

## **A Mídia, o Tempo e o Espaço: Como os Dispositivos Técnicos Articulam Conteúdos Simbólicos e Impactam a Vida Social<sup>1</sup>**

Isadora Araújo Santos <sup>2</sup>

Michael Manfred Hanke<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### **Resumo**

Este artigo sugere uma discussão, ainda que inicial, acerca de como os dispositivos técnicos da mídia articulam conteúdos simbólicos, distanciam as dimensões espaço-temporais e provocam impactos na sociedade contemporânea e pós-industrial. Por meio da revisão bibliográfica, consideramos os apontamentos dos teóricos John Thompson (1998), Ernst Cassirer (2004), Allen Wood (2008), Roger Silverston (2002), Nestor Canclini (2008) e Adriano Rodrigues (2006) para a compreensão dos aspectos relativos ao recorte epistemológico apontado. A fim de endossar o arcabouço intelectual utilizado, somando para a relativização de teorias e melhor estruturamento desta reflexão, consideramos também as contribuições de Vilém Flusser (2008) e Muniz Sodré (2002).

**Palavras-chave:** conteúdos simbólicos; dispositivos técnicos; espaço; mídia; tempo.

### **A revolução dos dispositivos técnicos**

Ao nos indagarmos sobre as consequências da atual organização do poder simbólico, chegamos à beira de uma investigação que aponta para o poder interativo entre os indivíduos e para o caráter mediado dessas relações. Para obter respostas minimamente razoáveis, é preciso, inicialmente, compreender mais sobre as recentes tendências da indústria da comunicação, assim como perceber as mudanças institucionais e a conexão entre esses aspectos e o desenvolvimento midiático.

Mas, afinal, o que é a mídia? Para Rodrigues (2008), o termo compreende objetos técnicos ou artefatos. A espécie humana, segundo o autor, sempre dependeu desses inventos, já que o processo evolutivo do Homem consiste na atrofia dos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 - Comunicação, Espaço e Cidadania do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na região Nordeste, realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

<sup>2</sup> Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). E-mail: isitaaraujo@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor Doutor do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). E-mail: michaelhankebeaga@yahoo.com.br.

dispositivos naturais e na elaboração de artefatos que compensam tais dispositivos atrofiados. Em aparente concordância, outro autor completa:

Descrevi a sociedade telemática emergente enquanto formigueiro - formigueiro singular, composto de formigas que não trabalham, mas sonham. Singular, ainda, por serem as paredes de suas celas imagens através das quais as antenas das formigas se encontram umas com as outras a fim de sonharem dialogicamente. Singular, sobretudo, por terem os corpos das formigas futuras se atrofiado, tanto funcional, quanto existencialmente; por serem cérebros ligados entre si por antenas para formarem supercérebro que secreta sonhos, e por aderirem a esses cérebros corpos mamíferos atrofiados. (FLUSSER, 2008, p. 183)

Por mais que pareçam fenomenais, os dispositivos midiáticos só realizam o que já estava, desde sempre, presente na experiência humana, não produzindo novas modalidades de experiência, mas a realização técnica de simulacros das experiências do Homem, como aponta Rodrigues (2008). Sodré (2002) explica-nos que o empenho dessa realidade técnica traduz-se pela tentativa de substituição da sensorialidade natural por informações digitalizadas. Isso significa que complexos dispositivos técnicos ocupam-se de gerar uma realidade simulada, verossímil.

Segundo Cassirer (2004), os fenômenos que se dão na vida de determinada espécie se aplicam tão somente à ela. No mundo do ouriço-do-mar, encontram-se apenas coisas do ouriço-do-mar, no mundo dos homens, apenas coisas dos homens. Comparado a outros animais, o homem vive em mais de uma realidade: a ampla e uma nova dimensão da realidade. Não limitando-se ao mero mundo físico, o homem vive em um mundo simbólico.

As vivências humanas - mediadas ou não - estão, invariavelmente, associadas à produção e ao intercâmbio de informações e de conteúdo simbólico. A mídia vem transformando a natureza desse processo, relacionando-se intimamente com a produção, o armazenamento e a circulação de materiais significativos. Sobre esse processo de intercâmbio de conteúdo informacional e simbólico:

Desde as mais antigas formas de comunicação gestual e de uso da linguagem até os mais recentes desenvolvimentos na tecnologia computacional, a produção, o armazenamento e a circulação de

informação e de conteúdo simbólico têm sido aspectos centrais na vida social. Mas com o desenvolvimento de uma variedade de instituições de comunicação a partir do século XV até os nossos dias, os processos de produção, armazenamento e circulação têm passado por significativas transformações. Estes processos foram alcançados por uma série de desenvolvimentos institucionais que são característicos da era moderna. (THOMPSON, 1998, p. 19)

Em função desses desenvolvimentos, expandiu-se a escala de produção e reprodução das formas simbólicas, que, por sua vez, tornaram-se mercadorias que podem ser adquiridas e vendidas, acessíveis aos indivíduos "largamente dispersos no espaço e no tempo" (THOMPSON, 1998, p. 19). Cassirer (2004) aponta que o Homem não pode mais lidar com a realidade de maneira imediata, ela está para além de seus olhos. A realidade física aparentemente recuou diante do avanço da atividade simbólica que se dá na humanidade.

A religião, a arte, o mito, a ciência e a linguagem são parte do universo simbólico em que vivemos. A atividade simbólica é uma característica da vida social e, sob esta perspectiva, existe uma gama de instituições que desempenham papel de reconhecido destaque na acumulação dos meios de comunicação e de informação. "Logo, em vez de definir o homem como *animal rationale*, deveríamos defini-lo como *animal symbolicum*" (CASSIRER, 2004, p. 50).

Thompson (1998) diz que as instituições religiosas produzem e difundem formas simbólicas associadas a valores espirituais, evolução e crenças; instituições educacionais produzem narrativas de conteúdo simbólico voltado aos conhecimentos adquiridos, habilidades e competência; e as instituições da mídia, por sua vez, dedicam-se à mais diversa difusão de formas simbólicas. Em virtude do poder simbólico, essas instituições detêm a capacidade de intervir nas ações dos indivíduos, criar eventos e alterar os acontecimentos, conforme explica Thompson (1998).

**Quadro 1 – Formas de Poder**

<b>Formas de poder</b>	<b>Recursos</b>	<b>Instituições paradigmáticas</b>
Poder econômico	Materiais e financeiros	Instituições econômicas (p. ex. empresas comerciais)

Poder político	Autoridade	Instituições políticas (p. ex. estados)
Poder coercitivo (especialmente poder militar)	Força física e armada	Instituições coercitivas (especialmente militares, mas também a polícia, instituições carcerárias, etc.)
Poder simbólico	Meios de informação e comunicação	Instituições culturais (p. ex. A Igreja, escolas e universidades, as indústrias da mídia, etc.)

Fonte: Thompson (1998). Adaptação nossa.

### Atributos do meio

A comunicação<sup>4</sup> implica que os indivíduos empreguem um meio técnico. "O meio técnico é o substrato material das formas simbólicas, isto é, o elemento material com que, ou por meio do qual, a informação ou o conteúdo simbólico é fixado e transmitido do produtor para o receptor" (THOMPSON, 1998, p. 26). No contexto da sociedade pós-industrial<sup>5</sup>, em uma comunicação via e-mail, o meio técnico é o *gadget* utilizado para digitar e receber a mensagem. Se a comunicação se dá por carta, o papel é o meio técnico. Até a interação face a face exige um meio técnico, que seriam as cordas vocais para emitir o som, o ar para que as ondas sonoras se propaguem e os tímpanos para que a mensagem seja recebida, isso, no caso da comunicação verbal.

Os meios técnicos permitem graus de fixação que variam. Thompson (1998) aponta para o baixo grau de fixação da conversação face a face, por exemplo, que vai depender da memória dos interlocutores. Em casos de filmagem, pode-se dizer que há um grau relativamente alto de fixação. Os meios técnicos podem, portanto, armazenar e, sobretudo preservar informações. Sobre o atributo fixação do meio técnico, no que se refere às imagens técnicas<sup>6</sup>:

Para fixar algo, para segurá-lo, é preciso recorrer-se às mãos, aos órgãos que agarram. De maneira que o produtor de imagem se vê obrigado a fazer gestos manuais jamais executados antes. Suas mãos

<sup>4</sup> "Mas se a comunicação é uma forma de ação, a análise da comunicação deve se basear, pelo menos em parte, na análise da ação e na consideração do seu caráter socialmente contextualizado" (THOMPSON, 1998, p. 26).

<sup>5</sup> Segundo Bell (1969), a sociedade pós-industrial baseia seus serviços e poderes na informação.

<sup>6</sup> "A imagem técnica ou tecno-imagem é a imagem pós-escrita, não mais feita de planos ou superfícies, mas de pontos, grânulos, pixels" (FLUSSER, 2008, p. 8).

não mais se dirigem contra objetos, não mais "trabalham", mas agora dirigem-se contra superfícies a fim de informá-las. Tal ato invertido contra a tendência das mãos é de tal complexidade que provoca no produtor de imagens nível de consciência novo: o nível "imaginativo". (FLUSSER, 2008, p. 23)

As imagens técnicas, feitas de grânulos, de pixels da TV ou do computador, por exemplo, demonstram a evolução dos meios técnicos e o aumento do atributo grau de fixação. "O mundo não se apresenta mais enquanto linha, processo, acontecimento, mas enquanto plano, cena, contexto – como era o caso na pré-história e como ainda é o caso para iletrados" (FLUSSER, 2008, p. 15). O mundo se apresenta em cena, como na pré-história, mas os meios técnicos em que se dá a experiência foram aprimorados. Segundo Cassirer (2004), o Homem envolveu-se de tal modo com formas linguísticas, símbolos míticos ou ritos religiosos, que também se dão por meio das imagens técnicas, que não consegue conhecer nada que não pela interposição do meio artificial que são as formas simbólicas.

Outro atributo que pode ser analisado nas imagens técnicas é o grau de reprodução. Esta característica relaciona-se à capacidade de multiplicação de formas simbólicas. A reprodutibilidade é um dos atributos que estão no primeiro pilar da exploração comercial das indústrias de comunicação. Thompson (1998) aponta para o terceiro aspecto dos meios técnicos: o grau de distanciamento espaço-temporal.

O grau de distanciamento espaço-temporal é um atributo dos meios técnicos que implica no afastamento da forma simbólica de seu contexto de produção, um distanciamento no tempo e no espaço. Na interação face a face, o distanciamento é curto, uma vez que as pessoas encontram-se próximas e ao mesmo tempo. Já nas relações mediadas por dispositivos técnicos, alteram-se as condições espaço-temporais entre os interlocutores, como explica Thompson (1998). Imagens técnicas podem apreender realidades distantes, de tempos diversos. Essas imagens podem ser reproduzidas em diversas partes do mundo, a qualquer momento. É sobre o impacto que os indivíduos estão submetidos ao experimentarem dimensões alteradas de tempo e de espaço que trataremos mais detalhadamente a seguir.

### **A dilatação do espaço e a redução virtual do tempo**

Cassirer (2004) afirma que a realidade está contida em uma estrutura espaço-temporal. A concepção das coisas reais está, segundo o autor, associada às condições do tempo e do espaço. No pensamento mítico, eles são vistos como grandiosas forças misteriosas que guiam a vida não só dos mortais, mas também a vida dos deuses. Analisar a forma como o tempo e o espaço atuam na experiência humana é, decididamente, diferente de analisá-la sob a perspectiva de qualquer outro ser orgânico, como aponta Cassirer (2004).

Em sua obra sobre o pensamento de Kant, Allen Wood (2008) comenta que, na visão newtoniana, espaço e tempo são entidades reais, que imperam independente de nossas mentes ou dos objetos que os preenchem, enquanto para Leibniz, tempo e espaço são construções conceituais elaboradas por nossas mentes a fim de sistematizar e compreender as relações entre as coisas no mundo. Sobre a visão kantiana:

A proposta radical de Kant sobre a natureza do espaço e do tempo é que eles são formas de intuição, modos necessários por meio dos quais conhecedores como nós mesmos podemos fazer contato cognitivo com as coisas. Nem eles nem as propriedades espaço-temporais das coisas e dos eventos têm alguma existência à parte de nossa capacidade de intuir objetos e mudanças nos mesmos. Essa proposta pode ser vista como oriunda do *insight* de que a consciência da temporalidade ( de estar localizado agora, neste momento determinado do tempo) é fundamental para o caráter perspectivista de todas as experiências que são possíveis para nós e de que ser posicionado no espaço é igualmente fundamental ao inelutável perspectivismo de nossa experiência a respeito de qualquer coisa (...) espaço e tempo tem essencialmente a ver com modos pelos quais no relacionamos com as coisas. (WOOD, 2008, p. 55-56)

Se a forma como nos relacionamos com as coisas está sempre atrelada às dimensões de tempo e de espaço, na realidade atual, os meios técnicos causam uma alteração nessas dimensões, modificando a vida social. O desenvolvimento das tecnologias da telecomunicação que se iniciaram na segunda metade do século XIX, segundo Thompson (1998), modificou a realidade da época. Até então, a disponibilidade das formas simbólicas estava atrelada ao seu transporte físico. Com o advento das novas tecnologias de telecomunicação, o distanciamento espacial não

implicava na circulação do conteúdo significativo. As telecomunicações possibilitaram a disjunção entre o espaço e o tempo: as informações poderiam ser transmitidas para distâncias cada vez maiores e em menor tempo. "O distanciamento espacial foi aumentado, enquanto a demora temporal foi sendo virtualmente eliminada" (THOMPSON, 1998, p. 36).

Nesse contexto de disjunção, surge a simultaneidade não espacial<sup>7</sup>. Tornou-se possível vivenciar eventos simultâneos em lugares distintos. Um fácil exemplo da simultaneidade não espacial intermediada por um dispositivo técnico é a que se dá no aplicativo *Tinder*. Pessoas em locais diferentes podem receber o *match* simultaneamente ao combinarem, ou seja, quando ambos têm interesse em estabelecer uma relação entre si. Outra situação em que isso ocorre é quando pessoas de lugares diferentes do mundo conversam por meio de uma ligação telefônica, ou quando empresários que se encontram distantes podem reunir-se virtualmente através do *Skype*, ouvindo e vendo-se mutuamente. Em seu livro, Wood (2008, p. 56) diz que "o que é objetivo sobre o espaço e o tempo depende do que é comum entre todos os sujeitos concernentes àquele perspectivismo".

Antes do desenvolvimento das indústrias da mídia, as noções que as pessoas tinham do passado e de locais distantes eram resumidas às mediações e conteúdos simbólicos das interações face a face, como explica Thompson (1998). Com o desenvolvimento dos dispositivos técnicos, surge o fenômeno da historicidade mediada<sup>8</sup>, que permite que indivíduos tenham uma compreensão do passado por meio de um conteúdo simbólico mediado. Filmes, novelas, livros e seriados nos transportam para tempos passados e até mesmo futuros, em toda parte do mundo. Essa alteração das dimensões de tempo e espaço criou a mundanidade mediada<sup>9</sup>, que nos confere uma compreensão do mundo para além de nossas experiências pessoais. Sendo assim, pode

---

<sup>7</sup> "Com o advento da disjunção entre espaço e tempo trazida pela telecomunicação, a experiência da simultaneidade separou-se de seu condicionamento espacial" (THOMPSON, 2009, p. 37).

<sup>8</sup> "Muitos indivíduos nas sociedades ocidentais hoje chegaram ao sentido dos principais acontecimentos do passado, e até dos mais importantes acontecimentos do século XX (as duas guerras mundiais, a revolução russa, o holocausto, etc.), principalmente através de livros, jornais, filmes e programas televisivos" (THOMPSON, 2009, p. 38).

<sup>9</sup> "Nossa compreensão do mundo fora do alcance de nossa experiência pessoal, e do nosso lugar dentro dele, está sendo modelada cada vez mais pela mediação de formas simbólicas" (THOMPSON, 2009, p. 38).

ser que pessoas que vivem na África tenham noção da cultura de pessoas que vivem na Europa e vice-versa, sem contudo, nunca terem visitado terras estrangeiras. Cassirer (2004) afirma que o Homem não habita um mundo de fatos crus, mas sim um meio onde as emoções, as fantasias, sonhos, as decepções e as ilusões são imaginárias.

Fica claro que a compreensão que temos do mundo vem sendo esculpida pelos produtos midiáticos e é nesse contexto que surge a sociedade mediada<sup>10</sup>. No *Facebook*, por exemplo, o conceito de sociedade mediada fica bastante evidente quando, ao considerarmos a situação política do Brasil, pessoas identificam-se como de esquerda ou de direita e corroboram das narrativas e conteúdos simbólicos disseminados. "É inegável que o pensamento simbólico e o comportamento simbólico estão entre os traços mais característicos da vida humana, e que todo progresso da cultura humana está baseado nessas condições" (CASSIRER, 2004, p. 51).

Para Silverstone (2002), a mídia está em todos os aspectos de nossa vida cotidiana, e nós, portanto, não podemos escapar dela. Passamos a depender dela para nos divertirmos, para obtermos informação, para vermos sentido em nossas experiências. Para o autor, "a mídia é parte da textura geral da experiência" (SILVERSTONE, 2002, p. 14). Nesse sentido, o complemento:

O século XX viu o telefone, o cinema, o rádio, a televisão se tornarem objetos de consumo de massa, mas também instrumentos essenciais para a vida cotidiana. Enfrentamos agora o fantasma de mais uma intensificação da cultura midiática pelo crescimento global da Internet e pela promessa (alguns diriam ameaça) de um mundo interativo em que tudo e todos podem ser acessados, instantaneamente. (SILVERSTONE, 2002, p. 17)

O autor (2002) mostra-nos que as novas tecnologias, cada vez mais convergentes pelos mecanismos da digitalização, vêm transformando significativamente o tempo e o espaço sociais e culturais através de noticiários 24 horas, serviços financeiros disponíveis 24 horas, acesso instantâneo à *World Wide Web*: não seria exagero afirmar que muito da vida pode ser vivido *online*.

## Conclusão

---

<sup>10</sup> "(...) sentimo-nos pertencentes a grupos e comunidades que se constituem em parte através da mídia" (THOMPSON, 2009, p. 39).



Canclini (2008) comenta que ao ganhar um celular, ganha-se também a necessidade de carregá-lo, fica-se dependente das chamadas, fica-se sujeito a ligações do chefe fora do horário de expediente. Ele vai além: "na verdade, nem todos podem fugir à exigência de estar sempre disponíveis, à vigilância daqueles que recordam que você pertence a uma empresa e a um lugar mesmo estando em outra cidade ou país" (CANCLINI, 2008, p. 41). Veja a reflexão imaginativa de outro autor sobre o universo das tecno-imagens, demasiado disponíveis nos dispositivos técnicos da mídia, dentre eles, o celular:

Já que estou fitando tela, não posso olhar em meu torno. Vejo o meu universo apenas graças às imagens ínfimas que aparecem na tela – mas vejo todo ele. Aperto determinada tecla e a história toda da humanidade aparece na tela. Se não gosto da história, posso modificá-la à vontade. [...] Se quero ver o universo da física ou o dos vários mitos ou o das várias religiões, basta que aperte as teclas apropriadas. Outras teclas me permitem recombinar esses universos e quiçá modificá-los. Todas as Grandes Obras do passado e do presente estão a meu comando, para serem vistas e eventualmente modificadas. Em suma: toda informação acumulada pela humanidade encontra-se a meu dispor para ser alterada por mim. (FLUSSER, 2008, p. 203)

Embora a mídia, seus aparatos técnicos e conteúdos simbólicos mediados tenham modificado nossa forma de ver o mundo, o tempo e a nós mesmos, Thompson (1998) afirma que ele não é o nosso único meio de autoformação. As relações interpessoais que se dão em família, no lar, ou na escola entre professores e alunos, também contribuem para o nosso discernimento, noção do mundo e de como nos posicionamos nele. Felizmente, ainda não chegamos ao futuro imaginado de Flusser em que seríamos, um dia, cérebros atrofiados, "formigas-anões que desprezarão os seus próprios corpos-apêndices" (FLUSSER, 2008, p. 185).

Contudo, também não podemos desprezar o fato de que estamos sendo cada vez mais bombardeados por produtos midiáticos que semeiam narrativas diversas em um terreno fértil, que transcende as dimensões espaço-temporais e amplia o alcance do conteúdo simbólico mediado, tornando-o cada vez mais acessível aos indivíduos de todo mundo.

Segundo Sodré (2002), a sociedade contemporânea, dita pós-industrial, rege-se pela tendência da virtualização, da midiaticização. Para o autor, encontramos-nos em um quarto âmbito existencial onde predomina a tecnocultura, vivemos o quarto bios<sup>11</sup>. Como aponta Sodré (2002), resta-nos a tentativa de não pensar absolutamente tudo midiaticamente, ainda há o que não tenha sido dito pela técnica. O futuro, para nós, ainda não chegou.

### Referências Bibliográficas

CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. Tradução de Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

ERNST, Cassirer: **Ensaio sobre o Homem**. Introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

RODRIGUES, Adriano. **Afinal o que é a mídia?** Disponível em <<http://www.ciseco.org.br/index.php/artigos/279-afinal-o-que-e-a-midia>>. Acesso em: 25/05/2006.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

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

TOURAINE, A. **La société post-industrielle**. Paris: Denoël, (1969).

WOOD, Allen W. **Kant**. Tradução de Delamar José Volpato Dutra. Porto Alegre: Artmed, 2008.

---

<sup>11</sup> "O bios midiático implica de fato uma refiguração imaginosa da vida tradicional pela "narrativa" do mercado capitalista. Frente a ele, é possível pensar no saber comunicacional como uma redescritção da realidade tradicional pelo pensamento que incorpore a nova ordem tecnológica, mas refigurando a experiência do indivíduo em sua relação com o mundo virtual, experimentando por sua vez uma crítica da existência e buscando um sentido eticopolítico para o empenho ativo de reorganização do nosso estar no mundo" (SODRÉ, 2002, p. 245).