isto é, agimos em comum, andamos juntos, fazemos e pensamos uns com os outros.

Nos anos que precederam o fim da União Soviética, Gorbatchev chamou à Europa, à grande Europa que passa Moscovo a caminho das suas origens na Ásia, a «grande casa comum». O 11 de Setembro, instantaneamente, fez-nos sentir a todos fechados, não numa casa, mas num quarto comum. É isso a nova sociedade global intercultural, o fechar de um mundo imenso num pequeno quarto... Nada mais está longe, tudo está demasiado perto e sem contornos precisos.

Nesse sistema, estão em causa os traços fundamentais do entendimento e das acções humanas: os valores, as leis, o poder, o dinheiro, a cultura, a tecnologia. Entendido como um sistema global, o mundo mudou recentemente de duas formas básicas. Primeiro, pela constatação da própria globalização. Essa primeira mudança, maturada desde o berço da Civilização Ocidental, onde Sócrates disse não ser «grego, mas cidadão do mundo», teve o seu despertar decisivo nos anos 1980, com a CNN. A CNN deu o sentido de fundo ao furacão tecnológico que estava a chegar. A Internet, novidade que ninguém intencionalmente inventou, que surgiu das acções dos homens, transformou o mundo, alterou o sistema, globalizou-o. Como sistema global, no 11 de Setembro, o mundo voltou a mudar: descobriu que global era; não era é um sistema. Num mundo onde nunca existiu tanta riqueza, tantos recursos, tantas pessoas, tanta tecnologia, as televisões, os satélites e a Internet mostram-nos a realidade. Um mundo global, único, onde de súbito é tão óbvio o seu principal desafio: dar de comer a quem tem fome, levar a paz a quem faz a guerra, o amor a quem vive no ódio, a dignidade a todos os cantos do Planeta, em qualquer língua, cultura ou religião – que história senão esta é afinal a que todos os dias passa na televisão?

Bibliografia

- BAUDRILLARD, Jean, *America*, Londres/Nova Iorque, Verso, 1986.
 _____, *Screened Out*, Londres/Nova Iorque, Verso, 2002.
 _____, *Simulacra and Simulation*, Chicago, The University of Chicago Press, 2004.
 _____, *The Intelligence of Evil or The Lucidity Pact*, Oxford/Nova Iorque, Berg, 2005.
 _____, *The Spirit of Terrorism*, Nova Iorque, W. W. Norton & Company, 2002.
 CASTELLS, M., *A Galáxia Internet*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.
 _____, *A Sociedade em Rede*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.
 _____, *O Poder da Identidade*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
 HARDT, Michael-NEGRI, Antonio, *Empire*, Boston, Harvard University Press, 2000.
 HEIDEGGER, M., *The Question Concerning Technology and Other Essays*, Nova Iorque, Harper and Row, 1977.

- ILHARCO, F., *A Questão Tecnológica: Ensaio sobre a Sociedade Tecnológica Contemporânea*, Lisboa, Principia, 2004.
- _____, *Filosofia da Informação: Introdução à Informação como Fundação da Acção, da Comunicação e da Decisão*, Lisboa, Universidade Católica Editora, 2003.
- _____, «Hyper-text and Hyper-Reality: Contributions for the Study of the Ontological Contours of Information and Communication Technological Networks», in O. POMBO, A. GUERREIRO e A. F. ALEXANDRE, *Enciclopédia e Hiper-texto*, Lisboa, Edições Duarte Reis, 2006.
- LOURENÇO, Eduardo, *O Labirinto da Saudade: Psicanálise Mítica do Destino Português*, 5.ª ed., Lisboa, Dom Quixote, 1992.
- MCLUHAN, M., *The Gutenberg Galaxy*, Toronto, University of Toronto Press, 1962.
- _____, *Understanding Media*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 1994.
- _____, *War and Peace in the Global Village*, Corte Madera, Califórnia, Gingko Press, 1968.
- RAND, Ayn, *Atlas Shrugged*, Nova Iorque, Signet, 1996.



