Do ato comunicacional à identidade: relações entre tempo e o sujeito

Guilherme Martins Batista
Rafael Grohmann
Faculdade Cásper Líbero

Palavras-chave: identidade; midiatização; tempo; afeto e comunicação.

RESUMO EXPANDIDO

A relação homem-mundo e homem-homem muda, exatamente pelo aspecto inovador, imediato e enganchado com a realidade, que até então parecia única. A midiatização presente no campo comunicacional transforma alguns aspectos sociais, que se intensificam com esse novo espaço formado, logo, os novos fenômenos que ocorrem, exigem novos tipos de compreensão, afeto e até entendimento. A forma como isso se dá na sociedade, acabou por transformar a civilização que assenta em uma nova orientação existencial (O *bios virtual)* economicamente regida pelo interesse financeiro e do mercado, com o auxílio de uma estetização generalizada pela ação midiática (*bios midiático).*

A mudança do campo comunicacional, que afeta diferentes tipos de sujeitos, altera também a aliança, ou simples conexão, que há entre a sociedade. A relação homem-mundo é uma dialética constante em que os dois tipos de agentes sofrem algum tipo de interferência. O mundo midiatizado dentro desta característica sensibiliza diretamente o Ser que se constitui e vive neste mundo Ocidental.

Diante deste ponto, a identidade em um mundo midiatizado parece ser algo que sofreu crucialmente com esta nova relação comunicacional. A série de informações que cada ser humano recebe desloca suas percepções e sensações para o imediatismo que é proporcionado. Deste ponto, o tempo, na medida em que torna-se produção ilimitada de acontecimentos, dá lugar a um imediatismo, que impossibilita a consciência de representar os fenômenos dentro de uma duração. Abole efetivamente o tempo e, com ele, a ontologia clássica dos fatos sociais, ou na talvez a constituição do ser na sociedade.

A identidade atual do ser se caracteriza pelo sujeito *pós-moderno,* que se caracteriza por uma descentralidade, ou seja, móvel e amorfo. O Ser na verdade se constrói no decorrer da história, assumindo diferentes identidades e ainda modifica seu entendimento humano sobre si e sobre o mundo que o cerca.

Ora, cada vez que este novo mundo midiatizado possuir uma maior intensidade de fluxo comunicacional e informacional, esta identidade pluralista passa a ter um maior caminho percorrido e é afetada em diferentes tipos de fenômenos que são relacionados com seus interesses também. Muitas vezes o aspecto de percepção direcionada afeta diretamente naquilo que é consumido. O movimento deste novo tipo de sujeito é instantâneo e passa a ter um caráter mais repentino de caso em caso, principalmente se este tipo de deslocamento é induzido por estratégias sensíveis.

Isso traduz-se muito também pela questão tecnológica. A midiatização tem como componente importante os dispositivos para que haja uma intensificação dos processos comunicacionais e o que muda na sociedade contemporânea é a profunda afetação da experiência do atual pela acessibilidade imediata das novas tecnologias da comunicação e isso volta novamente para a questão do tempo, em que da existência se inscreve na causalidade maquinal da eletrônica, ou seja, o tempo se acelera de forma abrupta e retira qualquer tipo de distância espacial pelo tempo, o chamado efeito SIG.

Esta constituição do ser em movimento, contínuo e imediato, coloca a relação entre o ser e a comunicação em uma sincronia a todo o momento. A midiatização, portanto, impõe com veemência a relação com a informação e, sem este tempo já explicitado, não há uma meditação daquilo que se conecta. A reflexão, como sentido de concentração em si próprio e refletir-se, só existe caso haja uma pausa nesta questão que muitas vezes não ocorre.

O consumo é feito em todo momento e, direcionado neste novo *bios*, afeta principalmente pelas constantes apropriações que exercemos dos fenômenos da mídia, que não nos dão tempo ou espaço para que haja uma interpretação própria. A relação com o tempo desemboca sua característica neste ponto, de forma negativa, pois, se ele é pouco, não permite uma maior interpretação por parte dos indivíduos e será que não causa uma constante alteração da identidade neste sujeito pós-moderno?

A relação de recuo do tempo para que haja uma reflexão (aqui como uma questão de refletir-se e concentrar em si mesmo) não ocorre com muita facilidade neste campo comunicacional midiatizado. Se o Ser não volta para si, não tem um entendimento sobre si e sobre o mundo que o cerca, então, este novo tipo de identidade é colocado no aspecto mercadológico deste *bios* criado? A lógica desta identidade, em movimento, diante de sua descentralidade, sem nenhum aspecto sobre si e apenas para aquilo que consome, o identifica com os fenômenos que o afetam? E este afeto, tem qual consequência para a sua relação com o mundo nesta dialética já mencionada?

A partir destas dúvidas, serão discutidos e apresentados alguns aspectos diante da relação comunicacional e a identidade do sujeito atual. A midiatização é um processo que afeta o indivíduo e suas experiências, transformando com maior rapidez os indivíduos e o sujeito deve ser melhor compreendido neste ato poético que é a comunicação.