

A força da comunicação na sociedade midiática

Por Lutiana Casaroli¹ e Adair Caetano Peruzzolo²

Resumo

O intuito é abordar as relações teóricas que se estabelecem entre a *comunicação*, entendida com um processo relacional de agenciamento de sujeitos e força que rege a vida humana e *os meios de comunicação*, enquanto tecnologias que dão amplitude aos processos comunicacionais conferindo ao homem possibilidades de encontro com o outro e, logo, garantias de sobrevivência. Neste contexto, leva-se em conta a *mediatização* como processo de referência para a atual sociedade por seu caráter gerador e regenerador de realidades, que confere complexificações, tanto nas relações, quanto nas escolhas estabelecidas.

Palavras-Chave: comunicação, tecnologia, mídia, sociabilidade e mediatização

Abstract

Intention is to approach the theoretical relations that if establish between the communication, understood with a process relational of links of subjects and force that conducts the life human being and the medias, while technologies that give amplitude to the comunicacionais processes conferring to the man possibilities of meeting with the other and, thus, survival guarantees. In this contest, takes in account the mediatization as process of reference for the current society for its generating and regenerative character of realities, that confer complexificações, as much in the relations, how much in the established choices.

Keywords: Communication; technology, media, formation of society; mediatization.

¹ Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria, mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática pela mesma Instituição, integrante do Grupo de Pesquisa "Teorias e Estratégias Comunicacionais e de Significação". fadaluty@yahoo.com.br

² Doutor pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Pós-Doutor pela Universidade de Barcelona (UAB). Professor titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria e dos Cursos de Comunicação Social – Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas da mesma Instituição. Líder do Grupo de Pesquisa "Teorias e Estratégias Comunicacionais e de Significação". adair.peruzzolo@pq.cnpq.br

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

O mundo tem a comunicação como o alicerce de suas relações vitais. No homem tais relações se complexificam por sua capacidade simbólica que dá origem tanto à cultura humana, construída pelo fazer diário de cada um, quanto aos complexos meios de comunicação, que podem ser compreendidos como respostas às necessidades humanas e resultantes do desenvolvimento tecnológico das sociedades.

Há diversos modelos teóricos de comunicação propostos em épocas anteriores, cada um com seu mérito, de acordo com seu tempo, mas que na maioria dos casos não considera a situação dos sujeitos comunicantes. Por algum tempo a comunicação foi vista como um processo de troca, ou seja, em seu aspecto informativo. Hoje se acredita que ela é muito mais, é constituinte da vida humana no mundo e que sua força está no fato de a vida clamar por continuidade. Aí está a importância de considerá-la a partir de sua gênese.

Por isso, compreende-se aqui a comunicação a partir de seu conceito mínimo, de aspecto fundamental: a comunicação como uma relação. Relação esta em que o homem se movimenta em busca da própria sobrevivência, sendo que é a relação de comunicação humana (simbólica) que permite ao homem se tornar um ser social.

A evolução dos processos comunicacionais e suas tecnologias condicionaram profundas mudanças nos modos de estabelecer relações sociais. Da comunicação impressa aos meios audiovisuais e avançando em direção à hipermídia, virtual e interativa como a internet, a comunicação vem modificando as formas de relação e compreensão do mundo. É nesse contexto que assentamos a importância da observação dos processos de produção de sentidos nestes meios, através da discussão de conceitos como o de mediatização. São os meios de comunicação que nos permitem a construção e o reconhecimento de nós mesmos, dos outros e do mundo que nos rodeia. Estão intimamente ligados à questão da produção da subjetividade e do reconhecimento da alteridade. Assim, o estudo dos processos midiáticos, de suas formas e de seus meios, é fundamental para a compreensão das relações e dos efeitos que estes processos produzem em agrupamentos sociais.

Portanto, iniciamos com questões acerca da presença e importância da comunicação, especialmente em sua modalidade midiática e suas implicações sociais. Em seguida, trazemos a evolução das tecnologias de comunicação, desde a escrita até a hipermídia, passando pelos meios audiovisuais. Trazemos, por fim, os conceitos de mediatização e midiática para caracterizarmos a atual conformação social diante do fenômeno midiático.

1. A Natureza Relacional da Comunicação

Para se compreender o fenômeno da comunicação é preciso compreendê-la por sua natureza: a comunicação é uma força vital do ser humano que o impulsiona para sobrevivência e ao exercício da vida. Sob este ponto de vista, Peruzzolo afirma que a comunicação é *"a força vital que produz o social, que tem a sua força na impulsão de todo ser vivo"* (2006:29).

É a força vital que impulsiona o ser vivo a entrar em relação com a alteridade para que, em relação com o outro, ele possa construir a trajetória da própria existência. É só em relação com o outro que é possível fazer-se. Tal relação é produzida e organizada em forma de mensagens que aparecem como respostas às necessidades do outro³. Este outro, ao acolher a mensagem, estabelece o contato. Daí vem a definição de comunicação como encontro, na qual ambos, destinador e destinatário, entram em relação por meio de mensagens para se tornarem indivíduos no mundo. É graças à linguagem que o homem entra em relação e estabelece o tipo de comunicação propriamente humano: a comunicação simbólica.

"A atividade comunicacional tem de ser necessariamente remetida ao sistema das ações e dos desejos – e ao princípio básico da agressividade – mediante os quais os seres vivos se relacionam uns com os outros e com o meio ambiente, pois essa impulsão está na base de toda comunicação, não apenas como fundamento, mas principalmente, como força-motriz" (Peruzzolo, 2006:29).

De acordo com Peruzzolo (2006), a comunicação estaria na própria vida, como impulsão dela e para ela mesma na busca de ser. É a busca do outro para a realização de si, sendo que o outro também vê neste encontro a própria realização. Sendo assim, observar a comunicação sob este aspecto significa cuidar do lugar do outro no processo comunicacional, levando em conta a questão da reciprocidade como fundamental.

Nem toda relação é de comunicação, mas toda comunicação é uma relação. O que caracteriza uma relação como sendo de comunicação é a capacidade de representação dos sujeitos envolvidos no processo: a relação de comunicação é regida pela representação que o sujeito comunicante faz do objeto. Ela é o modo como o comunicante se inscreve no espaço e no tempo do outro. Para que a relação seja desencadeada, é preciso que o outro perceba e

³ Anotações de aula de Teorias da Comunicação, ministradas pelo Prof. Dr. Adair Caetano Peruzzolo, no 1º semestre de 2007, no Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria.

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

represente o material dado, sendo que a representação é que possibilita o relacionamento, pois qualifica o objeto e orienta condutas. É ela que ativa as reações dos organismos, levando-os a entrar em relação.

A percepção é *"um processo biofisiológico de captação, elaboração e registro dos estímulos que sensibilizam os órgãos sensoriais"* (Peruzzolo, 2006:32). Ou seja, a percepção é aquela sensibilidade ligada aos órgãos dos sentidos da vida animal que se movimenta e precisa perceber o ambiente em que vive. Já a representação *"é um investimento qualitativo do dado percebido"* (Peruzzolo, 2006:34), quer dizer, é uma capacidade de avaliação que o organismo possui para julgar o que registrou do ambiente pela percepção. No homem a representação está diretamente relacionada com sua capacidade simbólica, pois ele representa certo dado de acordo com o seu repertório pessoal que experiências anteriores construíram.

Então, a comunicação humana é definida pela qualidade da representação e tem seu fundamento na necessidade de sobrevivência da espécie. O que marca a especificidade da comunicação humana é a presença da linguagem e a representação simbólica, como meio de comunicar. Esta relação é operada por uma matéria que, necessariamente, subentende as representações dos comunicantes. Sendo assim, a comunicação pode ser vista como um ato que se faz no tempo e no espaço, mas cujo sentido está na relação, que é, pois, a força de impulsão para o 'tornar-se'.

"Comunicar, no nível humano, é estabelecer uma relação entre uma pessoa e outra através de um meio material, comumente chamado de mensagem, que subentende as representações do sujeito comunicante" (Peruzzolo, 2006:45). Isso afirma a necessária presença da ação de representação como meio de comunicação. A mensagem materializada nada mais é do que as representações do que se pretende transmitir e do significado do estabelecimento daquela relação. Além disso, é bom destacar que a relação acontece entre os sujeitos, fazendo com que a mensagem seja considerada um pacote de representações *"que serve de ponto de passagem para as significações sociais"* (Peruzzolo, 2006:45). Considera-se, assim, que o receptor interpreta suas mensagens na sua ação de representar.

Os sujeitos, ao se relacionarem com as representações constituídas na situação de comunicação, estabelecem a forma legítima da interação, pois operam ações persuasivas de modo recíproco. Desse modo, o termo comunicação aqui está designando *"os fenômenos de relação dos seres vivos dotados de percepção com outros de semelhantes capacidades, operada por meio material, quando este meio vem representado por ambos num grau de significação possível"*. (Peruzzolo, 2006:52)

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

O fenômeno da comunicação, como uma estrutura de comportamento, é complexificado no ser humano pelo fato de, em muitos momentos, prescindir do controle do código genético. Isso acontece pelo que chamamos de memória de projeto ou de futuro, condição esta que permite ao homem a construção de uma cultura por meio de sua comunicação simbólica. Esse é o modo humano de trabalhar com as realidades circulantes.

Para se comunicar é preciso primeiramente definir o lugar e o significado do outro. Então, na relação de comunicação, o lugar do outro é primordial, perceber o outro, o desejo e a necessidade do outro. Isso se dá porque a comunicação é uma relação no jogo do encontro com a alteridade. O que torna possível a relação de comunicação é o meio de representar que é justamente a representação daquilo que se quer comunicar. A qualidade dessa representação vista em todo o investimento valorativos nela feita é que vai caracterizar a relação de comunicação humana, na qual a relação se apresenta articulada numa linguagem.

O símbolo é a expressão máxima do ser-homem: o meio de comunicar humano é caracterizado pela dimensão simbólica. No nível do símbolo, é amplo o afastamento considerado entre os comunicantes ou até mesmo absoluto. Além do mais, as relações de significação são polivalentes, não havendo necessariamente uma única relação possível e compartilhável entre significante e significado. Desse modo, dizemos que o homem não se defronta imediatamente com a realidade, pois a sua percepção é gerenciada pelo simbolismo que o faz se relacionar com a realidade pelas representações que dela faz. Então, dizemos que a realidade social humana é construída em processos de semiose.

A linguagem simbólica funciona através de signos, que operam as representações em processos mentais e organizam a linguagem. Porém, ela não só é um produto da seleção de signos, como também é uma fonte produtora inesgotável de signos.

O homem, nessa instância, não só pode imaginar o inexistente, assim como pode realizá-lo. Expressar o inexprimível. Na linguagem humana o símbolo pode ser usado nas situações em que foram criados. Essa é a potência simbólica de libertação do humano, tanto do espaço, quanto do tempo presente que confere a possibilidade de o homem traçar relações mentais mesmo na ausência das coisas nas quais pensa.

Pensar a comunicação no limiar do cultural, para Peruzzolo (2006), a partir da gênese da representação é explicar a comunicação pela sua qualidade e por sua especificidade, considerando-a quando ainda não há linguagem.

A vida humana é uma extensa teia relacional que dá forma à vida social e que só pode ser compreendida por meio da cultura.

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

Sendo assim, se toda ação humana é cultural, os processos comunicacionais também são eminentemente culturais. A comunicação é o ato cultural mais essencial do homem: *"a Comunicação constitui o fundamento de toda sociedade humana e de toda relação social"* (Peruzzolo, 2006:29).

Lembremos que é a linguagem a grande mediadora dos processos de construção do homem e do seu mundo. *"Criada a linguagem, torna-se esta não apenas o instrumento da comunicação e, decorrentemente, da organização complexa da sociedade; mas também o patrimônio cultural portador do conjunto dos conhecimentos e das práticas da sociedade, constituindo-se num sistema generativo de alta complexidade sem o qual essa complexidade ruiria"* (Peruzzolo, 2006:138).

Com isso, chega-se a algumas observações importantes. Primeiro que, sob a ótica da comunicação humana, os processos comunicacionais são essencialmente modelos culturais de ser. Em segundo lugar, a cultura humana se faz a partir de processos de comunicação. Sendo assim, é imprescindível que se pense comunicação e cultura conjuntamente, pois a comunicação gera a cultura e a cultura é o elemento que rege a vida do homem e age sobre as forma de comunicação.

Neste sentido, compartilho com a perspectiva do interacionismo simbólico que diz que nem o homem, nem a sociedade são estruturas, mas sim processos em constante modificação e construção. Toda vez que os processos de comunicação mudam, a formação de cada pessoa também muda, portanto, a cultura social é transformada a cada novo processo de comunicação que surge. A compreensão de cultura como um conceito implica suas duas dimensões:

"Seu caráter social e seu caráter histórico. A cultura, como ação criadora do homem é sua expressão essencial e universal, enquanto que ele se realiza criando sua obra e dirigindo-se aos outros para comunicar intencionalmente sua criação. Por isso, a cultura exprime o processo histórico do relacionamento do homem com o real, enquanto exprime a sua realização no tempo e no espaço" (PERUZZOLO, 2006: 168)

Vale novamente lembrar que a comunicação gera a cultura e a cultura gere a comunicação, sendo que a comunicação é uma modalidade singular de cultura: *"quer dizer, a força que habita a comunicação está na busca da relação que implica a necessidade de cooperação do outro na formação do si próprio, o que institui o nexo social; e a força da cultura está institucionalizada na relação"* (PERUZZOLO, 2006:171).

O pressuposto basilar da teoria do Interacionismo Simbólico é o de que a comunicação é eminentemente um processo de interação simbólica. Tenta discutir por processos de representação, os processos simulantes de uns com os outros.

O Interacionismo Simbólico, formação advinda principalmente do campo da Sociologia, é uma ampla perspectiva sobre o papel da comunicação em Sociedade. "O Interacionismo Simbólico não é, em realidade, uma teoria. Trata-se antes, de uma perspectiva ou orientação teórica que pode englobar numerosas teorias específicas" (LITTLE JOHN, 1983:65).

Algumas das premissas do Interacionismo podem ser utilizadas para se pensar a teoria comunicacional. De acordo com Peruzzolo, "uma das premissas fundamentais do interacionismo Simbólico é que o ser humano orienta todos os seus atos em relação ao mundo em função do que as coisas deste significam para ele" (2006:99).

Nesse sentido, convém ressaltar que a cultura existe apenas através da interação dos membros da sociedade: "são os processos de interação pessoal que produzem não só os produtos, mas também os sistemas culturais de trocas e intercâmbios, principalmente as significações, que são as que fazem a afirmação da ou de uma sociedade". (PERUZZOLO, 2006:180).

2. A Evolução das Tecnologias de Comunicação e o Processo de Sociabilidade

Depois de refletirmos acerca da natureza relacional da comunicação, para compreendermos a natureza do processo comunicativo, situamos agora a evolução das tecnologias da comunicação ao longo dos tempos e suas implicações sociais.

A característica fundamental do ser humano é que ele dispõe de faculdades comunicativas para se relacionar com os outros, formar sua individualidade na diferença e construir sua realidade. Assim, os processos de comunicação são naturais a ele, sempre estiveram presentes em sua vida, e foram se complexificando à medida que o homem sentiu necessidades, e para satisfazer estas necessidades desenvolveu tecnologias que modificaram as formas de vida e criaram novas formas de conduta e pensamento ao longo dos tempos.

As formas tecnológicas são respostas às necessidades sociais. Meios de comunicação como o rádio e a televisão foram rapidamente aceitos porque construíram novas formas de relacionamento com os outros, satisfazendo suas necessidades.

"Assim como a organização do ser vivo se faz pelo sistema nervoso, a organização do sistema social tem sua existência e sobrevivência no e pelo sistema comunicativo. A comunicação é a

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

tecnologia e o caminho das relações dos homens entre si e com o mundo. As tecnologias da comunicação ordenam o caráter social (*socius*) do homem e estruturam a política, as normas éticas e a sua subjetividade” (Peruzzolo, 2006:191).

Diz Peruzzolo que “O limiar da tecnicidade é o limiar da humanização” (2006:156). A técnica nasceu com o homem, com sua projeção e seu pensamento. Diz Gourhan (*in* PERUZZOLO, 2006:156) que a linguagem e a tecnologia são inseparáveis. No pensamento dele face/linguagem e mão/instrumento são pares funcionais, ou seja, a face está para a linguagem assim como a mão está para o instrumento. O homem tem que fazer uso de seus instrumentos e de suas linguagens para que possa entrar em relação com outros.

O homem, desde seus primórdios, está em busca do desenvolvimento de tecnologias para ampliar seus processos comunicacionais e garantir o encontro com o outro e a sobrevivência da espécie (PERUZZOLO, 2006). A história dos meios de comunicação teve início com esquemas de traços deixados em cavernas. A pictografia é um exemplo que revelou, há milhares de anos, uma necessidade que o homem tinha de materializar aquilo que controlava apenas na ordem da oralidade, e aparece como força de expressão de um antigo e primitivo desejo de estabelecer relações com o mundo.

A primeira tecnologia que surgiu para organizar a linguagem falada foi o alfabeto que veio para preencher a lacuna existente entre o discurso oral e o escrito. Finalmente, pode-se separar aquilo que era falado de quem o imediatamente falava, originando-se com isso o discurso conceitual que veio para qualificar a comunicação humana. Contudo, o processo de alfabetização veio a difundir-se somente séculos mais tarde, com o aparecimento da imprensa e com a fabricação do papel. Desde então, os meios tecnológicos de comunicação passaram a exercer uma importância crescente nas sociedades, especialmente com o desenvolvimento das tecnologias audiovisuais.

O cotidiano social passou a ser fortemente influenciado, modificado e construído pelos meios de comunicação, que cada vez se faziam mais presentes e indispensáveis à vida social. Era desse modo que a *bios* midiática de Sodré (2002) encontrava espaço para se desenvolver a pleno vapor. Nesse sentido, Peruzzolo nos diz que “os meios de comunicação se, de um lado, são considerados o ponto primordial de passagem dos sentidos, tornando-se o ponto comum de referência para bilhões de pessoas, são também, e de modo a cada vez mais progressivo, o lugar de organização e produção social da maioria dos sentidos circulantes (...)” (Peruzzolo, 1998:11).

No século XX começam a aparecer os meios audiovisuais. Com a difusão da televisão, que começou após a segunda Guerra Mundial, criou-se uma espécie de nova Galáxia de Comunicação, conforme

Castells (1999) chamou de “Galáxia McLuhan” e que viu uma espécie de declínio do que se convencionou chamar de “Galáxia Gutenberg” que quer dizer o sistema de comunicação essencialmente dominado pela mente tipográfica e pela ordem do alfabeto fonético. A televisão tomou um lugar de destaque nas salas de estar da quase absoluta maioria das residências e passou a ser a grande companhia do dia-a-dia, “presença de fundo quase constante, o tecido de nossas vidas” (Castells, 1999:358).

Mas a evolução das tecnologias de comunicação não estancou com os meios audiovisuais, muito pelo contrário, acabou por gerar a internet, uma nova tecnologia que englobou em seus domínios as duas galáxias anteriores: escrita e audiovisual. A comunicação em rede permitiu a criação de um novo paradigma: o paradigma informacional. A internet tem sua origem em um projeto da agência norte-americana ARPA – Advanced Research and Projects Agency – e de departamento de defesa americano, no final da década de 60, que tinha como objetivo conectar os computadores dos departamentos de pesquisa e principais bases militares. O trabalho desenvolvido na proteção dos sistemas permitiu os avanços tecnológicos e a sua expansão geográfica pelo planeta. Através da internet, a comunicação passou a ter novas configurações de tempo e espaço: qualquer pessoa, a qualquer hora, em qualquer lugar que esteja ligada à rede pode ter acesso a uma variada gama de informações.

Dentro de seu público de usuários a Internet pode ser considerada uma mídia democrática. Sua principal característica é a interatividade envolvendo usuário e rede. Penetrabilidade, descentralização multifacetada e flexibilidade são algumas das características deste novo meio de comunicação.

Nesse sentido, podemos pensar que a natureza da cultura humana e social é modificada pelas novas tecnologias que chegam. O surgimento de novas tecnologias implica a criação de novos ambientes e processos que marcam as transições históricas nas sociedades humanas. Uma nova sociabilidade inaugura-se a cada novo meio de comunicação que surge. Por isso Peruzzolo nos diz que *“a tecnologia não é um processo comunicacional, mas é um processo de novas relações que se estabelecem entre criador e o mundo que ele tange, e vai inserir-se como elemento-motriz de novos processos de comunicação social e estes exercem a função de novos estruturantes da vida em sociedade”* (2006:198). Os indivíduos acabam tendo maior controle sobre a forma como se comunicam e constroem suas experiências cotidianas.

3. A Força da Comunicação Midiática: A atual sociedade Midiatizada

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

Pode-se considerar, de acordo com Muniz Sodré em "*Antropológica do Espelho*" (2002) que hoje a mídia é o *ethos* do homem moderno. A mídia é fato cultural e não existe sem o homem. Não devemos separar a mídia da cultura, pois não podemos falar de cultura sem falar de mundo humano.

O homem é uma força que precisa fazer-se na vida. Para isso busca respostas às suas necessidades. A sociedade vivida na cultura difere daquela vivida sob o controle do código genético, pois enquanto esta é regida pelas leis da animalidade, aquela busca respostas às suas necessidades a partir de relações regidas pela consciência. Aí mora a força da mídia: como ela é um fato cultural, é uma resposta que o homem dá às suas necessidades.

Para entendermos o fenômeno do mediatizar é preciso compreender a mídia pela mediação, ou seja, diferir da vivência que fazemos pela mídia ou pela experiência pessoal, pois a experiência mediada produz afastamento entre o sentir e o fato e entre o sentir e a representação do fato. Exercer a vida diretamente, a partir de forças biológicas, é diferente de exercer a vida vicária, o gozo vicário a partir da experiência do outro, pois por mais que haja investimento afetivo, neste caso o exercício da vida fica na dependência do exercício e das qualidades do outro.

O agir simbólico acontece quando operamos na ausência de sentidos. É nesse patamar que é possível a existência de tecnologia: ela acontece quando o homem consegue ampliar as potencialidades de suas ações. A tecnologia pode ser compreendida como a primeira prótese no momento em que ela vem em substituição de um órgão do corpo humano ou quando assume a função de potencializador de sua atuação, de sua capacidade sensorial. (PERUZZOLO, 2006)

A vida cria percepções para a sobrevivência do animal mediatizado. Já o homem cria tecnologias para aprimorar suas percepções e sensações em busca da majoração de sua sobrevivência em respostas às necessidades. Nunca paramos, sempre estamos em busca do melhor.

A mídia precisa ser entendida como uma relação, o meio pelo qual o homem busca suas respostas. Enquanto que a mediatização é um conjunto de meios que são veículos consagrados como TV, rádio, jornal, ou seja, é uma relação especializada que se transforma em meios e assim cria o *ethos* como diz Sodré (2002) e/ou *bios* para Kellner (2001).

A mídia é capaz de oferecer a desrealização do mundo e também trabalhar com as diferenças entre valores de consumo e valores de uso. Surgem novas formas de consciência e de sociabilidades. Os horizontes humanos são ampliados e há novas formas de apreensão da realidade.

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

De acordo com Sodré (2002), a mídia implica uma nova qualificação da vida dando origem ao que se pode chamar de *bios virtual*, no qual há especificidades como a criação de uma nova eticidade, ou seja, uma terceira natureza, e também a condição de a mídia ser mensageira de um poder simultâneo e global, exercida num espaço sem fronteiras.

Com o desenvolvimento da sociedade e o surgimento de novas tecnologias, principalmente os meios de comunicação de massa, a vida do homem passa a sofrer profundas transformações e uma outra dimensão da realidade passa a se sobrepor: com o espaço virtual e o tempo real surge uma nova formalização da vida social. Os sistemas de comunicação evoluem rapidamente sendo que na mídia ocorre a hibridação dos meios e a reciclagem dos conteúdos.

É dentro deste contexto que podemos dizer que a sociedade contemporânea é regida pela midiaticização, ou seja, tende para a virtualização ou telerrealização das relações humanas. A mídia é entendida como responsável pelos processos de interação social devido ao exercício do seu poder simbólico de influência, a partir de seus meios e mensagens.

O fenômeno da mediação, dentro desta lógica de raciocínio, pode-se dizer que se define "pela característica de fazer duas partes entrarem em comunicação" (SODRÉ, 2002, p. 47). Enquanto que a midiaticização é uma "ordem de mediações socialmente entendida como processo informacional" (SODRÉ, 2002, p. 47). É um dispositivo cultural onde a comunicação é técnica e industrialmente redefinida pela informação.

Dentro dessa nova realidade, a mídia funciona como uma prótese tecnológica e mercadológica na qual as imagens deixam de ser reflexos e máscaras de uma realidade referencial para se tornarem simulacros tecnicamente auto-referentes.

A midiaticização passa a ser uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo, um *bios* específico. Enfim, é uma nova forma de vida, é uma tecnologia de sociabilidade, um novo *bios*, ou seja, um novo âmbito onde se desenrola a existência humana, no qual predomina a esfera dos negócios com qualificação cultural. Sodré (2002) diz que a midiaticização é o quarto âmbito no qual há uma nova qualificação cultural e novas formas de sociabilidade o que vem ao encontro do pensamento de Peruzzolo (2006) quando afirma que a cada nova tecnologia de comunicação que se inaugura, inaugura-se uma nova sociabilidade. Para Fausto Neto (2005), esse processo cria um novo ambiente de informação e comunicação que induz a um conceito de comunicação segundo a qual os meios - com suas tecnologias, linguagens - são forças que instituem e fazem funcionar um novo tipo de real no qual as bases de

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

interações sociais se estabelecem por ligações sociotécnicas e não mais por meio de laços sociais.

As novas formas de comunicação, tecnologias, inter-relações que refletem e simulam a vida humana real e gera quase uma nova vida, um espelho vivo, como uma clonagem de uma realidade que produz um novo mundo dando vida ao espelho.

O processo descrito por Sodré (2002) ampara esta outra dimensão da vida social contemporânea. A midiatização é o processo pelo qual os sujeitos têm contato com as realidades através dos meios de comunicação. O *bios* da midiatização, da comunicação por intermédio dos meios, um de quarto âmbito existencial, qualificado pela tecnocultura, é um novo processo comunicacional, intenso e sem medidas, na visão de Sodré, que reconfigura a vida humana sob uma nova faceta. O *ethos* midiatizado aparece como uma instância reguladora da vida humana e atuante na sociedade, interferindo nas relações e, por consequência, na formação do indivíduo.

Observa-se que de acordo com Sodré (2002), o *ethos* midiatizado aparece como uma verdadeira instância reguladora da vida humana e atuante nas sociedades. A experiência global hoje é indissociável da experiência da comunicação midiática. *"Aquilo que hoje denominamos cultura das mídias procura qualificar tanto os modos essenciais da comunicação quanto o modo preferencial de fazer cultura"* (PERUZZOLO, 2006:180). Assim, partindo-se do pressuposto de que a comunicação é a força de interação social que rege a vida, concluímos que o processo de midiatização assim como gera nossa realidade a torna mediada e midiatizada.

Já de acordo com Kellner (2001), afirma-se que na presença da mídia, cria-se uma nova cultura social, chamada de "cultura das mídias". A partir disto, podemos compreender que é através da organização e do funcionamento da mídia que a sociedade moderna reconhece os modelos daquilo que é o homem ou mulher e suas qualificações e valorações. É a mídia que oferece para a sociedade o material que serve para a construção do senso de classe, etnia, raça e nacionalidade de "nós" e de "ele", além de oferecer estruturas dominantes de gosto e de sentimento. De acordo com Peruzzolo:

"Quando falamos de cultura da mídia, falamos de modos relacionais que são consagrados como modelos de relacionamento com o outro, como modos de ser, de fazer, sentir, pensar e crer, aceitos e ajustados para o estabelecimento e desempenho da vida social humana, que tem nos meios de comunicação social sua força de aglutinação e dinamização" (2006:181)

A mídia, assim, pode ser vista como tendo a força da linguagem que organiza os seus atores de modo a criar padrões. A cultura da mídia é aquela que oferece os comportamentos no seu tempo. *"Aquilo*

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

que hoje denominamos cultura das mídias procura qualificar tanto os modos essenciais da comunicação, quanto o modo preferencial de fazer cultura” (Peruzzolo, 2006:180).

Convém aqui ressaltar que os processos midiáticos passaram por complexificações nos últimos tempos. Antônio Fausto Neto (2005) em seu artigo *“Midiatização: Prática Social, Prática de Sentido?”* afirma que com o surgimento de inúmeros dispositivos que permitem a distribuição de uma mensagem para um grande público (meio social) a sociedade se tornou mais complexa.

Quanto mais mediatizado, mais complexificado se torna o meio social. Por exemplo, para uma sociedade mediatizada, tudo e qualquer coisa só existe se estiver na mídia: ela é um dispositivo de produção de sentidos, construtor de realidades e tem a capacidade de traduzir as realidades externas, tornando-as, por meio de suas lógicas e operações, inteligíveis ao grande público.

A mídia, assim, faz com que nada possa existir fora desta nova realidade: para ter sentido precisa primeiro se colocar no âmbito midiático.

Desta forma, podemos considerar a mídia como um novo ambiente, no qual se faz funcionar um novo tipo de real, por meio da circulação de imaterialidades possível pelas operações midiáticas de produção de sentidos e semiotização dos objetos. O que nos permite dizer que estrutura-se uma nova lógica de funcionamento do consumo dos produtos midiáticos em que o objeto enquanto valor de uso já nem tem mais tanta importância em comparação com a semiose dos objetos, a sua imagem, os valores que estão sendo construídos em torno dela.

A mídia hoje é entendida como um campo social autônomo, pois ela age por conta própria no ato da tematização e publicização possuindo o controle enunciativo. Ela goza de autonomia para construir realidades por meio de uma gramática própria de lógicas e regras de operações discursivas, não sendo mais vista como uma instância que detém o poder de mediação e de representação de certa realidade.

Na atual sociedade mediatizada, os meios deixam de ser apenas suportes para serem atores. A mídia, por ser uma matriz que realiza estratégias de produção de sentidos, realiza operações de inteligibilidade das realidades, assim como constrói realidades segundo suas estratégias de significação.

Outro ponto importante a ser destacado como característico desta sociedade mediatizada é o de que a mídia, em suas operações discursivas, muda o referente, dando ênfase a sua própria auto-referencialidade para falar das estratégias que apontam para a realidade da construção:

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

“Os mídias abandonam a clássica posição mediadora, que repousava sobre uma noção de interação de complementaridade com a recepção, ofertando-lhes sentidos sobre o mundo externo, e passam a produzir referências sobre si próprio. Isso se faz por processos, pelos quais a mídia se remete à mídia, em operações explícitas, mas também aquelas que se tornam difíceis de serem localizadas”. (Fausto, 2005:14)

O mundo externo perde importância para o próprio processo e para as operações realizadas pela enunciação midiática para construir realidades, dizendo-se de outro modo, o mundo externo cede importância para a realidade da construção.

Neste sentido, nosso entendimento é de que havia uma sociedade mediática caracterizada pela centralidade dos meios de comunicação, porém, ao passo que as novas tecnologias de comunicação foram surgindo e provocando profundas alterações nas conformações sociais, a mídia deixa de ser vista apenas como um instrumento e passa a ser qualificada enquanto produtora de sentidos sociais conferindo as configurações do que chamamos de sociedade midiaticizada.

De acordo com as idéias expostas acima, posicionamos o nosso entendimento a respeito de mídia considerando-a enquanto um processo complexo que interfere diretamente na construção e na manutenção da sociedade, seja enquanto dispositivo técnico, seja enquanto dispositivo de linguagem (dispositivo de enunciação).

Algumas notas em conclusão

Ao analisarmos os processos de comunicação é preciso levarmos em conta não mais o viés da comunicação linear e instrumental, mas sim considerarmos as transformações relacionadas aos avanços tecnológicos e ao papel que a mídia desempenha no atual contexto contemporâneo. Acreditamos que esses fatores incidem diretamente nos processos relacionais estabelecidos entre os sujeitos em sociedade.

Sodré (2002) entende a midiaticização como um quarto âmbito de existência na qual é a lógica mercadológica que predomina e mesmo dá as cartas do jogo levando a uma nova qualificação cultural e a novas formas de sociabilidade. O *bios* virtual desenvolve uma ética com base na mídia, a qual opera conteúdos em seus dispositivos de enunciação com o intuito de manter o sistema econômico vigente, o que, conseqüentemente leva as pessoas a um novo regime social no qual estão intimamente ligadas, porém fragmentadas e distantes em termos de relações afetivas humanas.

COMUNICOLOGIA

Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília
ISSN 1981-2132

Fausto Neto (2005) afirma com propriedade que o processo de midiatização cria um novo ambiente tanto da informação, em termos de conteúdos e fluxos, quanto da comunicação, em seus aspectos relacionais e de produção de afetações. Acredita que por meio das tecnologias, de seus dispositivos e linguagem ganha forma um entendimento de comunicação que possibilita ver os meios como pulsões que instituem e põem em andamento um novo tipo de real, no qual as bases da interação social não mais se estabelecem através de laços sociais entre os seres humanos, mas, isto sim, por meio de interações sociotécnicas.

Nesse sentido, compreendemos que em uma espécie de movimento de superposição à sociedade "mediática", ou seja, aquela que era baseada na centralidade dos meios de comunicação e estes eram instrumentos mediadores e disseminadores de informações, surge um novo limiar do social, sobredeterminado principalmente pelo desenvolvimento tecnológico: a mídia deixa de ser um instrumento e passa a assumir o caráter de instância produtora de sentidos sociais, tendo consigo a força de transformação dos modos de sociabilidade. Nesse momento, nos deparamos com o que Fausto Neto (2005) denomina de sociedade midiatizada.

Referências Bibliográficas

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FAUSTO, Antônio Neto. **"Midiatização: Prática Social, Prática de Sentido?"** Paper apresentado no Seminário Internacional da Rede Prosul – CNPq. São Leopoldo, 2005.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru, EDUSC, 2001.

LITTLE JOHN, S. **Fundamentos Teóricos da Comunicação Humana**. RJ: Zahar, 1983.

PERUZZOLO, Adair. **Comunicação como Encontro**. Bauru, SP: Edusc, 2006.

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