

Número 3 - Enero / Junio 2017

REVISTA DIÁLOGOS EN MERCOSUR

ISSN 0719-7705

Portada: Felipe Maximiliano Estay Sepúlveda

DIÁLOGOS EN MERCOSUR
¡AMÉRICA LATINA Y MÁS!



CUERPO DIRECTIVO

Direct

Carla Lúcia da Silva Medeiros

Instituto Federal Sul-rio-grandense, Brasil

Sub Direct

Fabrizio Giabó Góez

Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia

Edição

Isabela Fada

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Alciane Cezar Alves

Universidade Federal do Piauí, Brasil

Jaroslava Sedláčková

Universidad de Los Lagos, Chile

COMITÉ EDITORIAL

Adela Bin

Universidad Central Marta Abreu, Cuba

Cátia Leão Fogaça

Universidade Federal de Pelotas, Brasil

Carla Lúcia da Silva Medeiros

Instituto Federal Sul-rio-grandense, Brasil

Fernando Cap

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Portugal

Fabrizio Giabó Góez

Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Alicia María Seitz

Universidad del Salvador, Argentina

Edardo De la Cruz

Universidad de Santiago / Instituto de Estudios Avanzados, Chile

Edardo Ferrer

Universidad del Magdalena, Colombia

Gacela Ríos Soria

Universidad de la República, Uruguay

Helena Bague de Hada

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Jaroslava Sedláčková

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Lisandra Arado

Universidad de Zulia / REO-ALCel, Venezuela

Mañ Alicia Baca Macaza

Organización de Comunidades Aymaras, Quechuas y Amazónicas del Perú, Perú

Mañ Teófilo Feer Madrazo

Universidad de Ciencias Pedagógicas Enrique José Varona, Cuba

Carla Lúcia

Docencia

Lic. Carolina Cabezas Cáceres

221 B Web Sciences, Chile

Taddeo Iglesias

Lic. Pablo Cisneros

221 B Web Sciences, Chile

Taddeo Iglesias

Lic. Elio Cristian Peeña Meagó

221 B Web Sciences, Chile

Patricia

Felipe Maillarín García

221 B Web Sciences, Chile



221 B
WEB SCIENCES

Indización

Revista Diálogos en Mercosur, se encuentra indizada en:





221 B
WEB SCIENCES

ISSN 0719-7705 – Publicación Semestral / Número 3 / Enero – Junio 2017 pp. 13-24

O CONCEITO DE OBJETIVIDADE PANORÂMICA E O DIÁLOGO ENTRE AS PERSPECTIVAS EPISTEMOLÓGICAS NAS CIÊNCIAS SOCIAIS

THE CONCEPT OF PANORAMIC OBJECTIVITY AND THE DIALOGUE BETWEEN THE EPISTEMOLOGICAL PERSPECTIVES IN THE SOCIAL SCIENCES

Dr. Cláudio R. Z. Rabelo

Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil
claudiorabelo1@globo.com

Fecha de Recepción: 25 de febrero de 2017 – **Fecha de Aceptación:** 12 de marzo de 2017

Resumo

A objetividade panorâmica é o conceito que se propõe a colocar em diálogo as perspectivas até então dicotômicas. Compreende a complexidade das relações, a fragilidade da percepção, da cognição e da linguagem, a irrealidade dos simulacros, o pensamento rizomático, a microfísica do poder, sem com isso abrir mão do direito humano de participar, escolher, tomar uma posição política diante de um problema. Nesse sentido, há uma necessidade em construir uma mudança de postura mental diante dos embates epistemológicos, que em nada têm contribuído com a dualidade entre ciências. Nesse sentido, a objetividade panorâmica contribui para a absolvição do uso da razão, com a consciência de que se trata apenas de um recorte, disposto a ouvir sensivelmente as outras vozes e perspectivas.

Palavras-chave

Tecnologias – Sociabilidade contemporânea – Objetividade panorâmica

Abstract

Panoramic objectivity is the concept that proposes to put into dialogue the thitherto dichotomous perspectives. It understands the complexity of relationships, the fragility of perception, cognition and language, the unreality of **simulacra**, the **rhizomatic** thinking, the microphysics of power, without thereby giving up the human right to participate, to choose, to take a political stance before a problem. In this sense, there is a need to construct a change of mental posture in the face of epistemological conflicts, which haven't contributed to the duality between sciences. In this sense, panoramic objectivity contributes to the absolution of the use of rational thinking, with the awareness that it is only a cut, willing to listen sensibly to other voices and perspectives.

Keywords

Technologies – Contemporary Sociability – Panoramic objectivity

A partir do uso do método cotidianoista, proposto por Michel de Certeau, da Gestão Mental de Evandro Vieira Ouriques e da Teoria Psicopolítica, este artigo visa problematizar as novas tecnologias de comunicação e a estreita relação com a corporeidade e a organicidade, como fatores relacionados ao processo midiático. O conceito de objetividade panorâmica, apresentado como resultado das pesquisas em um relatório de pós-doutorado, tem como objetivo defender uma mudança de postura diante das epistemologias da comunicação e das ciências sociais.

Sobre a organicidade midiática, percebemos através das pesquisas, que os meios e as mensagens seriam então a nossa própria mente, arquetípica, cognitiva e social, objetiva e rizomática, que tentam expressar e produzir as diferenças, tanto semióticas¹, como também as relacionadas à alteridade². Dessa forma, o artigo tem como objetivo questionar os discursos que envolvem as perspectivas críticas dos meios de comunicação, contemplando as atitudes dos sujeitos em redes, diante das suas atitudes e estados mentais, bem como as perspectivas que afastam os sujeitos do pragmatismo vivido. Metodologicamente, utilizamos, então, o cotidianoismo de Michel de Certeau e a perspectiva psicopolítica da comunicação e da cultura como atratores caóticos para a formação do conceito em questão. Enquanto o método certeuniano imagina a vida em uma perspectiva que contempla a tática para além das estratégias, ou seja, aceita os dados sensíveis que se apresentam cotidianamente, para além do caminho traçado, o método de Ouriques traz a demanda de um papel a ser desempenhado pelo pesquisador das ciências sociais, que deve repensar todo um caminho epistemológico simulacrado³, mas que não tem nos ajudado em muito a resolver os problemas da atualidade. Para Ouriques⁴, tal exercício somente é possível a partir de uma visão psicopolítica da ciência e da cultura, de maneira que a gestão mental se faz necessária para a retomada das nossas responsabilidades políticas, ontológicas, epistemológicas, teóricas, metodológicas e vivenciais diante dos problemas da contemporaneidade.

Em princípio, a objetividade panorâmica é apresentada como um conceito, que realiza o casamento entre as perspectivas que denunciam a complexidade do sentido de real, produzido nos regimes de verdade, com a nossa incapacidade orgânica diante de tal complexidade, porém, sem abrir mão do direito e do dever de exercer posturas psicopolíticas objetivas. E é justamente na tentativa e na participação, articuladas com a aceitação do erro, da possibilidade do equívoco, na compreensão de que a percepção da realidade se trata apenas de um recorte é que se dá o desenvolvimento da ciência e da filosofia.

Sobre a objetividade panorâmica e as tecnologias de comunicação

Sobre o imaginário lacaniano, que se trata de um entendimento partilhado socialmente sobre determinados fenômenos, poderíamos afirmar que a mídia povoa tal campo perceptivo. Sujeitos geralmente imaginam a ideia de que “a mídia” é uma entidade tecnológica, no sentido maquínico. Mas ao contrário disso, muitas vezes nos esquecemos que a mente e as linguagens humanas, são os tipos de energia que movem tais aparelhos.

¹ Jacques Derrida, Gramatologia (São Paulo: Perspectiva, 1973).

² Homi K. Bhabha, O Local da Cultura. 3ª reimpressão (elo Horizonte: Editora UFMG, 2005).

³ Jean Baudrillard, Simulacros e Simulação (Lisboa: Relógio D'água, 1981).

⁴ Evandro Ouriques, Psicopolítica, Tradição e Cultura como um Modo da Natureza: um Estudo Comparativo entre Gandhi e Comunicação Distribuída. Numen: revista de estudos e pesquisa da religião. Juiz de Fora Vol. 14, n. 2 (2011) 145-178.

A televisão, o rádio e a internet não são alimentados por máquinas, mas tecnologias humanas.

Concordar, então, com Ouriques quando afirma que “a mídia só é livre quando a mente é livre”⁵, pode nos trazer algumas perspectivas sobre o tema. Entre elas, poderemos pensar nos enunciados circulantes e que se apresentam em forma de discursos⁶, como aqueles que mitificam as chamadas “mídias sociais”. Uma vez utilizadas como formas de discriminação, baseadas no *status* social, batalhas de ego, reprodução de lógicas de mercado, ou viralização de um jogo político baseado na desinformação, a mídia funcionaria, nesse sentido, como “individual” e não social. Mesmo que permita a comunicação não linear entre os sujeitos, o deslocamento territorial e temporal das mensagens, além de disseminar a convergência de conteúdos colaborativos, nada haveria de social em uma mídia utilizada apenas para atender ao ego, ao capital ou ao indivíduo.

Parafrazeando a expressão de Ouriques, seria possível pensar também, que além da mente, a “mídia só pode ser social, se a mente for social”. Sujeitos em rede, de fato estão com os corações conectados, ou seja, concordam”, ou apenas fazem uso da internet como meras tecnologias, repetindo fazeres e saberes sem com isso produzir diferenças⁷ ou sem considerar que somente existem as diferenças relacionadas à alteridade⁸?

A partir da visão dualista que faz circular a maioria dos discursos sobre a web, a mídia normalmente tem, por um lado, sido considerada como social, ou ao contraditoriamente, demonizada como uma produtora o afeto da tristeza⁹. Deveríamos, antes de insistir nas lógicas dicotômicas, compreender que qualquer produto midiático é iniciado e alimentado em nosso próprio território mental¹⁰. Assim, torna-se primordial problematizar o conceito de “mídia”, que transcende a ideia de um aparato, uma coisa ou um objeto físico. Ela não somente se trata de uma entidade personificada, formada pelo conjunto de meios. Enunciados que circulam discursos como “a culpa é da mídia”, “a mídia manipula”, “a mídia é social”, “a mídia é opressora” ou “livre” simulam discursivamente a ideia de que inexistia a responsabilidade humana sobre o monstro tecnológico e institucional que, de acordo com esse discurso circulante, parece ser autônoma. Ela é formada por um sem número de culturas, histórias, protocolos e *saberesfazer*es cotidianos, que não produzem “fins”, mas de fato, meios. Considerar a mídia como um conjunto de meios, ontologicamente encerrada, como uma mônada, uma personagem plana, sendo linear ou caótica, escravizadora ou emancipatória, tradicional ou nova, é o mesmo que ignorar a complexidade¹¹ em torno dos meios, das pessoas, da tecnologias, da sociabilidade, além de toda a potência contida nas relações, capazes de desterritorializar ou destemporalizar os sentidos produzidos.

Instituições, mídias e atores sociais afetam-se mutuamente de forma não linear no processo de midiatização da sociedade. Assim observamos que as posições ocupadas por esses agentes no processo de comunicação, visibilidade e legitimação institucional alteram-se de acordo, também, com as lógicas próprias dos ambientes midiáticos. [...] A midiatização, pois,

⁵ Evandro Ouriques, *Psicopolítica, Tradição e Cultura como um Modo da Natureza...*

⁶ Michel Foucault, *A ordem do discurso*. 5ª ed. (São Paulo: Edições Loyola, 1999).

⁷ Gilles Deleuze, *Diferença e repetição*. 2 ed. (Rio de Janeiro: Graal, 2006).

⁸ Homi K. Bhabha, *O Local da Cultura...*

⁹ Baruch Spinoza, *Ética* (Belo Horizonte: Autêntica, 2007).

¹⁰ Evandro Ouriques, *Território mental: o nó górdio da democracia*. Revista Democracia Viva, n 42. Rio de Janeiro: IBASE, Maio de 2009.

¹¹ Edgar Morin, *Introdução ao pensamento complexo* (Porto Alegre: Sulina, 2005).

caracteriza-se por valer-se de uma conjuntura sociotécnica em que os indivíduos são interagentes capazes de interpretação, resposta e modificação das propostas organizacionais.¹²

Os estudos cotidianistas¹³ objetivam, nesse sentido, observar não somente o consumo da mensagem produzida pelos meios de comunicação, mas o quê o suposto “homem ordinário” produz ao consumir tais informações. O que aparenta a passividade para os estudos que generalizam e classificam os sujeitos por lógicas científicas e padrões estatísticos, se apresenta neste caso, em forma de inventividade e resistência. A cada suposto ato de passividade, repetição ou tolerância, mesmo nas mais simples ações cotidianas, como morar ou cozinhar, escondem para os olhares menos atentos, formas de invenção e resistência, tão sutis, que são desconsideradas pelos paradigmas científicos. A virtualidade em torno do Acontecimento¹⁴, não em sua ontologia, mas na potência de significar em redes, produz transformações sociais e tecnológicas, bem mais profundas que as “verdades” históricas modernas, alimentadas em relações de causa e efeito. Exemplificando, não precisaríamos negar o fundamental papel da internet na configuração da sociabilidade contemporânea, para admitir que a virtualidade das relações que a produziram e a produzem, são mais representativos que o acontecimento¹⁵ de sua invenção bruta. Ou seja, a internet somente se tornou o que é, pelas infinitas configurações, usos, histórias e enredamentos que ocorreram juntamente com ela. Sua invenção não teve o papel histórico de uma pedrada ou um projétil transformador único.

Poderíamos fazer como Foucault, criando uma nova arqueologia, capaz de recontar as histórias, para além da “história oficial”. Histórias da exploração, comercialização e desenvolvimento tecnológico de minerais, das redes de transportes, da matemática, das línguas e linguagens, dos outros meios de comunicação, das configurações familiares, da educação e o das concepções políticas mundiais. Todos estes aspectos, além de uma multiplicidade de outros, e que se formaram em redes complexas de sentidos, permitiram não somente a criação, mas também a projeção do futuro da rede.

Em virtude de que um acontecimento é compatível ou incompatível com outro? Não podemos nos servir da causalidade, uma vez que se trata de uma relação dos efeitos entre si. E o que faz um destino ao nível dos acontecimentos, o que faz com que um acontecimento repita outro apesar de toda sua diferença, o que faz com que uma vida seja composta de um só mesmo Acontecimento, apesar de toda a variedade daquilo que lhe ocorre, que seja atravessada por uma só e mesma fissura, que toque uma só e mesma melodia em todos os tons possíveis com todas as palavras possíveis, não são relações de causa e efeito, mas um conjunto de correspondências não causais, formando um sistema de ecos, de retomadas e de ressonâncias, um sistema de signos, em suma, uma quase causalidade expressiva, não uma causalidade necessitante¹⁶.

¹² Eugênia Mariano da Rocha Barrichello Et. alli., Entendendo as práticas de Relações Públicas sob a perspectiva teórica da ecologia das mídias. In: Anelise Rublescki e Eugênia Mariano da Rocha Barrichello, *Ecologia da Mídia* (Santa Maria RS: FACOS-UFSM, 2013.), 135-136.

¹³ Michel de Certeau, *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Vol 01 (Petrópolis: Vozes, 1996).

¹⁴ Gilles Deleuze, *Diferença e repetição*...

¹⁵ Notar a diferença entre Acontecimento e acontecimento. O primeiro diz respeito ao conceito Deleuziano, que nos chama a atenção de que o acontecimento, seja ele qual for, é formado mais pela virtualidade, ou potência de relações, do que a superfície de uma definição encerrada.

¹⁶ Gilles Deleuze, *Lógica do sentido* (São Paulo: Perspectiva, 1974), 176.

Meios e linguagens

Ferdinand Saussure¹⁷ afirmou que a língua não é transcendente, ou seja, não é algo externo à realidade. Não é algo que fala sobre a realidade. A língua, nesse sentido, seria imanente. O ser humano é inserido na língua ao nascer e não o contrário. Ela não está ali, como algo externo, pronto para ser aprendido por alguém. Ela é toda a teia, toda a história e todos os sujeitos. A semiosfera é configurada nas redes de sentidos, heranças discursivas e movimentos táticos cotidianos, sendo o espaço em que os sujeitos são lançados, para que também possam produzir significantes, que possibilitem o enredamento de múltiplos significados. E o discurso é a entidade que cala e pacifica,¹⁸ pela naturalização simbólica da “realidade”. Nas mídias sociais há um turbilhão dos enunciados, produzidos por sujeitos em redes, que brigam para que se tornem discursos, naturalizados, pacificadores e “reais”. Infiltram-se na espacialidade urbana, quando saem dos computadores, *smartphones*, *tablets*, jornais ou revistas impressos, campanhas publicitárias e um sem número de tecnologias cotidianas, que pelas táticas do sujeito comum, transformam tudo em mídia.

Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder. Nisto não há nada de espantoso, visto que o discurso – como a psicanálise nos mostrou – não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é o objeto do desejo; e visto que – isto a história não cessa de nos ensinar – o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas e os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar¹⁹.

Não deveria importar tanto uma diferenciação entre meios, sujeitos e mensagens. Não há possibilidade de produzir sentidos fora da mente. O *representamen* semiótico peirceano, é ao mesmo tempo a imagem criada na mente, com a intenção de comunicar e também o signo em sua materialidade (ou percepto), pronto para representar. Para a semiótica francesa, o significante utilizado para comunicar, pode produzir milhares de significados, dependendo dos contextos da recepção. Já para Deleuze²⁰, os contextos de objetivação mentais são acontecimentos principalmente virtuais e não atuais. Isso ocorre pelo fato de que nenhum signo pode existir na condição de imagem autocentrada, a não ser como um direito humano de exercício político, que utiliza das limitações perceptivas biológicas, para negociar politicamente os sentidos. Mas isso não quer dizer que tal objetividade esteja, sequer próxima, de uma suposta verdade.

O *Acontecimento* contém toda uma carga semântica, uma espécie de história discursiva produzida e tecida por caminhos não lineares. Também há no signo uma potência rizomática para significar. Dessa forma, meios, sujeitos e mensagens, nada mais são do que acontecimentos²¹, traduzidos pelas nossas mentes como simulacros, ou seja, ressignificações de uma suposta realidade. A objetividade panorâmica é o conceito que apresento, para esclarecer o equívoco que calcifica o dualismo entre as perspectivas estruturalistas e as não (ou pós) estruturalistas. É a consciência de nossas limitações fisiológicas em compreender a complexidade física, química, biológica, matemática, filosófica, espiritual, social, histórica... do “real”, mas com o direito e o dever de atuar no

¹⁷ Ferdinand de Saussure, Curso de linguística geral. São Paulo: Cultrix, 2006).

¹⁸ Michel Foucault, A ordem do discurso...

¹⁹ Michel Foucault, A ordem do discurso... 10.

²⁰ Gilles Deleuze, Lógica do sentido...

²¹ Gilles Deleuze, Lógica do sentido...

mundo com escolhas psicopolíticas objetivas, a fim de, no espaço de tais limitações, traduzir e viver da melhor maneira, produzindo as ações, inclusive as mentais, que resultem em atitudes, com intenções empáticas, eticamente coerentes, não hipócritas, de fato sociais e não somente individualistas, sem com isso desconsiderar o bem estar da própria mente.

McLuhan²² supôs que o meio seria a mensagem, e poderíamos acrescentar que as pessoas são os meios. Para o autor, as características próprias de cada meio, seriam suficientes para promover efeitos específicos. E ele não estava errado. De fato, um mesmo texto em uma carta manuscrita, ou em um e-mail, ou com o suporte de uma imagem transmitida ao vivo pela TV, ou até mesmo reproduzido na tela do cinema, é capaz de gerar manifestações semânticas diferentes. Em tempos de redes, podemos notar que, sem desconsiderar a potência de cada meio, qualquer ato comunicativo produz sentidos, de origens (e destinos) principalmente virtuais, baseados em redes de *acontecimentos*.

Os artefatos da comunicação, sejam eles o microfone, a televisão ou a mídia social, não são simples extensões dos nossos corpos, mas são as nossas próprias imagens, de nós mesmos, prontos para comunicar. São tão reais quanto a luz que reflete sobre os corpos físicos e é interpretada como a imagem humana, por alguma retina, que envia a informação ao cérebro. Não somos nós que estamos ali gravados na mente de um leitor, mas os raios refletidos de luz, capturados pela retina e transformados em estímulos pelos neurônios. Tão reais quanto as vibrações no ar, causadas por ondas sonoras, produzidas pelas cordas vocais, que já não somos nós, mas também estímulos capturados por algum ouvido, que envia as informações aos neurônios, que produzem outras imagens. Tais perceptos, luminosos ou sonoros, sejam eles criados pelos nossos corpos físicos ou simulacrados em forma de códigos binários ou ondas de rádio, não podem ser classificados em níveis de realidade. Toda e qualquer forma de comunicação, produzida em nossas mentes são *reais* quando comunicadas, independente dos meios utilizados. Logo, não há sentido em considerar o virtual como oposto semântico do real.

As mídias sociais e os sujeitos em redes

O caráter virtual de uma mídia social não consiste na irrealidade ou inexistência, na concretude ou abstração, mas na potência de gerar múltiplas manifestações em diferentes tempos e espaços. São infinitas as possibilidades discursivas, originárias e destinatárias, de um discurso circulante nas mídias sociais. Qual seria a origem da mensagem publicada no Facebook? Não simplesmente pergunto quem foi o responsável pela postagem, ou seja, o contexto do enunciado, nem o ato da fala ou escrita, mas que caminhos discursivos, historicamente foram trilhados, enunciados rizomaticamente, até que aquela verdade tenha sido produzida e qual a potência de enunciação, atualizada e virtualizada na rede? O rizoma é o conceito Deleuziano que denuncia as verdades produzidas e desmitifica um funcionamento arbóreo da mente. Tal conceito que funciona como uma metonímia da imagem de uma raiz aérea, que subverte a verticalização do conhecimento em forma de árvore e encontra nas mídias sociais, o exemplo sociotécnico do conceito. Dessa forma, a virtualidade da internet se explica pela potência, não do meio, mas dos sujeitos, em suas capacidades comunicar e produzir em cada postagem, manifestações virtuais, em diferentes tempos e espaços.

²² Marshall McLuhan, *Understanding Media: the Extensions of Man*. New York, Toronto, London: McGraw-Hill Book Company, 1964).

Contextualizamos, nesse sentido, as “selfies”, que no caso das *social media*, são simplificadas por auto-imagens fotográficas, como as popularizadas a partir do aplicativo *Instagram*. Assim, muitos internautas produzem verdades estéticas de si próprios, ao mesmo tempo que tentam amenizar as angústias cotidianas, ao comparar seus sentimentos com os dos outros, com o auxílio de smartphones e mídias sociais, que funcionam como espelhos lacanianos

Os *selfies* fotográficos produzidos nas redes funcionam, como gritos de socorro pela necessidade arquetípica de reconhecimento. Usam da comunicação simbólica, almejando alcançar uma autoimagem de mitos, para que sejam reconhecidos como inocentes, que acreditam em um mundo melhor; como órfãos, quando reclamam que o mundo não reconhece a importância que deveriam ter; como amantes, quando se mostram apaixonados por seus objetos de valor. Enxergam-se como heróis, que lutam por diferentes causas, passando por diferentes jornadas e com o auxílio de competências e pessoas. Compartilham frases atribuídas (mesmo sem a confirmação das fontes) a personalidades como Ghandi, Martin Luther King, John Lennon e Clarice Lispector, para mostrar quem são os seus guias, ou “sábios”. Tais estruturas arquetípicas mentais básicas, já predominantes na literatura e no cinema, encontraram um espaço já fertilizado nas mídias sociais.

Em frente à pluralidade das vozes nas redes, que se apresentam como poluições para as mentes naturalmente preparadas a ler o mundo, o sujeito projeta as suas angústias e a necessidade de postar a todo instante aquilo que acredita ser sua identidade, enquanto na verdade produz muitas vezes as expressões de suas diferenças.

A natureza da consciência é de concentrar-se em poucos conteúdos, seletivamente, elevando-os a um máximo grau de clareza. A consciência tem como consequência necessária e condição prévia a exclusão de outros conteúdos igualmente passíveis de conscientização. Esta exclusão causa inevitavelmente uma certa unilateralidade dos conteúdos conscientes.²³

A busca de tais sujeitos das mídias sociais, ávidos para propagar que são diferentes das massas que tanto criticam, ocorre por meio da publicação desenfreada de suas diferenças²⁴, embora muitas vezes, tais sujeitos desconsiderem que a própria linguagem é constituída pela diferença²⁵, uma expressão que se apresenta em duplo sentido, sendo aquilo que diferencia “de” mas também significa “o inalcançável”. Como o discurso já não é mais facilmente aceito, principalmente quando parte da perspectiva oposta, pelo desejo e vontade de poder em torno do saber, os sujeitos nas redes sociais sonham, em tornar alcançável o inalcançável, ou seja, expressar e legitimar as suas diferenças, produzidas em suas postagens. Desejam ser ouvidos e compreendidos, não somente em texto, mas que seus sentimentos sejam traduzidos de forma empática, sempre que compartilham imagens pessoais, músicas que os tocam, discursos políticos calorosos sobre um sem número de temas, além de descrever angústias ou “momentos felizes”. Entretanto, há uma impossibilidade no significante, que nunca é exatamente traduzido, o que aumenta a angústia e a necessidade de se fazerem ouvir pela repetição incansável, ou pelo impacto da mensagem, premissas tradicionais publicitárias, que já foram desmitificadas.

²³ Carl Gustav Jung, Os arquétipos e o inconsciente coletivo (Petrópolis-RJ: Vozes, 2000), 163.

²⁴ Homi K. Bhabha, O Local da Cultura...

²⁵ Jacques Derrida, Gramatologia...

É possível que as imagens arquetípicas primordiais, as que nos levam a crer em um mundo melhor, desbravar caminhos, admirar os sábios ou magos, sejam as bases pelas quais tentamos simbolizar a importância de nossas existências. Embora resida na mente o significado básico de qualquer tentativa de comunicação, deveríamos compreender a potência criadora dos sentidos, produzidos a partir das mediações tecnológicas.

O corpo humano, por exemplo, com uma sensorialidade que contempla o paladar, o olfato, o tato, a audição e a visão, permite uma forma de comunicação, jamais comparável a qualquer outro meio e que decodifica parte de tal sensorialidade. Já as mídias sociais, pecam pela experiência, mas promovem o alcance e a capacidade de transformação do enunciado em escala global e virtual. Embora não seja viável sustentar uma classificação das interações em níveis de realidade, poderíamos diferenciar o sentido da comunicação em torno das experiências, de forma que seria possível incluir aquelas, que envolvem o enredamento dos meios na semiosfera. Nesse sentido, seria possível pensar a comunicação com base em diferentes caminhos epistemológicos, que deixem de segregar a corporeidade e as tecnologias no processo de comunicação. Quem sabe assim conseguiríamos realizar a ciência que compreenda as tecnologias, como partes do não dualismo entre o homem e a natureza. O que quero dizer, é que nenhuma mídia é capaz de tornar o real “mais real” ou “irreal”, mas apenas criar diferenças perceptivas e interativas em uma mesma realidade.

Sobre o conceito de objetividade panorâmica e as “social media”

As chamadas mídias sociais, incluindo as que são associadas aos estudos das redes digitais, como o Facebook, o Twitter e o LinkedIn, muitas vezes são classificadas em perspectivas apocalípticas ou integradas. Mesmo que absolvidas por nosso direito de exercer a objetividade panorâmica²⁶, ou seja, nossa motivação para exercer escolhas epistemológicas objetivas, compreendendo a complexidade, a irrealidade e o rizoma, as perspectivas deterministas, desconsideram que os meios são as pessoas. A mídia não é colaborativa, social, cruel, neoliberal, sexista, elitista, consciente, socialmente responsável, preconceituosa ou segregadora. São as pessoas que usam os meios para o engendramento e negociação política dos sentidos de real e das estéticas de existência.

Porém, se cada sujeito traz consigo as características que o identificam como espécie humana, incluindo seus comportamentos instintivos e arquetípicos, mas também a complexidade dos sentidos que o tornam único, qual deveria, então, ser o nosso papel, na condição de intelectuais, cientistas ou sujeitos políticos, frente aos abusos discursivos produzidos em tais redes? Deveríamos abrir mão de nossas responsabilidades frente ao caos ou objetivar ações efetivas, em torno de nossas escolhas? A discussão normalmente se debruça sobre perspectivas dicotômicas. Porém, tais escolhas objetivas, deveriam ser panorâmicas, para enxergar que as políticas, os regimes de verdade, as crenças e as vontades discursivamente sensíveis, talvez sejam simulacros das culturas e estéticas de existência, historicamente filtrados pelas nossas mentes. Em respeito às perspectivas filosóficas “pós”, “trans”, “neo”, ou “não” (modernas, críticas, colonialistas, marxistas), que relativizam, dialogam em redes, aceitam a complexidade, duvidam dos paradigmas das ciências, repensam as hierarquias, sem com isso abrir mão das responsabilidades pelas escolhas políticas, fundamentais para a transformação social, deveríamos também ouvir e

²⁶ Cláudio R. Z. Rabelo, O conceito de objetividade panorâmica: aplicações das redes hipercurriculares, tecidas nos territórios mentais (Montevideo: Congreso ALAIC, 2012).

respeitar a condição humana para a tentativa de buscar a pregnância, ou seja, uma coerência formal.

A objetividade panorâmica é um conceito e não uma generalização. Ela tenta conciliar as diferentes perspectivas, ao abolir a pretensa ontologia da verdade e incentivar a atuação política por meio das escolhas objetivas, sem com isso simplifica-las em forma de verdades.

Da mesma forma que as ciências modernas procuraram superar os paradigmas teológicos e mitológicos, ao fazerem uso de produções de verdades científicas, a *pós-modernidade* tenta ainda superar os paradigmas da modernidade, questionando suas lógicas baseadas na classificação, na hierarquização, nas relações de causa e efeito e nas dualidades. Em meio às diferentes perspectivas, o conceito de objetividade panorâmica tenta rever as lacunas que reproduzem os paradoxos entre as duas vertentes, que parecem por vezes simplificar a humanidade e por outros erradicar qualquer tentativa de dar sentido aos enredamentos, que nos tornam comuns.

A cultura da culpabilidade em torno do outro, não deve ser dissociada de nossa própria responsabilidade. Contraditório dizer que “o self” seja o principal arquétipo²⁷ de forma que até hoje, não tenhamos reconhecido que para além de nossa natural busca pela autodefinição, é fundamental também o reconhecimento de nossa parte da responsabilidade, pelo “grande mal”, outro arquétipo raramente atribuído ao outro, em nossos discursos. Muitas vezes, somos responsáveis pelos monstros, que tanto culpamos.

Apesar das mídias sociais trazerem como potência a superação das lógicas dicotômicas, muitas vezes, os meios de comunicação, assim como uma série de tecnologias, reproduzem as proibições bíblicas, de enxergar além do bem ou do mal. Não faz sentido, então, classificar os meios em perspectivas apocalípticas ou integradas, mas enxergá-los como nós de redes, onde circulam verdadeiras pandemias sociais, discursos persuasivos, politicamente cruéis, mas também expressões de solidariedade, colaboração e empatia, ou seja, uma comunicação de fato social. E tais “acontecimentos” não são essencialmente pragmáticos, mas relativos, complexos e contextuais.

Mesmo que pareça repetitivo, reforço a perspectiva, de que não existem os dois lados da internet. Existem seres humanos tentando, por meio da utilização de múltiplas interfaces, como teclados, mouses, comandos de voz, entre diversos outros tipos de mecanismos, expressar as suas diferenças, em suas relações de redes.

Em vez de demonizar ou exacerbar as tecnologias de comunicação, deveríamos tomar as rédeas e a responsabilidade pelo que comunicamos, incluindo aquilo que produzimos ao consumir informações midiáticas.

Os meios, nesse sentido, são as pessoas. E as tecnologias se tornam os discursos, em torno do aparato. Ninguém é “dono” de um discurso. Ele se forma a partir dos mecanismos de produção de verdades, descontinuadas historicamente e espacialmente. São enredados por meio de enunciados, infiltrados socialmente e mentalmente, até que ganham o status de verdade. A televisão é um simulacro dos discursos produzidos por pessoas e dessa forma, torna-se entidade personificada. A TV não comunica sozinha, mas leva a culpa pelos discursos, como uma instituição que dissuade, sobre a presença do fator

²⁷ Carl Gustav Jung, Os arquétipos e o inconsciente coletivo...

humano. Os magnatas, os gestores, os políticos e os articuladores têm suas identidades forjadas, uma vez que a grande culpada se torna simplesmente “a tv”.

De forma parecida, a internet passa a ser demonizada, por propagar tais discursos em velocidade exponencialmente maior e de forma viral. Uma produção de verdade em ambientes naturais, tribais, familiares, sociais, encontra na instituição internet, a velocidade histórica que faltava, para ser ressignificada e apropriada, atravessando outros tipos de instituições e valores, manifestando-se em diferentes tempos e espaços. Dessa forma, as estéticas de existência ou discursos de verdade, ganham a força de um monstro invisível, com uma verossimilhança sem igual, justamente por se apresentar em aparentes multiformes perspectivas, enunciadas por supostas diferentes vozes.

Os considerados meios de comunicação “de massa” eram assim tratados pela característica de produzir de forma fabril a informação, para grande quantidade de pessoas, acreditando que consumiriam tais realidades produzidas, como verdades. A televisão, por exemplo, produziria seus “enlatados”, como no modelo fabril, para os públicos que se enquadrariam em padrões²⁸. As lógicas da modernidade cuidaram para que o ser humano, fosse historicamente classificação em padrões. Desde as tribos indígenas ou urbanas, passando pelos signos do zodíaco, pelas categorias profissionais, além das estéticas sexuais, de classe ou renda, os sujeitos, no decorrer da história, buscaram socialmente construir o *self*²⁹. Contemporaneamente, tal processo de busca pela autoimagem e autoestima parece sofrer um efeito caleidoscópico frente às novas mídias, tanto as realmente novas, quanto aquelas que foram modificadas pela cultura da convergência. Os referenciais de família, religião, localidade, espacialidade e mídia tradicional, foram diluídos em razão dos bilhões de movimentos na rede, dos sujeitos que expressam que são únicos, originais e diferentes. Temos então a seguinte questão: se descobrimos que na verdade somos todos diferentes, o quê deveria interessar a todos nós?

Respiramos o mesmo ar, andamos pelas mesmas ruas e estamos todos, sujeitos à violência ou a algum tipo de discriminação, obviamente que em contextos e escalas desiguais. Persuadimos em nome das nossas instituições ou discursos, mas nos irritamos com os poderes engendrados pelas lógicas avessas às nossas. O círculo vicioso do “self” precisa quebrar a lógica da identidade e compreender que a autoestima, a autoimagem e a autorrealização somente são possíveis através do “us”. Mas este “us” somente pode ser transformado quando o “self” retirar a culpa do “you” e realizar a gestão da própria mente.

Conclusão

Pesquisar com os cotidianos contempla a visão de que os relatos do cotidiano, são capazes de revelar as realidades que as ciências não conseguem, com as suas lógicas de exclusão, classificação, dualidade, hierarquização, criação de relações de causa e efeito. Esse tipo de perspectiva absolve o pesquisador, de ser julgado por uma aproximação com o objeto de pesquisa. Podemos então, atuar politicamente e transformar, sendo transformados com a realidade da pesquisa. Este artigo foi escrito a partir de pesquisas cotidianistas, como propostas por Michel de Certeau, como métodos de investigação e os estudos de Ouriques³⁰ como perspectiva e proposta de transformação social. A partir do

²⁸ Mauro Wolf, Teorias das Comunicações de Massas (São Paulo: Martins Fontes, 2005).

²⁹ Carl Gustav Jung, Os arquétipos e o inconsciente coletivo...

³⁰ Evandro Ouriques, Território mental: o nó górdio da democracia...

estudo dos usos das Redes Sociais Digitais, foram realizados então, diálogos, observações, atuações políticas, negociações de discursos, intervenções sociais e produções de verdade, com o objetivo de examinar as diferentes maneiras, com as quais os praticantes desse cotidiano digitais produzem sentidos, verdades e estéticas que potencializam os afetos da alegria³¹. De que maneiras, os simulacros³² criados com fins individualistas, podem, por meio do envolvimento³³ transformar-se em acontecimentos³⁴ sociais, permitindo com que as mídias façam jus à expressão que carregam, ou seja, “sociais”? A conclusão desse artigo representa o início da nossa motivação. Produzir sentidos no mundo com a perspectiva da objetividade panorâmica, nos torna humanos, íntegros com as nossas escolhas, porém empáticos. A longevidade saudável das mídias sociais demanda esse tipo de atitude mental.

Bibliografia

- Bhabha, Homi K. O Local da Cultura. 3ª reimpressão. Belo Horizonte: Editora UFMG. 2005.
- Barrichello, Eugênia Mariano da Rocha. Et. alli. Entendendo as práticas de Relações Públicas sob a perspectiva teórica da ecologia das mídias. In: Rublescki, Anelise e Barrichello, Eugênia Mariano da Rocha. Ecologia da Mídia. Santa Maria RS.: FACOS-UFSM. 2013.
- Baudrillard, Jean. Simulacros e Simulação. Lisboa: Relógio D'água. 1981.
- Campbell, Joseph. O poder do mito. São Paulo: Palas Athena. 1990.
- Certeau, Michel de. A invenção do cotidiano: artes de fazer. Vol 01. Petrópolis: Vozes. 1996.
- Deleuze, Gilles. Lógica do sentido. São Paulo: Perspectiva. 1974.
- Deleuze, Gilles. Diferença e repetição. 2 ed. Rio de Janeiro: Graal. 2006.
- Derrida, Jacques. Gramatologia. São Paulo: Perspectiva. 1973.
- Foucault, Michel. A ordem do discurso. 5ª ed. São Paulo: Edições Loyola. 1999.
- Jenkins, Henry. A Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph. 2008.
- Jung, Carl Gustav. Os arquétipos e o inconsciente coletivo. Petrópolis-RJ: Vozes. 2000.
- Maturana, Humberto e Varela G, Francisco. A árvore do conhecimento. Campinas-SP: Editora Psy II. 1995.
- Macluhan, Marshall. Understanding Media: the Extensions of Man. New York, Toronto, London: McGraw-Hill Book Company. 1964.

³¹ Baruch Spinoza, Ética...

³² Jean Baudrillard, Simulacros e Simulação...

³³ Evandro Ouriques, Território mental: o nó górdio da democracia...

³⁴ Gilles Deleuze, Lógica do sentido...

Morin, Edgar. Introdução ao pensamento complexo. Porto Alegre: Sulina. 2005.

Ouriques, Evandro Vieira. O conceito de envolvimento e o caráter político das práticas lingüísticas. COVILHÃ: Labcom. 2010.

Ouriques, Evandro. Território mental: o nó górdio da democracia. Revista Democracia Viva, n 42. Rio de Janeiro: IBASE, Maio de 2009.

Ouriques, Evandro. Psicopolítica, Tradição e Cultura como um Modo da Natureza: um Estudo Comparativo entre Gandhi e Comunicação Distribuída. Numen: revista de estudos e pesquisa da religião. Juiz de Fora Vol. 14, n. 2 (2011) 145-178.

Rabelo, Cláudio R. Z. O conceito de objetividade panorâmica: aplicações das redes hipercurriculares, tecidas nos territórios mentais. Montevideo: Congreso ALAIC. 2012.

Saussure, Ferdinand de. Curso de linguística geral. São Paulo: Cultrix. 2006.

Spinoza, Baruch. Ética. Belo Horizonte: Autêntica. 2007.

Wolf, Mauro. Teorias das Comunicações de Massas. São Paulo: Martins Fontes. 2005.

Para Citar este Artículo:

Rabelo, Cláudio R. Z. O conceito de objetividade panorâmica e o diálogo entre as perspectivas epistemológicas nas ciências sociais. Rev. Dialogos Mercosur. Num. 3. Enero-Junio (2017), ISSN 0719-7705 pp. 13-24.

Las opiniones, análisis y conclusiones del autor son de su responsabilidad y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Diálogos en Mercosur**.

La reproducción parcial y/o total de este artículo debe hacerse con permiso de **Revista Diálogos en Mercosur**.