



O Individualismo Contemporâneo e a Comunicação sob a Perspectiva da Coabitação Cultural¹

Alexandre Rossato Augusti²
Universidade Federal de Santa Maria/
Universidade Federal do Pampa – São Borja (RS)

Resumo

O objetivo primordial desse trabalho é, a partir de um dos resultados de minha dissertação, provocar a reflexão sobre a conduta midiática em relação à orientação comportamental do indivíduo contemporâneo, tendo por base ainda a condição de coabitação cultural, da forma como propõe Dominique Wolton. Nesse contexto, é possível visualizar algumas proximidades e, principalmente, algumas distâncias que se apresentam entre o atual panorama midiático e aquele que Wolton sugere como um possível ideal de comunicação e democracia.

Palavras-chave

comunicação; democracia; cultura; individualismo; coabitação

A pesquisa decorrente de minha dissertação define, através da análise de 22 reportagens de capa da revista *Veja*, sobre comportamento, os principais valores que a revista destaca como centrais para nortear o comportamento contemporâneo. Quatro predominam no corpus da dissertação, por aparecerem em mais de 50% das reportagens analisadas na revista *Veja*.³ *Saúde* está presente em 77,27% do corpus. Os valores *prazer*, *beleza* e *inteligência* aparecem em 54,54% do total. Todos esses se concentram em dois tipos motivacionais⁴, a *auto-realização* (saúde e inteligência) e o *hedonismo* (prazer e beleza).

A saliência da *saúde*, da *beleza*, do *prazer* e da *inteligência*, além da conseqüente evidência dos dois tipos motivacionais a que pertencem, e que demonstram claramente o individualismo, formam o eixo dominante a partir do qual funciona o discurso de *Veja* em relação aos valores que norteiam o comportamento contemporâneo. Aquele que almeja, alcança ou já detém esses quatro valores como condicionantes em

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Política e Estratégias da Comunicação.

² Professor da Universidade Federal de Santa Maria/UNIPAMPA – São Borja (RS), mestre em Comunicação e Informação pela UFRGS – e-mail: araugusti@yahoo.com

³ A amostragem reuniu 56 revistas, do período entre setembro de 2003 e setembro de 2004.

⁴ Um tipo motivacional é um fator composto por diversos valores que apresentam similaridade do ponto de vista do conteúdo motivacional (TAMAYO, 1994).

sua vida está, no mínimo, no caminho certo para conquistar o sucesso através do *hedonismo* e da *auto-realização*.

Essa pesquisa reiterou aquilo que os autores utilizados nesse artigo tendem a apoiar: que podemos pensar sobre a influência da mídia em nossa cultura cotidiana a partir da posição que assumem os valores individualistas, que sugerem a transformação dos modos de vida, dos gostos e dos comportamentos.

Bauman (2001) aponta a individualidade contemporânea, do estágio fluido da modernidade⁵, como uma fatalidade, não uma escolha, da mesma forma que no estágio sólido e pesado. Essa posição é sustentada, segundo o autor, justamente devido ao cenário da liberdade individual de escolher, no qual não é possível escapar à individualização.

O bem-estar individual, o lazer, o interesse pelo corpo, os valores individualistas do sucesso pessoal e do dinheiro dominam de forma ampla a nossa cultura midiática. “Desde a entrada das nossas sociedades na era do consumo de massa, predominam os valores individualistas do prazer e da felicidade, da satisfação íntima, não mais a entrega da pessoa a uma causa, a uma virtude austera, a renúncia de si mesmo.” (LIPOVETSKY, 2004, p. 23).

A mídia atua como uma das forças subentendidas na dinâmica de individualização⁶ dos modos de vida e dos comportamentos contemporâneos. “A imprensa, o cinema, a publicidade e a televisão disseminaram no corpo social⁷ as normas de felicidade e do consumo privados, da liberdade individual, do lazer e das viagens e do prazer erótico: a realização íntima e a satisfação individual tornaram-se ideais de massa exaustivamente valorizados.” (LIPOVETSKY, 2004, p. 70).

⁵ Os líquidos são uma variedade dos fluidos, que não mantêm sua forma com facilidade. Segundo Bauman (2001), os fluidos não fixam espaço nem prendem tempo e sua mobilidade pode ser associada à idéia de leveza. Essas são as características básicas que permitem considerar fluidez e liquidez como metáforas adequadas para captar a natureza da presente fase da modernidade. O derretimento dos sólidos para a constituição da modernidade líquida foi feito, segundo Bauman, através da profanação do sagrado, pelo repúdio e destronamento do passado, e, antes e acima de tudo, da tradição. A modernidade, no sentido como é tomada nesse trabalho, refere-se à sociedade contemporânea, independente das possibilidades de isolar modernidade e pós-modernidade, como sugerem alguns autores e como o enfoque do trabalho pode também sugerir em alguns momentos. A aproximação das idéias dos autores trabalhados, no que diz respeito aos temas tratados, é o que motiva minha abordagem.

⁶ Para Bauman, se o indivíduo é o pior inimigo do cidadão, e se a individualização anuncia problemas para a cidadania e para a política fundada na cidadania, é porque os cuidados e preocupações dos indivíduos enquanto indivíduos enchem o espaço público até o topo, afirmando-se como seus únicos ocupantes legítimos e expulsando tudo mais do discurso público. “O ‘público’ é colonizado pelo ‘privado’; o ‘interesse público’ é reduzido à curiosidade pelas vidas privadas de figuras públicas e a arte da vida pública é reduzida à exposição pública das questões privadas e a confissões de sentimentos privados (quanto mais íntimos, melhor). As questões públicas que resistem a essa redução tornam-se quase incompreensíveis.” (BAUMAN, 2001, p. 46).

⁷ Lipovetsky, entretanto, afirma que, mesmo que a mídia se dirija a todos, ela não homogeneiza o corpo social mais do que a escola, sendo que os gostos e as práticas continuam amplamente determinados pelas culturas de classe e pelas lutas travadas em nome da aquisição de sinais de distinção.

Amparado por essa constatação e pela resposta resultante das indagações de minha dissertação em relação à presença de valores hedonistas no discurso midiático contemporâneo, concordo novamente com Lipovetsky, para quem as grandes mobilizações de caráter emocional só podem ser compreendidas se vinculadas ao triunfo dos valores hedonistas, lúdicos e psicológicos amplamente veiculados pelos sistemas de comunicação. Para estes, a espontaneidade dos afetos, a vida no presente e a liberdade nos engajamentos adquiriram uma legitimidade de massa.

O indivíduo vive uma biografia reflexivamente organizada em termos do fluxo de informações sociais e psicológicas sobre os possíveis modos de vida (GIDDENS, 2002). A modernidade representa uma ordem pós-tradicional que suscita constantes decisões sobre o comportamento, representadas pelo consumo, por exemplo.

Hoje, mais do que qualquer outra época, produz-se uma violência sobre a imagem de si mesmo, uma violência simbólica [...], na medida em que assumimos a verdade de que aquele tipo de corpo somos nós que não aceitamos, na medida em que incorporamos uma verdade sobre ele como “natural” em nós mesmos. (FISCHER, 1998, p. 431).

O corpo se torna, agora, parte central do objeto do projeto reflexivo da auto-identidade. Embora os modos de apresentação do corpo tenham que ser desenvolvidos a partir de uma diversidade de opções do estilo de vida, a decisão entre as alternativas não é em si mesma uma opção, mas um elemento inerente da construção da auto-identidade. “O planejamento da vida em relação ao corpo, portanto, não é necessariamente narcisista, mas parte normal dos ambientes sociais pós-tradicionais. (...) o planejamento do corpo é mais frequentemente um envolvimento com o mundo exterior que uma retirada defensiva dele.” (GIDDENS, 2002, p. 165). O discurso midiático pauta com frequência e intensidade impressionantes valores como juventude e beleza, exaltando a exposição dos corpos e evidenciando a exclusão daqueles que estão distantes dos padrões de beleza reafirmados pela mídia.

Para Maia e Albuquerque, a sociedade contemporânea é marcada por uma cultura da imagem, em que o instantâneo e a busca de satisfação imediata e contínua são valores predominantes. Essa sociedade tem generalizado os bens de consumo, intensificando a aspiração pela comodidade. Dentro desse clima universal de bem-estar se manifestam formas de hedonismo (GUTIÉRREZ, 2005). O autor destaca, por sua amplitude ou intensidade, os seguintes fenômenos: a sensualidade difusa que envolve principalmente os ambientes e classes sociais mais favorecidas. Essa busca pela



comodidade e a demanda por prazer intenso e sempre renovado constituiriam uma espécie de atmosfera propícia para outros tipos extremos de hedonismo, como o erotismo, exaltado somente em seus aspectos de sexualidade.

Em se tratando de individualidade, é oportuno inserir autores como Bauman, Giddens, Lipovetsky e Morin. O último nos reporta a um panorama bem apresentado pelos demais, ao citar o individualismo. Menciona o enfraquecimento da responsabilidade e da solidariedade. Morin (2005) defende o pensamento complexo, que conduziria a uma ética da solidariedade. Ao religar os conhecimentos, o pensamento complexo orienta para a religação entre os seres humanos. O seu princípio de não separação orienta para a solidariedade. O pensamento complexo é o pensamento que religa. A ética complexa é a ética da religação.

Segundo Morin, o problema ético contemporâneo vem do fato que tudo, na civilização ocidental, tende a favorecer nosso programa egocêntrico, enquanto nosso programa altruísta ou comunitário permanece subdesenvolvido. Ele transmite a idéia de que é necessária uma metamorfose, que pode surgir de uma catástrofe. Dessa forma, a esperança pode vir do desespero. É preciso caos para haver religação.

1. A Coabitação Cultural

A proposta desse trabalho é também pensar a comunicação a partir da perspectiva da coabitação cultural, da maneira como é proposta por Dominique Wolton (2005), considerando o cenário de globalização atual e o ideal democrático defendido pelo pesquisador.

Segundo Dominique Wolton, a primeira característica da comunicação é a técnica, a segunda é a economia e a terceira diz respeito ao modelo cultural e social, ou seja, não comunicamos da mesma forma em diversos locais. A técnica constitui o elemento mais visível, enquanto a economia é o elemento mais perigoso, já que sugere a redução da eficácia da comunicação em proveito do mercado.

Surge um quarto elemento, relativo ao par comunicação/informação. Agora existem valores de emancipação, pois antes havia homogeneidade (comunicação e informação significavam a mesma coisa). Hoje a informação diz respeito à mensagem, enquanto a comunicação refere-se à busca de informação. Atualmente há mais mensagens, conexões e receptores. Há revolução da informação, mas a eficácia da



técnica não garante melhor comunicação. Ou seja, há uma distância entre comunicação e informação. Uma quinta idéia aponta para duas filosofias que circulam no mundo: uma é dominante e a outra é minoritária. A primeira é a filosofia do progresso (técnica no centro). Essa filosofia confia na economia (tecnologia + economia). A segunda é mais humanitária, pois insiste e reconhece a dificuldade da comunicação humana. Mas essa é menos significativa, já que é depositada mais confiança na técnica para resolver o problema da comunicação humana.

Wolton afirma, então, que o desafio da comunicação não está na técnica, mas no homem. Por exemplo: os indivíduos em frente aos computadores não fazem com que os relacionamentos melhorem. O termo *relacionamento*, com o significado de vínculo emocional próximo e continuado com outra pessoa, só chegou ao uso geral em uma época relativamente recente. Giddens (1993) utiliza a expressão *relacionamento puro* para se referir a esse fenômeno. Um relacionamento puro refere-se a uma situação em que se entra em uma relação social apenas pela própria relação, pelo que cada uma das partes envolvidas pode usufruir dessa união, e que só continua enquanto ambas as partes considerarem que extraem dela satisfações suficientes, para cada uma individualmente, para nela permanecerem. Giddens situa a idéia de um *amor confluyente* como um amor ativo, contingente, que entra em choque com as categorias “para sempre” e “único” da idéia do amor romântico.

O amor confluyente presume igualdade na doação e no recebimento emocionais, e quanto mais for assim, qualquer laço amoroso aproxima-se muito mais do protótipo do relacionamento puro. Neste momento, o amor só se desenvolve até o ponto em que se desenvolve a intimidade, até o ponto em que cada parceiro está preparado para manifestar preocupações e necessidades em relação ao outro e está vulnerável a esse outro. (GIDDENS, 1993, p. 73).

Os relacionamentos contemporâneos, que incluem aqueles possibilitados ou “sustentados” pela Internet, podem ser explicados através de uma metáfora (BAUMAN, 2004) se utilizarmos a palavra “rede” no lugar de “relações”, “parentescos”, “parcerias” ou outras noções similares. Uma rede serve tanto para conectar quanto para desconectar, enquanto as demais expressões ressaltam o engajamento mútuo ao mesmo tempo em que excluem ou omitem a falta de compromisso. Nas redes, conectar ou desconectar são escolhas igualmente legítimas, que gozam do mesmo status e têm mesma importância. As conexões são estabelecidas e cortadas por escolhas.



A hipótese de um relacionamento “indesejável, mas impossível de romper” é o que torna “relacionar-se” a coisa mais traiçoeira que se possa imaginar. Mas uma “conexão indesejável” é um paradoxo. As conexões podem ser rompidas, e o são, muito antes que se comece a detestá-las. (BAUMAN, 2004, p. 12).

Essas idéias nos transmitem a impressão de que, nesse contexto, pode surgir a perda da habilidade de manutenção de um relacionamento, já que há uma tendência de desconexão quando surgem problemas. As inserções de Giddens e Bauman reafirmam aquilo que Wolton exemplifica: a tecnologia não necessariamente melhora as condições dos relacionamentos, podendo ainda agravá-las.

Wolton insere a problemática da cultura contemporânea em relação à comunicação também quando relaciona a última a duas situações: a transmissão e o compartilhamento. A diferença está em que no compartilhamento há papel ativo do receptor. Comunicação é respeitar o outro em sua alteridade e ouvi-lo quando ele quiser falar. Quando as pessoas dizem “*Eu tenho algo a dizer*”, no chat, elas não estão preocupadas com o receptor e sim consigo mesmas. Mas esse é apenas o primeiro tempo da comunicação. O verdadeiro elogio da comunicação é, para o autor, o elogio do diálogo.

O elogio da comunicação significa: que se quer comunicar; temos que ter consciência de que isso vai ter êxito raramente; temos que ter em mente que precisamos construir a coabitação, que é o horizonte da comunicação. Não necessariamente o compartilhamento, nesse caso, mas o reconhecimento do outro.

Na democracia sempre se dá lugar à alteridade para depois se discutir. Há o pluralismo de opiniões. Os valores da tradição devem ser reintroduzidos, segundo Wolton, para haver modernidade.

Segundo Wolton, a comunicação é um grande valor humanista e democrático. Trata-se de um valor humanista porque é preciso o reconhecimento da liberdade, da igualdade e da alteridade do outro. É um valor democrático porque é necessário considerar a idéia de cidadão para que se alcancem a liberdade e a igualdade. Essa construção pressupõe, no entanto, um paradoxo na comunicação, já que ela seria democrática, mas não há certeza de êxito nesse sentido.

O pesquisador defende que a comunicação é um desafio importante para a mundialização. Quanto mais houver globalização, mais os povos vão desejar manter suas identidades, recuperar suas raízes. Se há o respeito da diversidade cultural, há emancipação. Caso contrário, não. Defende que o verdadeiro elogio da comunicação é o



elogio do diálogo, da verdade da comunicação. O elogio da comunicação significa: 1) que se quer comunicar; 2) que temos que ter consciência de que isso raramente vai ter êxito; e 3) que precisamos construir a coabitação, que é o horizonte da comunicação (o reconhecimento do outro).

A democracia aceita que se possa coabitar e o ideal da coabitação, segundo Wolton, é respeitar o adversário. Tentar vencê-lo, mas dignamente. Democracia é tentar coabitar com aquele com o qual não nos parecemos. Dessa forma, sempre se dá lugar para a alteridade para que depois surja discussão, o que evidencia o pluralismo de opinião. Notemos, entretanto, que esse é um ideal.

A coabitação é reconhecer que o outro tem a mesma inteligência que nós. Baseado na idéia de que na comunicação procuramos pessoas que pensem como nós e acabamos coabitando com muita gente diferente, Wolton diz que isso é democracia e conclui que *comunicação = democracia = coabitação*.

O pesquisador ainda insere a idéia de três espaços que devem coexistir para que haja democracia: o espaço da comunicação, o espaço público e o espaço político. O espaço comunicativo se dá por trocas surgindo, assim, a democracia. O espaço público é a rua, onde as pessoas se encontram e trocam referências. O espaço político é o espaço da conquista do poder, são as trocas que ocorrem para essa conquista.

Para Wolton, a democracia só pode dar certo se a comunicação der conta de todos os processos sociais. Assim, todos os componentes sociais deveriam coabitar, um deveria ver o outro na mídia.⁸ Segundo Wolton, não há democracia sem comunicação e, apesar das contradições da comunicação, permanece o valor da emancipação, porque nossa necessidade humana nos obriga a compreender a alteridade, a perceber que o outro não pensa como nós.

O desafio da comunicação de massa é, para Wolton, fazer com que as classes de massa coabitem, é organizar a coabitação, que visa respeitar as relações e as identidades. O fato de todos acessarem diferentes programas de televisão, por exemplo, é uma representação da heterogeneidade. A condição da paz social na mídia de massa está no fato de que todas as classes, todos os meios estão representados nela. O problema da democracia, defende Wolton, é assegurar o laço social em todos os meios

⁸ Wolton insere a idéia da espiral do silêncio como um risco na democracia: se as culturas indígenas, por exemplo, não tiverem mais lugar no espaço público, elas serão silenciadas. Nesse caso, não seriam mais vistas e pensadas, e só voltariam à tona a partir de greves, protestos.



sociais. Mesmo que a mídia não faça isso de modo eficaz, é a única que consegue assegurar isso.

Wolton (apud Goulart, 2005) pensa sobre o papel da televisão e da Internet nesse contexto. A vantagem da TV aberta é seu poder de pautar o público, fazendo-o pensar em coisas sobre as quais não pensaria de outra forma. Na comunicação, o grande desafio é o grande público. A Internet, por sua vez, faz as informações circularem com muita rapidez e, uma imagem ou um texto circulando pelo mundo, acelera a reflexão. Entretanto, salienta que devemos ter em mente que "os homens comunicam, as técnicas transmitem". A Internet é um meio comunitário, segmentado, temático. As pessoas buscam interesses específicos. Não é societal. A TV aberta é societal. A comunidade é homogênea e a sociedade heterogênea. Goulart referencia Wolton para afirmar que a Internet garante a comunicação temática, não obriga a ver, a conhecer o diferente. Na TV aberta, o conteúdo é oferecido. Na Internet, se faz uma escolha. Logo, ela não dá maior liberdade. Ao contrário dela, na TV e no rádio a alteridade se impõe. Tentam nos fazer acreditar que aquilo que é voltado para a massa é ruim; e bom é o segmentado, pequeno, controlado. Mas a mídia de massa é boa, pois é coabitação, enquanto que a minoria é comunitária. A sociedade é massa, não comunidade.

Sobre a possibilidade de crítica ao papel da mídia de massa em relação também à possibilidade de manipulação, Wolton (apud Goulart, 2005) afirma que essa mídia é a condição para a democracia de massa, e não é a mídia que controla a realidade, mas o receptor, a partir do que faz com a mensagem que recebe. Ou seja, a condição de receptor ativo (que o ideal de coabitação sugere) nos ampara nesse sentido.

Pensar a coabitação cultural é construir o terceiro pilar da globalização⁹. Para isso, surgem cinco rupturas (Wolton, 2003):

- 1) A emergência do binômio cultura-comunicação como desafio político fundamental.
- 2) A coabitação cultural depende de três ações: a regulação jurídica em níveis nacional e internacional; o reforço das instituições internacionais para regular a globalização; que se leve em consideração o triângulo identidade-cultura-comunicação nas relações internacionais.

⁹ Wolton (2003) faz referência a uma *terceira globalização*, que coloca a cultura e a comunicação no coração dos debates e que é tão perigosa quanto à globalização econômica. O autor transmite um tom de crítica ao afirmar que, curiosamente, os universalistas não têm refletido muito sobre essa grande questão que se coloca no plano mundial, acrescentando que eles inspiraram a primeira globalização, a que organiza a ONU e a comunidade internacional.



- 3) Não há escolha entre tradição e modernidade, mas a escolha das duas sem hierarquia.
- 4) O novo desafio político constituído pelo binômio cultura-comunicação dá um estatuto teórico e uma valorização ao conceito de comunicação que ela jamais obteve em um século.
- 5) Continua a questão essencial, que é compreender como organizar de maneira pacífica e democrática a relação com o outro. “Um Outro que não é mais abstrato e distante, mas onipresente, sem ser, por isso, mais familiar ou compreensível.” (WOLTON, 2003, p. 24).

2. Considerações Finais

Após esse panorama, é possível compreender aquela que, para Wolton, é a mais bela lição fornecida pelo desafio da coabitação cultural: dar um outro sentido para o tema da sociedade da informação.

Descobre-se o quê? A onipresença do Outro, a obrigação e a dificuldade de coabitar com ele; a falta de “comunicação” entre as culturas e os povos; os fundamentalismos; o terrorismo e o ódio ao Outro. Aí onde tudo deveria ser fluido, rápido, *on-line*, interativo, encontra-se resistência, incompreensão, bloqueio.¹⁰ (WOLTON, 2003, p. 24)

Para Wolton (2003), o desafio da coabitação cultural é a resposta ao mito tecnocrático da sociedade da informação. Se a sociedade da informação rejeita a história, a coabitação cultural a introduz novamente.

Wolton assume uma perspectiva extremamente humanista e política em relação à comunicação. Apaixonado pela democracia em sua condição ideal, parece querer sustentar idéias aparentemente utópicas, em determinados momentos. Defende a visibilidade de todos os grupos, mesmo que apareçam estereotipados na mídia como, por exemplo, o negro nas novelas brasileiras, quase sempre representado como parte dos segmentos mais baixos da estratificação social. Independente disso, o pesquisador busca, em sua produção, uma condição social justa para todos os indivíduos e defende

¹⁰ Wolton afirma que o sistema técnico da Internet não representa um avanço da problemática atual da comunicação: religar os indivíduos sob uma base de interesse comum e, entretanto, assegurar um mínimo de coesão social. Acrescenta que a esperança da teoria democrática da comunicação é ora permitir a comunicação intersubjetiva, ora a comunicação social. Por isso, o autor afirma: “(...) *é menor a gestão do parecido do que a gestão das diferenças*. É menor a capacidade de colocar em relação os indivíduos e as comunidades que têm interesses comuns do que a capacidade de organizar a coabitação entre as comunidades e sociedade heterogêneas. É menor a performance de instrumentos do que a filosofia da comunicação que os sustenta.” (WOLTON, 2002, p. 10).



com esperança a idéia de uma sociedade mais igualitária, na qual as diversas identidades possam sobreviver e as diferentes culturas possam coabitar. O atual panorama midiático, apresentado inicialmente, sugere ao decorrer do texto, a dificuldade de alcançar os ideais de Wolton. Entretanto, a mídia de massa corresponde à saída encontrada pelo autor para que se efetive a real democracia. Inevitável é pensar a distância que ainda separa a sociedade contemporânea, fortemente orientada para o individualismo, da proposta de uma sociedade solidária e preocupada com a comunicação no sentido proposto pela coabitação cultural.

Referências Bibliográficas:

AUGUSTI, Alexandre Rossato. *Jornalismo e comportamento: os valores presentes no discurso da revista Veja*. Dissertação (mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

BAUMAN, Zigmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2001.

BAUMAN, Zigmunt. *Amor líquido*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2004.

CHAGAS, Arnaldo Toni Sousa das. *A ilusão no discurso da auto-ajuda e o sintoma social*. 2. ed. Ijuí: Ed. UNIJUÍ. 2001.

FISCHER, Rosa Maria Bueno: Mídia e produção de sentidos. In: SILVA, Luiz Heron da (org.). *A escola cidadã no contexto da globalização*. Petrópolis: Vozes. 1998.

GIDDENS, Anthony. *Sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista. 1993.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2002.

GOULART, Alexander. *Dominique Wolton: a comunicação de massa como condição para a democracia*. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=331DAC003> Acesso: 20 mar. 2007.

GUTIÉRREZ, Barrio. Teoria moral. In: *Hedonismo*. Disponível em: <http://www.encuentra.com/includes/imprimelo.php?IdDoc=2246&Ayuda=1> . Acesso em: 25 out. 2005.



LIPOVETSKY, Gilles. *Metamorfoses da cultural liberal: ética, mídia e empresa*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MAIA, Marisa Schargel; ALBUQUERQUE, Andréa. *Cultura contemporânea, imediatismo e desamparo*. Disponível: <http://www.geocities.com/HotSprings/Villa/3170/albuquerquemaia.htm>
Acesso: 20 jun. 2006.

MORIN, Edgar. *O método 6: ética*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

WOLTON, Dominique. Comunicação: um grande desafio científico e político do século XXI. In: *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*. Porto Alegre: EDIPUCRS, n. 19, dez. 2002.

WOLTON, Dominique. A globalização da informação. In: *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*. Porto Alegre: EDIPUCRS, n. 20, abr. 2003.

WOLTON, Dominique. *Seminário comunicação, política e tecnologia*. PUC/RS. 17-18-19 maio. Porto Alegre, 2005.