



Comunicação Virtual: Uma Outra Modalidade de Relação¹

Angélica LUERSEN²

Lutiana CASAROLI³

Universidade Comunitária de Chapecó, Chapecó, SC

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

As novas tecnologias de comunicação midiática vêm modificando as formas de relação entre os indivíduos em sociedade. A virtualização da comunicação, especialmente através da internet, tem proporcionado novas configurações de espaço-tempo e atuado diretamente na conformação das sociedades. Neste sentido, a partir de Sodré (2002), Peruzzolo (2006), Levy (1996) e Castells (1999), refletimos a virtualização como uma modalidade de comunicação em constante processo de expansão, provida de características particulares, responsável por novas formas de relacionamento entre os indivíduos e o mundo num ambiente caracterizado como sociedade midiaticizada.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; midiaticização; virtualidade.

Pensar a comunicação da atualidade é estabelecer um novo traçado nos modos de relação entre os sujeitos. A comunicação é entendida como uma força que rege a vida e é impulsionada pelas formas de interação social. A tese que admitimos aqui é que a mídia constitui a realidade social dos sujeitos e o faz recorrendo a dinâmicas e processos inerentes ao seu próprio campo. Suas condições de produção estão relacionadas à temática dos demais campos e, sua autonomia está na capacidade de manejar enunciações dos diversos campos instaurando suas próprias marcas de enunciação.

Decorre que 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

¹ Trabalho apresentado no GP Ciberculturas do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Curso de Jornalismo da Unochapecó. Jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da mesma Instituição. E-mail: angelica.luersen@gmail.com

³ Professora da Universidade Federal de Goiás. Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática pela mesma Instituição. E-mail: fadaluty@yahoo.com.br



relação e compreensão do tempo-espaço no 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 virtualização, por exemplo, enquanto uma tendência que vem modificando as relações, a noção de tempo-espaço, a constituição do “eu” e do “nós”, o mundo dos sentidos, entre outros aspectos.

Os meios de Comunicação estão de tal forma envoltos no cotidiano social que não mais imaginamos nosso mundo sem a presença da televisão, do rádio, do jornal e da internet. São eles que nos possibilitam a construção e o reconhecimento de nós mesmos, dos outros e ao 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 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, perpassando pelos meios audiovisuais. Tencionamos, por fim, os conceitos de mediatização e midiatização para caracterizarmos a atual conformação social diante do fenômeno midiático.

1. Questões sobre a Comunicação Midiática

A sociedade hoje se caracteriza pela tecnocultura, quer dizer, por uma cultura da simulação, na qual os meios de comunicação mediatizam os fatos fazendo da “*representação apresentativa*” (SODRÉ, 2002) uma nova forma de vida. O sistema de comunicação em rede, proporcionado especialmente pela internet, coloca em cena uma nova espécie de formalização da vida social, implicando em uma outra dimensão da realidade: comunicação em tempo real através de um espaço virtual. O impacto deste tipo de relação de comunicação no mundo dos negócios, da ciência, da educação, da cultura e da própria vida cotidiana é notável e digno de atenção. De acordo com Sodré (2002), há alterações na própria natureza do espaço público. Agora, as formas tradicionais de representação da realidade interagem com as novas formas - a hipermídia, por exemplo, dando corpo e movimento a novos tipos de sujeitos sociais.

A mediatização é vista como “uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, (...) e com ênfase num tipo particular de interação” (SODRÉ, 2002, p.21). Essa interação acontece através



de um tipo de “prótese” tecnológica e mercadológica, chamado por Sodré (2002) de *medium*, que tende a ser uma “canalização” e a ambiência portadora de um código específico. Diferentemente do que se poderia imaginar, *medium* não significa apenas o aparato técnico, mas, isto sim, o “fluxo comunicacional, acoplado a um dispositivo técnico (...) e socialmente produzido pelo mercado capitalista, em tal extensão que o código produtivo pode tornar-se ‘ambiência’ existencial” (SODRÉ, 2002, p.20).

A mediação, por sua vez, é um processo natural à comunicação desde o momento em que a espécie humana se desenvolveu a ponto de poder estabelecer um tipo de relação com o mundo que a cerca, ou seja, o mundo exterior. Justamente neste sentido é que mediante as linguagens é que o homem consegue ter contato com as realidades do mundo. Qualquer tipo de cultura implica mediações simbólicas que são suas linguagens, seus trabalhos, leis, artes, entre outros. De acordo com Sodré (2002), mediação significa fazer ponte, possibilitar o comunicar entre duas partes. Assim, a linguagem é considerada um tipo de mediação universal.

Quanto ao processo de mediatização dizemos ser uma mediação específica dos sujeitos com determinadas realidades, através da interação comunicativa, fazendo uso da linguagem simbólica, a partir da qual se tem uma nova possibilidade de compreensão do mundo pelo sujeito. Este processo comunicacional que ocorre ordinariamente na vida dos sujeitos em sociedade configuraria, na visão de Sodré (2002), uma outra face da vida humana, uma nova *bios*. A luz da teoria aristotélica, na qual a vida humana seria composta das vidas contemplativa, política e prazerosa, o autor propõe uma quarta dimensão - a *bios* da mediatização, ou seja, da comunicação através dos meios constituindo uma espécie de quarto âmbito existencial, qualificada pela tecnocultura. Portanto, concluímos com Sodré que a mediatização tecnológica contemporânea produz a *bios* da mediatização.

Refletindo sobre a influência da quarta *bios* na vida dos sujeitos contemporâneos, consideramos importante trazer para o diálogo o conceito de *ethos* enquanto espaço da realização e da ação humana: espaço organizativo das situações do cotidiano, de sua consciência atuante e objetivada dentro de um grupo social. “O *Ethos* de um indivíduo ou de um grupo é a maneira ou o jeito de agir, isto é, toda a ação rotineira ou costumeira, que implica contingência, quer dizer, a vida definida pelo jogo aleatório de carências e interesses, em oposição ao que se apresenta como necessário, como dever-ser” (SODRÉ, 2002, p.46).



Dentro desta lógica da midiatização da vida, Sodré (2002) trabalha com Theilard de Chardin para falar sobre o que constituiria o “ser” ultra-humano, ou o ultra-humano planetário, como a dimensão que envolve o grande conjunto de redes e canais de comunicação tecnológica regidos pelo homem. Assim como seu próprio corpo - uma rede onde circulam fluxos e energia - o ultra-humano planetário compreende toda a dimensão da vida humana através de uma grande rede de comunicações capaz de transformar sua essência e de fundar uma nova “natureza”. Observamos então que o *ethos* midiatizado aparece como uma verdadeira instância da vida humana, atuando de forma constante e intensa nas sociedades, modificando as relações e a composição identitária dos indivíduos.

2. O Processo de Comunicação

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 difundiu-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 plenamente. Nesse sentido, Peruzzolo (1998, p.11) 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



peças, são também, e de modo a cada vez mais progressivo, o lugar de organização e produção social da maioria dos sentidos circulantes (...).

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 seu declínio com o 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, p.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 do 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 está sendo modificada pelas novas tecnologias. Por sua multifuncionalidade, sua acessibilidade, interatividade, facilidades de uso e comercialização cria-se novas formas de sociabilidade. Os indivíduos acabam tendo maior controle sobre a forma como se comunicam e constroem suas experiências cotidianas.



3. A comunicação na sociedade virtual

De acordo com Lévy (1996), é errôneo pensar o virtual como oposição ao real. Corriqueiramente pensa-se que o real é da ordem do concreto e o virtual da ordem da ilusão, mas na verdade, a lógica é outra. Virtual é o que existe em potência, não em ato, que tende a atualização sem ter passado mesmo a um aspecto concreto. Logo, o virtual não existe em oposição ao real, mas sim ao atual. Desse modo, a virtualidade e a atualidade são duas maneiras diferentes de ser.

O desprendimento do aqui e agora, por exemplo, é uma das principais características do virtual: não há endereço fixo ou concreto e não está fisicamente presente em lugar nenhum, apenas se apresenta em estado constante de atualização. De acordo com Lévy (1996, p.21), “a virtualização reinventa uma cultura nômade (...) fazendo surgir um meio de interações sociais onde as relações se reconfiguram com um mínimo de inércia”. Quando uma informação se virtualiza, ela se desterritorializa (BARICHELLO, 2006), quer dizer, ela se desliga do espaço físico e da temporalidade possível de ser cronometrada. Contudo, lembremos que as informações virtuais não são inteiramente independentes do espaço-tempo, pois necessitam sempre estar inseridas em suportes físicos e se atualizar agora ou em outros momentos.

Quando tratamos de tempo e espaço nos novos modos de conceber a comunicação precisamos refazer as relações que naturalmente trazemos em nosso repertório e pensá-las de um modo novo, diferenciado, (e não somente a tais pontos) pois,

o novo sistema de comunicação transforma radicalmente o espaço e o tempo, as dimensões fundamentais da vida humana. Localidades ficam despojadas de seu sentido cultural, histórico e geográfico e reintegram-se em redes funcionais ou em colagens de imagens ocasionando um espaço de fluxos que substitui o espaço de lugares. O tempo é apagado no novo sistema de comunicação já que passado, presente e futuro podem ser programados para interagir entre si na mesma mensagem (CASTELLS, 2000, p.397)

Evidentemente, as lógicas imbricadas na rede permitem uma expansão para toda a estrutura social (CASTELLS, 2000), o que gera uma reorganização das próprias relações entre os sujeitos e desses com a sociedade, que ganha uma nova forma. No caso da convergência das mídias, que agora parece estar mais abrangente, o espaço e o tempo reorganizam o sujeito e o sujeito faz o mesmo caminho (inverso), reconfigurando aí o tempo e o espaço. Alteram-se também as características, os objetivos e, assim, os



processos. Já estamos habituados aos processos estabelecidos pela sociedade em rede e agimos como atores que configuram esse novo cenário e concomitantemente fazemos a circularidade das ações (e talvez isso não pareça tão evidente ao senso comum).

A internet passa ser uma espécie de espinha dorsal da comunicação global mediada por computador. Nesse sentido, Castells (1999) aponta como panorama atual a forma pela qual é possível a existência de uma cultura da virtualidade real, um sistema em que a própria realidade é inteiramente captada, totalmente imersa em uma composição de imagens virtuais do mundo da imaginação. Um novo paradigma da comunicação no qual a virtualização se torna um processo que permeia todas as ações humanas, onde o espaço se desprende daquilo que é lugar e o tempo desdobra-se em intemporal e simultâneo.

A cultura da virtualidade real, associada a um sistema multimídia eletronicamente integrado, pesa em favor das transformações das relações comunicacionais, na conformação do tempo e nos tipos de sujeitos sociais que emergem, cada vez mais planetarizados e com culturas híbridas. O paradigma informacional da comunicação impõe novos estilos de vida, diferentes formas de interação e possibilidades de deslocamento neste imenso mundo, a qualquer momento, sem mesmo sair de casa.

É nesse sentido que entendemos que a complexidade da sociedade contemporânea não pode ser observada fora do contexto tecnológico. Destacamos a relação entre tecnologia e sociedade, ambas fundamentais uma a outra, uma vez que a tecnologia não determina a sociedade, mas incorpora-a, e esta determina a inovação tecnológica, contudo, utiliza-a. De acordo com Castells (1999, p.26), “embora não determine a evolução histórica e a transformação social, a tecnologia (ou sua falta) incorpora a capacidade de transformação das sociedades, bem como os usos que as sociedades (...) decidem dar ao seu potencial tecnológico”. Assim, a internet pode servir como exemplo da influência das tecnologias nas mudanças sociais: ela se transformou em uma grande rede de comunicação horizontal global composta de milhares de pontos, interligando a vida de inúmeras pessoas, modificando as economias e extrapolando as fronteiras do mundo.

Não poderíamos deixar de ressaltar o aspecto que diz respeito à amplitude desta outra face da vida humana: a *Bios* da mídiatização. Esta esfera que permeia e constitui a vida social contemporânea, como foi comentado anteriormente, não pode ser observada como um processo presente de forma equivalente na vida de todos os seres humanos.



Esse novo *bios* constitui-se em um universal sem totalidade, na qual os processos de referência (BRAGA, 2006) já incluem a exclusão. Isso equivale dizer que nem toda a sociedade estará integrada nesse sistema, contudo ele deixará de ser um processo de referência e continuará existindo e se perpetuando pela sociedade. Peruzzolo reforça a visão sobre as novas formas de relação estabelecidas afirmando que

estamos no universo pós-fotográfico e tecnológico, onde a tecnociência subverte as vias do imaginário, as formas de cultura e os modos de existência. É a cultura do híbrido, onde o saber se torna matéria prima para o imaginário artístico pessoal, como se tudo fosse uma ficção icônica. É a realidade digital, quer dizer, uma configuração constituída de pequenos pontos numa tela, chamados *pixels* (2006, p. 335).

Contudo, de acordo com Sodré, estas novas tecnologias de comunicação, a que se referem o hipertexto e a hipermídia, não devem ser chamados de “revolução da comunicação”, uma vez que, sob sua ótica, não trazem nenhum tipo de ruptura, e sim um aumento de velocidade e deslocamento ou ainda de “distribuição” de pessoas e bens no espaço. Sodré prefere utilizar o termo “mutação tecnológica” (2002, p.13). Na verdade, este novo tipo de tecnologia pode não ter trazido nenhuma grande revolução, mas modificou de forma contundente os tipos de relação que se dão entre os produtores e receptores. A internet, além de promover uma comunicação horizontal, permite a interatividade e condensa esses dois papéis, pois compartilhando do pensamento de Lévy (1996), o usuário de internet pode ser considerado tanto autor quanto leitor, uma vez que tem a liberdade de construir suas narrativas através de recortes da rede.

Quanto à questão da interatividade⁴, exposta por Trivinho (2007) como a forma predominante de vínculo social, entendido como a colocação numa mesma atividade de dois ou mais sujeitos⁵. Interagir sempre está ligado a um contexto que proporciona além de troca de informações, uma certa direção previamente estabelecida, pois ela somente ocorre quando as pessoas agem em função de certa unidade de interesse. Na internet, podemos pensar que a interatividade se caracteriza pela capacidade dos usuários agirem

⁴ Uma distinção que se faz pertinente à discussão é que nem toda interatividade é plena. Isto é, em um certo lugar pode-se dizer que as ações são condicionadas por intenções prévias, são pré-determinadas segundo alguns objetivos específicos e, assim, todas as interações terão uma reação como resposta ao estímulo. Aí denomina-se interação reativa. É, pois, uma forma de interação pouco livre, uma vez que os caminhos, as respostas sempre serão guiadas, embora o sujeito acredite que está interagindo e ‘navegando’ livremente na web. Esses são, por certo, os modos mais utilizados até agora, embora não sejam tão efetivos quanto às interações mútuas. Tais interações se constituem como aquelas que são plenamente livres, sem demarcações nem limites, sem uma fronteira prévia.

⁵ Nesse caso é dito sujeito também para os meios tecnológicos digitais (programas, páginas da web, etc.), pois há também aí um sujeito que desenvolveu tais mecanismos, com um determinado fim, mesmo que ele não esteja presente no momento da ‘interação’ propriamente.



em função dos seus desejos próprios ou adequando-se ao que lhes é exigido, em conformidade com os interesses seus e de seus pares na interação. Desse modo, interagir tem um caráter ligado à programação dos sites que oferecem os objetos de interesse para quem os busca. A forma como isso se concretiza ou efetiva, pode variar de muitas maneiras e isso supõe dizer que nem sempre as relações que se estabelecem aí são homogêneas⁶.

Consideramos importante desmistificar as polêmicas que se formam em torno daquilo que é o virtual. Este fenômeno, que hoje possibilita a construção de novas formas de realidade e de diferentes modos de ser, juntamente com a internet, traz diferentes formas de comunicação na qual os indivíduos têm a oportunidade de se realizarem, de se construírem. Concordamos com Lévy (1996) quando salienta que pouco resolve resistirmos a um fenômeno tão forte e emergente e especialmente sentimos que cabe a nós, comunicadores sociais, desmistificar idéias errôneas e trazer para mesa posta da comunicação o que realmente significa o fenômeno da virtualização. “Seres humanos, pessoas daqui e de toda parte (...) vocês que vivem capturados, espartilhados, nesse imenso acontecimento do mundo que não cessa de voltar a si e de recriar-se (...) Bem-vindos à nova morada do gênero humano. Bem-vindos aos caminhos do virtual” (LÉVY, 1998, p. 150).

4. A Mídiação das Imagens

As novas tecnologias nos processos comunicacionais possibilitaram a multiplicação de imagens antes impensável. Sob esta pressuposição é que a visualidade assume função primordial dos processos de comunicação contemporânea. A imagem aparece agora, mais do que nunca, como a mola-mestra dos modos de comunicar presentes na atualidade. Basta pensar como os jornais ou revistas (impessos e virtuais) conquistariam seus públicos sem as imagens (como iriam descrever fatos que são

⁶ Primo (2007) aponta conflito e cooperação como duas reações possíveis no cenário das comunidades comunicacionais (e entram aí, evidentemente, as virtuais). Isso quer dizer que no ciberespaço os modos de interação podem ser tanto cooperativos - que demonstram interesses em comum, com forças de unificação na mesma direção (vide o caso das comunidades e dos sites de relacionamento), ou conflituosos (que não tem aplicação negativa nesse caso) compreendendo essa reação como resultado natural dos processos de existência social. É preciso constar que a separação entre conflito e cooperação só podem ser feitas conceitualmente, mas não devem ser entendidas como opostos extremos. Tanto é que mesmo o conflito pode ser entendido como uma força integradora entre os grupos, pois a demonstração de pontos de vista diferentes numa discussão virtual, por exemplo, pode fazer com que os sujeitos interajam promovendo um comportamento social de integração.



“simplificados” quando apresentados em imagens) ou mesmo como poderíamos conceber a existência da televisão. Vivemos, portanto, num momento essencialmente imagético. “As imagens, artefatos cada vez mais abundantes e importantes em nossa sociedade, não deixam por isso de ser objetos visuais como os outros, regidos exatamente pelas mesmas leis perceptivas” diz Aumont (2004, p.17). Elas estão por todos os lados e, por isso mesmo, somos instigados a vê-las.

De fato, Martine Joly (2005, p.10) aponta para um aspecto preponderante: “a utilização das imagens se generaliza e, contemplando-as ou fabricando-as, todos os dias acabamos sendo levados a utilizá-las, decifrá-las, interpretá-las”. Decorre que, ao olhá-las com maior cuidado e interesse, tentando decifrá-las, percebemos mais facilmente a estética ou o fato que ela pretende representar (personagens ou situações) do que propriamente os significados imbricados nela. Tais significados têm importância singular, pois remetem aos efeitos de sentido que a imagem já possui. Na televisão, assim como na fotografia, embora com suas diferenças, o grande fluxo de informações e principalmente a generalização das imagens faz com que fiquemos num nível mais superficial de interpretação e de compreensão, sem adentrar numa possível reflexão midiática.

A imagem caracteriza-se como um modo de comunicar mais acessível e aparentemente mais cômodo, pois, um analfabeto não pode ler um texto de jornal, mas pode ler parte do que é mostrado em fotografia ou mesmo compreender minimamente um texto audiovisual. Além disso, a imagem permite vários percursos do olhar e de produção de sentidos (pode-se dizer que é um tanto mais “solto” que os textos verbais). Embora essa produção de sentidos ocorra de forma distinta em cada sujeito, há sempre um mínimo de compreensão que é acessível a todos os destinatários.

Ao analisarmos os processos de comunicação é preciso considerarmos não o viés da comunicação linear e instrumental, mas sim 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,



consequentemente leva as pessoas a um novo regime social no qual estão intimamente ligadas, porém fragmentadas e distantes em termos de relações afetivas humanas.

Fausto Neto (2005) afirma com propriedade que o processo de midiaticização 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, sobre determinado 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 midiaticizada.

REFERÊNCIAS

AUMONT, J. *A imagem*. 8ªed. São Paulo: Papyrus, 2004.

BARICHELLO, E. M. R., *Mídia, territorialidades e sociabilidades*. In: XV Encontro da Compôs. UNESP, Bauru, SP, 2006.

BRAGA, J. L. *Sobre “Midiaticização” como processo interacional de referência*. In: XV Encontro da Compôs. UNESP, Bauru, SP, 2006.

CASTELLS, M. *A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FAUSTO NETO, A. *Midiaticização, prática social-prática de sentido*. Anais do Seminário sobre Midiaticização, Rede Prosul, São Leopoldo: Unisinos, 2005.



JOLY, M. *Introdução à análise da imagem*. 9ª ed. Campinas, SP: Papirus, 2005.

LEMOS, A. *Cultura das Redes: ciberensaios para o século XXI*. Salvador: Edufba, 2002.

_____. *Ciberespaço e tecnologias móveis*. Processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura. In: XV Encontro da Compôs. UNESP, Bauru, SP, 2006.

_____. *As janelas do Ciberespaço*. POA: Sulina, 2001.

LÉVY, P. *O que é o Virtual?* São Paulo: Ed. 34, 1996.

PERUZZOLO, A. C. *A Circulação do Corpo na Mídia*. Santa Maria: Imprensa Universitária, 1998.

_____. *A Comunicação como encontro*. Bauru, SP: Edusc, 2006.

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

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