

Comunicação e legitimação na ambiência midiaticizada

Ana Cássia Pandolfo Flores¹

Eugenia Mariano da Rocha Barichello²

Resumo: A realidade em que vivemos é uma construção social da ação humana. Partindo da idéia da comunicação como uma relação e da tecnologia como uma forma de resposta aos anseios e necessidades humanas que se consagra na ordem social, o presente trabalho objetiva construir um panorama teórico sobre o imbricamento dos conceitos de comunicação e tecnologia com vistas a embasar as discussões sobre o fenômeno da legitimação na sociedade midiaticizada.

Palavras-chave: comunicação; legitimação; midiaticização; tecnologia; cultura.

Abstract: The reality where we live is a social construction of human action. Understanding communication as a relationship and technology as one answer to the human wishes and necessities observed in the social order, the present study aims to build a theoretical overview about the connection established between the communication concepts and technology, intending to underlie the discussions about the legitimacy phenomenon in the mediatised society.

Key-words: communication, , legitimacy, mediaticization, technology, culture

Introdução

Nós, seres humanos, montamos o mundo em cima das percepções que temos. É a partir do que estimula a nossa capacidade sensorial que conhecemos o mundo que está a nossa volta e que construímos a realidade social e simbólica em que vivemos. Nessa capacidade perceptiva, que encerra a nossa busca pela sobrevivência e pelo desenvolvimento da vida, partimos também na busca pelo outro, pelo diferente objetivando sanar as nossas necessidades e tornar possível a nossa realização. É essa iniciativa de busca pelo outro para benefício próprio, quando se dá através de uma matéria significante e com a percepção dos indivíduos envolvidos, se chama comunicação.

Dessa forma, a comunicação está na base da nossa existência, estando imbricada diretamente em todos os processos sociais de maneira que se constitui em fenômeno cultural da sociedade tendo participação direta nos modos de ser e de agir dos indivíduos e na configuração do social. Por conseguinte, pensar a dinâmica de construção da realidade, o processo de estabelecimento dos valores sociais e da legitimação das instituições diz respeito ao entendimento sobre comunicação. Compreender a organização atual da ordem social, as modificações trazidas pelas novas tecnologias e o processo de midiaticização também implica diretamente na compreensão da comunicação.

Em meio a uma grande diversidade de vozes que tentam definir o que é comunicação e o seu funcionamento, o presente trabalho se propõe a construir um panorama teórico sobre o

¹ Mestranda em Comunicação Midiática/UFSM; Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Relações Públicas/UFSM

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática/UFSM; doutora em Comunicação/UFRJ; coordenadora do grupo de pesquisa em Comunicação Institucional e Organizacional (CNPq).

fenômeno comunicacional, com vistas a embasar os questionamentos sobre a construção da legitimação institucional no contexto midiaticizado. Para tanto, iniciaremos com as dimensões antropológicas do comunicar para em seguida, abordar as relações da comunicação com a cultura e a tecnologia e a seu estabelecimento enquanto fenômeno social, chegando até o fenômeno da midiaticização da sociedade. Como o nosso objetivo com esse trabalho também é pensar sobre a construção da legitimação institucional, tal temática estará inserida ao longo de todo o texto, ganhando enfoque especial na sua relação com a ambiência midiaticizada.

Comunicação e legitimação: relação e construção social

A forma primordial do homem ser no mundo é a relação. É na relação com aquilo que desperta a sua percepção que o homem conhece o mundo a sua volta e vai em busca de outras relações que possam atender as suas necessidades de plenificação de vida. Considerando que a base da comunicação é relacional, Peruzzolo (2006) afirma que estudar comunicação como fenômeno humano é também estudá-la como fenômeno cultural. Dessa forma, objetivando uma abordagem que dê conta dessa base do fenômeno o autor propõe um olhar que prima pela essência da comunicação antes de seus aspectos culturais e que leve em consideração os aspectos antropológicos e a base infracultural presente no homem e que possibilita a comunicação.

A força vital leva o ser à relação com a alteridade para que ele possa construir sua existência. A relação é organizada em forma de mensagens que se apresentam como resposta à necessidade do outro que, no ato de acolhê-la, encontra o seu destinador, assim também operando o seu fazer no mundo. A comunicação é, então, uma relação específica que se efetua por um meio material que se torne base dos investimentos pessoais nessa relação. (PERUZZOLO, 2006,p.30)

A força que leva os seres a comunicação é a própria força natural da vida que impulsiona a ação em busca da sobrevivência. Já no código genético de todos os animais, está contida uma espécie de comportamento informacional que tem na matéria, uma forma de relação. Sendo assim, pela intencionalidade da matéria, que se organiza em forma de relação, se dá o comunicar-se como modo de sobrevivência e como modo da vida desenvolver-se em direção ao menos material, em direção a sua plenificação.

Ao mesmo tempo essa busca pela relação com a alteridade constrói a existência do homem, constrói também a realidade e a ordem social. Tomando como base as considerações de Berger e Luckmann (1997) sobre a realidade como resultado de uma construção social é possível afirmar que a comunicação também está no início do processo de construção da ordem social.

A relação é a estrutura da comunicação. É no encontro com a alteridade que surge a possibilidade relacional do ato comunicacional. Para tanto, é necessário que o outro seja percebido. E para que algo seja percebido por um ser, é preciso que este possua uma estrutura biológica capaz de tal percepção, dada pelo código genético de cada espécie. Essa seria a base infracultural da comunicação. Assim, a comunicação é uma relação construída sobre o outro percebido e que por isso, depende diretamente das possibilidades biológicas de percepção do

ser. E algo só se apresenta como um estímulo para um organismo se este já possuir formas de capturar tal informação como um estímulo.

Entretanto, o que vai definir o tipo de relação que o ser irá construir com o outro percebido é a representação. Como representação, entendemos, com base em Peruzzolo (2006), o investimento de valor feito sobre o dado percebido e que vai definir a forma do ser agir sobre esse objeto percebido. A representação funciona como uma forma de adequar as reações do organismo em relação ao mundo de maneira tal, que podem controlar as percepções. Assim, a percepção e a representação são os modos pelos quais os seres experimentam o mundo a sua volta, agem concretamente sobre ele e regulam a sua atividade relacional.

No nível humano a representação é cultural e essa nova estrutura torna-se dominante em relação às formas de representação mais atreladas ao código genético. A representação do homem continua com sua base infracultural, organizada e programada pelo passado da espécie e pelo processo de aprendizagem de cada organismo, mas passa a ser dominada pelo simbólico. O simbólico possibilita ao homem conhecer as suas necessidades e controla-las com valores. E nesse processo de atribuição de valores surge a cultura, como um mundo criado pelo homem como resposta as suas necessidades.

A base infracultural, que garante ao homem suas capacidades de percepção e representação, além de tornar possível o encontro de dois seres em uma mensagem também oportuniza ao homem perceber e avaliar o mundo a sua volta e construir uma realidade dotada de sentido. Partindo da idéia de realidade socialmente construída, a vida cotidiana emerge como a realidade por excelência. Na medida em que forma um mundo coerente, a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens como certa e subjetivamente dotada de sentido.

Assim como a realidade, a ordem social também é fruto da ação do homem. “A ordem social existe unicamente como produto da atividade humana” (BERGER E LUCKMANN, 1997, p.76). Essa ordem nasce da resultante das atividades humanas passadas, e só continuará a existir se a atividade humana continuar a produzi-la. É a atividade humana a unidade de construção da ordem social, na medida em que as ações são realizadas repetidamente da mesma forma até se tornarem hábitos. As ações tornadas hábitos acabam por ganhar um significado especial para o indivíduo por serem admitidas como certas por ele e por acabarem com o processo de tomada de decisão sobre o modo de se fazer a ação. O processo de formação de hábitos é o antecessor de todos os processos de institucionalização.

Em todo esse traçado sobre a construção da realidade trazido por Berger e Luckmann evidencia-se a busca incessante pela alteridade, a necessidade da troca e da relação para que a vida se desenvolva. Nesse sentido, para que a vida seja possível, para que o mundo se organize da forma como o conhecemos, a comunicação se estabelece como relação essencial e recíproca que torna possível o encontro dos seres a construção da nossa realidade. Dependendo do tipo investimentos feitos pelos comunicantes, a relação de comunicação se estabelece com algum propósito como transmissão de informação, produção de influência, obtenção de respostas, criação de hábitos, institucionalização de ações, legitimação de estruturas etc.

Dessa maneira, a complexificação do social é toda permeada por relações de comunicação. Isso ocorre porque é pelo compartilhamento das experiências que as formas de

agir vão se estabelecendo e se constituindo como elemento construtor da realidade. Dessa forma, as ações habituais compartilhadas sempre compartilhadas pelos integrantes do grupo social, de maneira recíproca com a tipificação das próprias instituições e dos atores. Em consequência dessas tipificações, as instituições, pelo simples fato de existirem, controlam a ação humana pelo estabelecimento de padrões previamente estabelecidos de conduta. Quando um segmento da atividade humana está submetido ao controle social, esse segmento está institucionalizado.

Todos esses processos sociais são imbricados por fenômenos comunicacionais que, são respostas às necessidades dos comunicantes e que são agentes formadores de realidades sociais. Tais atos só são possíveis porque a experiência individual de cada comunicante é tornada pública através da linguagem e passa a ser elemento constitutivo do social.

Como já abordado anteriormente, a comunicação é uma relação. E o que torna possível a uma relação ser de comunicação é a existência de um meio de representar, de uma matéria significativa na qual se inscrevem as marcas que possibilitam a representação dos sentidos daquilo que se quer comunicar. É a representação que vai tornar específica a relação de comunicação por um meio material chamado mensagem. A comunicação humana é uma relação que se dá entre dois comunicantes por um meio material passível de representação. Dessa forma, a palavra, o filme, a foto, são meios de comunicar e a sua organização em mensagens são as materializações que submetem as representações do que se quer dizer e do que significa aquela relação de comunicação.

Assim, na mensagem está contida tanto a representação daquilo que se quer comunicar como também a representação de quem se quer capturar, o outro necessário para que a relação aconteça. Evidenciam-se assim duas questões importantes sobre o comunicar. A primeira questão é sobre a relação de comunicação acontecer fora dos sujeitos comunicantes, na mensagem construída materialmente. É por isso, que Peruzzolo (2006) afirma que a relação de comunicação se dá entre os comunicantes e não neles. A outra questão que se aclara é que a relação de comunicação também é constituída pelos sujeitos comunicantes imbricados nela, estes não apenas se compreendem nessa relação como também se mostram compreendidos nela.

“A comunicação é, portanto, uma relação no jogo do encontro com a alteridade”. (*ibid*, p. 59). Nesse sentido é que Peruzzolo também afirma que a condição para que o ato de comunicar seja possível é a existência de um meio material de comunicar, a mensagem, no qual se pode produzir um efeito de informação. Sendo a informação o dado novo, ela só se constituirá em mensagem quando se apresentar como resposta possível às necessidades de quem o percebe. Tal condição atrela a relação do ser com a informação às suas capacidades biológicas de percepção e representação do novo como dotado de sentido para o nível operatório da espécie e também como um acréscimo dentro das possibilidades de devir deste ser.

Sendo assim, a representação do outro pode ocorrer em diferentes níveis, dependendo da percepção de cada espécie. O primeiro nível de percepção é o da imagem, da presença corporal da alteridade que é percebida conforme os desejos e necessidades de quem o percebe. O segundo nível é o do sinal que são elementos indicativos diretamente ligados aos seres de uma espécie e que se constituem como a forma de percepção da alteridade de uma relação de comunicação por serem inteligíveis dentro dessa mesma espécie.

Tanto a imagem como o sinal são meios de comunicação do nível da representação e que comportam as possibilidades genéticas dos animais e as suas formas de relação com a alteridade. No que diz respeito ao humano, devido ao desenvolvimento biológico e a complexificação da atividade cerebral a representação é dominada pelo nível do simbólico que permite ao homem ter idéia de futuro além da capacidade de relação com a alteridade ficar descolada da imagem e do sinal.

Tal abordagem evidencia progressiva independência da comunicação em relação ao meio. Na comunicação humana já não é mais preciso a presença dos comunicantes, nem do sintoma de algum deles, mas pelo simbólico um outro meio, a cultura, é construído pelos comunicantes. Com o simbólico o homem tem capacidade de projetar o futuro e de agir para que esse projeto se concretize. O simbólico deixa o homem independente do tempo e do espaço presente e permite que ele se relacione com elementos ausentes por pensamentos e associações mentais. “É desse modo que a ordem simbólica é o lugar de morada do homem.” (PERUZZOLO, 2006, p.79)

Aqui entramos de forma mais direta na relação entre a comunicação e a construção da legitimação de uma instituição. A comunicação humana, dotada de toda a sua capacidade representativa e simbólica está, como uma base relacional, presente também no processo de legitimação. A necessidade de captura do outro pela mensagem do ato de comunicação e a completude de devires paralelos que se encontram na mensagem comunicativa também torna possível a explicação e a justificação de uma organização na ordem social.

Tal processo se desenvolve pela interação social entre as diferentes gerações que se sucedem numa ordem social e que vão tendo contato com as tipificações e institucionalizações já presentes nela. As tipificações tornam-se instituições históricas, e depois disso, ganham a qualidade de objetividade. Quando essas objetivações precisam ser repassadas para as novas gerações elas perdem flexibilidade e não podem mais ser mudadas com tanta facilidade.

Com esse passar de gerações, a ordem social exige ser explicada e justificada constantemente. O processo que garante essa justificação e a explicação é a legitimação. Tal necessidade de legitimação se explica, pois “a lógica das instituições não reside nelas próprias e nem em suas funções externas, mas na maneira que essas são tratadas na reflexão que delas se ocupa”, assim, essa lógica “faz parte do acervo socialmente disponível de conhecimento, tomado como natural e certo.” (BERGER E LUCKMANN, 1997, p.92)

A demanda de legitimação ocorre quando as objetivações da ordem institucional precisam ser repassadas a uma nova geração. Para reatar as unidades de história e biografia das instituições, é preciso explicar e justificar os elementos da tradição institucional. Tal processo é resumido de forma muito clara na afirmação de Barichello (2002, p.38) “podemos dizer que as instituições são legítimas por seus papéis particulares e sua localização em um mundo dotado de sentido.” Esse é o processo de legitimação que implica no conhecimento dos significados objetivados da ordem social na explicação dos papéis e das ações sociais.

Munido de capacidades biológicas e simbólicas, o homem entra numa relação de comunicação em busca de um outro para sanar as suas próprias necessidades. Nessa relação, os dois comunicantes se encontram na mensagem produzida de forma a ser resposta tanto para quem está propondo o ato comunicativo, como para o outro, que só vai aceitar fazer parte da relação se encontrar na mensagem uma forma de também sanar suas necessidades. A partir

desse quadro de investimentos feito pelos dois comunicantes sobre a mensagem, meio que os coloca em relação, é que Peruzzolo afirma ser recíproca a relação de comunicação e é essa reciprocidade que impulsiona as constantes relações entre os seres humanos e assim, a constante construção da realidade e dos processos sociais.

Pensar a comunicação e a legitimação, nada mais é do que atentar para as formas de relacionamento do homem com o mundo, num processo construtor da realidade social e cultural. Nesse emaranhado, qualquer nova possibilidade de atuação traz novos arranjos da existência humana. Objetivando nos dedicar as mudanças trazidas pelo desenvolvimento tecnológico e pelas mudanças sociais trataremos agora dos imbricamentos entre tecnologia, comunicação e cultura.

Tecnologia, comunicação e cultura: afetações e novas possibilidades

O impulso da vida que busca a sua plenificação vai se movimentando de maneira a buscar novas formas de ser e dos seres se relacionarem. Dessa forma ao longo da história da humanidade, inúmeras são as modificações por que passam a comunicação, a cultura e também a própria sociedade, já que são mutuamente constitutivas uma das outras. Peruzzolo (2006) até afirma que a comunicação, quando pensada de maneira inter-relacional com a cultura, é o movimento da vida social.

Dentro desse panorama, o homem pela sua faculdade simbólica, vai buscando novas possibilidades de atuação, procurando novas formas de responder as suas necessidade e para isso vai criando tecnologias que o possibilitam fazer coisas que antes não eram possíveis. O desenvolvimento tecnológico é alavancado como possibilidade de respostas mais amplas às necessidades do outro e de devir do homem.

A tecnologia se insere como um propulsor de novas formas de relacionamento do homem com o mundo que ele percebe. E isso se traduz no desenvolvimento das mais variadas ferramentas tecnológicas e também resulta em novos processos de comunicação social, que conseqüentemente se configuram como novos estruturantes da vida em sociedade. Com essa evolução da técnica, a cada nova mudança no modelo comunicacional ocorre também uma mudança nos modelos culturais, na organização da sociedade e na própria vida do homem. “Tecnologia não é só invenção de um instrumental físico operacional, é também o movimento de uma mudança no fazer humano e no seu pensamento.” (PERUZZOLO, 2006, p.260). Dessa maneira, quando falamos em construção da legitimação na contemporaneidade se faz necessário atentar para a relação que as mudanças tecnológicas têm com esse processo. A tecnologia não altera apenas as formas do homem fazer as suas coisas, mas modifica a cultura e conseqüentemente tem influência nas formas de pensar e perceber o real.

E esse trajeto do desenvolvimento da tecnologia é muito mais que uma sucessão inventos e determinismos técnicos, mas é resultado do desenvolvimento das capacidades do homem que a cada avanço escancara diante de si um mundo de possibilidades. “Bem mais que simplesmente um produto, uma tecnologia provem do conhecimento científico e logo passa a fazer parte da cultura, impregnando o imaginário social pelo qual dada cultura se explicita.” (POLISTCHUCK E TRINTA, 2003, p.34). A cada nova tecnologia que se instaura na sociedade estão embutidas as novas possibilidades de sentido e de controle do natural e do social pelo homem. E cada vez que o uso de uma tecnologia vai se familiarizando na atividade humana cresce a tendência à sua dependência. O uso de uma tecnologia é reflexo do momento

histórico, cultural e social no qual ela surgiu e foi adotada da mesma forma que, ao ser adotada, essa mesma tecnologia modifica a cultura e a organização social.

Na contemporaneidade, o elevado nível de crescimento da tecnologia impulsiona, juntamente com outros fenômenos sociais e culturais, uma aceleração das formas de vida. É notável também um tratamento mais superficial e veloz dado às questões importantes e às relações sociais, como se tudo acontecesse numa atmosfera de agitação e fluidez materializada nos constantes e instantâneos estímulos visuais e sonoros a que o homem é submetido cotidianamente na contemporaneidade.

Todo esse novo contexto tecnológico traz consigo uma nova visão de mundo e que remetem a produção discursiva da sociedade. Dessa maneira, cada tecnologia é elemento estruturador dos significados aceitos na ordem social como característico de sua própria cultura. A tecnologia também passa a integrar o imaginário e juntamente com as novas proposições sociais de códigos de comunicação e conduta novas linguagens são criadas.

Nesse sentido, a cultura aparece como fator imprescindível para o entendimento do processo de mudança trazido pelas inovações tecnológicas. Seguindo o modelo cultural proposto por Audet e abordado por Peruzzolo (2006), tem-se que toda a resposta aos anseios do homem que se torna consagrada na sociedade, é depositária de valor simbólico e passa a integrar o quadro cultural previamente existente não como um simples objeto, mas como um sistema de relação e de sentido.

Dentro dessa proposta de modelo cultural, as relações que se estabelecem como privilegiadas, atingem esse status ao passarem por um processo de institucionalização de quatro estágios. O primeiro é o da percepção da alteridade, do outro, segundo as potencialidades biológicas do ser e de forma a ser resposta para as suas necessidades e os seus anseios. No homem a percepção já está presa à representação e vem atrelada ao sistema cultural.

O segundo estágio é o da representação do dado percebido e que torna possível a relação por qualificar, definir os modos e materializar tal dado num suporte, o que se constituirá em uma mensagem. No nível da representação, a natureza humana se diferencia do animal no seu modo de agir devido sua capacidade simbólica.

Já no terceiro estágio ocorre a relação que se estabelece em vista das representações investidas nos limites do simbólico. O homem percebe um objeto e a partir da sua representação desse objeto é que a relação vai se estabelecer. E toda a percepção é movida por um desejo, que primordialmente se manifesta pelo impulso da conservação de si e da espécie, e que motiva a busca por uma resposta a essa necessidade ou anseio. “Então, em todo o fenômeno cultural, há sempre uma percepção, depois uma representação, da qual nasce uma relação, e que a subentende, que será adaptada aos sistemas de cultura integrada.” (ibid, p.149)

E por fim, o último estágio é o do ajustamento da relação. Quando uma relação estabelecida é agradável e gera satisfação dos envolvidos, ela tende a ser fixada na forma de uso, hábito ou costume. Com a fixação fica garantida a continuidade dessa experiência que se organiza enquanto forma de ação e comportamento adequado e eficaz. O estabelecimento de um uso ou costume se dá através da mediação da linguagem e da preservação da memória e faz com que a experiência tenha continuidade temporal e uso social.

Ao atentar para tal processo de institucionalização é notável a sua proximidade com as fases desenvolvidas por Berger e Luckmann na construção da legitimação. Entende-se que os dois processos são complementares, visto que os estágios de institucionalização trazidos pelo modelo cultural dão conta do processo anterior ao abordado pela legitimação. O primeiro se dedica as fases que levam ao estabelecimento de um hábito e o segundo, aos estágios que fazem com que um hábito se torne uma instituição legitimada na ordem social.

Então, as relações ao passarem pelo ordenamento e ajustamento são estabilizadas e constituem o modelo cultural. Pelo processo de ajustamento as relações passam a ordenar as condutas posteriores sendo fator ativo na organização cultural e social dos agrupamentos humanos.

A comunicação e a técnica também se imbricam no modelo cultural de forma a possibilitar e afetar os modos de pensar e de organização do social. A condição filogenética do homem explica esse imbricamento na medida em que é a criação técnica e a capacidade de projeto que proporcionam a abertura do ser humano à cultura e à linguagem, da mesma forma que os órgãos sensoriais abrem o ser vivo para a percepção do mundo.

Os meios de comunicação com suas lógicas de funcionamento, suas possibilidades de uso e os significados também condicionam as formas de vida e de visão de mundo. Pode-se falar assim do caráter inseparável da tecnologia e da linguagem que são tanto formas de expressão como dinâmicas de transformação e ação humana sobre o mundo. Tal pensamento, quando aplicado aos meios de comunicação e as maneiras e tecnologias de comunicação assumidas e institucionalizadas em cada época não só impõem gramáticas de construção de mensagens como também condicionam a sua codificação e as percepções de mundo.

Sendo assim, o homem, constituído pela cultura, constrói seu próprio habitat a partir do estabelecimento de costumes, padrões de conduta e da produção, acumulação e partilha social de experiências. Essa ambiência criada pelo homem é feita de objetos partilhados e sentidos produzidos pela sua capacidade simbólica.

O entendimento do conceito de cultura ainda demanda a consideração do seu caráter social e histórico. A cultura é a ação criadora do homem como forma de expressão, realização e de busca intencional pelo outro. “Por isso, a cultura exprime o processo histórico de relacionamento do homem com o real, enquanto exprime a sua realização no tempo e no espaço.” (PERUZZOLO, 2006,p.168).

Tendo em vista todo esse complexo de relações entre tecnologia, sociedade, cultura e comunicação se torna possível um entendimento mais abrangente sobre as mudanças sociais que vivemos na contemporaneidade. A preocupação em compreender, nem que seja de forma rápida, o imbricamento de fatores que dão origem a cultura e a sociedade contemporânea objetiva o distanciamento das abordagens tecnologicamente deterministas e é uma tentativa de dar conta da complexidade dos fenômenos atuais.

Midiatização da sociedade: ambiência e processos sociais

Quando nos deparamos com as redes virtuais, com as possibilidades interativas, com a velocidade e o alcance da internet não é difícil perceber como as mudanças na comunicação se traduzem rapidamente em mudanças culturais e sociais. O imbricamento dessas novas tecnologias no tempo atual é tamanho que a própria técnica passa a ser o fator estruturador da cultura e do espaço social, por isso fala-se em cibercultura e em aldeia global.

Contudo, é necessário atentar para o fato que o valor não reside nos aparatos tecnológicos, mas na relação que o fazer humano cria com as coisas e objetos. Conforme Peruzzolo (2006), a tecnologização que acompanhamos atualmente é um conceito simbólico que diz respeito a valores, a moral e a cultura e também se relaciona de forma prática com o fazer do homem no mundo ao tornar possível a globalização dos sistemas produtivos, dos mercados e do consumo. Dependendo da relação que se tem com ela, a tecnologia pode ser força-motriz essencial para o funcionamento da lógica capitalista garantindo o domínio político da cultura. Ou também, a tecnologia pode ser encarada na relação com quem não tem acesso a ela, configurando-se num elemento de agravamento de desigualdades e submissão.

O entendimento mais amplo da tecnologia não está nos seus formatos e conteúdos, mas nas suas relações de funcionamento, constituição e, principalmente, na sua relação com a dinâmica dos fenômenos socioculturais. Os avanços tecnológicos dos últimos tempos trouxeram modificações profundas na sociedade. Depois de séculos sob a hegemonia da palavra escrita que esteve na base da cultura ocidental, observamos, a partir do surgimento da fotografia e depois com o cinema e a televisão, a instauração da era das imagens. O imagético se constitui como o novo código predominante sobre o qual a realidade é apreendida, evidenciando a lenta perda de hegemonia do código da escrita e o surgimento de uma nova concepção de mundo.

Com o advento das tecnologias virtuais e das redes de computadores, teve o início da chamada cibercultura “arranjo material, simbólico e imaginário contemporâneo” (TRIVINHO,2007,p.3), que devido a rapidez, ao grande volume de informação e as modificações na relação espaço/tempo trazidas pela internet alteram as relações sociais e a própria comunicação.

Falar de cultura virtual significa falar de novos modos de sociabilização: conversa sem pessoa, contatos abstratos, encontros sem corpos. Não se trata do face a face, mas de uma presença virtual, o que não significa que seja menos real. Seguramente essa presença virtual permite e realiza quadros interativos, em que a idéia de presença do outro define emoções e sentimentos de junção humana. (PERUZZOLO, 2006,p.331)

Tais modificações não se estabelecem na sociedade como mero determinismo tecnológico, mas se estabelecem enquanto modelo cultural. Retomando as considerações de Audet e Peruzzolo, temos que essa nova cultura marcada pela tecnologia, pelo virtual e pelo midiático apenas se estabelece na sociedade por se constituir em resposta as necessidades e anseios do homem e que por isso, acabam sendo fixadas como formas privilegiadas de relação. Assim, o tecnológico, o virtual e o midiático passam a integrar o sistema simbólico e o panorama cultural já existente na sociedade, se apresentando como um novo modo de relação e de sentido.

Além da tecnologia, outro fator decisivo para que a ordem social e o modelo cultural contemporânea tenha atingido as feições atuais diz respeito a localização da mídia na centro da sociedade e da expansão de suas lógicas para os demais campos sociais, processo a que chamamos de midiatização. Podemos dizer que a midiatização é um processo relacional, que resulta do encontro de variados fatores e, ao mesmo tempo, interfere nesses elementos e

realidades que lhe originaram de maneira . Esse conjunto complexo de fatores acaba por dar origem a um novo ambiente existencial caracterizado por novas formas de cultura, atuação e percepção da realidade.

Nesse sentido, os campos sociais são afetados por lógicas de mídia ao ponto de midiaticizarem a sua atuação e se apropriarem de mecanismos e gramáticas que antes eram específicos dos meios de comunicação. Assim, os campos não podem mais ser considerados como autônomos e fechados, mas como possuidores de fronteiras porosas que permitem a afetação entre eles. Nesse contexto, a mídia transpassa os demais campos e afeta as suas lógicas já legitimadas e aceitas. Tal fato origina o que se chama de *bios* ou ambiência midiaticizada.

Num movimento de abertura e abarcamento, a mídia, passa a ser um núcleo que expõe suas formas de funcionamento e expande as suas lógicas para os demais campos. Os mecanismos e regras próprios do fazer midiático não ficam mais restritos aos meios de comunicação, mas configuram a atuação de outros atores sociais. Dessa forma, a midiaticização pode ser considerada como prática social, pois reconfigura a atuação dos demais campos sociais.

Braga (2006) aborda a midiaticização sob dois aspectos: o primeiro abarca processos sociais específicos que passam a se desencadear segundo lógicas das mídias, como acontece com o campo religioso, enquanto o segundo representa o processo de midiaticização da própria sociedade. O autor considera a midiaticização como processo de interação que caminha para o lugar de referência na sociedade, porém não sendo ainda um processo estabelecido ou terminado, mas em implantação.

Dessa forma, um processo interacional de referência é constituído como uma perspectiva de organização da sociedade estabelecendo-se como um dos principais direcionadores na construção da realidade social. Nessa lógica, a construção social da realidade é moldada pelas processualidades interacionais utilizadas pelos indivíduos e setores da ordem social. A realidade é produzida pela sociedade através das interações sociais, do mesmo modo que essas interações também são moldadas pela sociedade a partir das expectativas geradas pelas construções sociais já existentes anteriormente. Com essa abordagem, Braga defende que, enquanto processo interacional de referência, a midiaticização está numa situação de transição que caminha para a condição preferencial, pois apresenta características que correspondem às demandas de processos sociais anteriores e, ao mesmo tempo, evidencia lógicas próprias.

Ao construir a realidade, essas maneiras de interação atravessadas pelas lógicas midiáticas vão acarretar a organização de um ambiente igualmente midiaticizado, um novo *bios* ou uma nova ambiência. Como ainda não se constitui em um processo interacional de referência, a ação condicionante da midiaticização se dá não pela imposição, mas pela hibridização com as formas vigentes no histórico real.

Os processos de interação e de construção social passam a ter como principal responsável a mídia, que por sua vez, possibilita a modificação do sentido espacial e temporal dando origem a novos ambientes sociais. Assim, a midiaticização é entendida por Sodré (2002) como um novo *bios* onde se sobressai a lógica do mercado e uma nova qualificação cultural, a tecnocultura. Na nova ambiência, os conteúdos possuem fins mercadológicos que contribuem para a manutenção da ordem econômica vigente.

A abordagem do fenômeno da midiaticização como uma nova ambiência ressalta a porosidade das instâncias sociais que nesse novo *bios* passam a ter suas ações cotidianas atravessadas pela mídia. Pode-se vislumbrar assim a condição sociotécnica da midiaticização, que se estabelece como uma nova configuração de práticas e ambientes sociais possível pelo desenvolvimento dos meios tecnológicos de informação e comunicação.

Contudo, Sodré (2002) ainda ressalta que o midiático, “enquanto categoria particular da forma espetáculo” não é necessariamente atrelado aos suportes tecnológicos podendo extrapolar para outras esferas da realidade. Essa extrapolação do midiático se faz pelo fato do próprio princípio de comunicar passar a ser formatado pelas características midiáticas o que garante que essa nova forma de ser torne-se realmente uma prática corrente no cotidiano social contemporâneo.

A visão da midiaticização como uma nova ambiência vai além das concepções funcionais e instrumentais que enxergam a mídia apenas como uma ferramenta operacional. O consistente desenvolvimento tecnológico, a passagem da linearidade da comunicação para a descontinuidade e para a fragmentação, a porosidade das fronteiras e a afetação da mídia nos demais campos sociais configuram a ordem social de forma a midiaticizar a própria sociedade. Tal formatação social não cabe mais conceitualmente na abordagem da mídia como um instrumento, por isso trabalha-se aqui com a idéia de ambiência.

E essa ambiência transparece também o investimento de valor feito não nos aparatos tecnológicos e midiáticos propriamente ditos, mas na relação que se tem com eles. Pensando um pouco em termos de comunicação e das modificações profundas que a midiaticização e a tecnologização acarretaram a esse fenômeno fica evidente o valor investido nessas relações. A comunicação, como uma relação entre dois comunicantes que para acontecer necessita de um meio material que se organize em mensagem, ao adotar as novas tecnologias e as lógicas midiáticas de forma tão decisiva permite inferir que essas mudanças são respostas satisfatórias aos anseios e necessidades do homem contemporâneo.

A mensagem formata pela relação de comunicação é a materialização das representações do indivíduo em relação a necessidade percebida, em relação ao outro que ele pretende capturar com sua mensagem e em relação ao mundo a sua volta. Dessa maneira, a forma de comunicar midiática ou cibercultural, ao se estabelecerem como formas de relação altamente recorrentes na ordem social evidenciam modificações nas sociabilidades, nas percepções e visões de mundo. A comunicação midiática e virtual não são apenas resultados de novos instrumentos técnicos, mas reflexos de uma nova ambiência.

Realidade e sociedade são configuradas por meio de novos mecanismos de produção de sentido tendo nas estruturas de conexões, uma nova forma de vínculo social. Fenômenos que indicam, segundo Fausto Neto (2006, p. 04), a “transformação da sociedade do ato social nas operações de contato. Estamos diante de uma nova forma de organização e produção social, onde o capital já não estaria mais apenas a serviço das estruturas, mas dos fluxos e das informações”.

Ainda na visão de Fausto Neto, a atividade de midiaticização realiza-se de forma transversal e relacional. A transversalidade se dá pelo fato da midiaticização não ter influência

restrita à mídia, mas também atingir as demais instituições e os seus usuários, num processo de afetação. Essa afetação se dá de forma relacional, pois os campos são atravessados pela midiaticização, mas da mesma forma atravessam o campo da mídia. Dessa maneira, os efeitos gerados por esses atravessamentos também são relacionais. Esses movimentos recíprocos de afetação dão margem a uma complexificação da ordem social.

Nesse contexto, a internet figura na atualidade como uma nova ambiência constituída pelo fluxo tecnocultural atrelado ao suporte tecnológico dos computadores e das redes informáticas. Para Castells (2004), a internet é a base de uma nova sociedade, a qual ele denomina sociedade em rede, apresentando-se como meio de comunicação, interação e organização social que processa o virtual de maneira a torná-lo a realidade em que vivemos.

Sodré (2002) amplia tal abordagem ao considerar a mídia uma nova qualificação da vida que origina uma eticidade estetizante e vicária e desempenha poder simultâneo, instantâneo e global. Tal poder não deve ser considerado como estando na própria mídia, mas como advindo do modo de produção e organização da vida social. Como uma nova ambiência, a mídia encena uma nova ordem moral objetiva em consentimento com o conjunto de mudanças cognitivas e morais necessárias à lógica do consumo.

Ao pensarmos o processo de legitimação sob a perspectiva da ambiência midiática nos deparamos com uma série de implicações trazidas pelas modificações presentes nesse novo ambiente. A midiaticização não altera apenas as vias pelas quais se dá a construção da legitimação, mas modifica o processo de configuração da sociedade. Levando em consideração o que foi abordado anteriormente, tendo como base o pensamento de Berger e Luckmann, que a unidade construtiva da realidade é a ação humana, no momento em que essa ação passa a se dar preferencialmente em ambientes de mídia e/ou virtuais e tecnológicos o resultado é a edificação de uma nova atmosfera existencial com essas mesmas características.

Os papéis, as ações e as relações que vão sendo objetivadas até se tornarem hábitos também carregam essas mesmas características do ambiente midiático em que foram formadas. Com o surgimento de uma nova geração, as objetivações são repassadas com esses mesmos traços midiáticos além de serem organizadas em materialidades de mídia e tecnologia.

Dessa forma, o processo de explicar e justificar uma instituição na ordem social além de ter a sua maneira de acontecer, os meios pelos quais se dá a transmissão dos significados socialmente aceitos, modificados pelas novas possibilidades tecnológicas e midiáticas também terá que atender a novas necessidades do ambiente. Isso, levando em consideração que os valores da ambiência midiaticizada não estão nas suas estruturas virtuais e nem nas instrumentalidades tecnológicas, mas nas relações de sentido contidas nela e que se tornam depositárias de sistemas simbólicos e passam a integrar o modelo cultural da sociedade. No processo de construção da legitimação, fixação de hábitos, objetivação de papéis, institucionalização de ações, relações e instituições no *bios* midiático, não são só os elementos sociais em questão que se legitimam. No momento em que esses fenômenos vão sendo materializados em tecnologias e na mídia, além das instituições, atores e relações sociais se explicarem e justificarem também toda a lógica dessa nova ambiência é legitimada.

Considerações finais

Ao pensarmos na comunicação e na midiaticização da sociedade, na cibercultura e nas novas tecnologias de informação estamos sujeitos a fixar o nosso olhar em uma abordagem tecnicista e a nos preocuparmos mais com as características dos aparatos tecnológicos do que com a relação dessas tecnologias com o fazer humano. Com o caminho teórico desenvolvido neste texto, objetivamos ressaltar aquilo que afirmamos anteriormente, que o valor das novas possibilidades tecnológicas não está nelas mesmo, mas na relação de uso e de sentido que o homem atribui e deposita nelas.

Estudar os imbricamentos da tecnologia e das modificações sociais com a comunicação e a legitimação não podem traduzir-se em uma perspectiva de determinismo tecnológico. Mesmo parecendo que a base antropológica da comunicação e a tecnologia são pólos distantes, o percurso desenvolvido aqui, fundamentado basicamente na obra de Peruzzolo (2006), se propôs a evidenciar que o entendimento da relação de comunicação no seu início, no limiar do cultural é fundamental para o entendimento da ambiência tecnológica e midiaticizada na qual vivemos hoje. Ao pensar então, nas capacidades biológicas do homem, nas motivações que o fazem entrar em relação, se comunicar, buscar o outro, compreendemos a tecnologia como uma resposta aos anseios e as necessidades humanas. O fazer humano se especializa, cria novos instrumentos, consagra formas de relações novas como maneira de plenificar a sua busca pela vida.

No que tange a construção da legitimação institucional, o desafio é anterior à necessidade de repassar as objetivações de uma geração à outra. No *bios* midiático, para que uma ação ou instituição seja justificada na ordem social, é preciso que ela conte com mecanismos que a fixem na ordem social. A instituição enfrenta a multiplicidade de ofertas, com estratégias que potencializem a sua visibilidade e o seu tempo de presença na vida das pessoas. A busca pelo outro, o estabelecimento de uma relação, o ato comunicativo emergem assim como importante fator de construção da legitimação institucional tanto na ordem social como um todo, quanto dentro do campo da mídia.

Sendo assim, o estabelecimento dessas formas de ação midiaticizadas e tecnológicas além de ampliarem as possibilidades de ação do homem também se configuram como novas formas de perceber e contabilizar o real. A relação do homem com essas modificações não é apenas instrumental, mas de imbricamento e afetação. Estamos todos inseridos nessa nova ambiência de forma que todos nós trazemos conosco percepções, necessidades e ações midiaticizadas e tecnologizadas que alteram a nossa forma de ser e a sociedade, mas que não superam em nós as bases cultural e biológica que nos fazem seres humanos.

Referências bibliográficas

BARICHELLO, E.M.R. A construção da visibilidade institucional na mídia. In: SILVEIRA, A. C. M. et al. **Comunicação midiática**. Santa Maria: FACOS – UFSM, 2002.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta a mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1997.

CASTELS, Manue. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Denis (org). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2004.

FAUSTO NETO, Antônio. Mídia, prática social – prática de sentido. Rede Prosul, paper – CNPQ/Unisinos, 2006.

PERUZZOLO, Adair Caetano. **A comunicação como encontro**. Bauru: Edusc, 2006.

POLISTCHUCK, Ilana; TRINTA, Aloísio Ramos. **Teorias da Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

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

TRIVINHO, Eugenio. **Cibercultura e existência em tempo real**. Contribuição para a crítica do modus operandi de reprodução cultural da civilização midiática avançada. *E-Compós*. Brasília:, n.9, agos. 2007