

Reflexões sobre as materialidades dos meios: *embodiment*, *afetividade* e *sensorialidade* nas dinâmicas de comunicação das novas mídias¹

Vinícius Andrade Pereira²

O artigo busca, através da recorrência ao conceito de *embodiment* (corporificação), pensar a plausibilidade de se reafirmar o corpo como objeto de estudo do campo da comunicação, pela sua importância, tanto como primeira mídia quanto pelas questões que suscita ao se imbricar com as tecnologias de informação e da comunicação. Esta perspectiva permitirá analisar as novas mídias a partir de uma abordagem material, propondo dois termos no desenvolvimento deste estudo: afetividade e sensorialidade. Aposta-se que, com estes termos, as análises das novas mídias podem se tornar mais precisas, especialmente quando comparadas com aquelas que focam os processos de comunicação hodiernos através de perspectivas mais tradicionais, como as que trabalham com os pólos antinômicos forma X conteúdo.

Palavras-chave: materialidade dos meios, afetividade, sensorialidade.

Reflections on materialities of medium: embodiment, affectiveness and sensoriality in the dynamics of new media's communication. By resorting to the concept of embodiment, this paper analyzes the possibility of affirming the body as an object for communication studies, due both to its relevance as the first medium and to the issues it raises in its relations (extensions) with the new information and communication technologies. This perspective makes it possible to analyze the new media using a material approach to the body as a medium, proposing two new concepts: affectivity and sensoriality. The conceptual framework presented in this paper offers new and more precise tools to analyze the new media, particularly in comparison to those analyses that focus on modern communication processes through more traditional perspectives, such as those based on the opposition between form and content.

Key words: materiality of the media, affectivity, sensoriality.

Cet article analyse, à travers le concept de embodiment (corporalité), la possibilité de réaffirmer le corps comme objet d'étude dans le champs de la communication, par son importance, soit comme premier média, soit par les questions suscitées par son imbrication avec les technologies de l'information et de la communication. Cette perspective permettra d'analyser les nouveaux médias par un abordage matériel, en proposant deux termes pour le développement de cette étude : L'affectivité et la sensorialité. On parie que, avec ces termes, les analyses des nouveaux médias peuvent être plus précises, spécialement quand comparées avec ceux qui focalisent les processus de communication à travers de perspectives plus traditionnelles, comme ceux qui travaillent avec les pôles antinomiques forme X contenus.

Mots-clés: matérialité du medium, affectivité, sensorialité.

¹ O presente artigo é uma versão ligeiramente modificada do trabalho apresentado ao NP 08 – Tecnologias da Informação e da Comunicação, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2005.

² Doutor em Comunicação e Cultura (ECO/UFRJ). Professor adjunto do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. E-mail: vinianp@yahoo.com.

O corpo humano tem necessidade, para a sua conservação, de muitos outros corpos, pelos quais é continuamente como que regenerado. Espinosa, in *Ética*, Parte II: *Da natureza e da origem da alma*

Os estudos das dinâmicas comunicacionais contemporâneas vêm revelando um aspecto interessante em relação às metodologias de análise empregadas na investigação dos seus objetos. Trata-se de uma recorrência sistemática a um conjunto conceitual que evoca conhecimentos ligados ao universo psicológico e psicanalítico e, não raramente, relacionado às neurociências. Tal hipótese pode ser aventada ao se analisar o conjunto de textos que se debruçam sobre as práticas contemporâneas de comunicação mediada, tais como aquelas que se realizam com as novas mídias, como telefones móveis e computadores pessoais em comunicação em rede.

Temas como *download da mente* (Moravec, 1988), *self distribuído* (Turkle 1984), *self virtual* (Bolter e Grusin, 1998), *pensamento coletivo* (Lévy, 1993), *mente conectada, psicotecnologia e tecnopsicologia* (Kerckhove, 1997) são alguns exemplos dos discursos marcados pelos termos e idéias que epistemologicamente se filiam a uma certa tradição psicológica/psicanalítica e/ou neurocientífica.

A ampliação do conjunto conceitual empregado pelos estudiosos da comunicação em suas investigações, marcado até há bem pouco tempo por campos de conhecimentos outros – particularmente pelo campo das ciências sociais – parece traduzir uma demanda por novos instrumentos para o enfrentamento dos problemas e desafios surgidos com o aumento da complexidade que as novas mídias trazem às práticas de comunicação hodiernas.

A proposição, contudo, de *approaches* inspirados nos campos da psicologia, da psicanálise ou das neurociências não constitui propriamente uma novidade na história dos estudos da comunicação. Lembre-se aqui, por exemplo, as abordagens propostas pela Escola de Palo Alto, com o grupo da *Pragmática da Comunicação*; alguns nomes dentro da *Escola de Frankfurt*, mais diretamente marcados pelo pensamento de Freud, tais como Marcuse e Fromm; inúmeros estudos realizados pela *Escola Funcionalista Norte-Americana* nos quais se destacam as influências da *psicologia social* de William McDougall, da *psicologia das multidões*, de Le Bon, ou ainda do *behaviorismo* de J. B. Watson e, mesmo, da *psicanálise*. Neste ponto é representativo, especificamente, o trabalho de Lasswell (1930), *Psychopatology and Politics*. Por fim, notem-se os trabalhos da Escola de Toronto de Comunicação, particularmente os estudos sobre os modos de produção de

subjetividade, alterações das percepções e das identidades, a partir da entrada de diferentes mídias na história da evolução das tecnologias de comunicação (Havelock, 1963; McLuhan, 1964).

Os discursos produzidos pelo conjunto de estudiosos mencionados revelam uma crescente recorrência a termos tais como percepção, atenção, desejo, inconsciente, *self*, visualidade, audibilidade, taticidade, dentre outros, que, como dito, tão bem cabem como objetos tanto da psicologia e da psicanálise quanto das neurociências.

Ora, pode-se argumentar que a maioria dos termos apontados se inscrevem, antes, como termos da própria filosofia. Entretanto, desde os séculos XVIII e XIX, com a emergência de disciplinas como a neurofisiologia, a psicologia científica e a psicanálise, e mais recentemente, no século XX, das chamadas neurociências, os referidos termos parecem ganhar estatuto de objetos de estudo específicos destes campos. É nesse sentido que se pode entender o irônico dito de Darwin, representante do pensamento moderno, assinalando movimentos nos fundamentos epistemológicos das questões que buscavam investigar a alma humana: “Agora que está provada a origem do homem, a filosofia deve florescer. Aquele que compreender o babuíno fará mais pela metafísica do que Locke” (in Ornstein, 1991, p. 96).

Todo esse preâmbulo se justifica a partir do objetivo de afirmar alguns objetos/temas que, se à primeira vista podem soar estranhos ao campo da comunicação, em um outro momento poderão ajudar na resolução de alguns impasses que as complexas dinâmicas comunicacionais – tecidas com as novas mídias – apresentam hoje. Ainda, as idéias a serem desenvolvidas neste texto, inscrevendo-se dentro do que já poderia ser visto como um movimento recorrente dentro dos estudos de comunicação, irão procurar se abrir a um diálogo com as áreas e campos das neurociências, almejando com isto a produção de ferramentas conceituais e teóricas que fortaleçam o campo da comunicação, diante dos desafios que o presente lhe impõe.

É com este objetivo que este estudo recorrerá ao conceito de *embodiment* (ou *corporificação*) para, em seguida, esboçar dois outros, *afetividade* e *sensorialidade*, apostando que tais conceitos poderão ajudar na reflexão dos problemas de comunicação contemporâneos, quando vistos através dos estudos das materialidades dos meios.

Embodiment/Corporificação

A recorrência ao conceito de *embodiment* ou de *corporificação* cumpre aqui um objetivo bem específico que é aquele já aventado em outro momento: afirmar a necessidade de recuperar o corpo como objeto privilegiado no campo da comunicação, em função da sua importância, tanto como primeira mídia pela qual os processos de comunicação humana iniciam sua história, quanto pelas dinâmicas de acoplamentos e extensões que o corpo irá apresentar nas suas relações com as tecnologias de comunicação, transformando e sendo transformado por tais tecnologias (Pereira e Felinto, 2005).

O conceito de *embodiment* é proposto por estudiosos tais como Csordas (1994), Balsamo (1995), Blackman (2001), dentre outros, quando, em torno de questões relacionadas a temas os mais variados – tais como o papel do corpo e suas dinâmicas fisiológicas na produção de emoções e certos tipos de sentimentos, *body art* e *body modification*, práticas de intervenções cirúrgicas com fins estéticos e transexuais, dinâmicas de estruturação do *self* etc. – reivindicam um novo olhar sobre o corpo, distante dos clássicos pólos antinômicos que o tomavam, exclusivamente, ou como resultado de determinações culturais, ou de determinações puramente biológicas.

Uma das idéias mais interessantes que o conceito de *embodiment* pode trazer é aquela que aposta que o corpo atua como mais um dos agentes que compõem o conjunto de práticas culturais e subjetivas – a partir de características somáticas, fisiológicas e funcionais as mais variadas – e não apenas, como um produto de tais práticas.

Dentro de uma perspectiva de estudo dos meios que se interessa pelas questões ligadas às materialidades da comunicação, isto é, que se dedica a apreender de que forma aspectos materiais dos meios afetam a produção de sentidos a partir de uma dada mensagem, a adoção do corpo como objeto central no conjunto das investigações pretendidas se faz urgentíssima³.

Trata-se, assim, de pensar não somente que afetações somáticas podem estar em processo com o aparecimento de uma nova mídia, ou com um conjunto tecnológico novo – como o aparecimento de *corpos hiperestimulados*, com um novo modelo de atenção, sedentos

por espetáculos e experiências sensoriais ricas em estímulos, tal como parece ter se dado com os habitantes das cidades modernas no início do século XX⁴ – mas de pensar como todo um conjunto de códigos simbólicos é criado como linguagem específica de uma nova mídia, dentre outros fatores, a partir de determinações oriundas dos limites e das potências das características materiais e funcionais dessa mídia original, o corpo.

Assim, evocar o conceito de *embodiment* para o campo de estudos que investiga as dinâmicas geradas pelas novas mídias, a partir de um enquadramento referencial das materialidades da comunicação, significa se interessar por questões que, por um lado, possam dar conta das formas de afetações que os corpos possam estar experimentando a partir da emergência de todo um conjunto tecnológico recente, mas já cotidianamente presente nas práticas de comunicação, de interação social e de entretenimento; por outro lado, trata-se de pensar como o corpo, pensado em suas características materiais, se apresenta como uma variável determinante na produção das tecnologias contemporâneas, forjadas a partir das materialidades e funcionalidades corpóreas que tais tecnologias estendem, potencializam, amputam, alteram, enfim, com as quais formam *híbridos*.

É importante ressaltar que a materialidade do corpo que se quer focar dentro da proposição que se encaminha não está fixada, exclusivamente, por determinantes biológicos, mas é resultado, também, dos movimentos da história sobre esta mesma materialidade. Ou seja, a materialidade corpórea não deve ser pensada como herdada unicamente como um legado genético/biológico de uma espécie, mas também como um legado cultural de uma sociedade. O que interessa é que, uma vez que essa materialidade se constitua como tal, isto é, se constitua como um conjunto somático com aspectos funcionais específicos, ela irá atuar como agente co-determinante das práticas culturais em uma sociedade, afetando, inclusive, os bens tecnológicos que esta mesma sociedade irá produzir.

Aqui, a título de exemplo, poder-se-ia recorrer à imagem um tanto mítica do momento em que o *proto-humano* passaria da posição quadrúpede à posição bípede. Os fatores precisos que determinaram tal mudança são ainda hoje motivo de controvérsias. Sabe-se, contudo, que uma vez que esta mudança postural se deu todo um conjunto de práticas sociais novas se apresentou para aqueles indivíduos que coabitavam o mesmo espaço, em

³ Para outra leitura da noção de materialidade da comunicação, vide Gumbrecht (2004).

⁴ Vide Pereira e Felinto (2005), bem como Singer (2001).

⁵ A este respeito vide Green e Bavelier (2003).

um mesmo grupo, fruto direto de uma nova materialidade corporal, na qual se destacava a liberação dos membros anteriores. Esta liberação gerou todo um novo conjunto de possibilidades de exploração e de manipulação de objetos e, conseqüentemente, de pensamento e, ainda, a exploração do ambiente através de signos audiovisuais, ampliando o conjunto signico para além daqueles típicos da posição anterior, quadrúpede, os signos tátil-olfativos.

Há, portanto, uma resistência, uma potência, uma determinação do corpo em relação às práticas culturais, que os estudos das materialidades dos meios, sob a inspiração do conceito de *embodiment*, pode revelar, que inverte a maneira mais tradicional pela qual o corpo vem sendo abordado, ou seja, exclusivamente como agente passivo, determinado, seja pelas práticas culturais, seja pelas amarras biológicas.

Dentro da perspectiva das materialidades dos meios que este estudo aventa, cujo foco são as novas mídias, recorrer ao conceito de *embodiment* significa investigar não só as novas formas de afetação *psicossomáticas* que as novas formas de comunicação podem estar trazendo, construindo silenciosamente novas materialidades⁵, mas também investigar como o corpo participa como referência determinante na produção das tecnologias de comunicação e dos seus códigos.

Uma maneira de melhor se entender essa idéia do corpo orientar modos de produção das tecnologias comunicacionais a partir do conceito de *embodiment* pode se dar recorrendo ao conceito de *mediação*, tal como proposto por Bolter e Grusin.

A mediação – entendida como uma espécie de demanda permanente de um “realismo” em relação às representações que uma mídia apresenta, em busca da ilusão de que não se trata de representações, de uma relação mediada, mas de uma relação direta e presencial com a própria coisa, ou com o interlocutor, foco da comunicação – pode ser sintetizada com o desejo dos designers, descrito por Bolter e Grusin, da conquista de uma *interfaceless interface*. Ora, essa busca é claramente orientada, embora nunca de maneira exclusiva, por aquilo que se apreende das materialidades e das funcionalidades gerais do corpo na sua relação com o ambiente que interage, entendido pelo senso comum como *realidade*: as características das mãos e dos dedos, o comprimento dos braços, as características do funcionamento da visão e da audição etc, possibilitando explorações e interações específicas com o mundo.

Assim, pode-se observar que todo um conjunto de mudanças que se deram em relação às formas e funções de diferentes tecnologias comunicacionais – discos e teclados de telefone, teclados e monitores de computadores, *mouses*,

web cam, microfones etc. – podem refletir dimensões e características das materialidades e funcionalidades do corpo humano.

Há, contudo, um ponto que precisa ser melhor compreendido em toda essa discussão. Trata-se de pensar como é possível a afetação das materialidades dessa mídia primeira, o corpo, a partir de outras mídias, as tecnologias comunicacionais. Ou seja, considerando que as materialidades do corpo não são dados exclusivamente biológicos e invariantes, sendo assim materialidades que, suportadas por um substrato biológico, podem ser afetadas pelas histórias através das práticas socioculturais, cabe indagar como as mídias participam nessa dinâmica material das afetações dos corpos para, em seguida, serem afetadas por estes mesmos corpos material e funcionalmente transformados.

Observe-se que a questão que se quer investigar – a saber, como o conceito de *embodiment* pode contribuir para o entendimento das dinâmicas das novas mídias, a partir de uma abordagem teórica ancorada nas materialidades dos meios – o tempo todo terá como norte esses dois lados: como as mídias afetam as materialidades dos corpos, e como as materialidades e funcionalidades dos corpos afetam as características materiais e funcionais das tecnologias de comunicação.

Em última instância, poder-se-ia dizer que os dois lados da questão esboçados no parágrafo anterior resumem uma única questão: considerando a proposição de McLuhan de que o conteúdo de um meio é sempre um outro meio (McLuhan, 1964), como se pode pensar a afetação material e funcional recíproca de um meio por outro meio, quando um desses meios é o corpo humano? Esta é uma questão não tão simples que irá requerer, no esforço de melhor encaminhá-la, a proposição de dois conceitos – *afetividade* e *sensorialidade* – que aqui começam a se definir, sempre tendo como objetivo maior e referência a busca de uma melhor compreensão acerca das dinâmicas das novas mídias.

Afetividade e sensorialidade

As dinâmicas de comunicação são dinâmicas da própria cultura. Isto significa entender os processos de produção de sentidos, a partir da partilha de mensagens, como processos apreendidos dentro de uma dada cultura. Jogos simbólicos, imaginários e culturais, assim, são

experiências artificiais marcadas pela arbitrariedade, inscritas em tempos e grupos sociais específicos.

Os estudos antropológicos já demonstraram a dificuldade de se afirmar os contornos de uma natureza humana que pudesse ser entrevista por detrás da cultura (Geertz, 1989). Por outro lado, a enorme diversidade de práticas culturais tais como, por exemplo, gostos culinários, estética, beleza dos corpos, modos de ver e de ouvir, práticas eróticas e sexuais, formas de se vestir, de se cumprimentar, dentre tantas outras que marcam diferentes sociedades, reafirmam, por um lado, a artificialidade do humano, por outro, como esta *artificialidade* ganha feições de *natureza humana*, quando bem implementada, quando bem inscrita e materializada nos corpos.

O que ora se busca é pensar como, no processo de formação de cada corpo, ou nos processos de subjetivação, a cultura é apreendida a partir de dinâmicas de comunicação e, neste sentido, analisar como as mídias podem participar de tais dinâmicas. Em outros termos, o que se quer focar aqui é como um corpo que é vocacionado para múltiplos comportamentos e gostos pode apreender, através dos meios de cada época, as mensagens de uma dada cultura, inscrevendo tais mensagens como materialidades corpóreas. Ou ainda, o que está em análise é como este processo de inscrição de mensagens de uma cultura nos corpos é dependente das mídias de cada época, mas também afeta as materialidades dessas mesmas mídias. Neste ponto deve-se focar de forma mais específica o que se entende como as *materialidades* de um corpo.

Materialidades do corpo

A idéia de materialidades aplicada ao corpo deve ser entendida não apenas no sentido da compleição física de um corpo mas, também, a maneira pela qual o corpo compõe sensações diante de estímulos de diferentes naturezas. E, ainda, como funciona o corpo em relação ao meio em que está inserido. Isto significa uma variedade de elementos somáticos tais como o conjunto de condicionamentos fisiológicos, o sistema imunológico, as estruturas neurais, os elementos químicos assimilados por um corpo através de alimentos ou drogas, as zonas erógenas, o paladar, sensações de prazer e de desprazer frente a

diferentes estimulações táteis, indo até as competências do corpo quanto a certas práticas importantes para diferentes sociedade, como modos de ver, de escutar, de reagir a certos estímulos e mensagens e, mesmo, de pensar (Mauss, 1973; 1974). Observe-se que todo este conjunto de materialidades é afetado e transformado diretamente pelas culturas onde os corpos estejam inscritos.

Pode-se, assim, marcar algumas diferenças em relação às materialidades dos corpos, associadas às diferenças culturais em que se constroem tais materialidades. Entretanto, observa-se, mesmo dentro das mais tradicionais e fechadas culturas, considerando a história singular de cada corpo, que as materialidades corpóreas ganham, em maior ou menor grau, expressões únicas.

Os modos, contudo, como as tecnologias de comunicação participam dos processos de produção e alteração das materialidades dos corpos pouco foram estudados pelo campo da comunicação⁶. Assim, de uma maneira geral, os impactos das mídias sobre as subjetividades e as culturas foram pensados, quase que exclusivamente, em termos dos conjuntos ideológicos e/ou de bens simbólicos que as dinâmicas midiáticas de cada era permitem produzir e transmitir. Ou seja, as afetações das mídias sobre as subjetividades e as culturas foram analisadas quase sempre em função dos *conteúdos* das mensagens. Esta maneira de análise, quando contraposta àquela, gerou uma querela no campo da comunicação, em parte ainda presente quando se fala em estudos materiais dos meios, que se traduz na clássica oposição conteúdo x forma. O presente estudo aposta, assim, na necessidade de se superar esta querela em favor de termos outros que possam avançar as investigações sobre as imbricações materiais dos meios e os processos de *corporificações*.

Aposta-se que a necessidade da superação da antinomia *conteúdo x forma* se justifica uma vez que, especialmente a partir das novas mídias, torna-se extremamente difícil delinear com precisão o que é conteúdo e o que é forma em uma mensagem. Aliás, esta dificuldade remete à idéia já proposta por McLuhan, e referida acima, de que o conteúdo de um meio é sempre um outro meio (McLuhan, 1964).

Um rápido e simples exemplo da dificuldade em separar conteúdo e forma nas novas mídias pode ser visto através dos *links* em um *hipertexto*. A palavra que funciona como um *link* em um texto freqüentemente desempenha o papel de um elemento semântico que compõe o conteúdo

⁶ Exceção são as investigações da Escola de Toronto de Comunicação, com os trabalhos pioneiros de Havelock e, principalmente, de McLuhan.

da mensagem – um nome próprio, um conceito, uma referência bibliográfica, etc. – mas, neste caso, funciona também como um elemento da estrutura que compõe a forma da mensagem, uma vez que através dela podem-se abrir novas rotas de narrativas dentro do texto em questão.

Do mesmo modo, *palavras/links* podem remeter a imagens, a vídeos, a *áudio*, a *blogs*, *fotologs*, a *pod-posting*, dentre outras possibilidades, funcionando ao mesmo tempo como conteúdo e como forma em um (hiper)texto.

Mais uma vez, poder-se-á recorrer ao argumento fácil de que uma rigorosa separação entre conteúdo e forma nunca foi possível, seja qual for o meio em que se esteja analisando. Este argumento é óbvio e razoável, contudo, será obtuso se não puder reconhecer a novidade das novas mídias em relação ao ponto analisado, novidade expressa nas formas diversificadas e cotidianas que os exemplos apresentados revelam.

O que parece estar em jogo, então, quando lidamos com as mídias atuais, passíveis de reunirem diferentes mídias em uma só, parece ser, em vez de se buscar identificar as mensagens em termos de seus conteúdos e formas, dar um passo além, buscando compreender quais materialidades corpóreas estão sendo requisitadas e como as mídias participam da produção destas materialidades. No caso específico da questão que aqui se encaminha, as materialidades serão recortadas a partir da proposição da idéia de *sensorialidades*.

Sensorialidades

Como sensorialidades devem-se entender as aptidões cognitivas e sinestésicas que um corpo pode conquistar ao entrar em contato com uma determinada expressão da cultura. Dentro dos objetivos deste texto interessa pensar as sensorialidades como as produções e alterações materiais que um corpo realiza ao interagir com diferentes mídias.

Esta idéia se inspira na aposta que a Escola de Toronto de Comunicação fazia na capacidade dos corpos se transformarem ao lidar com diferentes mídias como a escrita, o cinema, o rádio, a tv etc. (Havelock, 1961; McLuhan, 1964).

Como sensorialidades deve-se entender, ainda, o conjunto material corpóreo responsável por perceber e processar

o incomensurável conjunto de signos que tocam um corpo a todo instante. Ou seja, é a capacidade de um corpo processar sons, imagens, sinais gráficos, texturas táteis, dentre outros estímulos sensoriais, como uma experiência para qual o corpo possui, conquistado através de um aprendizado, um repertório de significados, ações, emoções ou respostas relacionadas, capaz de organizá-lo frente à experiência em questão. A sensorialidade deve ser entendida, assim, como uma espécie de memória corporal a partir da qual as experiências sinestésicas ganham orientação e sentido, guiando as ações que o corpo apresenta frente a tais experiências.

A sensorialidade se manifesta como uma ação ressonante, uma performance de um corpo diante de certos estímulos e contexto, tendo a ver esta performance com a história das materialidades deste corpo. A sensorialidade funciona, como dito, como uma memória do corpo possibilitando, diante do encontro com arranjos de estímulos, atualizações da materialidade deste corpo, agindo como esquemas para os desempenhos das ações e/ou sentimentos, enfim, das respostas corpóreas, no momento e contexto do referido encontro. Ou seja, a sensorialidade trabalha não só como uma espécie de memória não consciente e corporal que “sabe” o que significam para o corpo certos estímulos, como “sabe”, também, como atuar diante destes mesmos estímulos, conforme o contexto.

A título de exemplo, pode-se pensar em uma música tocada em uma escala sonora que recorra a variações de altura dentro de um intervalo menor do que aquele contido entre semitons, não habituais aos ouvidos ocidentais. Tal música poderá soar como desafinada ou estranha para tais ouvidos, enquanto que para aqueles familiarizados com a sonoridade em questão a experiência auditiva pode ser de enorme deleite. Ou, ainda, pode-se pensar como um prato como o *Tacacá*, típico da cidade de Belém, do Estado do Pará, pode ser tomado como estranho e evocar náuseas para os moradores do Sudeste e delicioso para o povo daquela cidade. Em todos estes casos, e em tantos outros que incidam sobre as diferenças entre práticas culturais, as sensorialidades podem ajudar a entender as ações, sentimentos e respostas corpóreas que cada indivíduo irá apresentar diante de um determinado conjunto de estímulos.⁷

Voltando à questão central deste texto, trata-se então de reconhecer que os novos meios de comunicação, ao permitirem a reunião de muitas mídias em um mesmo aparelho ou plataforma tecnológica, estariam permitindo também que todo um conjunto de diferentes linguagens

⁷ A idéia das sensorialidades é inspirada na lógica da plasticidade do sistema neural, tal como proposta pelo *Darwinismo Neural* de Gerald Edelman (1992).

possa vir a se apresentar para muitos e diferentes corpos, com materialidades e sensorialidades distintas.

É evidente que isso pode ser causa de problemas, uma vez que as ações, sentimentos e respostas corpóreas que diferentes grupos de indivíduos irão apresentar hoje, em função da velocidade de evolução das tecnologias midiáticas, podem ser diferentes. Enquanto um grupo poderá estar restrito às sensorialidades desenvolvidas por mídias como a TV, o cinema e os jornais impressos, por exemplo, outro grupo já poderá contar com sensorialidades desenvolvidas pelas próprias mídias digitais. Assim, qualquer comunicação que se proponha para um dado público poderá incidir em fracasso maior ou menor em função do desconhecimento das características sensoriais do público em questão. A título de exemplo meramente especulativo, poder-se-ia pensar em certos traços subjetivos comuns em um público majoritariamente jovem e urbano, como as seguintes características sensoriais: a capacidade de reconhecer pequenos signos visuais em uma tela de computador com maior ou menor rapidez, facilidade de processamento de leituras que fujam dos tradicionais formatos ocidentais da esquerda para a direita e de cima para baixo, movimentos manuais finos de controle de *mouse*, capacidade de realizar tarefas em paralelo com a atenção distribuída, dificuldade de concentração em uma única linearidade narrativa, valorização da velocidade em diferentes práticas e esferas do cotidiano, dificuldade para enfrentar tarefas que não estejam associadas ao lúdico e a alguma forma de prazer etc. Até que ponto tais características podem ser tomadas como sensorialidades e até que ponto as novas mídias seriam responsáveis por isso tudo seria algo a ser ainda precisado.⁸

Uma vez que um entendimento mínimo para a idéia de sensorialidade possa estar garantido, deve-se avançar um pouco mais em relação às análises das dinâmicas de comunicação nas novas mídias, sempre buscando evitar quaisquer recursos metodológicos que possam reeditar a antiga antinomia *forma X conteúdo*, como estratégias de ação para as referidas análises. Considere-se, assim, a seguinte questão: Uma mensagem que se apresente em uma mídia qualquer, ainda que não possa contar com as características sensoriais de um grupo ou indivíduo, poderá ser captada em seus elementos essenciais e significativos. Isto é, mesmo que um corpo não tenha em seu repertório mnêmico um conjunto de informações a partir do qual possa atualizar suas materialidades frente à mensagem em questão –

respondendo cognitivamente, agindo, etc. – este corpo poderá experimentar algum movimento em relação à mensagem, na busca de uma significação ou atualização mais próxima das suas próprias materialidades. Assim, diante de estímulos/mensagens que sejam parcial ou absolutamente novos para um corpo, haverá um movimento de ação ressonante a tal mensagem que contará, bem ou mal, com o repertório das materialidades que cada corpo possua. O hiato que haverá entre uma atualização das materialidades corpóreas como “primeira resposta” e as tentativas posteriores poderá ser, já, um movimento inicial de alteração das sensorialidades e materialidades do corpo, mas, antes disso, o que haverá é a busca da conquista de uma atualização sensorial mais plena. O que isto significa? Que o corpo, diante de uma mensagem, responderá com o repertório sensorial que já possui, mas, percebendo uma inadequação da sua resposta ao estímulo e contexto em que se dá a comunicação, poderá buscar formas mais adequadas de respostas à mensagem em questão. Este movimento de procura, esta busca por melhores performances, esta perturbação que surge entre as materialidades do corpo e o que a mensagem e o contexto parecem demandar, propõe-se, deve ser entendido como *afetividade*.

Afetividade

A afetividade deve ser pensada como esta força que impulsiona o corpo na transformação das suas sensorialidades e materialidades, como estratégia para melhor atuar diante de certas mensagens/estímulos/contexto. Observa-se, assim, que, mesmo que um corpo não tenha sensorialidades adequadas para apresentar respostas e ações satisfatórias frente a uma determinada mensagem em um dado contexto, este corpo poderá iniciar um movimento de transformação das suas sensorialidades já no momento em que expõe este mesmo corpo aos novos estímulos/contextos. Esta operação de exposição do corpo a novos estímulos/contextos, sendo continuamente repetida, poderá gerar todo um conjunto de transformações neurais que, por sua vez, poderá resultar em novos padrões de percepção e de resposta, mais adequados, frente às mesmas mensagens que deflagraram todo este processo, em relação às quais, outrora, o corpo respondia de forma menos precisa (Pereira, 2003).

⁸ Esta questão é um dos principais focos da pesquisa *A Escola de Toronto de Comunicação e o estudo das materialidades aplicado às novas mídias*, desenvolvida na Faculdade de Comunicação Social da UERJ, coordenada pelo autor do presente texto.

A afetividade deve ser pensada, assim, como uma espécie de imaginário, mas dentro de um ponto de vista que ponha juntos, na gênese deste imaginário, além de conteúdos imaginários anteriores, as sensorialidades do corpo. Se uma mensagem sempre desperta e joga com imaginários, sendo ela mesma composta por redes imaginárias de diferentes ordens – política, econômica, religiosa, tecnológica, erótica, dentre outras – não deve, contudo, ser pensada exclusivamente dentro de análises de conteúdos (imaginários). Uma mensagem, veiculada seja por qual mídia for, sempre evoca imaginários, não resta dúvida, e tais imaginários poderão ser melhor apreendidos se forem conhecidas as sensorialidades que estão em jogo em cada mídia operante. No caso das novas mídias, as sensorialidades que participam das dinâmicas produtoras de imaginários, ou de afetividades, como o presente estudo propõe, ainda estão por ser precisadas.

Conclusão

As dinâmicas das novas mídias devem ser pensadas como práticas que poderão ser melhor apreendidas se deixarem de ser investigadas tendo como referência a clássica antinomia *forma/conteúdo* e passarem a ser investigadas através de uma abordagem que possa enxergá-las como partícipes dos movimentos de produção e de alteração das materialidades corpóreas (sensorialidades), por um lado, e como tecnologias produtoras, difusoras e transformadoras de imaginários (afetividades), por outro.

Assim, sensorialidade e afetividade devem ser pensadas como referências que destacam aspectos que dizem respeito às dimensões materiais e imaginárias, respectivamente, da comunicação. Aposta-se que a valorização destas duas dimensões é fundamental para uma expansão do entendimento acerca das dinâmicas das novas mídias e, assim, do próprio campo teórico da comunicação.

Analisar uma mídia pensando suas dinâmicas materiais e imaginárias, implicando processos de corporificações, considerando as sensorialidades e afetividades presentes, pode revelar, ainda, todo um conjunto de objetos e elementos novos que venham contribuir para a compreensão da própria cultura contemporânea.

Os próximos passos que este estudo almeja incidirão sobre reflexões que possam dar conta de uma metodologia de trabalho que seja capaz de avaliar com mais precisão as afetações materiais dos corpos, a partir das mídias atuais e,

ainda, como as materialidades corpóreas hodiernas podem influenciar os próximos passos da evolução das novas tecnologias. Se este texto puder ser um estímulo para congregar mais explorações em torno dos objetivos aqui enunciados, já terá se justificado.

Referências

- BALSAMO, A. 1995. Forms of Technological Embodiment: Reading the Body in Contemporary Culture. In: M. FEATHERSTONE e R. BURROWS (ed.), *Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk – Cultures of Technological Embodiment*. Sage, London, p. 215-237.
- BLACKMAN, L. 2001. *Hearing Voices: Embodiment and Experience*. Free Association Books, London, 319 p.
- BOLTER, J.D. E GRUSIN, R. 1998. *Remediation – Understanding New Media*. Cambridge/London, The MIT Press, 295 p.
- CHARNEY, L. e SCHWARTZ, V. 2001. *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo, Cosac & Naif, 567 p.
- CSORDAS, T.J. 1994a. Introduction: The Body as Representation and Being-in-the-world. In: T.J. CSORDAS (ed.), *Embodiment and Experience: The Existential Ground of Culture and Self*. Cambridge, Cambridge University Press, p. 1-24.
- CSORDAS, T.J. 1994b. Words from the Holy People: A Case Study in Cultural Phenomenology. In: T.J. CSORDAS (ed.), *Embodiment and Experience: The Existential Ground of Culture and Self*. Cambridge, Cambridge University Press, p. 269-290.
- EDELMAN, G. 1992. *Bright Air, Brilliant Fire – On the Matter of the Mind*. New York, Basic Books, 280 p.
- GEERTZ, C. 1989. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, LTC – Livros Técnicos e Científicos, 252 p.
- GREEN, S. e BAVELIER, D. 2003. Action Video Game Modifies Visual Selective Attention. *Nature*, 423:534-537.
- GUMBRECHT, H.U. 2004. *Production of Presence: What Meaning Cannot Convey*. Stanford, Stanford University Press, 326 p.
- GUMBRECHT, H.U. e PFEIFFER, K.L. (eds.). 1994. *Materialities of Communication*. Stanford, Stanford University Press, 734 p.
- KERCKHOVE, D. de. 1997. *A pele da cultura: uma investigação sobre a nova realidade eletrônica*. Lisboa, Relógio D'Água Editores, 289 p.
- KITTLER, F. 1990. *Discourse Networks 1880/1900*. Stanford, Stanford University Press, 389 p.
- LÉVY, P. 1993. *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro, Ed. 34, 224 p.

- MAUSS, M. 1973. Les techniques du corps. In: M. MAUSS, *Sociologie et anthropologie*. Paris, PUF, p. 365-386.
- MAUSS, M. 1974. As técnicas corporais. In: M. MAUSS, *Sociologia e antropologia*. Vol. 2, São Paulo, EPU/EDUSP, p. 209-234.
- McLUHAN, H.M. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, The New American Library, 397 p.
- MORAVEC, H. 1988. *Mind Children: The Future of Tobot and Human Intelligence*. Cambridge, Harvard University Press, 214 p.
- ORNSTEIN, R. 1991. *A evolução da consciência*. São Paulo, Nova Cultural, 265 p.
- PEREIRA, V.A. 2003. Entendendo os meios: as extensões de McLuhan. In: A. LEMOS e P. CUNHA (coords.), *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre, Sulina, p. 90-112.
- PEREIRA, V.A. 2004. *Tendências das tecnologias de comunicação: da fala às mídias digitais*. In: S. SÁ e A. ENNE (org.), *Prazeres digitais: computadores, entretenimento e sociabilidade*. Rio de Janeiro, E-papers Serviços Editoriais, p. 131-146.
- PEREIRA, V.A. e FELINTO, E. 2005. *A vida dos objetos: im diálogo com o pensamento da materialidade*. Contemporânea – Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA, 3(1):79-98.
- SINGER, B. 2001. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: L. CHARNEY e V. SCHWARTZ (orgs.), *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo, Cosac & Naif, p. 115-148.
- TURKLE, S. 1984. *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. New York, Simon and Schuster, 362 p.

Submetido em: 05/03/2006

Aceito em: 09/05/2006