

**MIDIATIZAÇÃO E JUVENTUDE: NOVAS CONFIGURAÇÕES DAS RELAÇÕES
SOCIAIS A PARTIR DA UTILIZAÇÃO DO FACEBOOK**

Ilana Camurça Landim¹

Resumo

O artigo compreende uma discussão qualitativa iniciada pelo apontamento histórico sobre como a sociedade moderna é vista a partir do contexto de múltiplas mudanças, enquanto que, a pós-modernidade, mesmo sendo ponto a existência discordante entre autores, compreende tempo de transformações ainda mais aceleradas. O estudo presente deteve-se nas relações sociais, as quais não podem ser mais compreendidas a partir do tempo e do espaço, tomando o espaço virtual através do uso de redes sociais como o Facebook. A comunicação mediada por computador ou celular ganha espaço no cotidiano, de modo que as relações virtuais, que não compreendem relações face a face, ganham ênfase e sentido na vida do sujeito. Os processos de midiáticação, intensificados a partir das mudanças sociais e culturais, contribuem para as mudanças das relações sociais, de modo articulado aos processos de mediação embasados pela literatura de Martín-Barbero.

Palavras-chave: Mediação. Midiatização. Juventude. Facebook. Relações sociais.

Introdução

Este artigo traz como temática a problematização da articulação entre midiáticação e juventude, sendo a última uma categoria que compreende pessoas dos 15 aos 24 anos (UNICEF, 2010). A compreensão da juventude não atende à noção de causa e efeito, influenciada diretamente pela mídia. Tornar-se pobre desprezar a compreensão dos processos midiáticos em sua complexidade, suspendendo o processo de midiáticação como maneira própria de sociabilidade e não apenas como mero componente social (mediação).

Não se busca compreender a midiáticação a partir de um olhar exclusivamente tecnológico, e sim levando em consideração o impacto trazido para o sujeito jovem em decorrência do crescimento desenfreado de recursos midiáticos que favorecem novos tipos de relacionamentos sociais. A mídia não apenas comunica informações, como coloca as pessoas em comunicação. Procura-se fornecer importância para as comunicações que ocorrem no

¹ Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará. ilanaclandim@hotmail.com.

Facebook², rede social que abrangem jovens como usuários, interagindo, construindo e ampliando vínculos.

Inicia-se a discussão com um breve histórico sobre a sociedade moderna rumo à sociedade pós-moderna, considerando que a mudança na sociedade pressupõe o surgimento de um novo sujeito e de novas formas de se relacionar. Admite-se a configuração de um novo sujeito jovem, principalmente, quando se pensa uma possível sociedade pós-moderna, definida por Lipovetsky (2005) como intensificadora da era moderna. O sujeito passa a ser visto como mercadoria, tendo que consumir desenfreadamente para tornar-se vendável. Esta venda também é anunciada por *Facebook* ao postar informações sobre suas opiniões, intimidade e interesses publicamente. Autores como Guiddens, Harvey, Schaff, Grossberg, Martín Barbero, Fausto Neto, Braga, Rodrigues, Bauman, Recuero e Sibilia endossam a proposta discursiva apresentada.

Breve histórico sobre a sociedade moderna

A sociedade moderna tem raízes antigas, porém, seu auge aconteceu no século XVIII. Habermas (1984) concebe isso como projeto de modernidade, tendo em vista que esta etapa tem sua categorização a partir da Era Iluminista³, onde havia no ápice a concepção de “Igualdade, Liberdade e Fraternidade”, lema da Revolução Francesa. Entre os filósofos iluministas encontram-se Hobbes, Locke, Voltaire, Montesquieu e Rousseau. Esses utilizavam o acúmulo de conhecimento concebido a partir do trabalho livre e criativo, buscando a emancipação e os direitos iguais. Existia uma busca desenfreada pelo domínio científico da natureza na medida em que a compreensão das organizações era racional, sendo o pensamento sempre apartado do mito, da religião e/ou da superstição (HARVEY, 1994).

Muitos são os autores que discutem sobre a sociedade moderna, como Marx, Dostoiévski, Bauman, Harvey e Hall. Para Harvey (1994), na sociedade moderna “tudo que é

² O *Facebook* teve sua origem em 2004, fundado por Mark Zuckerberg e quatro colegas de sua faculdade, sendo inicialmente limitada para os estudantes da Universidade de Harvard. Em seguida, foi expandida para outras faculdades. Em 2009, o estudo da Compete.com classificou o *Facebook* como a rede social mais utilizada em todo o mundo por usuários ativos mensais (GONTIJO, 2010). Dentre as ferramentas de utilização do *Facebook* está a possibilidade de responder a pergunta de partida quando se acessa sua conta: “O que você está pensando?”, sendo possível informar o seu local de passagem, fazendo um *check-in* via online e postar fotos. Há, ainda, a opção de “curtir” os comentários e fotos dos amigos que fazem parte da rede.

³ Iluminismo, também conhecido como Era da Razão, é um movimento cultural que partia das ideias de Liberdade, Igualdade e Fraternidade. Datando do século XVIII, na Europa, o movimento propunha a secularização das ideias religiosas, o conhecimento prévio e o poder centrado na razão.

sólido desmancha no ar” e, desse modo, pode ser considerada a partir de sua fragmentação, efemeridade e mudanças vistas como caóticas. Foi através do projeto modernista que a concepção medieval de ser “eterno e imutável” foi posta em xeque. Hall (2001) considera que as transformações vivenciadas modificam as concepções de sujeito, traçando o nascimento e morte do sujeito a partir de uma contextualização histórica feita por outros autores como Gilles Lipovestky (2005). Esse afirma que há um combate entre excesso e vazio, gerando autonomia, liberdade, novas expectativas e angústias frente ao indivíduo que emerge caracterizado pelo hiper-individualismo.

Em termos de revoluções técnico-industriais, sabe-se que, na primeira revolução, situada no final do século XVIII e início do século XIX, foi possível substituir a força física do homem pelas máquinas, inicialmente pela utilização do vapor, citado anteriormente, bem como pela posterior utilização da eletricidade. A segunda revolução industrial corresponde ao período atual, trazendo como inovação as questões ligadas à automação, aos computadores, a sociedade da informação e do conhecimento. A primeira deu saltos qualitativos no desenvolvimento da tecnologia, conduzindo às diversas facilidades e enfatizando o rendimento do trabalho humano. A segunda já propõe uma eliminação do modelo anterior, não resumindo o trabalho apenas ao que exige “suor” físico (SCHAFF, 1995).

O desafio da concepção atual é um trabalho humano não mais aos moldes tradicionais, e sim que possibilite a satisfação de necessidades materiais e espirituais. A sociedade conta, a partir disso, com a ocupação intelectual, exigindo uma formação de profissionais qualificados, estrategistas e focados em sua formação. Porém, o sujeito desde a juventude precisa dar conta de atender múltiplas demandas, sejam as de realização profissional e intelectual com uma demanda escolar intensificada em anos e exigências, a de realização pessoal, a de busca por um *status* social e a de pronto atendimento das expectativas pessoal e da sociedade.

Lipovetsky (2005) afirma que, ao transformar a vida da classe média, o consumismo, que teve seu início na Segunda Guerra Mundial instaura uma revolução que busca absorver o indivíduo na realização de si mesmo, sufocando-o com imagens, informações e cultura do bem-estar. Para isso, entrega-se a um *self-service* generalizado, que segue a velocidade da moda e da busca por *status*. Trata-se de um controle que não ocorre a partir da mecanicidade e totalitarismo, e sim funcionando a base da sedução sem deixar o jovem imune a tal contexto.

Entende-se tal modelo consumista próprio da sociedade moderna e exacerbado numa possível sociedade pós-moderna.

A época moderna, conforme Hall (2001), fez surgir o individualismo e sua identidade a partir do declínio da visão de um sujeito unificado. Tradições e estruturas foram derrubadas com os ideais libertários, fazendo emergir um indivíduo soberano. O sujeito adolescente ou jovem é aquele que está numa fase de aquisição de valores e capacidade intelectual necessária para a vida adulta, apesar de conceber o momento vivido como de instabilidade emocional em decorrência de múltiplos impulsos.

A sociedade em rede, espaço no qual se dão as relações humanas, é concebida por Castells (2010) própria de sujeitos que criam e transformam, que não aparecem como elementos passivos, atendendo à concepção de Levy (2010) na qual a internet é compreendida como lugar de atuação, ciberespaço, potencializadora de relações mesmo que diferenciadas entre reais e virtuais. Sendo a fase da juventude marcada por instabilidades, faz-se necessário a discussão sobre de que sujeito falamos num contexto midiático marcado por transformações no campo social e relacional.

A pós-modernidade e o surgimento de um novo sujeito jovem

Não há consenso entre autores sobre a existência de uma pós-modernidade, entretanto, quem defende a pós-modernidade a faz por acreditar que visões filosóficas, políticas e religiosas que atendem ao pensamento coletivo e integrado foram invalidadas. Ideais de liberdade, justiça e solidariedade, já ditos como solos do modernismo, apresentam-se na pós-modernidade numa perspectiva mais distante. Em contrapartida, percebe-se no pós-modernismo o desejo de escapar do mundo duro, que não se tem esperança e sentido na vida, onde há, sobretudo, uma exacerbação da individualização rumo ao hiper-individualismo a partir do ponto de vista de Lipovestky (2005).

Lipovestsky (2005) afirma que “o pós-moderno não passa de uma ruptura de superfície, que leva a lógica moderna a seus limites extremos” (p. 116), uma vez que o saber antes exclusivo, estanque e rígido passa na pós-modernidade para um saber inclusivo, flexível, que considera a heterogeneidade. Desse modo, percebe-se que a sociedade modificou-se, admitindo um novo olhar capaz de abranger diferenças e fornecer espaço para a configuração de inúmeras informações e conhecimentos novos.

Colocando em paralelo a era moderna e a era pós-moderna, a última observa a modernidade a partir dos riscos de coerção, totalitarismo, universalismo, rompendo com a concepção moderna ao instalar uma racionalidade pluralista. No modernismo se observa a fábrica, a luta política, o universalismo, o subjetivismo; em contraponto, na pós-modernidade apresenta-se o chip, o shopping, o espetáculo, o ecletismo, a pluralidade (LIPOVESTKY, 2005). Sabemos que os modernistas buscavam algo sistêmico, passível de se obter domínio completo, como observado nos exemplos citados no parágrafo anterior. Partindo dos pressupostos já discutidos, os pós-modernistas costumam conceber o incontrolável, o caótico e o complexo, tendendo mais para uma concepção aberta de mundo.

Há um processo ambíguo na diferenciação de modernidade e pós-modernidade, quando se percebem processos históricos contínuos, onde a modernidade acelerou e a pós-modernidade intensificou este processo. Porém, apreende-se marcas e configurações diferentes quando pensamos momentos históricos, econômicos e políticos distintos.

Nas sociedades tradicionais, o passado é venerado e os símbolos são valorizados porque contêm e perpetuam a experiência de gerações. A tradição é um meio de lidar com o tempo e o espaço, inserindo qualquer atividade ou experiência particular na continuidade do passado, presente e futuro, os quais, por sua vez, são estruturados por práticas sociais recorrentes (GIDDENS, 1991, p. 37).

Entretanto, o contexto de passagem do modernismo para o pós-modernismo parece refletir uma crise crônica no modo de organização da sociabilidade em seus diferentes aspectos econômicos, políticos e culturais e suas consequências, principalmente as que influenciam diretamente no sujeito atual. A relação espaço-tempo é perpassada por múltiplas informações a partir da aceitação da diversidade, uma crescente da informação, uma invasão do tecnológico e de novas formas de mediar as relações sociais.

Para Lipovetsky (2005), “nossa sociedade não conhece precedência, codificações definitivas, centragem: conhecem apenas estímulos e opções equivalentes em cadeia. Daí resulta a indiferença pós-moderna, indiferença por excesso e não por falta, por hiper-solicitação e não por privação” (p. 22). Tal autor remete-se ao momento moderno como decadente quando visto pelo aspecto de que todos os gostos e comportamentos podem coabitar sem se excluírem, seja operacional/esotérico, novo/velho, vida simples-ecologista/hiper-sofisticada. Não se podem categorizar referências, seja do ponto de vista da família (casais vivem sem filhos, um único genitor educa o filho sozinho), da sacralidade (as existências são consideradas centradas no individual), outros.

Quanto à juventude, esta aparece como uma categoria que reflete dilemas sociais quando vista como ameaça de rompimentos com a transmissão cultural e integridade social. Encarada como um momento de transição no ciclo da vida da infância para a maturidade corresponde ao momento em que é processada a sua integridade para tornarem-se efetivamente sujeitos livres para desempenhar papéis interiorizados por valores, normas e comportamentos (ABRAMO, 1997).

Abramo (1997) afirma que, apesar de uma história de militância por direitos, principalmente no que corresponde à oposição aos regimes autoritários, contempla novos nuances a partir dos anos 1990. Tal período corresponde à condensação do individualismo, consumismo e apatia, demonstrados através de sinais de indiferença à sociedade citada. Na modernidade e, intensificando-se no que pode ser denominado pós-modernidade, a juventude é associada à cultura hedonista e individualista, corroborando para a concepção do jovem não ser visto como sujeito com questões peculiares, e sim como produto da sociedade do consumo.

Na perspectiva atual, pode-se simultaneamente ser duas coisas opostas, como permissivo com as demais religiões e seguidor de uma religião específica, ser cosmopolita e regionalista, o que se aproxima à categorização da juventude como fase do desenvolvimento de experimentações. O sujeito está desestabilizado, sendo visto por Lipovetsky (2005) num estágio de individualismo narcísico. Trata-se de um termo que designa o surgimento de um perfil de indivíduo, no caso, o jovem, que mantém contato consigo, com o corpo, com o mundo num contexto em que o capitalismo autoritário oferece espaço para o capitalismo hedonista (busca desenfreada pelo prazer) e permissivo (pode-se tudo).

Na verdade, o narcisismo foi gerado pela deserção generalizada dos valores e finalidades sociais, ocasionada pelo processo de personalização. A anulação dos grandes sistemas de sentidos e o hiperinvestimento no Eu andam de braços dados: nos sistemas com “aparência humana”, que funcionam para o prazer, o bem-estar, a despadroneização, tudo concorre para a promoção de um individualismo puro, ou seja, psicológico, desembaraçado dos enquadramentos de massa e projetado para a valorização geral do sujeito (LIPOVESTKY, 2005, p. 34).

Grossberg (1992) discute sobre o movimento entre modernidade e pós-modernidade aproximando do conceito da cultura como apartada da utopia, situando-a no presente, no dia a dia, focando em mudanças contextuais através de novos significados, valores e ideias. A cultura não pode ser vista como singular, e sim do ponto de vista da multiplicidade, sendo perpassada por várias vertentes, como contexto econômico capitalista em que as mudanças

políticas econômicas são alinhadas a disputa de poder. Além disso, não deve aparecer neste contexto desarticulado do viés político como servicial ao poder, apesar de estar imerso numa relação de poder ao produzir conhecimento, multiplicar tecnologia, favorecer mudanças comportamentais, sendo mais endereçadas à visão de produção de novas formas de individualização.

A infância, por exemplo, ganha leituras distantes da visão de crianças como seres inocentes ou aproximadas de gerações primárias oprimidas, não sendo vista como uma relação dicotômica atrelada ao passado ou ao imaginário social, de modo que com o adolescente e jovem não seria diferente. É vista assim como o conceito de cultura, na relação com o presente é possível determinar o futuro ao engajar-se em processos de luta. Lutar pressupõe resistir, o que é apontado pelo autor como difícil de ser executado na medida em que há demandas excessivas para produzir, exigências relacionadas à cultura desde muito cedo. De que modo as crianças, adolescentes e jovens estariam resistindo numa sociedade de mudanças tão intensas a ponto de serem não apenas consideradas modernas, como também pós-modernas?

O desafio seria, então, produzir novos discursos possíveis de modificar a realidade. As lutas são travadas no âmbito social, cultural, político e econômico, amenizando problemas próprios desde uma noção de modernidade: apelações, novos conservadorismos, capitalismo liberal. A modernidade, antes mesmo de uma possível pós-modernidade, provém da industrialização, democratização (presença de novas modalidades políticas, como relação pública e privada), capitalismo, impulsionado para desenvolver o que se considera como terceiro mundo para Grossberg (1992). Além disso, são apontadas algumas concepções sobre modernidade atrelada às articulações entre diferentes elementos institucionais, culturais e sociais; presença de instituições que produzem cultura de massa; novos valores econômicos associados ao capitalismo e cultura combinada à ciência.

Existe, conforme Grossberg (1992), imerso à multiplicidade de territórios, lutas, interações e competições, um movimento em que novas tecnologias e modo de socialização derrubam modos tradicionais e primitivos de construção de identidade e processos de identificação no movimento moderno e pós-moderno. Com isso, produz modos particulares de subjetividade, onde a tecnologia aparece como controladora de comportamentos e condutas. Ele aponta, ainda, a cultura como casa ou embarcação onde os processos de

subjetivação aparecem, problematizando a cultura aparece como fator necessário para a sensibilização e constituição de relações humanas, presumindo, ainda, novas formas mediados de relacionamento.

Da mediação à mediação

Apesar da sociedade atual permanecer imersa em aparatos tecnológicos, como internet, satélites, informatização; a tecnologia não pode ser vista como a grande mediadora entre pessoas e o mundo desde Martín-Barbero (2009) em “Dos meios às mediações”. Na verdade, pode ser encarada pelo autor como a mediadora da transformação da sociedade em mercado, através dos mediadores socioculturais primeiros, como Escola, família e Igreja, e não a partir da manipulação da audiência por meios, já que o contexto era de uma massificação institucional originada nas organizações citadas.

Admitir a transformação da sociedade em mercado é conceber o mercado como mediador da sociedade quando se parte de uma indústria cultural moderna, nascida no texto de Horkheimer e Adorno (1947), escritura que traz o contexto da América do Norte da democracia de massas como a Alemanha nazi. O objetivo era problematizar a dialética histórica que articula o totalitarismo político e a massificação cultural a partir da produção em série de mercadorias, própria de uma indústria cultural que surgia.

Desde então, havia uma produção de bens simbólicos a públicos consumidores de bens, mas acima de tudo, de discursos. O que a sociedade vende são os discursos incorporados ao se consumir, assim como a gestualidade e interação social que vem como consequência, principalmente no que concerne à comunicação. Esta aparece como produto da indústria cultural a fim de que a sociedade possa assimilar imagens da modernização e de mudanças tecnológicas que não atendem ao prolongamento de sistemas de valores, ética e virtudes cívicas, e sim, são carregadas de hegemonia e interesses contrapostos próprios da institucionalização que favorecem processos de dominação (MARTÍN-BARBERO, 2009).

O conceito de cultura nunca foi suspenso, pois pensando com a antropologia, tudo é cultura, incluindo artes, saúde, trabalho, violência ou política. As matrizes culturais, vistas por Martín-Barbero (2009), constituem uma relação com as competências de recepção ou consumo de mediação pelas histórias de mudanças da prática cotidiana, relação de atores sociais entre si e com o poder. A lógica de produção, por sua vez, não atende ao desenvolvimento da técnica em si como produtora da realidade social e sociedade, e sim por

exigência competitiva própria de um mundo globalizado marcado por interesses de ordem institucional. O consumo não aparece isolado, mas carregado de uma ritualidade quando se concebe as regras obtidas através das experiências de sentido individuais, hábitos pessoais e nível educacional particular desvinculado do contexto social visto de modo amplo quando se pensa os processos mediacionais.

Não se concebem meios, e sim mediações quando se pensa o processo comunicacional sem se distanciar sutilmente do processo cultural em sua totalidade. Grossberg (1992) aponta qualquer relação como mediada ao descrever a mediação como movimento de conjunto de relações com outros, onde o próprio espaço entre o virtual e o real passa a ser configurado como efetivo. A mídia é apontada como um espaço de construção da própria modernidade na medida em que as relações também são organizadas pela circulação midiática.

Conforme Martín-Barbero (2009), não são concebidos, através da mediação, apenas conhecimento, mas reconhecimento. Entretanto, tal concepção de meios compreende um elemento intercalado por pessoas ou ações, tendo sempre um real intermediado, caracterizando uma mediação. Linguagem, trabalho, educação aparecem como mediadores. Por isso, a discussão trazida acima compreende muito mais uma inserção da cultura ao receptor, delimitando relação casuística entre emissor e receptor a partir das dicotomias entre lógicas de produção e competências da recepção *versus* matrizes culturais e formatos industriais. Torna-se uma situação simplista, opondo-se ao que propõe o conceito de midiaticização e de concepções grossbergianas sobre a cultura e os estudos culturais.

Braga (2012) compreende a midiaticização, no que difere de mediação, como a “principal mediação de todos os processos sociais” (p. 51), trazendo consequências para o campo social sem ter simplesmente decorrência da ação dos meios ou por conta da indústria cultural ou decorrência imediata da inovação tecnológica. Produzindo zonas de afetação representam, prioritariamente, padrões de comunicação passíveis de organizar a sociedade de modo interacional. A indústria cultural já falada anteriormente não pode ter um poder homogeneizador, afinal, pensa-se criticamente, compreendendo a relação de produtos e processos industriais de modo reflexivo como a concepção de um produto inacabado e modificável, vindo a ganhar novos contornos e significações. Desse modo, não se concebe o processo tecnológico em si, e sim o desdobramento social vinculado ao fluxo contínuo de uma produção e recepção que estão conectados no mesmo campo social.

Apesar da conceituação de mediação já trazer um componente social, atualmente, a midiática vem sendo considerada uma nova maneira de sociabilidade. Barros (2012) corrobora para a concepção da midiática concebida além da mídia em sua dimensão técnica, pois “ela se espalha e se entranha na estrutura social na construção de uma cultura midiática” (p. 85-86), corroborando com Fausto Neto (1993) que concebe as mídias sem “lugar de auxiliaridade e passam a se constituir uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade e nos processos e interação entre as instituições e os atores sociais” (p. 93).

O conceito de midiática aparece em Rodrigues (1997) como processo contemporâneo em que os diversos campos sociais, originalmente trazidos por Bourdieu, como campo social, campo político, campo jurídico, campo científico e outros, cedem lugar ao campo midiático. É fornecida ao campo midiático a legitimidade para expressar os diversos campos citados mesmo que cada um traga valores, regras e experiências próprias. Então, o campo midiático tem a função de se comunicar com outros campos e, concomitantemente, comunicá-los, o que explica a força da mídia em comunicar fatos políticos, científicos e oferecer campo para a estruturação das relações sociais.

A midiática aparece como estruturadora da vida social na medida em que influencia o formato das relações sociais, o modo de pensar, agir e falar da sociedade, focando na estruturação da própria sociedade, porém, não precisa ser vista desvinculada do conceito de mediação. A mediação pode vir a ser apontada em algumas leituras como o ponto inicial de um processo midiático. A produção de sentidos se complementa através da mediação, porém, é midiática por tratar-se de uma mediação tecnologicamente exacerbada que virtualiza e desvirtualiza relações sociais conforme afirma Sodré (2008), não sendo a mídia um substrato da vida contemporânea, mas parte dela.

Midiática das relações sociais entre jovens no *Facebook*

Para Giddens (1991), “a modernidade é inerentemente globalizante”, podendo ser considerada como processos sociais atuantes numa escala global, passíveis de romper com fronteiras nacionais, interconectando espaço e tempo. O espaço e o lugar geográfico anteriormente definido tem na modernidade uma mudança brusca, visto que há uma separação do espaço e lugar ao reforçar relações em que outros estão distantes na localidade, não estabelecendo interações face a face, o que ocorre hoje entre pessoas que se comunicam através de redes sociais. 12

Não se pode medir a qualidade de relacionamento desenvolvida via rede social ou ao vivo. Não necessariamente surgem novas amizades, mas se acessa pelo virtual amizades próprias do cotidiano. Entende-se que espaço e tempo são limites existentes por vezes invisíveis, como relata Giddens (1991), afinal, acessa-se o imaginário conforme será discutido posteriormente. Não há mais espaço físico como condição para que exista qualquer tipo de relação humana, podendo ser isso configurado por Harvey (1989), ao citar que essa é “uma destruição do espaço através do tempo” (1989, p. 205). Foram reforçadas outras formas de comunicação através da via online, como as relações próprias do *Facebook* que não compreendem apenas o físico a partir do fenômeno da globalização.

Maffesoli (1998) traz o contexto atual como próprio de uma fragmentação da vida social sem centro. Acontece, nesse momento, um retorno da imagem negada através da imagem pública e imagem virtual, porém, elevado a um status diferente, como retorno de um espetáculo. Isso atende ao que Baudrillard (1994) cita, na medida em que os vínculos midiáticos e pós-modernos compreendem símbolos da cultura da mídia, como imagens, sons, propagandas, aparentando ser mais real que a própria realidade física e social, substituindo as concepções anteriores, como se vivêssemos em um baile de máscaras de informações.

A sociedade passou por um processo de modos de viver as interações sociais e experiências através dos meios, conforme traz Martín-Barbero, onde há mediação, enquanto a midiaticização depende de práticas sociais bem estabelecidas. Já aparece uma lógica tecnológica e relações com cultura, mas imbrincadas com mudanças históricas sociais apenas no âmbito macro (HJAVARD, 2012). Porém, os meios de comunicação permaneceram como porta de acesso às construções de vínculos sociais apreendidos por uma análise histórica, cultural e social. A mídia aparece, a partir daí, como mediadora para formar vínculos de confiança e segurança, explicando o crescimento da procura pela inserção em redes sociais.

A midiaticização de que falamos não aparece como aparato tecnológico em si, e sim como operações de sentidos. Se antes pensava-se em meios como transporte de sentido, hoje são organizadores quando proporcionam espaços de interações. As mídias aparecem como locais de discursos, de agenciamentos enunciativos de novos modelos de interação, não apenas restringindo à concepção da linguagem. Com isso, não se trata de um processo reduzido a uma relação aos meios, e sim, são operações de sentido para representar realidades construídas, como a própria realidade social (NETO, 2008).

Hjvard (2012), no artigo sobre “Mídia como agente de mudança social e cultural”, traz a mídia como impactante na política na medida em que influencia sistema político através da sua cobertura. Mozzoleny e Schulz (1999) consideram que a midiaticização surge como consequência do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa modernos na medida em que a política perde autonomia, estabelecendo relação com a mídia de dependência. Então, a mídia aparece como fonte de informação, modelado pela cultura popular, seja para veicular questões políticas ou religiosas. Rebeca ação da cultura popular, porém, tem função social de produzir e manter comunidades sociais.

Schulz (2004) cita a mudança social porque estende possibilidade de comunidade humana no tempo espaço, substituindo relações anteriores face a face. A comunicação mediada ganha espaço no cotidiano, de modo que as relações virtuais ganham ênfase e sentido na vida do sujeito. As percepções e construções da realidade passam a ser cada vez mais mediadas pelos meios de comunicação, de modo não passivo, haja vista que o jovem não é mero receptor como anteriormente se discutia.

A mídia não asfixia o sentido da comunicação não põe fim à sociabilidade, mas reproduz de outra maneira ocorrências de troca social. Instituem-na essencialmente sob uma forma menos ritualizada e mais livre. (...) *[os indivíduos]* comunicam-se de maneira mais estilhaçada, mais informal, mais descontínua, de acordo com os gostos de autonomia e de rapidez dos sujeitos (LIPOVETSKY, 2005, p. 235).

Sendo mediadas pelo computador por atores sociais, as redes sociais são espaços midiáticos utilizados para comunicação, expressão que gera visibilidade, manutenção de laços e construção de valores a partir do uso (RECUERO, 2009). Há uma estrutura que garante uma rede que disponibiliza ferramentas, como a lista de amigos da rede social, que serão apropriadas pelo usuário na medida em que se faz uso de modo peculiar e subjetivo.

Recuero (2009) afirma que quem utiliza a rede será responsável pela construção dela, indo ao encontro da concepção de midiaticização como construtora da realidade social. Assim como corrobora para a instituição da identidade exposta por fácil e rápido acesso, são construídos valores associados como visibilidade, em que o usuário se apropria do seu espaço público ao adentrar a rede para gerenciar próprias relações pessoais. A reputação aparece como valor na medida em que o outro julga as características de seguidores, ou seja, o que pensam sobre o colega de rede, permanecendo com o qualitativo, através das postagens carregadas de fatores subjetivos ligados à identidade do sujeito. Quanto à dimensão quantitativa, esta fica na incumbência da popularidade, onde o que representa são os números

de conexões, e não a qualidade dos vínculos formados, como por exemplo, o número de curtidas recebidas a partir de uma postagem. Na medida em que o membro difunde informações consistentes sobre determinado assunto, de modo que se torne reconhecido por isso, é visto a partir do valor da autoridade, tornando legítima sua função social e individual em rede. O jovem, então, ao adentrar ao *Facebook*, busca ter visibilidade a partir de sua reputação e popularidade a fim de vir-a-ser uma possível autoridade.

As redes sociais possuem capacidade de difundir informações, porém, a partir da intencionalidade. Usuários jovens são vistos como conectores e atores sociais que querem mostrar impressão que favoreça a audiência da rede particular. Desse modo, produz valor para si: o capital social. Este capital social pode ser relacional quando associada à função de estreitamento de laços, como jogos de perguntas e respostas, ou cognitivo, quando apelam ao conhecimento para ampliar laço social, difundindo notícias jornalísticas e sobre si.

Sibilia (2008) constrói uma discussão acerca da tirania, seja no que concerne à intimidade, onde há um alto investimento na intimidade, sendo o fato de mostrar-se a causa pública em evidência nas redes sociais e, por outro lado, enfoca a tirania da visibilidade, onde o jovem anseia pelo reconhecimento, inserindo-se em campos (celular, computador, internet) que aumentem a possibilidade de exhibir-se e ser legitimado a partir disso. Diários íntimos nos quais havia exposição do eu foram transferidos para redes sociais, como o *Facebook* e *Instagram*, onde se despejam dados da vida pessoal que anteriormente se restringia aos cadeados, muitas vezes, sem ter o cuidado necessário com as consequências disso, como o reconhecimento negativo, as rivalidades, o fim da separação da vida privada e vida pública. Não há mais um movimento que se reduz somente à busca do ser e/ou ter, incluindo agora o do parecer. Para ser ou ter é preciso parecer muitas vezes o que não se tem ou é. Para isso, anseia-se por aparecer de maneira espetacularizada através dos canais midiáticos para abandonar o que Rolnik (2007) considerou uma troca da subjetividade-lixo por subjetividade-luxo, sendo que há um percurso que possibilita a troca na medida em que se consomem determinados itens para tornar-se vendável para o outro. A subjetividade-luxo passa a ser legitimada a partir do olhar do outro, desde que se exhiba o que é categorizado socialmente como objeto alvo de consumo.

Apesar do eu espetacularizado, esse “parecer” não pode se distanciar do componente real. Deve-se parecer com o que o público anseia consumir, mas não uma ficção ou um

produto falso, porque isso também atende a uma possível subjetividade-lixo. Ao ganhar realidade, Sibilia (2008) considera que se habita mais facilmente o imaginário espetacular do consumidor, vindo a ser ainda mais real do que propriamente o esperado, já que a própria imagem vira uma mercadoria que atinge componentes do desejo e do simbólico que precisa aparecer em tela, como a do próprio *Facebook*.

O pensamento da autora vai ao encontro de Guy Debord (1995), que afirma ser na relação social mediada por imagens que acontece o espetáculo, não sendo um mero conjunto de imagens, e sim, uma busca por recursos de exposição e visibilidade. O fato do jovem usuário do *Facebook* ser curtido ou cutucado tem como decorrência o sentimento de satisfação em ser olhado.

Considerações Finais

Independente do momento histórico, nunca se concebeu o indivíduo imune às relações sociais. Na verdade, nem se pretende com este estudo afirmar que o sujeito jovem está se relacionando mais com a escolha das redes sociais como meio de socialização, como no caso do *Facebook*, onde não se precisa do espaço físico para estar em relação. Bastam poucos cliques para estar conectado e em interação com outras pessoas. Mesmo sem estar online, é possível continuar em interação na medida em que outros usuários acessam sua página, comentam e compartilham as postagens disponíveis. Os próprios jovens nem sempre podem vir a considerar essa mudança como menos concreta por não ter contornos físicos, afinal, os laços e a socialização continuam acontecendo e, talvez, não se discuta outros modelos que se apartem de recursos midiáticos nos quais estão imersos.

Concebemos um novo “meio” de se relacionar, de modo que as relações sociais passam a não apenas ser mediadas pela presença de um computador ou celular com internet, e sim, tornam-se midiáticas quando presumem a força do aparato tecnológico extrapolando dimensões físicas, invadindo intensamente o social, cultural, subjetivo. Por isso, a mídia pode ser compreendida como agente de mudança social e cultural quando é a partir do uso que temos nossa agenda organizada, mas não apenas os próprios eventos e compromissos como também as próprias relações estabelecidas com outros sujeitos que escapam de obrigações estabelecidas e atingem as zonas de afetação de sentido.

Na discussão não está em jogo o julgamento sobre a qualidade das relações estabelecidas por via *online*, como alguns que já presumem a fragilidade dos laços formados.

Porém, não se podem abandonar discussões que, além de trazer a dimensão relacional dos sujeitos, abrange a própria cultura nas consequências trazidas pela possível passagem de uma modernidade a uma pós-modernidade. Continua a nos interessar, e deve ser esse um comprometimento ético e profissional, compreender de que modo isso afeta o sujeito, principalmente as crianças e os jovens, sujeitos em desenvolvimento, que têm as subjetividades marcadas pela dimensão midiática desde muito cedo.

Não há possibilidade de permanecer sem nenhum atravessamento da mídia na constituição da subjetividade, visto que a busca desenfreada por visibilidade e autoexposição corresponde à mudança no campo social e subjetivo mesmo que os próprios sujeitos não estejam cientes de tal processo. Por isso, é necessário expandir discussões que levem o próprio sujeito jovem a pensar criticamente os espaços de socialização disponibilizados pela mídia e, principalmente, de que modo ele se apropria dos mesmos.

Referências

- ABRAMO, H. W. Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil. **Revista Brasileira de Educação**, n. 5, p.25-36, Set/Out/Nov/Dez 1997.
- BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. In: Maria Ângela Mattos, Jeder Janotti Junior e Nilda Jacks (Organizadores). **Mediação e Midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012.
- BRAGA, José Luís. Circuito versus campos sociais. In: Maria Ângela Mattos, Jeder Janotti Junior e Nilda Jacks (Organizadores). **Mediação e Midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012.
- CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2010.
- DEBORD, Guy. **La sociedad del espectáculo**. Buenos Aires: La Marca, 1995.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Biblioteca Tempo Brasileiro, 1984.
- FAUSTO NETO, Antonio. **Fragments de uma ‘analítica’ da midiatização**. In: Matrizes, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2007. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/88>. Acesso em 10 jun 2013.
- GONTIJO, M. Do face a face ao *facebook* a *facebook*. **Diversa**: Revista da Universidade Federal de Minas Gerais, v. 9, n. 18, p. 16-19, mês AGO, 2009.
- HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 6.ed.-Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**; uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1994.
- HJAVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In: **Matrizes**, São Paulo, Ano 5, n. 2, jan/jun 2012.
- GUIDDENS, Anthony. **As consequências da Modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GROSSBERG, Lawrence, NELSON, Cary, TREICHLER, Paula (orgs.). **Cultural Studies**. Nova York/Londres: Routledge, 1992.

LÉVY, Pierre. **O que é o Virtual?** São Paulo: Editora 34, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Era do Vazio – Ensaio sobre o Individualismo Contemporâneo**. Lisboa: Relógio D'Água, 2005.

MAFFESOLLI, Michel. Mediações Simbólicas: a imagem como vínculo social. In: **Revista Famecos**, Porto Alegre, n.8, julho de 1998. Disponível em:
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5462>. Acesso em 08 jun 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação**. Lisboa: Presença Editorial, 1997.

ROLNIK, Suely. “A vida na berlinda: como a mídia aterroriza com o jogo entre subjetividade-lixo e subjetividade-luxo”. In: **Trópico**. São Paulo: 2007.

SCHAFF, Adam. **A sociedade informática: as consequências sociais da segunda revolução industrial**. 4 ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SIBILIA, Paula. **O show do eu. A intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

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

UNICEF. **ONU celebra o Ano Internacional da Juventude 2010-2011**. Disponível em:
http://www.unicef.org/brazil/pt/media_18637.htm. Acesso em 11 jun. 2012.