

O Papel dos Meios Eletrônicos entre Indivíduo e Sociedade: Mudanças Sociais e Tecnológicas

Eliane Meire Soares Raslan¹

Maria Ana Gonçalves Silva²

Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG

Resumo

Este trabalho tem o intuito de abordar a relação entre indivíduo e sociedade através do conceito de estratificação social. Indica o fato de que toda sociedade se compõe de níveis inter-relacionados em termos de ascendência e subordinação, toda sociedade possui um sistema de hierarquia. A opinião pública na hora que se sente dominada, começa a contestar e a racionalizar o real, poucos percebem essa mudança de opinião. Contribuição teórica e organizacional que amplia a sociologia econômica. O desenvolvimento tecnológico é discutido tanto quanto o conceito social. Ambos são conceitos de cultura, explicações da ciência para o processo de evolução do homem e seu convívio. Não há como pensar em mídia, sem pensar em estratificação social. O problema de não conseguir entender o assunto, é tratá-los separados. Contudo, o interesse foi auxiliar esse processo, indicando perspectivas de trabalho conjunto para pesquisadores de ambos os campos.

Palavras-Chaves: Realidade; Sociologia econômica; desenvolvimento; tecnologia e sociedade.

Abstract

This work has the intention of approaching the relationship between individual and society through the concept of social bedding. It indicates the fact that every society is composed of levels interrelated in origin terms and subordination, every society possesses a hierarchy system. The public opinion in the hour that if it is dominated, it begins to object and to rationalize the Real, few notice that opinion change. Theoretical and organizational contribution that it enlarges the economical sociology. The technological development is discussed as much as the social concept. Both are culture concepts, explanations of the science for the process of the man's evolution and his/her conviviality. No there is as thinking in media, without thinking in social bedding. The problem of not getting to understand the subject is to treat them separate. However, the interest was if auxiliary that process, indicating perspectives of united work goes researchers of both fields.

Keywords: Reality; economic Sociology; development; technology and society.

¹ Professora e Pesquisadora na Escola de Design da UEMG – Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte/MG/Brasil. Doutora em Comunicação Social pela PUCRS. Coordenadora do NIQ- Núcleo de Ilustrações e Quadrinhos da ED, editora das revistas Fasing e Legenda. <<http://niqeduemg.blogspot.com.br/p/equipe.html>>; <www.ed.uemg.br>. Currículo lattes: <<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4231980U3>> .

² Estudante da Escola de Design em Artes Visuais da UEMG.

Introdução

O papel que os meios eletrônicos têm no mundo atual, é de uma enorme presença, uma definição dos caminhos humanos. Hoje, predomina no mundo contemporâneo a influência da mídia, registra fatos, como os esquece. A mídia em geral, está formando mundialmente um controle da sociedade. Temos até mesmo, a igreja, que é uma ressonância social, que ainda consegue algum domínio sobre a população nos dias atuais. Mas a mídia tem o poder de criar ou apagar alguma coisa do dia para a noite. Exemplo disso é lembrar quando Luís Inácio Lula da Silva, um esquerdista e operário, ganhou a presidência da direita através de votos. A população ouviu e presenciou nesse governo os escândalos dos anões, a pasta rosa, a violação do painel no Congresso e uma gama de variedades de desvios de dinheiro dos cofres públicos e acerca disso tudo, não viram nenhuma apuração, nenhuma CPI e nenhuma medidas ou resultado moralizador. Além do mais, se o PT e a esquerda eram oposições no Congresso ao governo FHC, nunca se viu uma campanha tão sórdida e planejada para atingir a imagem do Presidente e do Estado. Também tem sido obvio na gestão do Lula como a grande mídia tem ocultado as coisas boas para reforçar os objetivos da oposição veiculando noticia ruim.

Eleições: opinião e a força da informação

As eleições para um novo presidente se aproximam e o povo já esqueceu desses acontecimentos, Excelentíssimo presidente Lula pode já estar eleito no primeiro turno. Basta lembrar também do comprovado esquema de corrupção e do envolvimento do ex-presidente Fernando Collor de Melo, a CPI apresentou seu relatório ao país e entidades da sociedade civil, lideradas pela Ordem dos Advogados e pela Associação Brasileira de Imprensa, que deram entrada no pedido de impeachment do ex-presidente, o que levou a Câmara dos Deputados a afastar Collor do poder, em 29 de setembro. Nada melhor como usar a tecnologia de maneira focada e objetiva, influenciando e mudando o olhar do que se vê, direcionando-o para o que se quer que seja visualizado. Mas é preciso saber usar a mídia para que ela não acabe se voltando contra a própria pessoa quando mal interpretada.

A partir do momento em que a mídia se transforma em um grande meio eletrônico em todo o mundo, reúnem-se todos os meios intelectuais, como TV, ou mesmo jornais, rádios, revistas e Internet que interagem com nosso dia-a-dia, nos fazem mudar a forma de pensar. Os famosos mexem com a opinião das pessoas. Através de uma evolução progressiva

que o homem adquire no decorrer de sua história, podemos compreender o movimento do evolucionismo e a atual mídia. A lógica de raciocínio do evolucionismo é transformar as sociedades contemporâneas consideradas avançadas em retratos do passado, é como se toda a sociedade fosse unânime e estivesse em constante progresso.

O importante é saber que o tempo é o maior responsável por essa evolução. O evolucionismo julga que todas as culturas tenham uma determinada “unidade”, e podem dar conta de problemas idênticos, e que cedo ou tarde, as sociedades “primitivas” se tornariam “civilizadas”. A sociedade faz regras para ser manipulada, sem perceber faz as mudanças. O plano do problema e das hipóteses precisa de planejamento. O etnocentrismo está presente no evolucionismo, onde achar que o “outro” é completamente dispensável como elemento de transformação de sua teoria e acreditar que cada sociedade é completamente independente de outras no processo de evolução.

Apesar de compreender em uma visão etnocêntrica, o evolucionismo alcançou avanços no sentido que se passou a enxergar o outro como sendo da natureza humana, o que antes não acontecia. Passou a vê-lo como atrasado e primitivo, mais sendo um ser humano; isso já traz para o evolucionismo certa semente de relativização. “Os livros didáticos, em função mesmo do seu destino e de sua natureza, carregam um valor de autoridade, ocupam um lugar de supostos donos da verdade.” (ROCHA, 1984, p.17).

Evoluir é progredir, transformar. Nasce uma idéia, a diversidade de que tudo se transforma do simples para o complexo. A mídia irá virar notícia, apenas se tiver oportunidade. As idéias são discutidas e argumentadas. A transformação da esfera pública, a mercantilização da cultura e a penetração dos interesses privados no campo da política, são mediadoras entre a esfera e o estado mais politizado. Para Ianni (2000):

Os movimentos sociais e as associações voluntárias têm uma relevância crescente na ampliação das fronteiras do político ao redefinir quem pertence a polis. É justamente nesse momento que a dimensão pública se associa com a dimensão midiática na medida em que a disputa pelo que é política se torna simultaneamente uma disputa por aquilo que pode adquirir visibilidade. Identidades e formas de vida contestadas procuram se visibilizar através da constituição de formas de ação coletiva e da ocupação do espaço público.

Se compararmos o modelo tipo ideal de arquétipo, do séc. XVI em “O Príncipe Maquiavel”, Gramsci (1978) afirma que um líder político virtuoso com sua fortuna; com o princípio do séc. XX em o “Moderno Príncipe”, do mesmo, que é uma organização intelectual coletivo, capaz de interpretar o partido e a sociedade. Percebemos semelhanças ao passar do

tempo. Eles são capazes de construir hegemonia e soberania, categorias fundamentais, próprias de cada época. Expressa principalmente a visão de mundo, prevalecendo nos blocos de poder dominante.

É importante construir conceitos culturais, uma base para abstrair conhecimento de campo. Conceitos que dão bagagem para vida, sem ameaçar a diferença da própria identidade cultural. O indivíduo quando sabe que é manipulado e se deixa manipular é diferente, ele tem um desenvolvimento de teoria crítica em seu interior. As pessoas variam de classes ou grupos de acordo com a diferença de suas rendas, em uma sociedade capitalista. Para Rubim (2000) uma minoria dos indivíduos consegue poder na política, na economia, na religião e parte da sociedade é excluída por não conseguir renda. Na nossa sociedade temos várias formas de identificar os tipos de estratificação, como o mercado de trabalho para mulher, mesmo tendo os mesmos requisitos do homem, exercendo a mesma função dentro de uma empresa, ainda se ganha um salário menor.

Para Lima (1995) a mídia funciona como mediação, uma progressiva societalização do estado e estatização da sociedade. Entre os dois surge uma esfera pública repolitizada a qual a separação entre o público e privado não mais pode ser aplicada. A mídia irá virar notícia, se houver oportunidade. Para Matta (1998) funciona como mediação. É notável a evolução de todos os setores da comunicação no processo de trazer e revelar soluções para nova sociedade. Essa seria em princípio a função básica da imprensa, expor o que eticamente não deve permanecer oculto, tornar transparentes aos olhos da sociedade os atos de decisões que se cumprem nos desvãos do Poder.

O príncipe eletrônico isentou-se desde o início da função histórica de vigilância estreita do poder de Estado, mas esta permanece ideologicamente “colada” à imprensa escrita.

Muitas transformações trazidas pelas indústrias midiáticas são analisadas nos estudos de mídia que tentam aplicar as idéias defendidas nessa transformação estrutural da esfera pública. Análises das instituições midiáticas revelam que os recipientes de bens simbólicos mantêm sua capacidade de refletir e de interferir com a produção de mensagens. A importante visão de manipulação da mídia escrita e falada, para que não haja um desequilíbrio entre produtor e receptor.

A transformação Estrutural da Esfera Pública gerou um conjunto de estudo” sobre a mídia. ... acerca da mídia, quais sejam, na diferenciação entre os públicos críticos e uma sociedade de massas consumidora de produtos culturais e no entendimento dos motivos pelos quais seria impossível agir autonomamente em relação à mensagens transmitidas mediaticamente. Os

estudos baseados no primeiro pressuposto tendem a apontar para o crescimento da mídia comercial e suas implicações para o desenvolvimento de uma esfera de comunicação sem constrangimentos. (IANNI, 2000, p.70).

É necessário entender uma sociedade, sua cultura e costume. Existem crescentes problemas de produção e consumo de produtos culturais, como de relevância das formas interativas de comunicação próprias aos espaços públicos nos permite voltar a nossa análise na direção dos processos de recepção e de crítica dos significados culturais produzidos pelas instituições midiáticas. Características de um espaço distante para o processo de reflexividade e a formação de identidade no desenvolvimento da mídia.

O espaço de publicidade nos produtos e recipientes são formas simbolicamente mediadas, não estariam engajadas em um diálogo entre si. O papel da mídia na formação de públicos culturais não consegue tornar o conceito de reflexividade aplicável ao nível dos próprios públicos, assim como ao nível das instituições midiática. Para Zahar (1998) é necessário crítica enquanto resultado da interação dialógica e a refletividade institucional enquanto resultado da submissão das instituições midiática a reclamos de transparência, abertura e igualdade de expressão de pontos de vista.

Talvez, a justificativa seja a existência de muitas formas de interação social, além da apropriação das mensagens da mídia que se tornaram autoformação no mundo moderno. Os primeiros processos de socialização na família e na escola são de muitas maneiras, decisivos para o subseqüente desenvolvimento do indivíduo e de sua autoconsciência. Mas com o bombardeamento no mundo por produtos industriais da mídia, temos um novo processo de autoformação. Uma arena livre das limitações espaços-temporais da interação face a face, uma expansão global, se torna cada vez mais acessível aos indivíduos em todo o mundo.

Com o desenvolvimento industrial e político, foi necessário mudanças na comunicação. Mas uma identidade nacional no meio da mídia se tornaria particular, sendo que vários regiões contém sua própria identidade. "... vinha estreitamente ligada ao desenvolvimento de novos meios de comunicação que permitiam às idéias e aos símbolos serem expressos e difusos numa linguagem comum..." (THOMPSON, 1998, p.52).

O desenvolvimento das sociedades modernas se caracterizou por um processo de mudanças políticas, sendo reagrupadas num sistema entrelaçado de estados-nações, um sistema centralizado de administração e de tributação. A guerra e a sua preparação exerceram um papel fundamental neste processo da alteração política. Teóricos do social têm tentado detectar largas mudanças nos valores, nas atitudes, nas crenças e nas orientações. Mudanças

que podem ocorrer em uma região ou classe, podem não ocorrer em outras, por isso a dificuldade de tirar conclusões sobre mudanças culturais.

A mídia é envolvida de acordo com o território que se encontra, do seu domínio cultural. Ela não pode persuadir se não agir de acordo com os costumes da sociedade. Seus meios de produção e circulação das formas simbólicas é um advento da sociedade moderna no mundo social, que ainda permanecem com velhos e novos costumes.

Meios de Comunicação e tecnologia

Mudanças nas dimensões institucionais das sociedades modernas do poder econômico e político. Transformações nas indústrias da mídia, como na mudança da escrita para a impressão. Os objetivos desse texto é mostrar que existe um ritmo veloz de mudança, devido às tecnologias novas de intervenção no real: instantaneidade das comunicações. A invasão da tecnologia sobre o cotidiano leva à invenção da verdade: boatos, lendas urbanas, “autoridades” geram pressões. Ex.: carne vermelha faz mal. O eu verdadeiro é a forma de exercer o poder. A sociedade abre caminho para informação.

Pesquisas recentes em comunicação de massa tem sido o redirecionamento da atenção para os discurso das mídias. A influência da semiologia e da lingüística no direcionamento da pesquisa em comunicação de massa, para melhor combinação de signos, códigos e imagens para o caráter de linguagem da sociedade.

A publicidade anuncia novos e melhores produtos, que são eficientes e úteis, sempre procuram agregar “status” e boa imagem aos produtos. Por isso existe o incentivo cultural. Mas, não podemos esquecer que existe uma estratificação social, pessoas com opiniões e culturas diferentes, pessoas de regiões e costumes diferentes.

Em primeiro lugar, a eficiência. Em longo prazo, ela se manifesta pela capacidade de estender a vida ao máximo (da empresa e do indivíduo), sempre ganhando novos mercados e oportunidades, sempre produzindo.

As relações com o mundo passam pela media. Professor tem menos status que Internet. A individualização e a identificação se dão por eletrônico, chip, registro em computador (pelo fundo do olho, da voz). O futuro é uma incógnita, cada vez mais ele depende do hoje, do poder da ação humana sobre o presente. O funcionamento da sociedade depende do fluxo de informações, que é volátil.. Prever decisões que serão tomadas sob pressão cada vez maior, decisões que não prendam, mas aumentem a versatilidade.

A vontade humana transforma tudo, o poder é exercido pelo homem sobre a natureza. A humanidade luta pela liberdade a qualquer preço, ela é vítima de si mesma, é preciso ser responsável pela vida, tomar as melhores decisões. O limite da liberdade é o risco. A angústia vem da pressão da norma sobre o desejo.

... o príncipe eletrônico pode ser visto como o intelectual orgânico dos grupos, classes ou blocos de poder dominantes, em escala nacional e mundial. Em alguma medida, esses grupos, classes ou blocos de poder dispõem de influência mais ou menos decisiva nos meios de comunicação, informação e propaganda, isto é, na mídia eletrônica e impressa, sempre funcionando também como indústria cultural.” (IANNI, 2000, p.165).

As disputas e competições da mídia refletem as solicitações e obstruções de setores sociais diversos, com contraditórias avaliações sobre a mídia. O príncipe eletrônico é classe ou bloco de um poder dominante, um intelectual orgânico coletivo, já que sintetiza, trabalha a hegemonia e a soberania para os problemas e soluções de formulações de várias categorias intelectuais.

Lima (1998) afirma que a revolução tecno-científica em geral e nos meios de comunicação e informação, em particular, tem alterado a maneira de fazer política, inclusive e necessariamente da esquerda, dos trabalhadores e outros setores oprimidos. Trazendo certos obstáculos, limitações estruturais, criando novos espaços e possibilidades.

O transmissor pode quase tudo. A mídia encarrega de parte dos interesses que as pessoas seguem. A dependência dos receptores é grande, as pessoas são autônomas e a mídia diz somente o que elas querem ouvir ver e sentir. Qualquer posição que pretenda demonstrar que os meios de comunicação de massa são instrumentos político e ideológico precisam transformar as pessoas em simples receptáculos, pois ao contrário acabarão vendo somente uma parte da realidade.

Entre o transmissor e o receptor existe uma sociedade e nela está presente o mercado e a luta social, política e cultural. Um capital que visa lucro, e é preciso agradar seu público.

Ekecrantz (2000) afirma que a mídia pode vir a contribuir nas atitudes e pensamentos das pessoas, como crença e opinião. Uma massa de variáveis que entra nas relações complexas entre a exposição às mídias e o conhecimento, atitude e o comportamento humanos, o que nenhum modelo faz capaz de explicar complementemente. A mídia por si só não faz com que mudanças sociais e culturais ocorram. “Há força considerável no argumento de que a luta por uma imprensa independente, capaz de reportar e comentar eventos com um

mínimo de interferência e controle estatais, desempenhou um papel importante na evolução do estado constitucional moderno.” (THOMPSON, 1998, p. 67).

Os indivíduos se relacionavam entre si principalmente na aproximação e no intercâmbio de formas simbólicas. O processo de renovação permitia uma série de atos criativos, expressões e ações. Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, instituição de novas redes de transmissão de informação entre indivíduos cujas relações sociais básicas permanecem intactas. Criam novas formas de ação e de interação e novos tipos de relacionamentos sociais. Os indivíduos podem interagir uns com os outros ainda que não compartilhem do mesmo ambiente espaço-temporal.

Antes do desenvolvimento da mídia, os líderes políticos eram invisíveis para maioria das pessoas que eles governavam, e podiam restringir suas aparições públicas a grupos relativamente fechados em assembléias ou a reuniões da corte. Mas hoje não é mais possível restringir do mesmo modo a atividade de auto-apresentação. Querendo ou não, os líderes políticos hoje devem estar preparados para adaptar suas atividades a um novo tipo de visibilidade que funciona diversamente e em níveis completamente diferentes.

A mídia precisa conhecer os cidadãos, discutir questões de interesse comum e criar uma ordem social orientada para o bem comum. Tanto a mídia como a comunicação são prisioneiros de campos disciplinados. A política funciona sem grandes transmutações, apenas complementada pela mídia. A comunicação aparece identificada e mesmo circunscrita a sua mensagem, enfim “conteúdos”. A política tende a se renovar, como a comunicação, por isso a cultura condiciona a visão de mundo do homem.

Segundo Hobsbawm (1998:75-80), a invasão da tecnologia nos passa uma imagem de ajuda. Ex.: máquina de lavar roupa suja, além de fazer seu trabalho, não estraga as suas mãos. Já Herchmann (1995:87) “A mídia desempenha um importante papel no sentido de tornar visível e dar sentido, na cena pública, aos inúmeros grupos sociais.”.

Cada cultura tem seu significado, assim o homem tem uma visão de acordo com seus conhecimentos. A nossa herança cultural, desenvolvida através de inúmeras gerações, sempre nos condicionou a reagir depreciativamente em relação ao comportamento daqueles que agem fora dos padrões aceitos pela maioria da comunidade. Por isto, discriminamos o comportamento desviante. Por exemplo, o homossexual, a prostituição. “Podemos agora afirmar que existem dois tipos de mudança cultural: uma que é interna, resultante da dinâmica do próprio sistema cultural, e uma segunda que é o resultado do contato de um sistema cultural com um outro.” (LARAIA, 1986, p.100).

A participação de um indivíduo em sua cultura é sempre limitada, e participam diferentemente, é necessário um conhecimento mínimo para operar dentro da mesma. O objetivo é compreender que cada ser humano tem sua opinião, mas que indivíduos com costume e criação parecidos, articulam de conhecimento cultural parecidos. Ninguém é perfeitamente socializado, existem meios de mudanças culturais, que se pode quebrar.

A mídia opera e realimenta as figuras do ambivalente imaginário. Ela transita, mas, sem o conhecimento do público que será atingido, não existe retorno para o transmissor.

“A publicitação dos trabalhos da CPI não afeta só os depoentes. Os deputados e senadores prisioneiros da visibilidade instituinte dos “media” são colocados em contato simbólico permanente com o público.” (RUBIM, 2000, p. 206).

A mídia pode mobilizar a população ou os políticos temporariamente, essa sensibilidade afinada com os “media” e com seus circuitos culturais. Com humor e oportunismo publicitário, da propaganda eleitoral, a política e políticos, podem ser simultaneamente, desmistificados e valorizados, retirado e colocados no podium. A força do movimento da mídia na sociedade ajuda a reforçar um interesse político.

Para a compreensão do Príncipe Eletrônico na política foi usada uma metodologia simples para entender a Estratificação Social. A mudança do desenvolvimento da mídia, da política e da sociedade é cada vez mais rápida. Porém, a cultura de uma sociedade é importante para o destaque da política na mídia. Quando é conhecida a transição dos costumes de uma população, consegue chegar a um conceito de estratificação social. Daí em diante, fica fácil a conquista da tecnologia sobre a mesma.

A mídia tende a defender certos projetos e interesses capitalistas, mas específicas. Que signifiquem a ampliação de seus negócios e de seus principais anunciantes. Somente os poderosos, com capital, conseguem o destaque de “príncipe” na política. Ambos, tanto a mídia como a política, precisam andar de mãos atadas, para alcançarem seus objetivos.

Com as implicações estratégicas que a mídia trabalha na política, temos temas e personalidades que são abordados. Sem uma concepção da atividade cultural e a linguagem da sociedade regional, não existe meios de persuadi-los. Processar, comunicar informação, pesquisar e entender do que está sendo discutido para uma relação entre cultura e comunicação. “A função dos atos de comunicação depende da transmissão intencional de informação. Assim, o comportamento de certo tipo é comunicativo se ele serve como um meio de se transmitir informação intencionalmente” (SANTAELLA, 1996. p.67)

Esse resíduo informativo pode ou não ser captado pelo receptor, e, sendo captado, pode ou não ser consciente. Não há formas de controlar sua transmissão, o que percebemos é que através das mídias aumentam a margem de informação que é transmitida à revelia da intencionalidade aos comunicativos.

Considerações Finais

A mídia muitas vezes diminui a possibilidade de controle do emissor. Pobres no conteúdo, na fala, mas complexas semioticamente, isto é, ricas na mistura de códigos que concorrem para compor a mensagem. Códigos que muitas vezes se misturam e confundem o receptor. O envelhecimento precoce da informação que só pode durar de acordo com o ritmo do tempo que a própria mídia impõe sobre aquela informação. Da mesma forma que a mídia difere um mesmo assunto em uma revista para um jornal, precisa diferenciar sua forma de propagar para cada cultura.

Para Santaella (1996) quando se faz referência à televisão como se ela fosse um veículo homogêneo, quando se fazem críticas aos efeitos negativos que ela provoca nos receptores, sem levar em conta essa sua diversidade constitutiva, não se pode saber até que ponto essas críticas são inteiramente válidas, uma vez que aquilo que M. Egbon em 1982 em sua obra nos revela acerca das mídias em geral parece acentuadamente verdadeiro quando se trata de TV.

A mídia trabalha o que a sociedade quer saber com o que ela concorda, de acordo com seus costumes. O comando de campanha políticas usam estratégias que reforçaram concepções de um cenário condescendente aos seus costumes. A combinação do movimento de massas com um marketing próprio e boa utilização da mídia pode desenvolver a luta contra-hegemônica. Quem quer a transformação social, precisa identificar o que há de contra-hegemônico (resistente, latente ou emergente) e potencializá-lo combinando as ruas, os espaços existentes no estado e na mídia. Assim, a mídia não é democrática, mas não basta protestar. É preciso discutir as implicações estratégicas que esta tem na luta popular e nas formas de construir a contra-hegemonia contra ela, com ela e através dela.

No livro “A Nova Comunicação”, da teoria ao trabalho de campo, de YVES Winvin, especifica que ficou oito semanas observando, uma observação de estudo de caso relacionado com a comunicação, da tecnologia, uma relação participante à longo prazo, que é necessário

um tempo razoável para conclusões dessa observação, para que se consiga observar a repetição das coisas. Yves discute as novas tecnologias de comunicação e informação. A partir dessa comunicação o indivíduo passou-se a comunicar e relacionar melhor com os professores, os colegas e com o ambiente em si.

Da mesma forma que foi constatada que a melhor forma de aprendizado é entender como a tecnologia se relaciona, se procede e qual sua mensagem para o sentido social que ela provoca. Por isso o autor fez uma relação participante nessa sociedade. Qualquer trabalho que seja feito, quando analisado e pesquisado, estabelece normas e conteúdos coesos. O entendimento da estratificação social é tudo para o sucesso da mídia.

No texto de Yves Winkin afirma a importância dessa estratificação. Em seu texto “Falar ao comer”, especifica um financiamento de uma construção de “Casas Internacionais”, na proximidade de várias universidades. O objetivo é uma relação de conhecimento, vários estudantes de vários países, conhecer os níveis de conversação e participação desse contexto, os encontros, pesquisa de observação do participante. Assim, significa conviver, tentar entender o outro, compreender uma possibilidade de interação. Eles serão obrigados a conviverem juntos, com códigos e culturas diferentes, com todo problema de identidade, de preconceito, é difícil se misturarem, de encontrar laços.

Através de recompensas da posição social que o privilégio e prestígio de um indivíduo no sistema de estratificação não correspondem aos fatores que determinam sua posição numa sociedade diferente. Existem camadas superiores e inferiores, a soma dessas camadas constitui o sistema de estratificação de uma determinada sociedade. Os indivíduos que compõe uma sociedade se localizam dentro dela a partir de critérios de estratificação.

Os movimentos sociais, associações civis e instituições midiáticas interagem no processo de formação da opinião pública através de uma estratificação social. Um processo de formação dos públicos culturais é dominante, a mídia demarca públicos.

Referências

EKECRANTZ, Jan. **Modernidade, mídia e sistema global**: um mundo atemporal. In: Geraes, Revista do mestrado e do Dep. De Comunicação Social da UFMG, n.51, p. 63-77, 2000.

GRAMSCI, Antônio. **Maquiavel, a Política e o Estado Moderno**. São Paulo: Civilização Brasileira, 1978.

HERCHMANN, Michael. **Demonização e Glamourização na Mídia**. Rio de Janeiro: MonteArt, 1995.

- HOBSBAWM, Eric. **A história social do jazz**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- IANNI, Otávio. **O Príncipe Eletrônico**. In: Enigmas da Modernidade-Mundo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000. Pp.139-166.
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura um conceito Antropológico**. R.J.: Zahas, p. 69-105, 1986.
- LIMA, Venício A. **CR-P**: novos aspectos teóricos e implicações para a análise política. Comunicação & Política, Rio de Janeiro, vol. I, nº 3, 1995.
- LIMA, Venício. **Os mídias e a política**. In: RUA, Maria das Graças e CARVALHO, Maria Isabel V. (orgs.) O estudo da política. Brasília: Paralelo, v. 15, p. 209-227, 1998.
- MATTA, Roberto da. **Relativizando**: uma introdução à antropologia social. Petrópolis: Vozes, 1981
- ROCHA, Everardo P. Guimarães Rocha. **O Que é Etnocentrismo**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Comunicação e política**. São Paulo, Hacker Editores, 2000.
- SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das Mídias**. São Paulo, Experimento, 1966.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- ZAHAR, Jorge. **“A nova Mídia” A Comunicação de Massa na Era da Informação**. Rio de Janeiro. ed. Copyrifht, 1998.
- WIRTH, Louis. **The Ghetto 1ª edição**. Chicago: The University of Chicago Press, 1928: “Urbanismo como modo de vida”. In: VELHO, ° G. O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.