

Ciências da Comunicação 3

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)



Atena
Editora

Ano 2019

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)

Ciências da Comunicação 3

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C569 Ciências da comunicação 3 [recurso eletrônico] / Organizadora
Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa
(PR): Atena Editora, 2019. – (Ciências da Comunicação; v. 3)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-206-7

DOI 10.22533/at.ed.067192503

1. Comunicação – Aspectos políticos. 2. Comunicação de massa.
3. Internet. 4. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu
Torres. II. Série.

CDD 302.2

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

O terceiro volume da obra “Ciências da Comunicação” é composto por 25 artigos que retratam as transformações proporcionadas pela internet e as formas como se estabelecem a comunicação e os relacionamentos no mundo social.

Os autores abordam a interação simbólica na era digital, o uso das plataformas online pelas empresas, o jornalismo impresso frente à internet e os novos fluxos informativos. Os artigos refletem sobre a sociabilidade nas redes sociais, a formação de identidade e a sensação de pertencimento dos usuários. As pesquisas também revelam as mudanças na forma de armazenamento de informações e arquivamento fotográfico, o alcance das mensagens no ambiente online e o uso das novas plataformas digitais pelas organizações.

No segundo núcleo temático, os artigos são voltados à educação, com discussões relevantes sobre as práticas apoiadas em tecnologias digitais de comunicação e informação (TDIC) e a necessária qualificação dos docentes. Os pesquisadores também trazem discussões sobre a utilização das mídias digitais no processo de ensino-aprendizagem e apresentam relatos de experiências educolaborativas.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
CRÍTICAS À EPISTEMOLOGIA MODERNA PELO VIÉS DA TEORIA CRÍTICA E DA TEORIA ATOR-REDE	
Tarcísio de Sá Cardoso	
DOI 10.22533/at.ed.0671925031	
CAPÍTULO 2	13
ÉTICA E COMUNICAÇÃO DO INDIVÍDUO NA PÓS-MODERNIDADE	
Gabriela Queiroz Melo	
Sandra Maria Rocha de Carvalho	
Diego Frank Marques Cavalcante	
DOI 10.22533/at.ed.0671925032	
CAPÍTULO 3	23
GISELA SWETLANA ORTRIWANO E AS CARACTERÍSTICAS DO RÁDIO: REFLEXÕES EM TEMPO DE INTERNET	
Lourival da Cruz Galvão Júnior	
DOI 10.22533/at.ed.0671925033	
CAPÍTULO 4	35
A INTERAÇÃO SIMBÓLICA NA ERA DIGITAL: ENTENDENDO REDES SOCIAIS COM PEIRCE E BLUMER	
Jorge Antonio de Moraes Abrão	
Anderson Vinicius Romanini	
DOI 10.22533/at.ed.0671925034	
CAPÍTULO 5	47
TECNOLOGIA SOCIÁVEL EM RELAÇÕES PÚBLICAS: CASO MAGAZINE LUIZA	
Taisa Sanitá Selis	
DOI 10.22533/at.ed.0671925035	
CAPÍTULO 6	57
O JORNALISMO IMPRESSO FRENTE À INTERNET: IMPLICAÇÕES NA DECODIFICAÇÃO DE UM NOVO GÊNERO	
Mirian Martins da Motta Magalhães	
Fabiana Crispino dos Santos	
Elaine Vidal Oliveira	
Marcio Gonçalves	
DOI 10.22533/at.ed.0671925036	
CAPÍTULO 7	70
JORNALISMO E DISCURSO DE ÓDIO NAS REDES SOCIAIS	
Caroline Pignaton	
Ruth Reis	
DOI 10.22533/at.ed.0671925037	
CAPÍTULO 8	81
O JORNALISMO DIANTE DOS NOVOS FLUXOS INFORMATIVOS: PRINCÍPIO EDITORIAS DO GRUPO GLOBO E A GRAMÁTICA DE PRODUÇÃO NOTICIOSA	
Milton Julio Faccin	
DOI 10.22533/at.ed.0671925038	

CAPÍTULO 9	93
OS TELEJORNALISTAS E O APLICATIVO WHATSAPP NA ROTINA PRODUTIVA DAS REDAÇÕES	
Mozarth Dias de Almeida Miranda	
Sérgio Arruda de Moura	
Carlos Henrique Medeiros de Souza	
Victor Tomazinho Bartolazzi	
DOI 10.22533/at.ed.0671925039	
CAPÍTULO 10	107
VEM VER O SEMIÁRIDO: A PRÁTICA INTERDISCIPLINAR DE PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS NO CURSO DE JORNALISMO	
Mayara Sousa Ferreira	
Ruthy Manuella de Brito Costa	
Lana Krisna de Carvalho Morais	
DOI 10.22533/at.ed.06719250310	
CAPÍTULO 11	121
REDES SOCIAIS DA INTERNET: IDENTIDADE, PERTENCIMENTO E SOCIABILIDADE	
Catarina Carneiro de Andrade Lima	
Silas Nogueira	
DOI 10.22533/at.ed.06719250311	
CAPÍTULO 12	134
MEMÓRIA MÓVEL: ARQUIVOS FOTOGRÁFICOS NA ERA DIGITAL	
Kety Luzia de Amorim Marinho	
Aline Maria Grego Lins	
DOI 10.22533/at.ed.06719250312	
CAPÍTULO 13	145
DIVERSIDADE DE CORPOS: O CORPO GORDO ATRAVÉS DAS ARTES, REDES SOCIAIS E O MOVIMENTO PLUS SIZE	
Patricia Assuf Nechar	
DOI 10.22533/at.ed.06719250313	
CAPÍTULO 14	158
TRABALHO GRATUITO NAS REDES: OS USUÁRIOS A SERVIÇO DO CAPITAL	
Guilherme Bernardi	
Manoel Dourado Bastos	
DOI 10.22533/at.ed.06719250314	
CAPÍTULO 15	168
ALCANCE DE POSTS NO TWITTER: EVIDENCIANDO A DIFERENÇA ENTRE AUDIÊNCIA POTENCIAL E IMPRESSÕES DE MENSAGENS A PARTIR DE UM EXPERIMENTO	
Caio Cesar Giannini Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.06719250315	
CAPÍTULO 16	182
O USO DO INSTAGRAM STORIES PELAS ORGANIZAÇÕES: UMA ANÁLISE DOS PERFIS DAS CASAS NOTURNAS MARGOT E SINNERS	
Amanda Paloschi Bueno	
Vanessa Hauser	
DOI 10.22533/at.ed.06719250316	

CAPÍTULO 17	196
MÍDIAS SOCIAIS E CIBERDEMOCRACIA: UMA ANÁLISE DO FACEBOOK DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA	
Emanuelle Tronco Bueno Renata Patrícia Corrêa Coutinho	
DOI 10.22533/at.ed.06719250317	
CAPÍTULO 18	208
MÍDIAS SOCIAIS E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: REFLEXÕES SOBRE AS CONTRIBUIÇÕES CIENTÍFICAS E SOCIAIS DA DICIPA PARA A UNIPAMPA	
Franceli Couto Jorge	
DOI 10.22533/at.ed.06719250318	
CAPÍTULO 19	222
PRÁTICAS APOIADAS EM TECNOLOGIAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO (TDIC) NA EDUCAÇÃO BÁSICA: PERSPECTIVA EDUCOMUNICATIVA	
Gláucia Silva Bierwagen	
DOI 10.22533/at.ed.06719250319	
CAPÍTULO 20	238
EDUCOMUNICAÇÃO AMBIENTAL: DOCUMENTÁRIO TELEVISIVO COMO FERRAMENTA DE ENSINO NAS ESCOLAS PÚBLICAS DE MACAPÁ	
Laiza Monik de Oliveira Mangas Beatriz de Paula Moura Ribeiro Paulo Vitor Giraldi Pires	
DOI 10.22533/at.ed.06719250320	
CAPÍTULO 21	250
O ENSINO HÍBRIDO (<i>BLENDED LEARNING</i>) COMO METODOLOGIA NA EDUCAÇÃO ATUAL: O CASO DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DO NORTE DO ESTADO DE SANTA CATARINA	
Ana Elisa Pillon Leila Regina Techio Maria José Baldessar	
DOI 10.22533/at.ed.06719250321	
CAPÍTULO 22	261
FORMAÇÃO DE DOCENTES PARA O USO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC): A TRAJETÓRIA DO NACE ESCOLA DO FUTURO – USP E A EXPERIÊNCIA DO ESPAÇO INVENTANDO FUTUROS	
Fabiana Grieco Cabral de Mello Vetritti	
DOI 10.22533/at.ed.06719250322	
CAPÍTULO 23	274
USO DE MÍDIAS SOCIAIS NO ENSINO SUPERIOR	
Geovani Laurindo Filho Ana Maria Ribas	
DOI 10.22533/at.ed.06719250323	

CAPÍTULO 24 290

A GRANDE REPORTAGEM COMO FONTE DE (IN)FORMAÇÃO CRÍTICA: RELATOS DE UMA EXPERIÊNCIA “EDUCOLABORATIVA”

Verusa Pinho de Sá
Antenor Rita Gomes

DOI 10.22533/at.ed.06719250324

CAPÍTULO 25 302

DESAFIOS DA IMPLANTAÇÃO DA LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO NAS FORÇAS ARMADAS BRASILEIRAS: UMA VISÃO COMUNICACIONAL

Elen Cristina Gerales
Valquiria de Lima Rodrigues
Helen Rose Lopes dos Santos

DOI 10.22533/at.ed.06719250325

SOBRE A ORGANIZADORA..... 315

ÉTICA E COMUNICAÇÃO DO INDIVÍDUO NA PÓS-MODERNIDADE

Gabriela Queiroz Melo

Sandra Maria Rocha de Carvalho

Diego Frank Marques Cavalcante

RESUMO: Este artigo propõe uma reflexão acerca das mudanças sociológicas, políticas e econômicas, a nível individual e coletivo, da ética na pós-modernidade e como os meios de comunicação participam dessa mudança e alteram seu modo de transmissão ao longo das eras, percorrendo a trajetória dessa perspectiva teórico-metodológica, das suas origens até a atualidade. Aqui se apresentam referências bibliográficas fundamentais como Habermas, Hall, Debord, Giddens, Levy, entre outros, para responder questionamentos antigos, atuais e que possam haver durante este percurso, além de aprofundar o conhecimento sobre a ética, comunicação e pós-modernidade, criando uma base para futuras reflexões desses e de outros assuntos que possam se conectar.

PALAVRAS-CHAVE: Pós-Modernidade – Indivíduo – Comunicação

ABSTRACT: This article proposes a reflection on the sociological, political and economic changes at the individual and collective levels of ethics in postmodernity and how the media participates in this change and modifies its

mode of transmission over time, a trajectory of this theoretical-methodological perspective from its origins to the present. Here we present fundamental bibliographical references such as Habermas, Hall, Debord, Giddens, Levy, among others, to answer old and current questions that may exist during this course, as well as to deepen our knowledge about ethics, communication and postmodernity creating a basis for future reflections on these and other subjects that can connect.

KEYWORDS: Postmodernity - Individual - Communication

1 | INTRODUÇÃO

É natural do ser humano querer se expressar, é uma necessidade básica que anda junto à nossa existência desde que se tem noção de mundo. Essa necessidade e desejo para exprimir pensamentos e sentimentos existem desde os tempos dos homens das cavernas onde eles usavam desenhos para produzir algum sentido, ou ainda, podemos dizer, desde que o homem nasce, na hora que ele chora, pois é o primeiro estímulo que o corpo exerce para se comunicar. Lucia Santaella, professora da Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, fala que o ser humano não nasce pronto e ainda morre inacabado, ele é um ser

em constante evolução, e cita que a primeira tecnologia já está instalada em nosso próprio corpo: o aparelho fonador.

Antes de entrar na inovação, que é tão presente no nosso dia a dia quanto à comunicação, que está sempre reinventando tudo ao nosso redor, vamos entender um pouco mais sobre como se formou a Sociedade de massa e como ela interferiu em como somos, pensamos e agimos hoje pelos meios de comunicação de massa (até hoje bem presentes no cotidiano de grande parte da população mundial).

Hoje percebemos o universo e as nossas relações como um sistema complexo, ou seja, como um campo interdisciplinar que a cada segundo muda mais rapidamente, vivendo numa era de velocidade e efemeridade contínua que afeta nosso ser como um todo. Assim irei analisar como o indivíduo se comporta nas diversas esferas da ética, moral e comunicação no mundo pós-moderno tentando compreender como surgiram certos padrões, comportamentos e costumes.

2 | ÉTICA: DEFINIÇÕES

Primeiramente é preciso quebrar o que se prega o senso comum de que ética e moral são praticamente sinônimos e refletir um pouco mais sobre essas palavras. Ribeiro (2002a, p. 121) afirma que moral significa costumes ou modos, já a ética, significa caráter ou modo de ser. A moral se refere mais ao âmbito de sociedade, ou seja, é preciso se adequar ao meio para estar inserido num grupo, você tem que se conformar ou compactuar com determinados modos e costumes dos mesmos; enquanto a ética, diz respeito às escolhas, seu modo de ver o mundo e como você age nele, sem digamos uma “preocupação” com as consequências.

Para explicar melhor sobre essa “preocupação”, ou a falta dela, com as consequências sociais, falemos sobre o bom sujeito, as leis e a ação justa. O que seria um bom sujeito? Teoricamente seria alguém que não descumpra as leis, mas e se esta pessoa apenas o faz porque é uma obrigação ou por medo de algum castigo, ela continuaria sendo considerada boa ou apenas uma impecável executora de regras possivelmente de caráter ruim? Vejamos também o outro lado. Uma pessoa de bom caráter que não segue a lei, pois julga que não é correta, e de fato pode ferir a si mesma ou ao próximo em algum aspecto físico, mental, espiritual ou moral, pode ser julgada como injusta ou ruim por descumprir uma regra? Ribeiro (2002b, p. 126-127).

E eis que chegamos à discussão da ação justa, esta que não pode ser pensada com o absolutismo (em termos do que é certo ou errado) e nem tão pouco pelo relativismo, pois segue uma perspectiva muito individual que pode criar um grande caos de opiniões.

Antígona é filha de Édipo. Depois que Édipo descobre o terrível segredo de seu próprio nascimento (casara-se com a mãe, após matar o pai) e se exila, dois de seus filhos disputam o poder sobre a cidade de Tebas. Ambos morrem na batalha; o rei, Creonte, cunhado de Édipo e, portanto, tio dos dois, manda que um deles seja

enterrado com todas as honras; já o outro deverá ficar insepulto, presa dos abutres: ninguém o enterre, sob pena de morte. Ora, Antígona, não aceita essa desonra, essa violação dos últimos respeitos devidos aos mortos, e sepulta o irmão. Deixa claro, mais uma vez, que nada houve de político em seu gesto: teria feito o mesmo pelo outro irmão. O rei, no entanto, decide puni-la. Observemos que Creonte nada tem de desumano. Mais de uma vez tenta salvar a sobrinha, oferecendo-lhe uma saída. Antígona, porém, não recua e termina executada. Nossa personagem é exemplar de toda discussão sobre ética, porque define o que é essencial nesta última: ainda que muitas vezes coincida o que ordenam a lei e a ética, o cerne de toda autêntica moral está em ser capaz de enfrentar o poder, seja político, religioso, militar ou econômico, com base na convicção de que ele está errado. (RIBEIRO, 2002, p. 127-128).

O caso de Antígona, personagem de uma peça de Sófocles, aborda questões sobre a consciência individual, o poder do estado e nosso discernimento para seguir ou não as leis das quais somos submetidos, culminando numa reflexão sobre a ação justa dentro do conceito de ética como filosofia da moral.

Vivenciamos diversos conflitos morais e éticos diariamente nas nossas relações pessoais e interpessoais, sem perceber refletimos sobre isso, geralmente, para chegar a algum consenso, algo que seja bom ou justo para as duas partes e mantenha a harmonia na sociedade, como já sugeria Aristóteles na antiga Grécia com sua Doutrina do meio-termo: solicitando a busca desse ponto de equilíbrio entre os dois extremos. Entretanto, vivemos eras com estruturas de discursos dominantes, pensar que há sempre uma busca por um meio termo, infelizmente, se torna por vezes ideal.

2.1 Relações intersubjetivas

Para entender as relações intersubjetivas, comecemos com o que é intersubjetivo: é relativo às relações entre sujeitos humanos que ocorre ou envolve consciências individuais.

Em um mundo ideal, as pessoas discutiriam de forma racional, ou seja, visando apenas elementos isentos de emoções, porém, ainda carregando sua bagagem cultural e suas referências individuais, assim, podendo haver uma desconstrução de ambos os lados.

...a ética do discurso (ou da discussão), formulada por Habermas (1995, 1987) na tentativa de apontar um modo de comunicação intersubjetiva para a solução de conflitos e impasses normativos que seja livre de coerções e violências de toda sorte, fundada na igualdade entre parceiros de interlocução que se atribuem reciprocamente o status de parceiros moralmente dignos de serem ouvidos e considerados em debates sobre questões de interesse coletivo. (MARQUES, 2009, p. 55).

Entretanto, cabe a pergunta de como poderia acontecer tal discussão, de modo que a ética e a moral prevaleça sobre instintos de se fazer ouvir sem uso de violência verbal, moral ou física, vivendo em um mundo altamente complexo de pessoas com identidades estilhaçadas e plurais, além de ideais distantes e alguns movidos pelo discurso dominante e repressor.

Observa-se que os graus de compreensão e má-compreensão na troca

comunicativa surgem da falta de equivalência entre os dois lados: codificador/ produtor e decodificador/receptor afirmando a determinação “da entrada e saída da mensagem em seus momentos discursivos.” (HALL, 1980, p. 369).

A aplicação do discurso, de forma utópica ou não, necessita do uso da empatia para que situações sejam mais bem entendidas no âmbito coletivo e individual, buscando soluções que sejam melhor igualmente para todos, que é diferente de melhor para todos, este último entrando na filosofia do utilitarismo. Onde mais uma vez entra a questão de como satisfazer uma demanda coletiva se cada um tem seu próprio ponto de vista, vivências e referências.

Outro ponto importante de considerar é que o humano é um ser que julga, voluntária ou involuntariamente, como uma espécie de mediador público que aprova ou censura ações próprias e dos outros. Marques (2009) fala sob o aspecto da autorrealização, que requer a aprovação e validação dos atos pela própria pessoa, mas, além disso, a necessita pelos olhos de outrem também, muitas vezes só conseguindo essa autorrealização pessoal após admiti-la no meio social.

Na relação comunicativa de reconhecimento mútuo prevalece o conflito, uma tensão que busca negociar quais são os parâmetros que são utilizados para atribuir um valor aos sujeitos, seja no plano das relações privadas, jurídicas ou sociais. (MARQUES, 2009, p. 61).

Para Jung (1960) o pensamento é uma função psicológica racional, que estabelece relações de ordem comportamental entre conteúdos representativos, através da utilização de categorias como ‘verdadeiro’ ou ‘falso, ou como ‘certo’ ou ‘errado’. É inevitável do ser humano querer classificar as coisas e pessoas, determinando-as por parâmetros de senso comum, este que generaliza o indivíduo.

Para Brown (1961) a classificação pode ser definida como a reunião de objetos ou seres com características semelhantes e a separação das não afins. Quando há essa separação por diferença, o tratamento para com o indivíduo que não se encaixa no discurso dominante tende para a inferioridade e sua inserção social fica comprometida, logo o sujeito fica vulnerável, podendo considerá-lo minoria frente ao resto da sociedade, como é o caso de mulheres, negros, índios e a comunidade lésbica, gay, bissexual, transexual e *queer* (LGBTQ).

A tão procurada aceitação popular, como afirma Hall (1980), muitas vezes está ligada ao *status* social, cultura, gênero, raça ou sexualidade, sendo então poderosa ferramenta para julgar pessoas como capazes ou não capazes de formular e sustentar um ponto de vista para, por fim, serem merecedoras ou não de atenção e validação de ideais. Isto ocorre por um longo tempo histórico, para ter uma base, desde os tempos das colônias onde a igreja católica detinha o poder e o patriarcado era o sistema social dominante, ou seja, quando o homem era o chefe da casa, a escravidão estava disseminada e o padrão europeu enraizado no mundo, agrupando como inferiores os que não se encaixavam como homens brancos, cisgênero (se identificam com gênero o designado no nascimento), heterossexuais e ricos.

Dentro do contexto da Sociedade de massa, essa estrutura de poder encontrou um espaço favorável para pregar seus ideais sem resistência, resultando num comportamento ético-normativo do discurso dominante tradicional. Essa mesma estrutura dominante adquiriu outras proporções quando os meios de comunicação de massa se tornaram populares.

3 | SOCIEDADE E MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

Não nos aprofundando muito neste tópico, vamos percorrer rapidamente por uma reflexão sociológica sobre a transição da sociedade antiga para a moderna. Como afirmam alguns filósofos e sociólogos, houve um grande deslocamento da população, que antes era rural, para a cidade, onde passaram por diversas transformações socioeconômicas. O novo sistema social agora era urbano, com grande concentração de pessoas e pouco espaço, industrial e com trabalhadores escravos da produção, com horas absurdas de trabalho, posteriormente com ênfase nas especializações de funções trabalhistas que enfraqueceu a consciência coletiva da divisão de tarefas e provocou desemprego, além de substituir laços tradicionais amistosos por contratos formais, ou seja, gerando uma população de indivíduos atomizados, potencialmente agressivos e passivos de um sistema demagógico resultando numa grande desintegração social. Diante dessa crítica situação sociopolítica e econômica emerge a definição de sociedade de massa (Durkheim, 1858-1917; Tönnies, 1855-1936; Weber, 1864-1920).

A comunicação de massa pressupõe a urbanização massiva, fenômeno que ocorre em especial ao longo do século XIX, graças à segunda Revolução Industrial, dificultando ou mesmo impedindo que as pessoas possam se comunicar diretamente entre si ou atingir a todo e qualquer tipo de informação de maneira pessoal, passando a depender de *intermediários* para tal. [...] Todo esse conjunto constitui um complexo que recebe a denominação genérica de *meios de comunicação de massa* ou *media* (HOHLFELDT, 2015, p. 62).

Os meios de comunicação de massa são canais de comunicação usados na transmissão de mensagens para um grande número de receptores em um curto espaço de tempo, os mais comuns são os jornais, as revistas, o rádio e a televisão (mais recentemente a internet). Obras de cinema e teatro e de outros tipos de artes também se tornaram meios de comunicação de massas, porém, talvez mais artísticos. Fato é que todos eles contribuíram veemente na influência do comportamento da sociedade dos séculos XIX e XX dentro da era moderna, através do uso do Behaviorismo, com a ciência do estímulo-resposta.

A exemplo do período das duas Guerras Mundiais, vulneráveis a menor ordem que tomasse a frente, a sociedade respondeu positivamente aos estímulos de propagandas pró-regimes totalitários. Essa sociedade de massas amorfas, ou seja, sem organização e sem identidade, quando atingidas por essas propagandas, acabou aproximando seres atomizados (individualidade diluída) que buscavam um

sentimento de pertencimento a algum grupo, para se sentirem unificados, culminando em seguidores irracionais e violentos em prol de algo em comum, em meio a um caos social submetendo-se a um regime totalitarista, seja ele qual fosse, de forma acrítica e condicionada; como explica a princípio a Teoria Hipodérmica de Laswell, que foi, posteriormente, melhorada.

Seguindo a trajetória dos meios de comunicação, ainda no caos do imaginário social, passamos por uma reconfiguração da cultura de massa para a cultura das mídias e cibercultura. Após a globalização e o caminhar das novas tecnologias, nossos laços passam a ser conexões generalizadas e fluidas de alcance quase que imensuráveis, com uma economia que se desloca do sistema produtivo para o de consumo, principalmente de informação e imagem, movendo-se para exaltar e provocar o desejo num aspecto mais simbólico que material, onde a representação se torna mais relevante que a realidade.

4 | MEIOS DE COMUNICAÇÃO NUMA ALDEIA GLOBAL E PÓS-MODERNA

Antes de adentrar na mídia dentro dos processos de comunicação e sobre sua influência, alcance e difusão da mensagem, pensemos que a comunicação é um fenômeno social, isso porque além da linguagem, necessita de mais de uma pessoa e um número maior de elementos para que possa ocorrer, por exemplo, um código, que possa ser decifrado por ambas as partes que interagem, um canal sem ruídos, um suporte, entre outros. Existe uma íntima relação entre os processos comunicacionais e os desenvolvimentos sociais como afirma Hohlfeldt (2015), justamente por permitir o intercâmbio de mensagens, a comunicação tem funções como informar, persuadir, constituir identidades, divertir, entre outros que afetam diretamente as pessoas.

Os meios de comunicação são potencializadores de mensagens tendenciosas, visto que nenhuma informação é expressa de forma neutra, nem mesmo por indivíduos nos seus discursos mais informais. Essas mensagens são recortes de uma realidade, pois sempre há pontos de vista priorizados dependendo do interesse por trás da transmissão, ou seja, quem detém o poder controla a mensagem. Vivemos hoje, na grande maioria, em um sistema capitalista cuja informação é o produto mais valioso que se pode ter. Como todo produto, precisa-se de alguém ou algo para produzir, divulgar e comprá-lo. Então entram no contexto os profissionais da área, os meios de comunicação, os receptores e claro, quem decide o que será veiculado. Citando rapidamente a Agenda-Setting:

A ideia principal da teoria é que os meios de comunicação “agendam” o pensar social. McCombs trata a proposição, ainda, como Teoria da Agenda. Em seu livro homônimo, o pesquisador apresenta a teoria e sua relação com a mídia e a opinião pública. Segundo McCombs (2009, p. 16), “este papel que a mídia tem de definir a agenda liga o jornalismo e sua tradição de contar história à arena da opinião pública, uma relação com consideráveis consequências para a sociedade”. Sobre o conceito da Teoria, Silva se refere “muito resumidamente, na capacidade dos

veículos de comunicação de massa pautar para a sociedade temas de debate e de boa parte das interações do cotidiano” (SILVA, 2008, p. 86). [...] Na Teoria do Agendamento, a mídia sugere quais os temas devem fazer parte da agenda pública. Além disso, os meios de comunicação de massa não são a única fonte de informação da audiência. Segundo McCombs (2009, p. 99), “a experiência pessoal, que inclui conversações com nossa família, amigos e colegas de trabalho, também nos informa sobre muitos temas. A fonte dominante da influência, naturalmente, variará de tema para tema”. (apud SOUSA; ROCHA, 2014, p. 263).

Somos hoje uma Sociedade da Informação, como afirma (Sousa; Rocha, 2014), que não consegue viver sem notícias do que está acontecendo, não só onde moramos ou no próprio País, mas no mundo inteiro, também não nos saciamos mais com conhecimentos medíocres, queremos explorar outras culturas, idiomas, estilos musicais, correntes de ideias e muito mais. Para compreender o alcance que essas informações seguem e se instauram, temos que pensá-las como integrantes das mais diversas comunidades e organizações do mundo, ou seja, em escala global.

Para Giddens (1990) Nas sociedades pré-modernas, o espaço e o lugar eram amplamente coincidentes, uma vez que as dimensões espaciais da vida social eram, para a maioria da população, dominadas pela presença – por uma atividade localizada... A modernidade separa, cada vez mais, o espaço do lugar, ao reforçar relações entre outros que estão “ausentes”, distantes (em termos de local), de qualquer interação face-a-face. (apud HALL, 2006, p. 72).

Hoje afetados fortemente pela globalização, principalmente após a integração da internet no cotidiano, temos acesso a horizontes imensuráveis que comprimem o conceito de espaço-tempo e possibilitam visibilidade e interação a nível multisinóptico, ou seja, muitos vigiam muitos paralelamente dentro de um ciberespaço, caracterizando uma nova organização cultural: a Cibercultura. De acordo com Levy (1999), existe agora uma grande interconexão virtual entre nós que fornece contato com diferentes culturas, políticas, tecnologias e nichos sociais, chamada inteligência coletiva. Esse grande compartilhamento de informações e sentimentos em tempo real dão acesso à expansão de possibilidades de identificação, em vários aspectos do ser, tanto individualmente como em grupos, que resulta, também, na fragmentação do indivíduo.

Alguns teóricos culturais argumentam que a tendência em direção a uma maior interdependência global está levando ao colapso de *todas* as identidades culturais fortes e está produzindo aquela fragmentação de *códigos* culturais, aquela ênfase no efêmero, no flutuante, no impermanente e na diferença e no pluralismo cultural descrita por Kenneth Thompson (1992), mas agora numa escala global – o que poderíamos chamar de *pós-moderno global*. (HALL, 2006, p. 74).

São diversos personagens que interpretamos ao longo da vida e a cada segundo esses personagens podem mudar. Estamos vivenciando uma era pós-moderna, de rápida mudança de concepções, com referências efêmeras e moldadas de acordo com o momento, ou como prefere chamar Bauman (2001), uma Sociedade Moderna Líquida. Formas de poder, interação e economia na sociedade estão sendo realocadas e redistribuídas, objetos não duráveis ganham mais espaço em detrimento dos de alta durabilidade, as diversas estruturas de grupos sociais se deparam com moldes diferentes e valores invertidos dos tradicionais.

O consumo de informação e imagem está em alta, através da nova profissão do século: os *digital influencers*, é despertado o desejo por um *lifestyle* padronizado e idealizado nas redes sociais, muito mais como forma de espetáculo do que como realidade. Uma nova necessidade é criada: a necessidade de parecer mais do que ser ou ter, precisar apelar para o sensacionalismo na esperança de conseguir atenção no meio de uma guerra de imagens e personagens simulados, pois a representação se torna mais relevante que a realidade. Debord (1991) fala que “O espetáculo apresenta-se como algo grandioso, positivo, indiscutível e inacessível. Sua única mensagem é ‘o que aparece é bom, o que é bom aparece’.” (apud COELHO, 2018, p.16).

Isso afeta diretamente e indiretamente nosso conceito de ética e moral na comunicação cotidiana das relações intersubjetivas. De certo nos é exigido um novo comportamento e novas características para conseguir estar inserir positivamente na sociedade, mas há sempre um preço para acompanhar o mundo nesta caótica e transitória fase pós-moderna digital.

CONCLUSÕES FINAIS

Múltiplos problemas morais e éticos de tradições e costumes antigos apenas tiveram abertura atualmente, apesar de terem começado na antiguidade, somente hoje temos informação para refletir e questionar sobre. Era comum a imposição de morais absolutas e unitárias, principalmente por parte da Igreja, com o intuito de “castrar” a livre escolha individual a fim de estabelecer controle e hierarquias.

Lipovetsky [...] sugere que entramos finalmente na era de *après-devoir*, uma época pós-deontológica, em que se libertou nossa conduta dos últimos vestígios de opressivos “deveres infinitos”, “mandamentos” e “obrigações” absolutos. Em nossos tempos, deslegitimou-se a ideia de auto sacrifício; as pessoas não são estimuladas ou desejosas de se lançar na busca de ideais morais e cultivar valores morais; os políticos depuseram as utopias; e os idealistas de ontem tornaram-se pragmáticos. (RILKE, 1997, p. 6-7).

Na modernidade, e não menos hoje, os meios de comunicação eram fortes ferramentas de persuasão voltadas para a “venda” de mensagens tendenciosas e imposição dessa moral construída por instituições de poder. Atualmente, apesar dos meios de comunicação continuarem a ter essa função, temos uma “voz” capaz de alcançar grandes proporções através da Internet. Assim, há quem diga que a moral já não existe mais, porém, estamos vivendo, na verdade, uma transição do aspecto normativo. Está na vez do emponderamento das minorias, dispostas a quebrarem os discursos há tanto tempo dominantes. Isso gera uma movimentação no meio social, uma “guerra” entre opressor e oprimido.

Sugiro que a novidade da abordagem pós-moderna da ética consiste primero e acima de tudo não no abandono de conceitos morais caracteristicamente modernos, mas na rejeição de maneiras tipicamente modernas de tratar seus problemas morais (ou seja, respondendo a desafios morais com regulamentação normativa

coercitiva na prática política, e com a busca filosófica de absolutos, universais tá e fundamentações na teoria). Os grandes temas da ética - como direitos humanos, justiça social, equilíbrio entre cooperação pacífica e autoafirmação pessoal, sincronização da conduta individual e do bem-estar coletivo — não perderam nada de sua atualidade. Apenas precisam ser vistos e tratados de maneira nova (RILKE, 1997, p. 8).

Dentro dessa nova era também há questionamentos sobre a ética. A ética “morreu”? Há uma nova ética ou mais uma vez uma transformação? Rilke (1997) afirma que há mais de uma interpretação da revolução pós-moderna para a ética. Com uma visão mais pessimista pode-se dizer que houve substituição da ética pela estética. Como podemos perceber na citada Sociedade do espetáculo de Debord (1991), onde o parecer vem antes do ser ou ter. Estamos sob vigilância direta sobre a motivação dos nossos atos e eles em si, questionados se tivemos uma atitude ética-normativa por livre e espontânea vontade para beneficiar o outro ou estamos tentando criar uma boa estética.

O “modo certo”, uma vez unitário e indivisível, começa a dividir-se em “economicamente sensato”, “esteticamente agradável”, “moralmente apropriado”. As ações podem ser certas num sentido, e erradas noutro. Que ação deve ser medida e por que critérios? E se numerosos critérios se aplicam, a qual dar prioridade? (RILKE, 1997, p. 9).

Portanto, pode-se afirmar que houve uma fragmentação do indivíduo na pós-modernidade, conseqüentemente da ética que habita em cada um de nós. Numa visão social que reúne os indivíduos, uma luta por qual critério priorizar para encontrar um meio termo para a justiça tão relativa nos dias de hoje e se ela de fato é real ou estética.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T., Horkheimer, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. 2ªEd. Tradução Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro, Zahar, 1985.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

COELHO, Cláudio N. Pinto. **Em torno do conceito de sociedade do espetáculo. Cultura, comunicação e espetáculo**. 1 ed, São Paulo, Paulus, 2018.

FERREIRA, Giovandro. **As origens recentes: os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa. Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 15ªEd. Petrópolis, Vozes, 2015.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11 ed, Dpa, Rio de Janeiro, 2006.

HALL, Stuart. **Teoria da Recepção (in) Sovik, Livia (org.). Da Diáspora – Identidades culturais e mediações culturais** – Stuart Hall. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HOHLFELDT, Antonio. **As origens antigas: a comunicação e as civilizações. Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 15ªEd. Petrópolis, Vozes, 2015.

JUNG C. G. **Tipos Psicológicos**. 1ª Edição. ED. Buenos Aires, Sudamericana, 1960.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 1 Ed, 34, São Paulo, 1999.

MARQUES, Ângela Cristina. **As relações entre ética, moral e comunicação em três âmbitos da experiência intersubjetiva**. 2017. 13f. Artigo – UFMG, 2017.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

PROGRAMA CAPITAL NATURAL (2015). **Pós-humano – parte 1**. [Em linha] Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=4nQqHE3cuPU> > Acessado em 19 de Abril de 2018.

RIBEIRO, Renato. **Ética e moral: definições**. *Ética, política e cidadania: revistando a vida pública*. 1ª Ed. São Paulo, SENAC, 2002.

RILKE, Rainer. **A moralidade na perspectiva moderna e pós-moderna**. *Ética pós-moderna*. 1ed, São Paulo, Paulus, 1997.

SILVA, Luiz Martins. **Sociedade, esfera pública e Agendamento**. In LAGO, Cláudia. BENETTI, Marcia (Org.) **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 2. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

SOUSA, Ana Caroline S. Ribeiro; ROCHA, Liana Vidigal. **Agenda-Setting e Twitter: um estudo da relação entre teoria e prática**. *Teorias da comunicação: Correntes de pensamento e metodologia de ensino*. 1. Ed. São Paulo, INTERCOM, 2014.

WIKIWAND (2018). **Teorias da classificação**. [Em linha]. Disponível em < http://www.wikiwand.com/pt/Teoria_da_classifica%C3%A7%C3%A3o > Acessado em 17 de Abril de 2018.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-206-7

