



## TICs na Educação Física, no Esporte e na Saúde

Adair Caetano Peruzzolo

**Resumo:** Os processos comunicacionais são dinâmicas essenciais à existência e sobrevivência dos seres dotados de percepção. Por esses processos, os comunicantes informam a sua situação e intenções ao mesmo tempo em que colhem dados sobre o lugar e pretensão dos outros. No universo humano, as tecnologias são instrumentações de operacionalização e busca de eficácia dessas relações comunicacionais. A cultura regra e controla as significações dessas operações, deixando-se penetrar e dirigir pelos movimentos da comunicação. Os usos culturais da comunicação e suas informações dependem dos projetos de vida de cada indivíduo social humano.

**Palavras-chave:** Teoria da Comunicação - Comunicação e cultura - Comunicação e tecnologia.

**Abstract:** Communicational processes are the essential dynamics to the existence and survival of the beings endowed with perception. By these processes, communicators inform their situation and intentions at the same time as they gather data on the location and pretension of others. In the human universe, technologies are instrumentations of operation and search of efficiency of these communicational relations. Culture rules and controls significances of these operations, allowing the movements of communication to penetrate and direct it. Cultural uses of communication and its informations depend upon the life projects of each human social individual.

**Key words:** Communication Theory – Communication & Culture – Communication & Technology.

**Resumen:** Los procesos comunicacionales son dinámicas esenciales a la existencia y sobrevivencia de los seres dotados de percepción. Por esos procesos, los comunicantes informan su situación e intenciones a la vez que recojen datos a cerca del lugar y pretensión de los demás. En el universo humano, las tecnologías son instrumentaciones de operacionalización y búsqueda de la eficacia de esas relaciones comunicacionales. La cultura regla y controla las significaciones de esas operaciones, dejándose penetrar y dirigir por los movimientos de la comunicación. Los usos culturales de la comunicación y sus informaciones dependen de los proyectos de vida de cada individuo social humano.

**Palabras clave:** Teoría de la Comunicación - Comunicación y cultura - Comunicación y tecnología.

---

**Adair Caetano Peruzzolo** é professor titular da UFSM, pesquisador do CNPq e atua no programa de pós-graduação de Comunicação da UFSM.e-mail: acperuzzolo@gmail.com

\*\*\*\*\*

O ideal seria que houvesse questões oriundas das vinculações vivenciais de cada participante deste encontro, porquanto os efeitos de persuasão, que é como podemos denominar as condutas de atenção, interesse e entendimento da fala que aqui vai ocorrer, dependem dos vínculos que são mostrados entre aquilo de que se necessita e a oferta de modos de satisfazê-lo.<sup>1</sup>

Entretanto há um certo costume, entre nós, de achar que um palestrante saiba exatamente as respostas às perguntas que estão em cada mente de cada ouvinte... Em verdade, isso é assustador, pois, as realidades humanas vivenciadas de cada um têm singularidades que somente cada um pode manusear. Com esse dizer, já descarto boa parte da minha responsabilidade em ser exatamente “aquilo que cada um esperava”...

Sigo, então, o tradicional tentando colocar pontos que, no meu modo de ver, são importantes para o entendimento do tema que se enuncia como “As Tecnologias de Informação e Comunicação aplicadas a diferentes campos de atuação profissional”, que é o que foi planejado pelos organizadores do evento.

Primeiramente, “tecnologias de informação e comunicação” ... Isso indica que há um campo humano e social, que toma comunicação e informação como sendo objetos diferentes. Como então eu me posiciono frente a essa questão?

Depois, diz que são “tecnologias”. Que é uma tecnologia? E como isso está referido à informação e à comunicação, isto é, que significa falar em tecnologias da comunicação e da informação? Seguindo, a proposta titular solicita estabelecer nexos com diferentes campos de atuação profissional: primeiramente, creio que, no presente caso, não são tão diferentes assim, não ao menos no que diz respeito ao conjunto dos que aqui se encontram; são, pelo menos por definição acadêmica, educadores no ramo da fisicultura... É isso? Acredito que as diferenças provenham das inserções individuais no campo social.

1 O título deste artigo corresponde à designação do tema básico para o V Seminário de Comunicação e Esporte, evento do CEFD/UFSM, nos dias 21 a 23.11.2005.

Bom, então, o que este título solicita aos encontros? Pede-lhes que analisem e reflitam as imbricações que pode haver da informação e da comunicação com o âmbito social determinado como educação física. Assim que temos de juntar às perguntas acima algumas outras, de modo que nos orientem às respostas que elas pedem, tais como: Que é comunicar? Pois, não creio que, apesar de dizermos que vivemos na Sociedade da Informação, saibamos o que é exatamente essa realidade.

Alguns gostam de dizer que ela é uma questão muito, muito simples; mas a quantidade de perguntas, que se fazem em torno dela, diz que não é uma questão tão simples assim. Da concepção que damos aos fatos comunicacionais dependem as condutas que organizamos com relação a ela.

Arelada a essa questão do que é o comunicar está o modo do seu exercício, isto é, em resumo, que é mensagem e qual é o papel dos comunicantes? Desentrolando esse fio de Ariadne, vamos chegar à sala do fazer essencialmente humano, isto é, o modo cultural, onde está o fazer 'educação' e o fazer 'educação física'. Mas que é cultura e, principalmente, que tem a ver comunicação com cultura? E por fim, apontar algumas conclusões.

### **1. Que fenômeno é o comunicar?**

A pergunta, aqui, tem um intuito pedagógico, isto é, orientar a compreensão de um fenômeno: precisamente, as aplicações da comunicação e da informação no campo do exercício profissional da educação física; mas é também uma pergunta essencial pois que procura o sentido profundo da ação designada como 'comunicar'. Pergunta-se, portanto, sobre a natureza da comunicação e a razão da sua efetivação (por que?).

Ter uma boa noção do que é esse fenômeno é muito importante, porque os elementos de comunicação se organizam e fazem sentido sempre dentro de processos comunicacionais que, por sua vez, inserem-se sempre dentro de códigos (que podemos também chamar de 'linguagens'). Na verdade, se estes são o modo de reger

a organização de sinais, com o intuito de estabelecer elos com um outro, portanto, é o lugar, portanto, digamos, onde determinados sentidos encontram acolhida. De uma certa forma, as linguagens são, como diz Eco, um sistema de possibilidades prefixadas. Só com base nelas, podemos fazer circular significados e sentidos, e comunicar-nos.

Veja-se bem, ‘com base nos códigos’, porque nem o significado nem o sentido são estabelecidos por eles, senão que são agenciados, definidos e redefinidos num jogo entre as subjetividades, em face deles. Podemos, entretanto, dizer que a linguagem é a arena; os sujeitos são os contendores. Nos termos de Criado (2000, p. 374), *“os sujeitos continuamente fazem inferências retrospectivas e prospectivas a partir do que se está dizendo no momento: redefinem o sentido do anterior e dão sentido ao que virá a partir do dito”*; de tal modo que um texto (um produto tirado a partir de um código) é também um sistema de possibilidade prefixadas, que estimulam e amparam o encontro de atores num gesto social.

Vamos, pois, criar um conceito de comunicação para poder trabalhar com ele, mas um conceito que nos ajude, que amplifique as questões do sentido e possibilite o entendimento das dimensões do humano. Alguns gostam de conceituar a comunicação pelo que ela apresenta de melhor, isto é, pela sua excelência. Assim, dizem que ela é diálogo, que comunicação é partilha; que viver em sociedade é comunicar-se, que ela é a respiração de uma sociedade, que ela é um processo de influências, etc.

Bom, os conceitos respondem sempre a modos como cada um olha um dado fenômeno (aqui, no caso, o da comunicação) e nesse sentido, eles são sempre importantes... mas isso não decreta nenhuma verdade também não estabelece nenhuma mentira. Os conceitos, como diz Deleuze (1977), são intensidades - como as cores, os sons, as imagens - que em certos momentos crescem, noutros enxugam, alhures resplandecem, depois, convêm ou não, que passam ou permanecem... *Um conceito*, diz Granger (apud Barthes, 1975, p. 13), *certamente não é uma coisa, mas não é tampouco somente a consciência de um conceito.*

*Um conceito é um instrumento e uma história, isto é, um feixe de possibilidades e de obstáculos envolvidos num mundo vivido.*

Pessoalmente gosto de trabalhar e, por isso, opto por conceituar a comunicação pela sua idéia mínima. Não pelo seu dizer máximo, por sua excelência, por seu conceito pleno, como são diálogo e partilha, mas pelo seu conceito menor e mais necessário, isto é, por aquelas coisas sem as quais não pode existir comunicação, porque isso facilita a análise e a sua compreensão. Assim que o termo ‘comunicação’ denomina primordial e necessariamente uma **RELAÇÃO**.

Na sua definição mínima, não na sua definição plena, mas na sua forma primeira e suficiente, ela é uma relação; relação entre um sujeito que procura de alguma forma um encontro com alguém e que, por sua vez, também tem a sua procura a fazer. Portanto a comunicação é, no seu conceito mais limítrofe, uma relação de ser a ser que quer, que procura passar uma mensagem a outro ou colher dele uma informação.

Essa relação comunicacional precisa de um meio para fazer-se, para acontecer (esse meio é o lugar de encontro das representações que regem a relação de comunicação)... A esse meio denominamos ‘mensagem’, que se torna o elemento de fazer a relação; um ‘entre’ os comunicantes, portanto. Daí, então, relação de comunicação. Essa relação acontece, se faz sempre num tempo e num espaço. Daí que também ela aparece como sendo um ato, um processo, uma ação; uma ação que relaciona seres que de alguma forma se buscam. A comunicação é um ato, um evento, mas o seu sentido reside na relação, que se produz.

Um modelo comunicacional pode ser mais ou menos assim:

Relação de um ser = E

Com outro ser = R

(logo, E ————— R)

Por um elemento que os relaciona: M.

Logo, o modelo comunicacional será:

E ——— M ——— R.

Fazendo a ligação entre E e R está M.

Entretanto, se examinarmos bem, veremos que, no modo de pensar a linguagem feito por Halliday (1994, p. 107), a relação de comunicação apresenta três movimentos: o processo como tal, os participantes e as circunstâncias em que se faz. Por isso a ação comunicacional não é um momento isolado na vida dos comunicantes. Mas um evento físico, um encontro no tempo e no espaço, que afeta o vir-a-ser dos comunicantes.

É exatamente isso o meio de comunicar: uma produção do comunicante primeiro e um meio de conectar-se com o comunicante segundo. Costuma-se designar os agentes comunicantes com as categorias comunicacionais de “Destinador” e “Destinatário”, em lugar de Emissor e Receptor, porquanto estas sugerem, a primeira, um comportamento mecânico e, a segunda, uma conduta passiva.

Quando se fala em meio, fala-se de mediação; e quando se fala em mediação, fala-se de distanciamentos. O distanciamento exprime a descontinuidade. A mediação é um modo de ser natural ao animal, se bem que as formas de mediação existentes para o animal-animal e para o animal-homem sejam de graus diferentes. A árvore, sim, tem uma forma de vida imediata, que é eminentemente a experiência do contato mas que, entretanto, não lhe confere uma dimensão exterior.

Ensina a Biologia que a vida animal se caracteriza pela mobilidade, percepção e sensação. Como explica Hanz Jonas (2004, p.124), a ligação entre o movimento e a percepção é evidente: “*A simultânea ocorrência de percepção e movimento inaugura um importante capítulo na história da liberdade...*”. Pela existência dessas capacidades, o espaço se abre para a vida animal. Assim que, pensado de modo negativo, a perda da relação direta com o meio ambiente é a determinante da mediação. De modo positivo, a mediatidade significa, na escala da construção da vida, a conquista da sensibilidade e do movimento.

2 Para mim, este fundamento de atividade animal, denominado movimento, é a soleira fenomênica do pensar a atividade física como educação para as sociedades, tanto humanas quanto animais.

A ligação entre o movimento e a sensação define exatamente o significado fundamental da emoção para a teoria da vida<sup>2</sup>. “*A locomoção no animal*, diz Jonas (2004, p. 125), *se volta para um objeto ou dele se afasta, quer dizer, ou é perseguição ou é fuga*”. Assim que o desejo é pressuposto básico da atividade de mobilidade, pela qual o animal tem que se pôr a caminho e procurar as coisas necessárias à sua sobrevivência. Entretanto essa busca pela superação da lacuna espaço-temporal é cheia de riscos, porquanto há o lugar do outro e do seu respectivo desejo.

Assim, primeiro, quando um destinador organiza uma M para algum destinatário, procurando ou ocasionando relação com ele, essa M é um conjunto de elementos representantes de si, seja porque ele os organizou de uma forma intencional seja por que ele os escolheu assim como são, para que cheguem e despertem o interesse e significados neste sujeito com o qual quer ou precisa relacionar-se. Por isso a mensagem é, de um lado, um objeto produzido por alguém e, de outro, o objeto da comunicação (por isso dizemos também que ela é um ENTRE).

Segundo, o Destinador, ao procurar uma relação de comunicação, vai primeiramente relacionar-se com M, isto é, precisa escolher elementos para compor - codificar - suas idéias e intenções. Como faz isso? - Ele efetua certas suposições a respeito da forma de ser e de comportamento do destinatário e organiza a mensagem de acordo com essas pressuposições e, também, escolhe estrategicamente o modo como apresentar-se a ele. Tanto aos aspectos imaginários quanto aos resultados físicos desse trabalho, chamamos de representação; na Semiologia dos Discursos, Enunciação e ato de enunciar.

Terceiro, se M é o arauto de um destinador, o destinatário de uma mensagem poderá fazer certas conjecturas a respeito dele, analisando o objeto por ele construído como um conjunto de estratégias persuasivas. Isso é importante porque, na procura dos significados e dos sentidos agenciados na comunicação, se pode optar também por fazer exame das tendências ideológicas do comunicador, analisando sua mensagem. Inclusive por

que, para nós seres humanos, o que realmente interessa é o que os homens fazem com eles próprios e por causa deles. E tudo parece indicar que as pessoas não estão obrigadas a escolherem os mesmos valores, não na mesma intensidade ao menos.

Então, quando duas pessoas se comunicam, há um relacionamento entre uma pessoa e outra pessoa. Esse relacionamento se faz mentalmente por uma representação dessa outra pessoa, e concretamente pela representação de uma mensagem, exprimindo uma certa informação. Assim, há também uma representação da mensagem com a qual se constroem os laços de encontro na relação de comunicação. Comunicar no nível humano (em qualquer nível a estrutura é a mesma) é estabelecer uma relação entre uma pessoa e outra para compartilhar uma mesma mensagem, que pode desdobrar-se em uma série de outras. O aspecto cruel do fenômeno de comunicação é que, com frequência, o intuito dela é a captura, o aprisionamento do outro (tal como o assobio do caçador para enganar o pássaro que ele quer para si).

A representação, em vista do seu carácter de investimento afetivo e operacional na relação, passa a definir a qualidade dessa comunicação. Logo, o que faz que uma relação seja comunicação e o que faz a sua qualidade é a representação como meio de comunicar.

Uma ligação com as preocupações dos organizadores desse evento, ao menos, é o que já se pode antecipar para o carácter do modo de ser da tecnologia: O ver, o fotografar, o dizer, o escrever, o desenhar são relações. Relações que são meios, são mediações. O que se quer dizer a uma pessoa vai passar pelo dito, pela palavra. Esse dito é a representação daquilo que se pretende dizer. Agora, essa representação, que é o dizer, é uma estrutura de relações: uma relação com aquilo que se diz, com o modo como aquilo que se diz é dito, e com aquele a quem se diz. Assim, no nível da representação, eu me relaciono à linguagem, e essa linguagem é o meio de comunicar; de um certo modo, uma tecnologia, que corporifica aquilo que eu quero dizer para chegar ao outro.



Assim, o que possibilita a comunicação é a representação, que é uma estrutura de relações: umas idealizadas; outras, materializadas.

## 2. Que é a mensagem?

As relações entre comunicação e tecnologia remetem à pergunta: ‘que é uma tecnologia?’ E a resposta a essa questão remete a outra também pouco compreendida, que é aquela das significações (especificamente, significados e sentidos). É também dentro dessas dimensões que se pode pensar em profissão de educador, formação e uso de tecnologias.

Que é Mensagem? Entretanto o entendimento do que é mensagem passa pelo entendimento dos fenômenos da mobilidade e da sensação no ser animal.

Dito de maneira funcional, a mensagem é o meio de entrar em relação. Esse meio é aquilo que organizamos para nos relacionarmos com o outro e, de um modo vital, significar-lhe algo, sem o que ele não se exporá a nós. É um entre, mas esse ‘entre’ tem que possuir o atributo da conexão com os destinos dos sujeitos, isto é, com as suas forças vitais e com os seus desejos<sup>3</sup>. É por isso que, como se exprime Maturana (202, p. 38), o cão ao lhe ser solicitado buscar um bastão jogado ao longe, não se orienta para o gesto e o falar do dono, mas para a orientação da orientação do gesto.

É assim também que, quando alguém olha uma foto, não olha o gesto da doação dela no meio (Tv, Revista, Jornal...) mas, sim, olha para o apontado do apontar da imagem, isto é, para o seu sentido. Aliás, é desse modo que chegamos ao valor velado da fotografia de informação jornalística, por exemplo, onde, como observadores, olhamos não o apontar daquele que aponta, mas ao apontar do apontar fotográfico do jornalista.

Por aquilo que dissemos logo acima quando falamos que a mensagem é o meio de comunicar, que é o que põe em relação um destinador e um destinatário, já podemos ver que, praticamente qualquer coisa pode servir

3 Aqui se situa o fundamento do caráter persuasivo de que é portadora toda mensagem.

de mensagem. Nesse sentido, pode-se perguntar: que é mensagem para o ser humano? - Respondendo, podemos dizer, primeiramente, que a questão da mensagem tem de ser compreendida à luz da alteridade, porque a comunicação é o modo de ser e de fazer-se dos seres vivos (mas, aqui, contemplados nessas categorias teóricas só estão os seres vivos dotados de capacidade de representação). É por isso que a relação de comunicação tem sempre uma necessidade na sua base, que é aquilo que funda o sentido, tal como o concebem Greimas e Courtés (1979), quando o referem à realização das intencionalidades do ser humano. De tal modo que o sentido diz respeito à sua teleologia, à função de um objeto com relação ao existir.

Voltemos à questão do que pode ser mensagem. Então, pode ser mensagem, primeiro que tudo, aquilo que tem sentido no nível do programa operatório da espécie, porque algo só se constitui em estímulo se houver, no comunicante receptor, um mecanismo capaz de ser sensibilizado por ele. Em segundo lugar, constitui-se em mensagem o que se soma às possibilidades do ser, o que ainda não há, o novo, entretanto um novo que signifique algo possível para o equilíbrio do ser, quer dizer, aquilo que amplia, reforça e/ou remaneja as forças genéticas e/ou as forças vitais, porque na comunicação humana, com a complexidade cerebral maior, com as potencialidades biológicas mais extensas, há também possibilidade de informação maior devido à regressão do controle do código genético. Nesse sentido o homem não só pode como efetivamente trabalha com um grau maior de desordem, podendo chegar ao ponto de uma novidade excessiva que o leve até à ausência de comunicação.

Quando duas pessoas se comunicam, melhor dito, quando duas pessoas entram em relação de comunicação, há um relacionamento entre uma pessoa e outra. Na relação de comunicação, como já dissemos, esse relacionamento se faz por uma representação, que integra uma outra representação, aquela que o sujeito emissor faz do sujeito receptor, mas que é também a representação

do que o emissor investe na procura do outro. Assim a mensagem é um bloco de representações, que serve de ponto de passagem para as significações sociais. O desenho rupestre de um bisão materializa representações do homem das cavernas, representação que subtece as relações privilegiadas (que ele privilegiou) na procura do exercício de vida. A impressão de um livro materializa representações que se fazem na cabeça dos homens de hoje.

Faço um gesto. Há uma relação que define o gesto: relação entre o sujeito que faz o gesto e o gesto feito. Esse gesto carrega em si o investimento de desejos e sentimentos do sujeito para o outro, que recebe a mensagem, ou seja, esse meio relacional vem densamente investido pelo sujeito primeiro, que se relaciona a esse meio para poder relacionar-se, depois, por esse “MEIO”, com o outro. Então, a relação vai ser regida por essa representação, que faz a qualidade da comunicação.

Nos seus estudos, Tinbergen (1967) mostrou que o animal estabelece a relação na medida da representação do objeto. Uma certa cor do bico ou uma certa posição do corpo ou das asas constituem o sintoma que aciona as representações, que impulsionam a relação de comunicação, que é a força de impulsão da vida com vistas a constituir-se. Tem na base o desejo e as necessidades. Como já vimos quando introduzimos a questão da mediação, a relação mais vital sendo a relação de busca do outro, para a conservação do indivíduo em vista da conservação da espécie.

Compreende-se, então, que comunicar, no nível humano, é estabelecer uma relação entre uma pessoa e outra através de um *MEIO MATERIAL*. Este é o lugar da prótese tecnológica, para fazer composição, para partilhar e relacionar-se constituindo e/ou preservando a vida. Logo, a própria tecnologia tem de ser pensada nesse espaço de mediação que se situa uma relação de comunicação como meio de comunicar, por cujo movimento se encontra o outro.

Que significa a tecnologia aqui embutida na relação de comunicação, quando esta significa a necessidade de se

relacionar com o outro para a sobrevivência, quer dizer, quando o outro é essencial ao meu ser (já no ato fundamental de nascer, mas é também essencial ao meu sobreviver)? É a sobrevivência do meu ser que impulsiona ações - DESEJA ações (no sentido proposto atrás) - na procura do outro (mãe, pai, parceiro de mesma espécie, etc) para composições (formação de corpo/sociedade) com vistas a subsistir e desenvolver-se.

Se a tecnologia aproxima, contribui, a pessoa ganha... Se afasta, se difere o encontro com o outro e, mesmo, com o real, se apaga a verdade, o comunicante perde... A própria tecnologia é uma mensagem... Pensada como mensagem, é um conjunto de relações estipulada como passagem de significados para o outro. Veremos algo mais quando aliarmos a tecnologia com comunicação e cultura.

Um tópico de suma importância que decorre do conceito de mensagem é o que distingue informação de comunicação. O indivíduo de informa, mas só a socialização faz comunicação. Por isso, o indivíduo é até pensável, mas sozinho é seguramente impraticável, principalmente sob o ponto de vista da sua comunicação e da sua sobrevivência. É só depois do grupo que vem o indivíduo. A unidade de vida humana não é o indivíduo, é o grupo, isto é, a sua construção social. O que há, são grupos humanos diferentes, distintos, que têm seus encadeamentos sociais, afetivos e culturais: o casal, a família, a cidade, os amigos, o trabalho, a igreja, os comunicadores, etc e aspectos de exercício da individualidade como subjetivações operadas a partir das regressões do código genético e do desenvolvimento da dimensão simbólica no homem.

De modo que a comunicação é naturalmente recíproca, porque a mensagem organizada é, primeiramente, resposta ao desejo e necessidade do outro, o que estimula no outro a sua captura (apreensão da mensagem como resposta ao seu desejo e às suas necessidades), propiciando o jogo social, a composição de um corpo, conjugação de forças, instituição de uma sociedade. E nessa aceitação/captura da mensagem emitida, o primeiro comunicante

estabelece relação (de comunicação) com um outro comunicante (*alter*-idade, do latim *alter* = outro).

É assim que, no modo de comunicar-se, vai implícita uma concepção do outro, o que ocorre também com aquilo a que denominamos tecnologia: ela carrega sempre em si uma concepção do outro. Entretanto, as experiências têm sentidos que não existem nas explicações, que são objetivadas na comunicação. Diz Maturana (2002, p. 214) que *“explicações e descrições não substituem as experiências, que elas exprimem ou descrevem. Dessa forma, não se deve esperar que a explicação de uma dada experiência faça desaparecer (a necessidade d)essa experiência”*.

A força, portanto, de toda mensagem está na sua qualidade de resposta à necessidade do seu intercomunicante. É por esse fundamento que se compreende as categorias de enunciação, enunciador, enunciatário, etc. A categoria de enunciador, por exemplo, que quer exprimir um papel assumido no discurso, nomeia o ato de alguém que se faz sujeito na fala e pela fala e que, por outro lado, institui um enunciatário pela própria ação de operar um enunciado, porque se alguém fala, fala para alguém que ele busca na relação de comunicação. Ora, isso é exatamente possível em razão da natureza recíproca da comunicação.

A concepção de comunicação como troca ou intercâmbio somente é aceitável na medida em que procura explicitar ações de agenciamento entre os comunicantes. Sodré (1996, p. 19) lembra que comunicação *“n    relação intuitiva entre ‘eu’ e ‘tu’.* * , sim, a partilha, no discurso, da disposição e da compreensão enquanto modalidades temporais da existência [...] que constituem a abertura do ser-no-mundo”*. Heidegger afirma que a comunicação *“nunca é transposição de vivências, por exemplo, de opiniões e desejos, do interior de um sujeito para o interior de outro sujeito”*.

Concluindo, qual é a importância desses itens “Que   Comunicação”, “Que   Mensagem ?” Fizemos questão de iniciar colocando aquilo que sempre está colocado como pressuposto fundamental das explicações que se fazem na consideração dos signos e da sua capacidade

de significação, pois, existe sempre um evento de comunicação na base de qualquer processo de uso de signos. Além disso, a diferença, quer dizer, a percepção da alteridade é a primeira condição do aparecimento do sentido. A isso é preciso acrescentar, mesmo que não queiramos deter-nos em maiores explicações, que a diferença entre tanto não pode ser reconhecida senão sobre uma estrutura de semelhanças, que lhe sirva de suporte e, como lembra Greimas/Courtés (1979, p. 100), diferença e semelhança são relações percebidas e/ou produzidas pelos sujeitos cognoscentes.

Uma coisa mais, na Teoria da Comunicação, a comunicação é uma estrutura de relação para a circulação de informações. Já para a Semiologia dos Discursos, a comunicação é um empreendimento de persuasão e interpretação, situado no interior de uma estrutura polêmico-contratual. Veremos isso a seguir no próximo tópico deste trabalho.

A “realidade” de uma pessoa é representada para o eu e para os outros por meio de elementos sígnicos. Para explicar, portanto, o que um texto diz e como diz, a Semiótica trata de examinar tanto os procedimentos da organização textual (que na comunicação social são muitos) quanto os mecanismos enunciativos de produção e recepção do texto. Nesse sentido, o texto se conceitua por dois momentos que se complementam: primeiro, é uma organização, que faz dele um todo de sentido e, segundo, é algo colocado entre comunicantes. Como organização de sentido, o texto se apresenta como um objeto de significação, que permite o exame dos procedimentos e mecanismos que o tecem. Como meio de comunicar, o texto se apresenta na forma de objeto de relação, por meio do que ele se localiza entre os fenômenos culturais, inserido dentro de uma sociedade, fazendo parte de suas forças constitutivas. Nesse sentido, ele apresenta condições sócio-históricas de existência e produção. “Assim, todo discurso, antes de testemunhar as coisas do mundo, testemunha uma relação ou, mais exatamente, testemunha o mundo testemunhando uma relação” (CHARAUDEU, 1997, p. 42).

### 3. Que é cultura?

Primeiramente, que tem a ver comunicação com cultura ? Na verdade, a busca a esta resposta deve levar à questão básica do que significam as tecnologias de comunicação e de informação.

Estudar o fenômeno cultural como fenômeno humano é colocar a questão na perspectiva da relação do homem com o mundo, o homem sendo primordialmente um ser de relações. Isso significa dizer que ele se faz pelas e nas relações que estabelece com o mundo.

Uma relação é uma ligação, um liame que se estabelece entre duas forças. É nesse sentido que a árvore se relaciona à terra, ao meio-ambiente. O animal caçador, à caça. Nessa perspectiva, as relações são vitais, porque delas dependem as possibilidades de sobrevivência dos indivíduos e, decorrentemente, da espécie. E são eficazes, na medida em que de suas formas nascem a realização do ser bem como as possibilidades de sua majoração, isto é, ser mais do que já é. Assim, a matéria vive quando a relação produz composição e perece quando produz decomposição.

O mundo humano, isto é, o mundo em relação ao qual o homem organiza e desenvolve suas atividades de vivência, é o resultado das escolhas de modos de fazer, inclusive sua sociedade, o modo de concebê-la e de organizá-la. O modelo cultural de sociedade responde à necessidade de conjugar as ações de todos com a maior eficácia possível na luta pela sobrevivência. A necessidade social de comunicação atende aos destinos de cada um tomados como um todo unitário.

Criada a linguagem, torna-se esta não apenas o instrumento da comunicação e, decorrentemente, da organização complexa da sociedade; torna-se também o patrimônio cultural portador do conjunto dos conhecimentos e das práticas da sociedade, constituindo-se num sistema generativo de alta complexidade sem o qual essa complexidade ruiria.

Então, as relações que o homem estabelece como

respostas às impulsões da vida, são respostas privilegiadas (porque escolhidas e estabelecidas) que vão ser fixadas e ajustadas (na medida das opções), trazendo ordenamento às respostas dadas às situações de insegurança e desconhecimento. Suas criações técnicas correspondem a modos de exercício da busca de resposta a cada vez mais eficazes dessas necessidades.

De tal maneira que a cultura, no seu sentido mais primordial, é uma categoria conceptual que procura exprimir os modos de relacionamento do homem com o real, isto é, no seu sentido primeiro e necessário, cultura é o fazer humano cuja força, nas palavras de Fromm (1995, p. 19),

é a mesma para o homem primitivo da vida em cavernas, para o nômade a cuidar dos seus rebanhos, para o camponês do Egito, o mercador fenício, o soldado romano, o monge medieval, o samurai japonês, o escriturário e o operário modernos.

O modo da comunicação técnica e de uma sociedade de informação é o modo de ser humano nos séculos XX e XXI, onde tais tecnologias exercem um papel preponderante na configuração das relações socioculturais, e criam novas formas de sociabilidades.

Não é preciso que as pessoas, ao fazer uso dos significados culturais fiquem pensando que elas assim se constituem, porque elas são um produto já conformado na ordem da cultura. Não é preciso estar consciente de nada nem é preciso pensar nada. Alves explica que, desde que a criança vem ao mundo, as coisas lhe vêm vestidas em linguagem, e não em sua nudez física; e esta vestimenta linguajeira a torna participante nas crenças daqueles que a rodeiam. Por isso, conclui ele (1979, p.31) assumindo as palavras de Cassirer: *“o homem não mais vive num universo físico mas num universo simbólico”*.

Os homens somente passam por esta ou aquela conduta, manifesta aqui, escondida ali, etc, porque os contextos socioculturais tecem e regram o seu movimento. Por isso diz Eco (74:XIII) que *“para organizar suas próprias experiências uma cultura deve nomeá-las: isto é, deve fazer*



*corresponder, a elementos de forma de expressão, elementos de forma de conteúdo*”. Assim, o aparentemente físico molda-se pela faculdade de simbolização, numa forma significativa que subteende o sentido, que se pleromiza, se plenifica na linguagem. A cultura é construída por processos de semiose, na medida em que esta significa o encadeamento de sentido dos modos de vida que o homem organiza para si.

Por isso, como nos lembra Maturana R (1995, p. 18), *“os problemas sociais são sempre problemas culturais, porque têm a ver com os mundos que construímos na convivência*. É isso que procuramos aqui esboçar fazendo um traçado de interdependências entre a comunicação e a cultura, porque a tecnologia, mesmo as comunicacionais e informacionais, são diferentes modelos culturais.

A técnica (techné) era para os gregos uma arte de fazer. Designava o gesto de fabricação de artefatos por meio de instrumentos, regras e condições de eficácia (Dubois, 2004, p. 31). Assim que, na sua origem, a tecnologia é um saber-fazer, cujo procedimento de fabricação faz resultar objetos belos ou utilitários. Em termos de TICs, é a arte do fazer informativo e comunicacional.

No nosso tempo, esse fazer informativo e comunicacional passa pela máquina, não mais pelas mãos corporais do homem. Tecnologia, hoje, nomeia uma dimensão maquínica, cuja realidade é mais um efeito de sentido, que uma necessidade. Telefonia, Rádio, Televisão Fotografia, Micro, Vídeo, Cine... são máquinas de linguagens, que demandam novas condutas e determinam novas tarefas e responsabilidades, dentre as quais, principalmente, a educação para seu uso. Daí, os novos desafios que estão sendo postos à educação quer formal quer informal.

Como linguagem, elas se inscrevem entre o homem e seus objetivos de vida, agindo no espaço de sua percepção, movimento e sensibilidade. Com certeza, é outro o homem que usa as tecnologias modernas que

aquele que usava o carvão para desenhar na parede das cavernas. “*A representação figurava um hiato original entre o objeto e a figuração*”... Hoje, a imagem é uma potencialidade, e “*sua essência reside apenas na natureza da sua virtualidade*” (Dubois, 2004, p. 48).

De tal modo que as modernas tecnologias de informação e comunicação, hoje, nos repõem no plano de origem da techné: é de novo uma questão de estética (estética do fazer, estética do viver, formas de...) que, por sua vez, remete aos sentidos do fazer humano, onde o ter um objetivo é mais humano que o servir a um objetivo, que é mais maquínico.

As novas tecnologias comunicacionais e de informação, diz Dubois (já citado) recupera o sujeito humano para dentro da cultura, e o recupera pelo pólo mais populoso: o dos usuários. Aquilo que Foucault dizia, ainda em 1974, do lugar do espectador, que era um lugar designado, privilegiado, mas obrigatório, significa hoje uma cultura da qual não se pode escapar. É, por isso, redobradamente desafiante às pedagogias sociais do presente, nas suas formas de ensinar, de pesquisar e em seus serviços de extensão. A elas se põe um grande desafio, o de construir novas formas de organização da produção, de trabalho, de política, de solidariedade, de desenvolvimento sócio-econômico, etc.

Mas uma cultura não é humanamente boa nem ética só porque é cultura. Os modos culturais, com frequência, servem a uns e não servem a outros. Em todas as formas, a criatividade e a experiência são os critérios de valorização mais fundamentais e vitais.

A educação deve estar atenta para o fato de certas pressões mercadológicas para não dar à pedagogia um cunho paradoxal, usando relações ‘irreais’ para possibilitar o ajustamento do homem ao seu mundo ou querer dar a ele uma compreensão objetiva. Seguramente, o uso da imagem não é o todo dos usos tecnológicos, mas a imagem, que já é uma pseudo-presença dela mesma, uma espécie de distância, de rasura do presente, comporta com certeza o apagamento da objetividade do referente.

O visual tem a estrutura do duplo: é, ao mesmo tempo, ele e outro. Mostrar uma imagem já é sugerir outra coisa. Diz Steinberg (1970, p. 18), pensando a comunicação dentro dos tempos modernos, que a comunicação social é um processo que

*'padroniza' o meio para o indivíduo. Os meios de comunicação de massa refletem esse meio. A comunicação 'relaciona' o indivíduo a outros indivíduos. Os meios de comunicação de massa, como a imprensa, revelam certas relações entre os indivíduos e o meio social. Os meios de comunicação de massa, sobretudo na educação, ajudam a relacionar o comportamento de grupo ao meio.*

Nesse sentido, é bom frisar que a cultura existe apenas através da ação interativa dos membros de uma sociedade, o que, no fundo, significa afirmar que são os processos de interação pessoais que produzem não só os produtos mas também os sistemas culturais de trocas e intercâmbios, principalmente, as significações, que são as que fazem a afirmação da ou de uma sociedade.

Estabelecendo, portanto, uma ponte com a atualidade, quando falamos de cultura das mídias falamos de modos relacionais que são consagrados como modelos de relacionamento com o outro, como modos de ser, de fazer, sentir, pensar e crer, aceitos e ajustados para o estabelecimento e desempenho da vida social humana.

De outro modo, as formas tecnológicas assumidas pelos meios de comunicação se posicionam como respostas possíveis às demandas de amplitude e majoração de vida dos conjuntos sociais humanos, dos seus devires na modernidade. A imprensa, a telefonia, o cinema com seus desdobramentos posteriores - rádio e televisão - tiveram rápida aceitação popular porque se incluíam como formas eficientes de relacionamento do homem com os outros homens, na satisfação de suas necessidades, e correspondiam - e correspondem - aos anseios de vários milhões de pessoas.

Não esqueçamos que a questão do valor se coloca no fato de o homem, no exercício natural da vida, não se perguntar sobre o que são as coisas, isto é, não tem com relação a elas uma atitude primordialmente objetiva, mas

de inquirir-se fundamentalmente acerca da sua relação com ela, isto é, uma atitude autovalorativa com relação às coisas. É por isso que para Buber (1962) o mundo humano (a cultura) se constitui a partir da maneira como o homem se relaciona com aquilo que o circunda. De modo que não lhe interessa fundamentalmente ‘o que são as coisas’ e, sim, o que elas ‘valem’ para ele na relação com elas.

Claramente, os meios tecnológicos impõem distanciamentos no encontro com o outro, mas essa realidade não é determinada pela tecnologia desses meios modernos de comunicação e, sim, pela natureza do pensamento projetivo (memória do futuro) que liberou as formas de sobrevivência do homínida da dependência exclusiva do seu código genético. Em outras palavras, é da natureza simbólica do homem o operar no diferimento dos termos da relação. E o homem acolhe, e usa, essas formas sempre que elas lhe acrescem compensações no seu afã de viver.

Não queremos dizer que tecnologia e comunicação sejam a mesma coisa. Há tecnologias que não são comunicação, mas toda forma de comunicação humana é produto de um fazer humano que interfere pesadamente nos outros fazeres. A questão se parece mais complicada quando queremos pensá-la em termos de efeitos ou de influência. Daí que muitos atribuem a ela a responsabilidade pelas carências de valores pensados, na relação de certas pessoas com certos objetos, quando estes são visualizados na articulação com objetivos ‘melhores’ para o conjunto social humano.

Kerckhove (1997, p. 61) amplia o alcance dessa relação entre instrumentação e ação humana, dizendo que *“qualquer tecnologia que afete significativamente a linguagem afeta também o comportamento físico, emocional e mental”*. A afirmativa de Lull (2000, p. 23) é um bom traçado desse jogo de implicações: *“Os meios de comunicação não se ‘interpõem’ simplesmente entre os seres humanos; mais do que isso, eles conectam as pessoas umas às outras de modo que, freqüentemente, superam as barreiras (culturais) impostas pela distância”*.

Se entendermos a tecnologia como sendo as extensões do organismo do homem (Hall, 1977), elas não

só não são algo fora dele, que podem ser analisadas sem ele, quanto são um meio pessoal de fazer comunicação; fazem parte das condições de produção de seu sistema cultural comunicacional. De qualquer forma, a tecnologia não é alguma coisa que existe fora do ambiente social-comunicativo do homem. Antes, se compõe simbioticamente com diferentes linguagens para fornecer respostas às interrogações existentes no grupo humano. Há uma co-implicação entre tecnologia e comunicação no processamento das respostas do homem à vida. Essa co-implicação pode ser resumida nas palavras de Gambardella (01:87): “*a linguagem é o lugar donde vêm coordenados consensualmente os comportamentos humanos*”.

Foi Voyenne (apud Beltrão, 1977, p. 56) que cunhou a frase: “*viver em sociedade é comunicar*”, explicando que

*um grupo pode, a rigor, abster-se de intercambiar bens materiais. Mas se não trocar informações, idéias e emoções, desaparecerá o próprio laço social, nada mais existindo em comum entre os membros desse grupo e, conseqüentemente, também desaparecerá a comunidade.*

Wolton (1996, p. 90) diz que há um dado antropológico fundamental, o de que “*não existe sociedade humana sem comunicação*”; e acrescenta - “*mas todas as sociedades tiveram de organizá-la*” - acentuando o lugar da ação cultural do homem, na medida em que lhe era fundamental controlar suas formas em função dos modos de vida. O que importa não é a tecnologia nem a cultura e, sim, o homem.

A educação/formação, como ideal, é um fazer-se que se obtém pela comunicação, pela ação pensada de homens que colocam antes os valores de vida humana solidária que os dividendos pessoais e institucionais obtidos com a sua ação.

### Conclusão

Para concluir, estabeleçamos alguns vínculos existentes entre os fenômenos da comunicação e da informação com o profissionalismo em educação, saúde e esporte.

Uma questão básica é o lugar da tecnologia, que é determinado pelo como funciona esse modo cultural de fazer. Veja-se, se o meio de comunicar é resposta possível ao ser do outro (para resposta a si), é preciso articular o que é proposto àquilo de que o outro precisa. Do contrário, não haverá atenção nem interesse, logo não será possível nenhuma adesão a tais valores.

Aqui entra a questão do outro como pessoa, não o outro tornado objeto de educação menos ainda de manipulação. Assim, o meio de comunicar é um ‘entre’ que re-arruma, acondiciona a passagem da resposta possível ao ser do outro para a resposta a si. Não o outro tomado como confronto, ponto de impacto, espelho, destinatário, mas como relação essencial à construção da subjetividade, como agenciamento do devir-homem, devir-sujeito, pois, não se trata de tolerância mas de reconhecimento. É pelo reconhecimento mútuo dentro da sociedade que os seres humanos se tornam pessoa (CORTINA, 01, p.33), isto é, tornam-se sujeitos de direitos e deveres.

Além disso, um outro aspecto singular convém, aqui, ser reafirmado, o de que o sentido de um evento de comunicação não é dado no momento da colocação em cena da mensagem, mas é agenciado no encontro dos sujeitos, dentro daquilo que significa a relação intersubjetiva produzida: poder, acolhimento, consumo, amor, etc. Assim que um rito de ameaça produz acomodações que evitam uma briga com seus conseqüentes desgastes; e uma corte, uma esperada aproximação.

Badiou (1995) fala de “*experiência do outro*” mas, para que o evento não seja um encontro onde as singularidades se anulem, acrescenta “*à distância*”: “*experiência do outro à distância*”. É nesse sentido que entendemos os dois momentos do agir comunicativo descritos por Habermas (1993): o primeiro, *voltado para a aliança com o outro*; o segundo, orientado para o exercício da influência sobre o outro. Ora, isso define precisamente o carácter substancial da comunicação como busca do outro.

Na medida em que a relação, portanto, se vê mediada e adaptada pela interposição de meios, se produz um distanciamento do encontro com outro. Logo, ocorre também um diferimento do encontro consigo. Consequentemente, diferir o encontro com o outro é diferir também a realização de si, que é a conquista do sentido de ser, cujo exercício se faz na comunicação. É nesse sentido que se pode entender a expressão barthesiana *“fora de troca”*, na medida em que a fala, a grafia e todas as suas technés perturbam a representação, mudando o estatuto do seu funcionamento.

As rupturas da comunicação originam frustrações porque o desejo fica reprimido, não sendo satisfeito. Tais frustrações são proporcionais ao investimento efetuado na representação, porque se investe uma certa esperança de realização naquela relação, que permitiria a construção de um espaço de encontro para a realização de devires.

Um segundo ponto se refere à consciência necessária ao educar, onde a comunicação é ao mesmo tempo o objeto da educação e o seu método mais fundamental. A tônica do que propomos firma-se sobre o aspecto essencial do ato social do que é comunicar. Falar de comunicação já é dizer um fenômeno naturalmente recíproco e naturalmente educativo. Assim que a vida social só é dada aos que são dotados de competência comunicativa, porque a vida social é a relação intersubjetiva... e essa é o sumo objetivo de toda educação.

Terceiro, cada meio circunscreve as suas próprias representações, seleciona seus próprios meios. O perigo não está tanto no empobrecimento dos temas quanto no desaparecimento das variantes imaginativas pessoais, provocado por formas que imobilizam as interpretações, sem permitir a seus usuários a constituição de linhas de fuga do aprisionamento desse saber e do seu uso.

Quarto, os meios de comunicação são frutos do desejo e das necessidades de relação do homem com o mundo (mundo sendo o que pode responder-lhe adequadamente em seus anseios de vida). Tais meios,

entretanto, passam a condicionar essas relações que, por sua vez, se inscrevem firmemente na organização social.

Concluo com o alerta - pedagógico - de von Oech (1994): para quem somente conhece o martelo, toda questão se lhe parecerá um prego.

### **Bibliografia:**

- ALVES, Rubem A. Notas introdutórias sobre a linguagem. REFLEXÃO, Revista de Filosofia e Teologia, PUC Campinas, SP, a. 4, n. 13, jan./abr. 1979. pp. 21-39.
- BADIOU, Alain. *Ética*, um ensaio sobre a consciência do mal. Rio de Janeiro: RelumeDumará, 1995.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria Semiótica Textual*. São Pulo: Ática, 1997.
- BARTHES, Roland. *Elementos de Semiologia*. São Paulo: Cultrix, 1975.
- BELTRÃO, Luiz. *Teoria Geral da Comunicação*. Brasília: Thesaurus, 1977.
- BUBER, Martin. *Le Problème de l'Homme*. Paris: Aubier, 1962.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Le Discours d'Information Médiatique*. Paris: Nathan, 1997.
- CORTINA, Adela. *Alianza y Contrato*. Madrid: Editorial Trotta, 2001.
- DELEUZE, Gilles e PARNET, Claire. *Dialogues*. Paris: Flammarion, 1977.
- DUBOIS, Philippe. *Cinema Vídeo, Godard*. São Paulo: CosacNaify, 2004.
- ECO, Umberto. *Tratado Geral de Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1980.
- \_\_\_\_\_. *As Formas do Conteúdo*. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- FOUCAULT, Michel. *Las Palabras y las Cosas*. Madrid: Siglo XXI, 1974.
- FROMM, Erich. *A Arte de Amar*. Belo Horizonte, MG: Itatiaia Ltda, 1995.
- GAMBARDELLA, Agata P. *Le Sfide della Comunicazione*. Roma: Laterza, 2001.
- GREIMAS, Algirdas Julien et COURTÉS, Joseph. *Sémiotique, Dictionnaire Raisonné de la Théorie du Langage*. Paris: Hachette Universitaire, 1979.
- GURGELIN, Olivier. Échange et Déflation dans le système culturelle. COMMUNICATIONS, Paris, Du Seuil, n. 11, 1968. pp. 122-140.
- HALL, Edwards T. *A Dimensão Oculta*. Rio de Janeiro: Francisco alves, 1977.
- JONAS, Hanz. *O princípio da Vida*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- KERCKHOVE, Derrik de. *A Pele da Cultura*. Lisboa: Relógio D'Água, 1977.
- LULL, James. Supercultura para a era da Comunicação. Revista FRONTEIRAS, v. II, n. 1, dez. 2000. pp. 9-25.
- MARTIN CRIADO, E. Del Sentido como producción: elementos para una análisis sociológico del discurso. In: LATIESA, M. (org.). *El Pluralismo Metodológico en la Investigación Social*. Granada, ES: Universidad de Granada, 1991.
- MATURANA R, Humberto. *La Realidad: objetiva o construida ?* México: Universidad Iberoamericana; Guadalajara (México): ITESO, 1995.
- OECH, Roger von. *Um Chute na Rotina*. São Paulo: Editores Associados, 1994.
- PERUZZOLO, Adair C. *A Circulação do Corpo na Mídia*. Santa Maria, RS: Imprensa Universitária, 1998.
- SERRANO, Sebastião. *La Semiótica, una Introducción a la Teoría de los Signos*. Barcelona: Montesinos, s/d.
- SODRÉ, Muniz. *Reinventando a Cultura*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.
- STEINBERG, Charles S. (Org.). *Meios de Comunicação de Massa*. São Paulo: Cultrix, 1970.
- TINBERGEN, N. *La Vie Sociale des Animaux*. Paris: Payot, 1967.
- WOLTON, Dominique. *Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Atica, 1996.