



II FÓRUM DE COMUNICAÇÃO¹

Carine Barbosa²

Tailana Infeld³

Marcos André Macedo Martins⁴

André Luiz Argenton⁵

Paulinho dos Santos⁶

Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba, SC⁷

RESUMO

Atualmente através dos meios de comunicação de massa como o rádio, a tv, o jornal, a revista e a internet, recebemos uma infinidade de informações, novos conhecimentos ou entretenimentos para variados públicos. Através destas redes de informação somos capazes de nos informar, nos alienar ou determinar um modo de pensar, induzindo assim pessoas a obterem novos comportamentos ou alterar seu modo de ser, tendo esta alteração pessoal para positiva ou negativa. Um receptor é capaz de ter interpretações completamente diferentes de outro receptor no mesmo espaço. Através dos encontros e debates podemos ter acesso a uma nova visão sobre a ideologia cultural e democrática, um dos maiores estudiosos desta temática é o renomado Pedrinho Guareschi.

PALAVRAS-CHAVE: Meios de comunicação de massa; Pedrinho Guareschi, ideologia cultural; Democrática.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria filme Publicitário, Modalidade TV.

² Aluna Líder do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, da Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC. Email: digital@fotogea.com.br

³ Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, da Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC. Email: tai_infeld@hotmail.com

⁴ Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, da Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC. Email: marcos_fullgaz@fullgaz.com.br

⁵ Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, da Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC. Email: andre.argenton@brasilfoods.com

⁶ Orientador do trabalho e professor do Curso de Comunicação Social da Universidade do Oeste de Santa Catarina. Email: paulo.santos@unoesc.edu.br

⁷ Curso de Comunicação Social da Universidade do Oeste de Santa Catarina. Email: silvia.simi@unoesc.edu.br



INTRODUÇÃO

O Fórum de Comunicação Social é o mais novo da série de eventos promovido pelos acadêmicos dos Cursos de Comunicação Social da UNOESC Campus Joaçaba. Ele é direcionado ao debate de temas polêmicos que interessam não somente aos acadêmicos dos cursos organizadores, mas também à sociedade em geral. Através dos meios de comunicação de massa o evento se torna cada vez mais conhecido e esperado anualmente.

2 OBJETIVO

Fornecer subsídios que levem a uma reflexão sobre a questão da democratização da comunicação; levantar pontos positivos e negativos da democratização da comunicação; ampliar culturalmente o significado e a importância da comunicação em nossas vidas.

3 JUSTIFICATIVA

No II Fórum de Comunicação, o Filósofo Pedrinho Guareschi, fala sobre como os meios de Comunicação atuam em nossas vidas, como as encontramos em toda parte, como a maior parte dos assuntos em que as pessoas comentam em seu trabalho, nas ruas, nas viagens e tudo mais são relativamente ligados ao que viram nas mídias, formando discussões de opiniões e novas formas de pensar, inconscientemente.

Hoje, os Meios de Comunicação Social estão entre os principais transmissores da cultura de um país. Óbvio que, como pano de fundo está todo um conjunto cultural. Oferecendo uma maneira diferente de se viver, em um padrão cultural diferente.

Segundo Pedrinho Guareschi, no seu livro Sociologia Crítica, coloca a disposição discussões sobre o aparelho ideológico da Comunicação, falando um pouco sobre “como a comunicação constrói a realidade” (GUARESCHI, 1999, 134). Este argumento provoca um aprofundamento mais filosófico e sociológico do que de conhecimento de mercado e estratégias de comunicação. No mundo contemporâneo com a evolução das estruturas tecnológicas, cada vez se tem acesso as informações de formas rápidas e mais completas. Assim a população acaba sendo alvo fácil dos meios de comunicação de massa, para as transmissões de informações, os modismos, e as alterações de culturas.

Todas as pessoas tem acesso aos meios de comunicação, talvez com mais ou menos frequência que outras, através dos meios que mais lhe oferecem satisfação ou prazer. Desta



forma somos atingidos seguidamente, não temos saída. Cabe a cada um ter seu ponto de equilíbrio, para que quando atingido pelos meios, consiga absorver de forma crítica e coerente, tendo assim, um aproveitamento filtrado das informações que o atingem.

Os meios de Comunicação de Massa estão inseridos a indústria Cultural, segundo Adorno (1987:288-90), "mantém-se como na origem: a serviço das terceiras pessoas, e mantém sua afinidade com o superado processo de circulação de capital, que é o comércio". Ainda segundo Adorno (1987:294-5) "dependência e servidão dos homens é o objetivo último da indústria cultural", sendo esta dependência realizada pelos mass media, que são instrumentos da comunicação de massa. "O efeito de conjunto da indústria cultural é o de Antidesmistificação, a de um anti-iluminismo. A desmistificação, a saber é técnica e progressiva, se transforma em engodo das massas, isto é, em meio de tolher a sua consciência "ela impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e decidir conscientemente".

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O Vt comercial foi produzido, dentro de um apartamento de família de classe média, da cidade de Joaçaba, pelos acadêmicos dos cursos de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda. Durante a organização do ambiente para gravação foram utilizados utensílios caseiros para que ter um ambiente de sala. Os atores também foram escolhidos de acordo com o papel a ser interpretado, tendo como ator principal um Acadêmico dos cursos de Artes Cênicas, atuando como pai de família.

Foram movidos também filmadoras, iluminação extra, e demais materiais cinematográficos necessários.

A Edição do vídeo foi feito dentro dos estúdios disponíveis na UNOESC, com orientação do professor, sendo produzido em uma noite.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Fórum de Comunicação Social é o mais novo da série de eventos promovido pelos acadêmicos dos Cursos de Comunicação Social. Ele é direcionado ao debate de temas polêmicos que interessam não somente aos acadêmicos dos cursos organizadores, mas também à sociedade em geral.



Organizado pela Coordenadoria dos Cursos de Comunicação Social, Prof. Márcio Trevisol e Acadêmicas da 6ª fase de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

O Fórum de Comunicação Social é um evento relativamente novo dentro do calendário da UNOESC. Em 2009 foi realizada sua segunda edição, porém pela programação prevista já nota-se que o evento ganhou corpo e reúne os ingredientes necessários para ter boa aceitação da comunidade acadêmica. O evento ocorre na primeira semana do mês de Outubro. Pedrinho abordou os principais pontos dentro dos campos da sociologia, comunicação e psicologia relativos à mídia, democracia e cultura, tema do evento deste ano. Aproveitando-se do fato de que não é mais necessário ter formação acadêmica para exercer a profissão de jornalista, percebeu-se a importância de debates com temas relacionados à democratização da comunicação: seria uma atitude positiva ou negativa? Esta é uma boa oportunidade para possibilitar ao público um contato com um renomado intelectual da área de influência cultural.

6 CONSIDERAÇÕES

Através dos meios de comunicação de massa, transmitindo suas respectivas informações, usa da manipulação sobre a mensagem, que certamente antes desta chegar até seu público, passa por vários recortes ou inclusões de informações que não faziam parte do contexto, fazendo desta forma que se crie uma realidade diferente da realidade já existente. Através deste meios ainda, pode-se filtrar as informações recebidas, de maneira a se aproveitar somente o que realmente lhe trará benefícios de educação, cultura ou entretenimento, sem ser manipulado inconscientemente. Sendo estes meios de acesso a todos as classes, não existe que possa dizer que está livre de ser manipulado e sim dizer que consegue absorver moderadamente estas informações, mas nunca dizer que está livre dela.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GUARESCHI, Pedrinho. **Sociologia Crítica – alternativas de mudança**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 1999. 45ª edição.

ADORNO, Theodor. A Indústria Cultural. In: COHN, Gabriel.(org). Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo, T. A. Queiroz, 1987.