

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Neiberto Borille dos Santos

ESPIRAL EVOLUTIVO DA COMUNICAÇÃO:
UMA ANÁLISE DO POTENCIAL DIALÓGICO,
INTERATIVO E PARTICIPATIVO DOS MEIOS DE
COMUNICAÇÃO

Passo Fundo

2016

Neiberto Borille dos Santos

**ESPIRAL EVOLUTIVO DA COMUNICAÇÃO:
UMA ANÁLISE DO POTENCIAL DIALÓGICO,
INTERATIVO E PARTICIPATIVO DOS MEIOS DE
COMUNICAÇÃO**

Monografia apresentada ao curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação do Ms. Olmiro Cristiano Lara Schaeffer.

Passo Fundo

2016

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, aos meus Guerreiros por estarem comigo nesta jornada, a minha mãe Neiva Borille dos Santos por me acompanhar e me dar forças a cada momento, a meu pai Alberto Moreira dos Santos pelo apoio que me dá.

Agradeço também a minha irmã Larissa Borille dos Santos por proporcionar alegria, descontração e união em todos os momentos. Desta forma também agradeço ao meu orientador Olmiro Cristiano Lara Schaeffer por seguir firme e corajoso na hipótese que levantei para esta monografia, proporcionando encontros incríveis com constantes esclarecimentos e evoluções.

Também não posso esquecer de todos os que me apoiaram no caminho da comunicação, especialmente meus padrinhos Paulo Sérgio e Claudete, além da dona Antoninha Krindges que sempre me deram forças para continuar. Deste modo não posso esquecer Carla Thais por me colocar no caminho desta Universidade.

Aos professores que me acompanharam durante minha graduação, enchendo de conhecimento a esta minha simples vida, proporcionando novos caminhos, experiências e possibilidades. A todos o meu muito obrigado.

Agradeço aos amigos que estiveram comigo nos momentos bons e ruins, por me trazerem alegrias e por compartilharem suas opiniões e vivências comigo.

Deixo meu sincero e humilde muito obrigado a todos os que duvidaram de minha capacidade, dizendo que eu não deveria continuar ou então deveria trocar de área, pois a dúvida de cada um foi combustível para chegar onde cheguei hoje e para provar que sou capaz de superar meus limites e ir em frente a cada momento.

Por fim, muito obrigado a todos.

RESUMO

O presente trabalho estuda a evolução dos meios de comunicação frente ao receptor da mensagem, através de uma linha histórico-tecnológica de desenvolvimento, onde se analisa a evolução dos meios de comunicação conforme uma linha em espiral, com aproximações e distanciamentos dos meios, através dos níveis de diálogo, participação e interação, pertencente a cada meio. Contando com itens de ascensão do gráfico, moldados pela tecnologia e amplitude de distribuição da mensagem. Tal estudo foi realizado através de uma pesquisa exploratória com base no levantamento de dados bibliográficos, identificando que ocorreu o distanciamento da comunicação em alguns meios, implicando em extensão e perda da reciprocidade no ato da comunicação. Mas existe a constante aproximação com os meios atuais, através da internet com a chamada web 2.0, capaz de conectar pessoas umas às outras, dando voz tanto para o emissor quanto para o receptor utilizando a comunicação em seu sentido total, onde os dois personagens da comunicação falam entre si e não permanecem isolados e indiferenciados como nos meios de massa. Proporcionando um ambiente de conexão social, que só pode ser realizado através da comunicação, utilizando o diálogo, a participação e a interação como base.

Palavras chave: Comunicação. História das mídias. Interatividade. Diálogo. Participação.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo de Lasswell.....	15
Figura 2 – Foco de Estudo.....	15
Figura 3 – Teoria da Informação.....	16
Figura 4 – Modelo teórico de Shramm.....	17
Figura 5 – Graus de Participação.....	43

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Funções da comunicação.....	11
Quadro 2 – Elementos da comunicação.....	11
Quadro 3 – O processo de comunicação de massas.....	16
Quadro 4 – Os diferentes tipos de interatividade.....	34
Quadro 5 – Tipos de interatividade.....	35
Quadro 6 – Desmembramentos de extensão.....	40
Quadro 7 – Matriz de Bordewijk e Kaam para os quatro padrões de comunicação.....	55

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Espiral evolutivo da comunicação.....	49
Gráfico 2 – Análise geral de interação, diálogo e participação.....	50
Gráfico 3 – Meios segundo diálogo e extensão.....	51
Gráfico 4 – Análise da evolução com base em diálogo e extensão.....	51
Gráfico 5 – Meios segundo interação.....	56
Gráfico 6 – Análise da evolução com base na interação.....	56
Gráfico 7 – Meios com base na participação.....	60
Gráfico 8 – Análise da evolução com base na participação.....	61
Gráfico 9 – Ascensão dos meios.....	65
Gráfico 10 – Espiral evolutivo da comunicação – 2.....	67

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1.PERSPECTIVA HISTÓRICA DA COMUNICAÇÃO	10
1.1.O Que é Comunicação?.....	10
1.2.Comunicação e o Homem	12
1.3.A Mídia	14
1.3.2.Prensa de tipos móveis	18
1.3.3.Rádio	19
1.3.4.Cinema	22
1.3.5.Televisão	23
1.4.Os meios como massa	26
1.5.A Internet	28
CAPÍTULO 2 - A COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA E DIÁLOGO	32
2.1.Interatividade.....	32
2.2.Diálogo.....	39
2.3.Participação	41
CAPÍTULO 3 – ESPIRAL EVOLUTIVO DA COMUNICAÇÃO.....	47
3.1.Gráfico Diálogo X Extensão	51
3.2.Gráfico Interação.....	55
3.3.Gráfico Participação	60
3.4.A evolução dos meios de comunicação.....	64
CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72

INTRODUÇÃO

A comunicação é pertencente ao homem, o qual ampliou seus modos de comunicar com o passar dos anos, criando e utilizando ferramentas capazes de levar a sua mensagem a longas distancias de espaço e tempo. Tais ferramentas compõem o que hoje são denominadas mídias, com meios de massa e meios digitais, em constante evolução frente aos seus criadores.

Estudar a evolução destes meios de comunicação em comparação ao homem proporciona uma visão esclarecedora de onde partiu, para que ponto e forma evoluiu e para onde irá está constante. Visualizando não apenas a evolução histórica, mas a relação que há entre o meio de comunicação e o homem.

Assim, o presente trabalho busca responder como ocorreu a evolução dos meios de comunicação em perspectiva a comunicação pertencente ao indivíduo, colocando em foco o receptor da mensagem.

Para tal, se buscará compreender a forma com que ocorreu esta evolução a partir de uma linha histórico-tecnológica dos meios de comunicação, compreendendo como é a comunicação humana e de que forma está se amplifica nos meios conforme suas evoluções.

Entender quais são os fundamentos importantes para a realização total e plena da comunicação na sua relação humana, para obter bases importantes para a análise dos meios.

Estudar o surgimento dos meios de comunicação a partir de fatores históricos e suas evoluções tecnológicas é importante para descrever suas potencialidades e limitações e como se moldou ao longo do seu processo de consolidação.

Compreender como ocorreu esta evolução dos meios em comparação ao homem é importante para saber de onde partiu este processo, onde está neste momento e para onde irá.

Estes fatores serão estudados através desta pesquisa exploratória, onde terá o propósito de levantar variáveis importantes para a análise do tema proposto, utilizando de revisão bibliográfica para tal, como exposto por Gil (2002).

Com isso o trabalho pretenderá analisar a hipótese levantada a partir de estudos realizados na área da comunicação em publicidade e propaganda para a matéria de Comunicação Integrada do curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo. Esta hipótese apresenta que ao passo do surgimento e consolidação dos meios de comunicação, ocorreram distanciamentos e aproximações dos interlocutores da mensagem.

Entretanto é importante salientar que esta aproximação e distanciamento não são necessariamente físicos, mas são determinados conforme os fatores comunicacionais, indispensáveis para a realização da comunicação em seu sentido total.

Onde alguns meios estão mais distantes da plena comunicação e outros próximos, principalmente os primeiros utilizados, como a escrita e os últimos já proporcionados até então, como a internet através do que vem se chamando de web 2.0. Para tal, uma análise preliminar dos meios de comunicação proporcionou a adequação desta hipótese, à medida que o levantamento de novas variáveis ocasionou a modificação do modelo inicialmente proposto.

Desta forma o primeiro capítulo colocará a comunicação em perspectiva, levantando os fatores importantes para sua realização, a sua relação com o homem e conseqüentemente a relação utilizada nos meios de comunicação já inventados. Através do estudo histórico do seu surgimento e consolidação, tecnológico com suas potencialidades comunicacionais, apresentando fatores que determinaram o modelo teórico utilizado nesses meios, estudando também fatores culturais da adaptação social ao seu entorno. Utilizando a prensa, o cinema, o rádio, a televisão analógica e televisão digital, além da internet como objetos do estudo.

Já o segundo capítulo tratará dos conceitos relevantes para a realização da comunicação, através da interação entre os interlocutores da mensagem, o diálogo que é realizado entre eles e a participação, como fatores determinantes para a efetividade deste processo pertencente a natureza humana e expandido nas mídias.

O terceiro capítulo tratará da análise de como percorreu esta evolução na constante relação da comunicação entre os interlocutores da mensagem, no uso das mídias como mediadora desta ação. Onde ocorrerá a adaptação da hipótese inicialmente levantada, para proposição de um modelo gráfico tridimensional evolutivo.

A presente análise justifica-se ao âmbito acadêmico como um norteamento da linha evolutiva que a comunicação percorreu ao longo dos anos através da introdução das tecnologias, visto que não há trabalhos que apresentem esta linha evolutiva frente ao receptor da mensagem.

Do ponto de vista mercadológico é necessário entender as mudanças ocorridas ao passar do tempo, e para onde estas levarão o processo comunicativo, afim de comunicar com maior eficiência nos dias atuais conforme a evolução e adaptação das necessidades do mercado.

Já para a análise pessoal é relevante para total compreensão da constante evolução dos meios de comunicação, lançando meios para uma nova visão deste sistema, considerando um prolongamento durante o mestrado na área de comunicação e tecnologia.

1.PERSPECTIVA HISTÓRICA DA COMUNICAÇÃO

Este capítulo tratará da comunicação e sua constante evolução, desde a comunicação humana, até a utilizada nos meios de comunicação, com fatores históricos e tecnológicos de cada meio de comunicação. Parâmetros que darão bases para a ascensão do espiral evolutivo da comunicação.

1.1.O Que é Comunicação?

A comunicação é como a própria palavra expressa, ação de tornar comum, mas para isso é fundamental que os indivíduos estejam abertos e prontos para o diálogo. (AZEVEDO, 1971, p. 1) A comunicação é a forma como os seres humanos e os animais usam para trocar informações, desta forma essa passagem torna-se relevante:

A palavra comunicação vem do latim *cummunis* que traz a ideia de comunhão. Comunhão significa, de maneira bastante restrita, comungar, participar em comum, transmitir, compartilhar, e é nesse sentido que entendemos comunicação: Tornar comum, fazer saber, estabelecer comunhão, por meio do intercâmbio de informações. (PEREZ; BAIRON, 2002, *apud* EBERT, 2014, p. 17)

Murilo Nunes de Azevedo (1971) retrata a comunicação como fator importante para a passagem de fatos, histórias, conhecimentos, uma forma de interação, quando se utiliza em canais adequados mostra-se eficiente como é apresentado por este em seu livro intitulado: “A reconstrução humana: o outro lado da comunicação de massas”. (AZEVEDO, 1971, p. 23)

Nas palavras do autor, “comunicação significa, no seu sentido mais amplo, transferência de experiências. A minha experiência, surgida neste instante, pode tornar-se experiência de outro quando devidamente transmitida através do canal adequado.” (AZEVEDO, 1971, p. 23)

Com o tempo a nível semântico pode-se observar que os termos comunicação e comunicar obtiveram mudanças de forma sensível, o sentido global do termo em partilhar acabam ficando em segundo plano para darem lugar as considerações centradas em transmitir, ignorando o seu sentido de interação que as respostas geram. (WINKIN, 1981, *apud* WOLF, 2001, p.112) (MCQUAIL, 2013, p.61)

Entretanto é necessário entender qual o propósito da comunicação, qual o motivo de esta ser um fator historicamente relevante para a humanidade:

Sem a comunicação cada pessoa seria um mundo fechado em si mesmo. Pela comunicação as pessoas compartilham experiências, ideias e sentimentos. Ao se relacionarem como seres interdependentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridas. (BORDENAVE, 1985a, p.36)

Por conseguinte, a comunicação satisfaz uma série de funções pertencentes ao homem tais quais são apresentadas por Bordenave (1985a) sete funções da comunicação: Quadro 1

Quadro 1 – Funções da Comunicação

Função instrumental	Realiza as necessidades espirituais ou materiais do indivíduo.
Função informativa	Traz informações.
Função regulatória	Tem por objetivo controlar o comportamento alheio.
Função interacional	Relação de interação entre indivíduos.
Função de expressão pessoal	Expressar o eu, sua consciência.
Função heurística	Observar a realidade interna e externa da pessoa
Função imaginativa	Inventar uma realidade fantasiada própria.

Fonte: Bordenave, 1985a, p.46

Ainda coexiste a qualidade de participação na comunicação, onde estão os papéis tomados e impostos aos outros, com relação a sentimentos, desejos, expectativas, juízos, atitudes trazidas à ação de comunicar. (BORDENAVE, 1985a, p. 46-47)

Dentro deste quadro alguns elementos básicos da comunicação são substanciais segundo Bordenave (1985a), classificados da seguinte forma:

Quadro 2 – Elementos da Comunicação

A realidade ou situação onde ela se realiza e sobre a qual tem um efeito transformador;
Os interlocutores que dela participam;
Os conteúdos ou mensagens que elas compartilham;
Os signos que elas utilizam para representá-los;
Os meios que empregam para transmiti-los.

Fonte: Bordenave, 1985^a, p.40

No entanto no presente trabalho apenas faz-se importante analisar o segundo elemento, os interlocutores e também o quinto elemento “os meios usados para transmitir a mensagem”. Onde os interlocutores são os que falam entre si, onde em dado momento um é fonte de comunicação e o outro é receptor, já os meios se referem aos métodos utilizados pelos

interlocutores para expressar as suas mensagens. (BORDENAVE, 1985a, p. 40). No qual o estudo será realizado através de meios impressos, rádio, cinema, televisão e internet.

Todavia existem várias formas de comunicação como: A palavra, escrita, leitura, audição, gesto, atitude, silêncio, cheiro, gosto, tato, pensamento, espaço e o tempo, porém de todas estas a que mais tem destaque é a palavra, pois foi e o marco principal da evolução humana frente aos outros animais. (AZEVEDO, 1971, p. 17)

De toda forma o meio em que os padrões de vida são adotados estão incorporados na comunicação, através desta ocorre a assimilação de pertencimento a sociedade, família, amigos. Desta forma é adquirida a cultura, modos de agir e pensar, crenças e valores, hábitos e tabus. (BORDENAVE, 1985a, p. 17) Como objeto pertencente e inseparável do homem, cabe uma análise mais profunda do tema em questão.

1.2.Comunicação e o Homem

Em razão da comunicação ser algo pertencente ao homem em suas múltiplas faces de representação, algumas análises são cabíveis pois o mundo é como está agora apenas porque o mundo humano é formado pela comunicação. (FREIRE, 1977, p. 66). Trata-se de uma necessidade inerente ao homem, visto que “a comunicação é um produto funcional da necessidade humana de expressão e relacionamento” (BORDENAVE, 1985a, p.45). É uma forma da representação do pensamento e da consciência interna de cada indivíduo, a comunicação é uma via de expressão da parte submersa do iceberg da mente humana, pois “temos tanta consciência de que comunicamos como de que respiramos ou andamos [...] A comunicação é uma necessidade básica da pessoa humana, do homem social.” (BORDENAVE, 1985a, p. 19)

Paulo Freire (1977) retrata da seguinte forma: “Todo ato de pensar exige um sujeito que pensa, um objeto pensado, que mediatiza o primeiro sujeito do segundo, e a comunicação entre ambos, que se dá através de signos linguísticos.” (FREIRE, 1977, p. 66). Desta maneira o autor retrata que para haver comunicação é necessário haver interação entre dois sujeitos, não podendo haver comunicação onde apenas um dos sujeitos comunica e o outro apenas recebe o objeto da comunicação. Já para Azevedo (1971) isto mostra-se de forma diferente, pois existem campos da comunicação quando se relaciona ao homem:

- 1) Homem com o meio
- 2) Homem com o homem
- 3) Homem consigo mesmo

No entanto neste trabalho apenas é relevante utilizar e analisar os dois primeiros itens, onde no primeiro Azevedo faz relação análoga com o navio e o mar, onde o mar atinge o navio através das ondas e suas correntezas, e estas tentam modificar a direção do navio, deixando marcas em seu casco, ao mesmo tempo o navio deixa um rastro de ondas por onde passa. Isso significa que o meio modifica os indivíduos ao mesmo tempo que este modifica por onde passa. (AZEVEDO, 1971, p.10)

O autor ainda apresenta esta visão do teórico canadense Herbert Marshall McLuhan compreendendo que “O homem recebe continuamente do meio uma série de mensagens que são, no dizer de McLuhan, verdadeiras mensagens. As crenças e atitudes são formadas pela pressão do meio sobre o homem. ” (AZEVEDO, 1971, p.38)

Já o segundo caso refere-se à interação que existe entre os humanos, todos vivem em constante relação, seja no âmbito familiar, social, trabalho, educação, clubes ou em uniões pela fé, tendo isso em consideração cada ponto de encontro é capaz de moldar, de modificar o indivíduo através da busca por pontos de interesses. (AZEVEDO, 1971, p.11)

Como não pode haver separação do homem com a comunicação, e do homem com a sociedade em virtude do indivíduo social que é, a comunicação e a sociedade também são organismos que sobrevivem juntos, onde a sociedade não sobrevive sem comunicação. Sociedade e comunicação não são organismos separados, são um só, um não existe sem o outro, tanto uma como a outra tendem a ser iguais pois não há comparação de superioridade entre elas, como retrata a passagem “Dize-me como é a tua comunicação e te direi como é tua sociedade” (BORDENAVE, 1985a, p. 17)

Em virtude de o indivíduo viver em constante relação social, ou seja, em grupos, este pode ser caracterizado por consequência da seguinte forma: “O homem é por excelência um animal social; sozinho, jamais sobreviveria. O seu rebanho é a raça humana. O seu comportamento modifica-se extraordinariamente quando passa a atuar em multidão. ” (AZEVEDO, 1971, p. 37)

Entretanto não é necessário que os homens estejam próximos uns dos outros para manter esta energia de atuação viva, ela também pode ser alimentada através dos meios de comunicação. (AZEVEDO, 1971, p. 38) Antes do reconhecimento do homem como indivíduo pertencente a vida grupal ou mesmo social algumas atitudes foram tomadas.

A primeira reação ante a descoberta do homem social foi aplicar-lhe os modelos mecanicistas e pragmáticos emergentes das ciências físicas e naturais. Acontece, porém, que estes modelos não conceituam adequadamente os mecanicismos e processos de interação psíquica e social propriamente humanos. (BORDENAVE, 1985a, p. 8)

Todavia são necessários alguns mecanismos básicos para ocorrer a comunicação em um processo eficiente, desta maneira uma das formas de reprodução da comunicação se dão através dos signos gráficos que antes não possuíam representação fonética más com o passar dos anos passaram a ser interpretados por sons e estes reduzidos a menores que palavras, gerando-se assim as letras como A, B, C, etc., onde cada uma obteve um som específico, desta forma facilitou-se a linguagem escrita e conseqüentemente a expansão das possibilidades de aprendizado através da combinação de sons e letras. (BORDENAVE, 1985a, p. 28) (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 32)

Contudo a escrita considerada ponto proeminente da história humana, serviu também para alongar o potencial de alcance da mensagem como retrata Bordenave, frente aos outros meios antes já utilizados.

Para resolver o problema do alcance, o homem inicialmente apelou a signos sonoros e visuais, tais como o tantã, o berrante, o gongo, os sinais de fumaça. Mas uma solução mais decisiva foi encontrada com a invenção da escrita, lá pelo século IV antes de Cristo. As mensagens escritas, com efeito, podem ser transportadas a qualquer distância (BORDENAVE, 1985a, p. 26)

Mostrando a relevância da escrita para a vida humana, está se expandiu primeiramente através da impressão em tipos móveis, tema prolongado e explanado a seguir.

1.3.A Mídia

A palavra mídia surgiu de um trocadilho do uso da palavra inglesa *média*, o trocadilho tratava de forma pejorativa os profissionais do então chamado *departamento de media* ao final dos anos 1960, a brincadeira era à quem *trabalha em média* (profissional de mídia) aplicava-se a expressão pejorativa *fazia média*. (VERONEZZI, 2009, p.1)

A palavra mídia surgiu quando os profissionais criadores do Grupo de Mídia de São Paulo resolveram trazer o aportuguesamento da palavra acrescentando a letra i a palavra, após a assimilação da nova grafia em meados dos anos 1970 Paulo Francis redator da Folha de São Paulo começou a utilizar mídia para designar os veículos de comunicação, não tardou a imprensa a utilizar o termo para se referir aos meios de comunicação. (VERONEZZI, 2009, p.1)

O conceito refere-se aos meios de comunicação massivos, de informação, lazer e entretenimento em geral, como televisão, jornal, rádio, livro, revista, cinema, além dos meios

eletrônicos de comunicação, com celulares, CDs, TV a cabo ou via satélite, computadores e redes de informação. (SETTON, 2010, p.14)

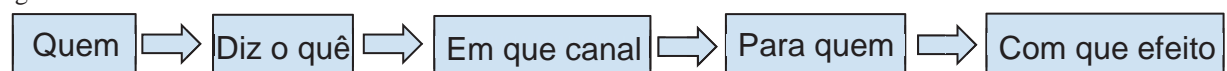
Mas no momento em que a tecnologia possibilita novas mídias supressoras as já existentes, acaba tomando parte do modelo de expressão, linguagem e produção já utilizados. Caso do cinema que incorporou formas de expressão do teatro, a televisão incorporando linguagens do rádio e cinema, isto demonstra que não há o fim de um meio, mas a sua continuidade de forma adaptada. (FONSECA, 2008, p.79)

Os meios evoluíram tecnologicamente, mas ainda não ocorreram rupturas drásticas em seus meios de produção, transmissão e recepção, a evolução existe, mas pouco mudou nas formas de interação com a audiência.

1.3.1. Modelos teóricos de transmissão das mídias de massa

Lasswell baseou-se em estudos sobre mídia e política para realizar seu modelo teórico exposto em 1948, o qual funciona de modo linear a partir da concepção de comunicação de Aristóteles (Emissor-Mensagem-Receptor). (MARTINO, 2010, p.23) Tanto para Martino (2010) quanto para Wolf (2001) o ponto para estudar o processo de comunicação utilizado por Lasswell buscou responder as seguintes perguntas, ‘Quem’; ‘Diz o quê’; ‘Em que canal’; ‘Para quem’; ‘Com que efeito’, onde cada uma das questões corresponde a uma área de estudo. (MARTINO, 2010, p.23) (WOLF, 2001, p.29)

Figura 1 – Modelo de Lasswell



Fonte: Shramm, 1957, *apud* Martino, 2010, p.24

Figura 2 – Foco de estudo

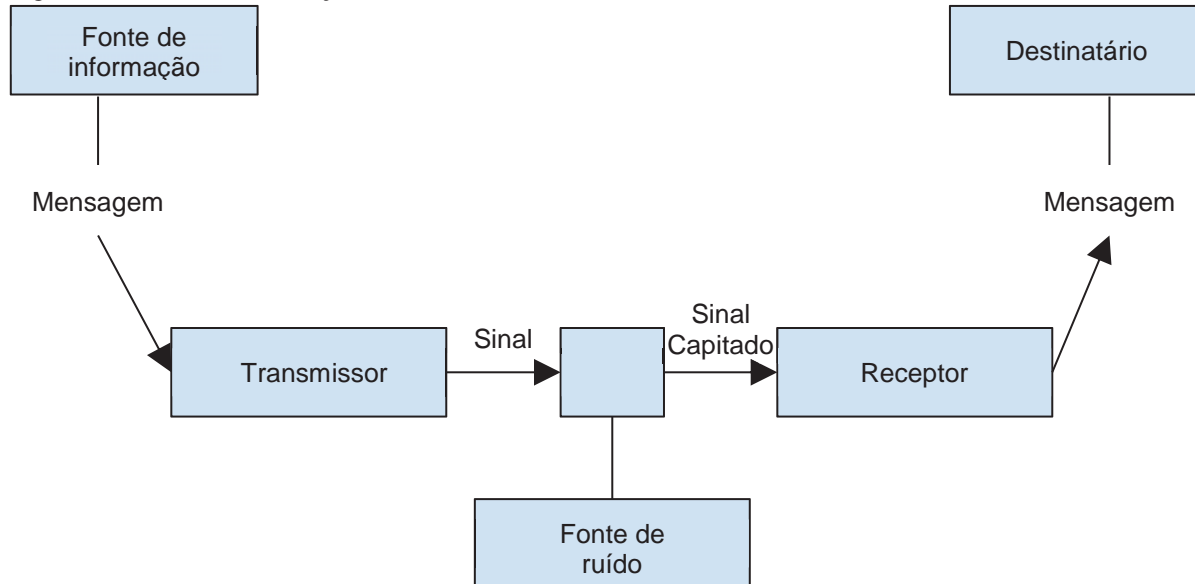


Fonte: Shramm, 1957, *apud* Martino, 2010, p.24

A teoria que expressa melhor essa tendência é da informação, ou teoria matemática da comunicação, cuja as bases são buscadas nos modelos da engenharia das telecomunicações. (WOLF, 2001, p.112) Onde “a teoria da matemática da comunicação é, essencialmente, uma

teoria sobre a transmissão ótima das mensagens e o esquema do sistema geral de comunicação, proposto por Shannon, é o seguinte: ” (WOLF, 2001, p.113)

Figura 3 – Teoria da Informação



Fonte: Wolf, 2001, p.113

O modelo baseia-se em um sistema de transmissão/recepção em parâmetros lineares da informação e comunicação. (WOLF, 2001, p.120). Onde o processo corresponde a um emissor ativo que produz conteúdos que estimulam o público passivo, cujo qual reage ao receber a mensagem. (WOLF, 2001, p.30)

Porém os emissores e receptores permanecem isolados, pois o modelo não contempla os efeitos em indivíduos isolados (WOLF, 2001, p.30). “A relação é inevitavelmente unidirecional, unilateral e impessoal, e há uma distância social, bem como física, entre emissor e receptor. ” (MCQUAIL, 2013, p.60). McQuail apresenta através de um quadro quais as características teóricas da comunicação de massa.

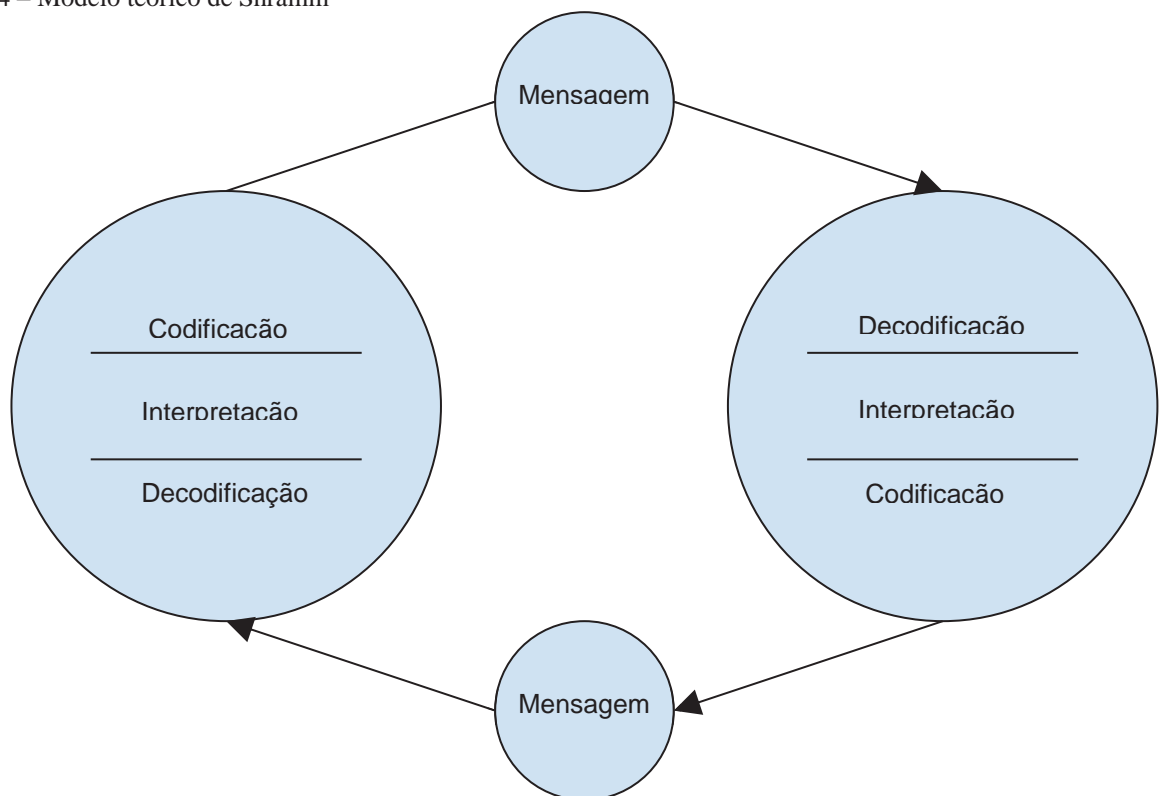
Quadro 3 – O processo de comunicação de massas

O processo de comunicação de massa: características teóricas	
•	Distribuição e recepção de conteúdo em grande escala
•	Fluxo unidirecional
•	Relação assimétrica entre emissor e receptor
•	Relação impessoal e anônima com o público
•	Relação calculista ou de mercado com o público
•	Normalização e mercantilização de conteúdo

Fonte: McQuail, 2013, p.61

O modelo não está incorreto, pois existem meios de comunicação ou melhor de transmissão que se baseiam neste sentido único, porém nos novos meios de comunicação o sistema pode sofrer variações. Para isto Charles Osgood e Wilbur Shramm foram um dos primeiros a lançar um modelo alternativo ao de Lasswell, considerando desvantajoso, pois deixava de lado um processo importante da comunicação, a resposta do receptor ou mesmo a reformulação da mensagem, mesmo que em níveis diferentes. Figura 04

Figura 4 – Modelo teórico de Shramm



Fonte: Shramm, 1957, *apud* Martino, 2010, p.26

A análise dos autores baseia-se na interação em termos interpessoais, onde o emissor/receptor passa a ser um momento do que uma pessoa propriamente, pois a qualquer momento um pode tanto enviar quando receber a mensagem, sem que haja o estabelecimento de um no lugar do outro, por isso o sistema é circular, não havendo começo nem fim, além disso supre a falta da interação do modelo de Lasswell. (SHRAMM, 1957, *apud* MARTINO, 2010, p.27)

1.3.2.Prensa de tipos móveis

Com a escrita, uma forma mais fácil de transportar as mensagens do que em pedras e pergaminhos de couro era necessária, deu-se então a invenção do papel pelos chineses e também tipos de imprensa feitos de barro cozido, bronze, estanho e madeira são apresentados por Bordenave (1985a, p. 28) e Defleur; Ball-Rokeach (1993, p. 35) como fatores importantes para a evolução da comunicação.

Em meio a evolução da linguagem ocorreu o desenvolvimento dos meios de comunicação, onde o papel recebeu aperfeiçoamento afim de possuir maior resistência e leveza. Gutenberg criou a tipografia e assim os livros antes escritos à mão e copiados por monges *amanuenses* puderam ser impressos em larga escala de repetição. (BORDENAVE, 1985a, p. 29)

Datado no ano de 1450 Johannes Gutenberg inventou a prensa de tipos móveis de metal, a qual possibilitava a impressão de livros e anúncios, que ao ano de 1455 possibilitou o surgimento da primeira Bíblia impressa por Gutenberg. Na Europa uma explosiva demanda pela impressão de livros, gerou milhares exemplares até o ano de 1500. Com essa demanda a popularização do invento possibilitou o declínio nos preços, além da maior acessibilidade na impressão de novas categorias de livros para determinadas audiências. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 31).

Para Souza (1996) e Defleur (1993) a invenção realizada na cidade de Mainz na Alemanha, trouxe como inovação a tipografia móvel. A tipografia já teria sido utilizada 50 anos antes na Coreia, porém a inovação era que estes tipos poderiam ser utilizados interminavelmente em vários trabalhos diferentes. (SOUZA, 1996, p. 12) (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 24)

A prensa possibilitou um avanço enorme na distribuição de mensagens para a população, seja ela em livros, anúncios ou qualquer outro tipo de comunicação impressa, tomando até os dias atuais um papel relevante na história vivida e retratada através do próprio meio, o jornal é uma mídia expressiva do meio, cujo qual possuía um grande público, porém começou a perder a preferência dos anúncios de propaganda, devido a maior penetração que o rádio possuía dando margem para obtenção de maior lucro ao novo meio.(CAPPARELLI, 1986, p.83)

A imprensa trouxe características da formatação dos livros amanuenses utilizando a legibilidade, espaçamentos visando economia de folhas, após proporcionou padrões como tamanho, espaçamento entre linhas e normatizações de usos. Todos estes elementos foram resgatados também pelo modelo eletrônico inserido em meados dos anos 1980 com a introdução

de software para computadores baseados no modelo de produção gráfico já existente. (FONSECA, 2008, p.79)

A indústria gráfica juntou-se as inovações da mecânica, química, eletrônica, entre outros, chegando hoje as impressoras computadorizadas com transmissões via satélite e preparadas para imprimir edições completas de jornais em todo o mundo ao mesmo tempo. (BORDENAVE, 1985a, p. 29)

O fato é que os processos de editoração acabaram não se alterando de forma significativa ao longo dos 500 anos passados, o meio eletrônico possibilitou maior portabilidade e usabilidade a imprensa. Cada pessoa pode trabalhar com um editorial de qualquer lugar apenas utilizando um microcomputador, notebook, tablet, ou qualquer outro dispositivo eletrônico com software capaz de realizar estas funções. Contudo o meio eletrônico vinculado com a internet permite maior interatividade, portabilidade e usabilidade também ao leitor relacionando-se ao emissor, características não proporcionadas em mesma escala no processo convencional de impressão. (FONSECA, 2008, p.80)

1.3.3.Rádio

Considerado o patrono do rádio mundial, Marconi realizou seus primeiros experimentos no ano de 1895 quando transmitiu sinais elétricos a uma distância de um quilometro e meio utilizando aparelhos rudimentares. (SANTOS, 2001, p.23) Já no Brasil o pioneiro nas telecomunicações e considerado patrono do rádio brasileiro, é o gaúcho Padre Roberto Landell de Moura, retratado como primeiro radioamador brasileiro em telegrafia e fonia. (SANTOS, 2001, p.32)

Entretanto o padre realizou transmissões de palavras faladas mesmo antes de Marconi, ocorridas a mais de um ano antes. Sua comprovação mais distinta foi em 1893 quando reuniu um grupo de autoridades e financiadores no alto da avenida paulista constituindo oito quilômetros de distância em linha reta até o alto de Sant'Ana, nesta oportunidade apresentou três novos inventos, o transmissor de ondas, o telégrafo sem fio e o telefone sem fios. (SANTOS, 2001, p.49)

Em 1896 Guglielmo Marconi contribuiu para a invenção do rádio, com registros na Grã-Bretanha. No entanto o uso do aparelho na época era de via dupla, ou seja, a mensagem tinha a capacidade de ser transmitidas tanto do emissor para o receptor, quanto do receptor para o emissor inicial.(STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 56) Marconi aos 21 anos de idade escreveu sua primeira dissertação sobre telegrafia sem fio e no ano seguinte mais precisamente

em 12 de setembro de 1896 patenteou seu invento, entretanto é de conhecimento os estudos realizados por Landell de Moura antes de Marconi, porém o que proporciona o título de precursor do rádio a Marconi é apenas a patente obtida quatro anos antes do Padre Landell de Moura. (FORNARI, 1984, *apud* SANTOS, 2001, p.62)

Logo em 1898 a inovação da transmissão a distância obteve seu emprego a transmissões jornalísticas e esportiva, após a Marinha utilizou-se da radiotelegrafia para comunicar-se entre navios e áreas costeiras. (SOUZA, 1996, p. 44) Inicialmente por volta dos anos de 1900 Marconi tentou fornecer o produto aos militares Italianos, porém sem sucesso, mas logo após obteve sucesso junto a Inglaterra e posteriormente com os Estados Unidos que usaram o aparelho para se comunicar com navios que atravessavam o oceano e mesmo entre as próprias embarcações, formando assim uma rede de rádios praieiras. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 56) como o rádio era de via dupla Brecht(1973) analisa como poderia ser se assim fosse usado sempre:

O rádio deve ser transformado de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. A radiodifusão poderia ser o mais gigantesco meio de comunicação imaginável na vida pública, um imenso sistema de canalização. Assim seria caso não fosse, apenas capaz de emitir, mas igualmente de receber. Em outras palavras: se conseguisse que o ouvinte não só escutasse, mas também falasse, que não ficasse isolado, mas em relação. (BRECHT, 1973, *apud* CAPPARELLI, 1986, p.74)

O rádio de via dupla teve grande uso durante a Primeira Guerra Mundial (1914-1918) sendo considerado como um aparelho de comunicação ponto a ponto ou mesmo um telégrafo com poder de retorno, tornando-o uma mídia interativa de longa distância. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 56)

Se o rádio desse o poder de retorno para todos os seus ouvintes, tirando o monopólio das emissoras, os governantes poderiam passar as informações de seus governos e ao mesmo tempo o público poderia comentar e questionar, levando assim o meio a se tornar uma sociedade civil fazendo com que os ouvintes participassem e não apenas fossem passivos, manipulados, frente as informações criadas pelo único círculo de poder. (CAPPARELLI, 1986, p.75)

O meio consolidou-se em definitivo com as transmissões realizadas em 1908 com Lee De Forest emitindo sinal da torre Eiffel em Paris com capacidade de ser ouvida em Marselha. (SOUZA, 1996, p. 44) Já para Sterling e Kitross (1990) a popularização do rádio, fez com que tanto os inventores quanto os que atuavam como *hobby* comesçassem a tentar transmitir sons pelo meio. Trazendo Reginald Fessenden como precursor ao transmitir um som experimental

em 1906, já no ano de 1916 foram transmitidos os resultados das eleições por Lee De Forest. (STERLING; KITTROSS, 1990 *apud* STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 58)

Em 1920 na fábrica *Westinghouse* na cidade de Pittsburgh, o engenheiro Frank Conrad iniciou transmissões regulares atraindo a atenção da população e cobertura jornalística nacional, como ocorreu com muitos amadores da época. Assim lojas de Pittsburgh começaram a tentar vender rádios para serem sintonizadas na rádio de Conrad a KDKA, desta forma a *Westinghouse* percebeu o potencial de vendas que o meio oferecia para vender seus rádios, assim em 1922 foram vendidos em torno de 100 mil rádios e no ano seguinte mais de 500 mil em todo país. Tudo isso devido à falta de concorrentes e o forte sinal que poderia alcançar além dos Estados Unidos, o Canadá também. (STERLING; KITTROSS, 1990 *apud* STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 58)

Tornando-se assim um meio de via única, onde apenas era transmitido sinal de um ponto para vários, não podendo haver retorno, consolidando assim seu modelo de transmissões. Dessa maneira o rádio transformou-se no mundo todo o veículo com maior alcance as massas, pela sua significativa popularidade possuída até os dias atuais. (SOUZA, 1996, p. 44)

O meio deixou sua fase experimental na década de 1920 para obter características de meio de massa. Nos Estados Unidos no ano de 1922 eram cerca de 400 mil aparelhos de rádio, para o incrível salto em 1935 ter em torno de 30 milhões de aparelhos. Tal desenvolvimento ocorreu com maior lentidão nos países europeus, mesmo assim obtendo maior sucesso que os jornais da época pelo seu alto grau de penetração. (CAPPARELLI, 1986, p.74). Pois possibilitou às comunicações faladas a terem um grau de penetração maiores, fazendo com que hoje as pessoas tenham ao seu controle o acesso a milhões de rádios. (AZEVEDO, 1971, p; 28)

Durante os anos 20 (1920) nos Estados Unidos, o rádio estava se tornando um importante meio de comunicação popular, principalmente para as áreas rurais a qual tinha mais facilidade de acesso frente aos outros meios, mesmo com a constante migração do povo rural para as cidades. Desta forma a programação do rádio focou-se mais neste seguimento do mercado, utilizando-se de músicas caipiras, religiosas e apalaches, enquanto os jornais, livros e filmes permaneciam urbanos. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 34)

Já no Brasil a primeira transmissão do rádio como meio consolidado ocorreu em 7 de setembro de 1922 no Rio de Janeiro com o discurso do presidente Epitácio Pessoa, em comemoração ao centenário da independência, transmitindo para 80 receptores espalhados de forma estratégica na então capital da república. (SOUZA, 1996, p. 46)

Pela primeira vez surgia um meio de comunicação com possibilidade de discutir casos locais ou regionais, independentes de localizarem-se em grandes cidades ou não, além de tudo

houve um grande aumento no número de rádios chegando a 3 milhões de aparelhos em 1948. (CAPPARELLI, 1986, p.82). No momento do seu maior ápice durante a década de 1950 o rádio viu nascer o meio televisivo no país, junto a TV Tupi-Difusora de São Paulo. (CAPPARELLI, 1986, p.82)

1.3.4.Cinema

Um dos poucos meios com data oficial de lançamento, sendo em 28 de dezembro de 1895 quando os irmãos Lumière apresentaram em Paris no subsolo do Grand Café a primeira apresentação pública do cinematógrafo. (MERTEN, 2007, p.15). Embora já tivessem ocorrido outras quatro apresentações para o mundo científico em encontros privados, os irmãos tinham pouca fé na real utilidade do seu invento, pois não viam utilidade prática para o mesmo. O primeiro invento deles gerou-se no ano de 1884, que possuía a capacidade tanto de filmar quanto de projetar as imagens. (MERTEN, 2007, p.19)

Por volta de 1900 já ocorriam exposições de filmes, tanto que os Irmãos Lumière apresentaram o Cinematógrafo e as fotografias em cores que haviam inventado na inauguração da Exposição Universal de Paris em 14 de abril. A programação de 25 minutos continha 15 fotografias e 15 filmes coloridos, o espetáculo perpetuou de 15 de maio a 12 de novembro atingindo cerca de 1,5 milhão de pessoas em 326 seções. (COSTA, 1995, p. 1)

No seu início estas exposições eram uma forma de divulgação do invento e não a expansão de um meio de comunicação, pois eram apenas participantes de eventos com focos mais significativos para a época, como apresentações teatrais, e foi desta a qual o cinema obteve bases para sua formação inicial. (COSTA, 1995, p. 1) As primeiras filmagens dos irmãos apresentadas retratavam a chegada do trem a estação de La Giotat e a saída dos operários das usinas Lumière em Lyon. (MERTEN, 2007, p.17). Em 1900 o cinema dos irmãos Lumière apresentava fatos reais, documentários, filmados pelo mundo. (COSTA, 1995, p. 6)

Deixando o realismo dos filmes dos Lumières, o mágico George Méliès traz a fantasia como parte do enredo de seus filmes, como em *Viagem a Lua* de 1902. (MERTEN, 2007, p.17). Já em 1906 filmes como *The hold-up of the rocky mountain express* de 1906 e *The great train robbery* de 1903 trouxeram pequenas ficções e narrativas, proporcionando e moldando um estilo próprio do meio. (COSTA, 1995, p. 6)

Porém os irmãos Lumière não são os inventores do cinema, antes deles teve o engenheiro francês Léon Bouly que requereu a patente em 1882, entretanto a discussão de quem seria o verdadeiro inventor não decorre apenas destes personagens franceses, pois dois anos antes

Louis Aimé Auguste Leprince criou uma câmera com 16 objetivas onde atrás delas corriam películas de forma intermitente. (MERTEN, 2007, p.20)

Leprince testou uma câmera de apenas uma lente em 1889 com um projetor ativado por cruz-de-malta e película de celuloide perfurada, afim de realizar algumas tomadas. Estando em mãos do inventor todos os componentes básicos do cinema. (MERTEN, 2007, p.20)

O potencial artístico do cinema só foi explorado com Méliès, que aplicou umas séries de características que persistem até hoje, contrapondo o realismo dos irmãos Lumière. Ele proporcionou a magia da imaginação ao meio, devido aos seus vínculos com o teatro, porém não se pode desconsiderar as obras dos irmãos como cinema, pois apresentaram grandes transformações àquele período. (MERTEN, 2007, p.22)

Ao final do século XIX o cinema iniciou como inovação tecnológica, porém não oferecia diferencial em conteúdo, tornando-se apenas um modelo de transmissão do entretenimento já oferecido com histórias, espetáculos, humor, teatro, música e truques técnicos para a população. (MCQUAIL, 2013, p.38) O meio transformou-se em veículo de massa logo em seu início, visto que atingia populações imensas mesmo em áreas rurais. (MCQUAIL, 2013, p.38). Tanto o cinema quanto a TV utilizam o som e a imagem para transmitir suas mensagens massivamente com maior alcance e repetição das mesmas. (AZEVEDO, 1971, p. 29)

O meio obteve seu auge tanto em exibições quanto financeiramente nos Estados Unidos no ano de 1946 com entorno de 90 milhões de pessoas indo ao cinema toda semana, porém logo em 1948 o meio tinha um concorrente com grande potencial de crescimento, a televisão. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 93) A entrada da televisão no mercado fez com que o cinema perdesse a sua audiência, principalmente o público familiar, deixando assim um público menor e mais jovem para o meio. (MCQUAIL, 2013, p.38)

1.3.5. Televisão

Nas décadas de 20 e 30 iniciou-se o desenvolvimento das tecnologias que envolviam a televisão, graças aos inventores Philo Farnsworth e Allen Dumont além do engenheiro da RCA Vladimir Zworykin e seu grupo de ajudantes. Farnsworth teve a ideia de rastrear as imagens através de linhas no ano de 1922, tal ideia possibilitou a criação deste invento, juntando-se a Zworykin criaram a tecnologia da câmera de televisão e Dumont criou um tubo de recepção de imagens. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 93)

Em 1935 ocorreu a primeira transmissão britânica enquanto em solo americano ocorreu em 1939 com a transmissão de uma partida de beisebol entre Yale e Harvard. (STRAUBHAAR;

LAROSE, 2004, p. 94) Já no Brasil o meio chegou por volta de 1950, após cinco anos do surgimento na maioria dos países do mundo, superando a radiodifusão e desenvolvendo-se entre 1950 e 1969. (SOUZA, 1996, p. 27)

Com o constante desenvolvimento da televisão em 1940 as revoluções tecnológicas nas câmeras e os cabos coaxiais para interligar estações em rede criados pela AT&T, diminuíram as falhas e incertezas do meio causando assim uma disputa pelo sinal que seria emitido pelo ar em 1948. Todavia mesmo com o salto crescente da comercialização de televisões cujas ao ano de 1948 foram vendidas mais de 250 mil para chegar em 1952 terem sido vendidas 17 milhões de aparelhos, o sistema ainda possuía deficiências pois havia cidades e regiões sem cobertura de sinal nos Estados Unidos. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 94)

Embora o meio de comunicação não tenha obtido consolidação na Europa e nem nos Estados Unidos, o modelo americano foi utilizado no Brasil em meio a forte influência norte-americana do período, utilizando-se assim do seu modelo comercial de radiodifusão. (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p.65) A primeira emissora de TV a funcionar no Brasil, a TV Tupi Difusora de propriedade a Assis Chateaubriand dono de grande parte do mercado comunicacional brasileiro, possuindo em seu auge 18 emissoras de televisão, 34 jornais e 36 emissoras de rádio, inaugurou-se no ano de 1950 em São Paulo. Já em 1951 realizou-se a abertura de novas emissoras com a Tupi do Rio de Janeiro, a Rádio Televisão Paulistana e em 1953 a TV Record no Rio de Janeiro. (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p.63)

O meio foi e ainda é responsável por ser o que mais atinge toda a população devido também, as transformações proporcionadas por ele:

O rádio estendeu a voz do homem através de montanhas e desertos, até os lares mais humildes e isolados. O cinema, ao incorporar o som e a cor, ao ampliar a tela e empregar lentes especiais oferece uma expressão cada dia mais fiel da realidade. A televisão juntou o alcance geográfico do rádio às potencialidades visuais do cinema e se converteu numa magia a domicílio. (BORDENAVE, 1985a, p. 30)

Mesmo sendo um meio distinto em seu início a nova mídia utilizou-se do conteúdo e programação do seu antecessor, o rádio, apenas lentamente tomou forma e utilizou-se de sua linguagem própria afim de encontrar a própria autenticidade. (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p.66). Consolidando-se como único de amplitude nacional, enquanto o rádio obtinha particularidades locais e a imprensa regionais. (CAPPARELLI, 1986, p.12)

Junto as suas potencialidades ocorreram constantes evoluções possibilitando a toda a audiência assistir a “Transmissões em cores tornarem-se cada vez mais comuns a partir de 1965, acrescentando mais impacto ao visual da televisão” (BARNOUW, 1990 *apud* STRAUBHAAR;

LAROSE, 2004, p. 99) Entretanto o meio televisivo não proporciona a audiência o poder de escolha, todos assistem o mesmo tema, o que foi programado, gerando uma cultura maquilada pela causalidade, (SOUZA, 1996, p. 24) com isso reduzindo o grau de participação do público com o conteúdo através do meio.

A representação frente a câmera ainda cria um simulacro da figura do público, não requerendo a presença deste ou não, diferentemente do teatro que pede a interação constante entre os atores e o público que se desloca até o local e reage a partir das encenações. (SOUZA, 1996, p. 24)

Frente a diversidade das redes tradicionais terem diminuído perante aos anos de 50 e 60 nos Estados Unidos, a Associação Nacional dos Emissores (*National Association of Broadcasters*, ou NAB) levantou um estudo em 1983 apontando os causadores da perda de audiência, como o horário nobre ter se baseado em drogas, sexo e violência, levando as emissoras a repensarem seus conteúdos, todavia é importante salientar que o feedback não ocorria através do próprio meio, necessitando assim de outras ferramentas para levantar a opinião de sua audiência, como a pesquisa por exemplo. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 100)

O sinal de Televisão alcançou todo o Brasil apenas no ano de 1969 devido a implementação da Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações) junto a uma infraestrutura moderna de comunicação, visto que antes apenas atingia Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo com transmissão de sinal simultâneo em cadeia. (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p.74)

Ao final dos anos 70 e início dos anos 80 a televisão que até então era apenas transmitida pelo ar começou a ter um novo modelo de transmissão e conseqüentemente um novo concorrente, a TV a cabo obtendo grande expansão como uma nova opção às redes, trazendo uma programação mais segmentada e ao gosto do usuário. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 99)

Em 1986 já se alcançava cerca de 60 milhões de espectadores com aproximadamente 15 milhões de receptores, conectando-se a noventa canais em atividade no Brasil. (CAPPARELLI, 1986, p.13). Entretanto mesmo com a popularização da mídia, nem a transmissão por satélite nem por cabo alterou significativamente a experiência de assistir televisão. (SCHAEFFER, 2008)

1.3.5.1. Televisão Digital

Além do sinal do transmitido pelo ar e a implementação da transmissão pelo cabo, ainda ocorre a transformação para o formato de digital de transmissão, que nos Estados Unidos começou a se desenvolver em 1994, optando por não aceitar a proposta do sistema japonês HDTV para criar o seu próprio sistema com capacidade maior, devido ao seu amplo poder de pesquisa que possui. O objetivo era integrar a televisão, serviços de informação, o computador e multimídia, um meio de unir os sistemas e facilitar a convergência dos meios. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 104)

O sistema é baseado em códigos binários, ou seja, zero e uns, que são sistemas de computadores, onde o a frequência de áudio é convertida para este modelo e as câmeras de televisão HD convertem a imagem em milhões de pixels que são transformados em códigos binários, os que possibilitam a edição, manipulação e menor interferência à ruídos na qualidade. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 104)

Uma das características entre o sistema analógico de televisão que diferem para sistema digital é a impossibilidade de interação da audiência com a emissora. O que possibilita maior interferência na produção conteúdo com o aumento da participação no meio, através da produção dos próprios usuários. (SCHAEFFER, 2008) A TV digital é potencialmente interativa, mas o que vai moldar esse cenário depende da disposição técnica e estimo a comunicação dos interlocutores, ou seja, o quanto estão dispostos a comunicar de forma recíproca. (SCHAEFFER, 2008)

1.4. Os meios como massa

Refere-se aos meios de comunicação que tem amplitude significativa de públicos, com um montante enorme de indivíduos. Já o termo *mass media* começou a ser utilizado por sociólogos norte-americanos para compreender a difusão maciça de mensagens, após a Segunda Guerra Mundial. (SOUZA, 1996, p. 6)

Com isso gerou-se a denominada cultura de massa apresentada a seguir:

O moderno fenômeno da cultura de massa só se tornou possível com o desenvolvimento do sistema de comunicação por mídia, ou seja, com o progresso e a multiplicação vertiginosa dos veículos de massa - o jornal, a revista, o filme, o disco, o rádio, a televisão. (MUNIZ, 1984, *apud* SOUZA, 1996, p. 6)

Antigamente, as mensagens não poderiam ser segmentadas para públicos específicos, então optou-se por homogeneizar a comunicação com a intenção de atingir o maior número de pessoas possíveis, unificando assim os gostos e opiniões promovendo o interesse por produtos de consumo em meio aos avanços de uma sociedade industrial. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 13)

O termo cultura de massas não significa que este irá difundir sua particular cultura de massa, mas a pertencente a uma elite, usando-se de sistema de marketing e transmitida através da tecnologia industrial de consumo das massas. (CAPPARELLI, 1986, p.85)

Na visão clássica, a audiência não tinha diferenças entre preferências, gostos e opiniões, esta possuía as mesmas características e era desconhecida tanto para seus participantes quando para a fonte das mensagens de massa. O feedback dependia de pesquisa de audiência que demandavam tempo, como dias, semanas e até meses, além de possuir certa limitação. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 14) Todavia as pessoas são seletivas quanto ao uso das mídias, elas escolhem as que mais lhe interessam e oferecem benefícios, sejam eles de conhecimento ou mesmo lazer, mostrando o seu ativismo determinando se deseja ou não tal programação. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 288)

Pesquisadores a partir de 1940 começaram a dar-se por conta que as pessoas tinham consumos seletivos de mídias e diferenças entre estes que eram determinadas geralmente por sexo, idade, escolaridade e renda. Desta forma os conteúdos começaram a se adaptar à essas audiências segmentadas, com conteúdo especializados e definidos, fortalecendo e confirmando as diferenças de preferências, que foram ignoradas ou mesmo despercebidas por muitos observadores da época. Como constata Straubhaar (2008) através de uma passagem da revista britânica *Intermedia*, “nunca houve uma audiência de massa, apenas maneiras de ver as pessoas como massa” (INTERMEDIA *apud* STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 40)

Contudo além dessa visão de massas ainda existe a influência que esses meios trazem para os indivíduos, pois “Se o livro, no seu surgimento, provocou uma revolução cultural, os meios eletrônicos podem conduzir a manipulação da opinião e até mesmo modificá-la” (SOUZA, 1996, p. 8). Os meios de comunicação de massa trazem impactos à sociedade no que se refere aos comportamentos das pessoas, ideias e emoções, de tal forma a se equiparar a fundamentação de poder e de domínio nos campos da atividade humana. (BORDENAVE, 1985a, p.33). Essa cultura traz a submissão aos indivíduos devido aos seus conceitos pré-estabelecidos de política, economia e investimento impulsivo. (MARCONDES, 1992, p.35)

Para isso, “hoje muitos entendidos acreditam que a mídia tem uma tendência a ser poderosa enquanto as audiências são vulneráveis e passivas. ” (SCHILER, 1976 *apud* STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 287). Assim eles verem a mídia com grande poder para impor interesses econômicos, ideais governamentais e ideologias afim de influenciar e governar seus governados. Porém uma outra visão demonstra:

Uma noção popular em estudos culturais atuais é que a mídia e as audiências são ambas poderosas, e é a interação da mídia e das audiências que cria sentido e molda nossa cultura. Portanto, nem a mídia nem a audiência impõem significado uma sobre a outra. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 287)

Já para Dominique Wolton (2007) a televisão utiliza-se de forma banal, mas reconhecendo seu valor em desmitificar o mundo, no entanto dizer que o telespectador é manipulado por este é controverso, pois o indivíduo é capaz de distinguir o que é certo e o que é errado afinal possui inteligência e discernimento suficiente para tal, sabendo ainda tomar distância do meio quando este não lhe condiz. (WOLTON, 2007, p.63)

Ainda há a contradição que vem se quebrando referente a ideia de a comunicação interpessoal ser superada pela impessoalidade dos meios de comunicação, isto se dá ao fato do homem-indivíduo estar se reencontrando como homem-social que és, através de encontros e diálogos em bate-papos, contrariando a massificação e comercialismo dos meios. (BORDENAVE, 1985a, p. 22). Para isso Bordenave deixa esta questão, cuja qual os meios de comunicação interativos estão dando conta de responder.

Se os meios de comunicação são verdadeiras ‘extensões do homem’, por que não aprender a usá-los desde a infância em um sentido construtivo de auto expressão e de construção de uma nova sociedade mais justa e solidária? Por que não promover o acesso de toda a população ao usufruto dos meios de comunicação ‘para que possam dizer sua palavra e pronunciar o mundo’? (BORDENAVE, 1985a, p. 93)

Houve uma grande evolução da comunicação, tornando-a cada vez mais eficaz, com a constante passagens dos meios, vindo do telefone ao rádio, da televisão à informática até os dias atuais na utilização das multimídias (WOLTON, 2007, p.9). Levando ao próximo ponto importante da comunicação.

1.5.A Internet

Como a internet se gerou através da interação entre computadores, uma contextualização do mesmo é necessária, porém não se faz tão relevante sua tecnologia e sim o que possibilitou

a introdução da internet. O primeiro computador digital a ser inventado foi o ENIAC em 1946 na Universidade da Pensilvânia para calcular com precisão uma tabela de cálculos matemáticos que ajudariam na mira de mísseis e canhões. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 184)

Já o computador pessoal surgiu em 1975 junto ao anúncio na revista *Popular electronics* na edição do mês de janeiro, apresentando o aparelho intitulado Altair, entretanto o computador pessoal tinha apenas a capacidade de armazenar as 4 linhas de um parágrafo, não possuía teclado nem monitor além de não ter software de processamento de textos. Todos os programas que seriam utilizados no Altair deveriam ser carregados na memória e conectados através de chaves elétricas no painel, entretanto tudo o que ele podia realizar era um jogo de luzes do próprio painel em que o usuário deveria repetir a sequência. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 187)

O Altair proporcionou que uma certa quantidade de amadores e entusiastas na área de eletrônica comesçassem a criar seus próprios computadores, foi assim que em 1976 dois recém saídos da faculdade Steve Jobs e Stephen da cidade de Cupertino na Califórnia criaram o Apple I, seu primeiro microcomputador, porém o sucesso chegou com a criação do Apple II que possuía uma fonte interna, um monitor colorido e um teclado em 1977, visto que o primeiro modelo não possuía nenhum dos itens. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 188)

A Xerox teve grande parte na construção do computador como é visto hoje em dia, o chamado Alto desenvolvido pela empresa entre 1972 e 1974 possuía seu próprio mouse, conexão de rede de alta velocidade denominada Ethernet e uma interface mais intuitiva ao usuário. No entanto a empresa acabou desistindo de produzir computadores pessoais pelo Alto não ser considerado um produto comercial. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 188)

Com o surgimento e a necessidades de haver redes entre computadores, onde as empresas viram o quanto podiam economizar em periféricos, como impressoras, se os computadores estivessem interligados entre si. Potencias como a Apple e a IBM falharam dando margem para a Novell Corporation que dominou o mercado de softwares de LAN (redes de áreas locais) no início dos anos 90. Dentre algumas das aplicações que poderiam apenas serem rodadas neste ambiente em rede o correio eletrônico foi um dos que mais se popularizou. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 188). Uma série de autores considera que a internet mudará a sociedade, com o firmamento que a tecnologia mudará a sociedade e seus indivíduos. (WOLTON, 2007, p.9)

A introdução dos computadores pessoais nas casas das pessoas foi um marco importante na digitalização dos meios de comunicação. O *videotexto* é um sistema que possibilitou o usuário acessar notícias e informações, além de enviar mensagens e realizar transações

eletrônicas, marcado como o primeiro passo para a digitalização da mídia impressa, a qual está bem avançada nos dias de hoje com a utilização da internet. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 18)

A ciência da informática se gerou através da junção dos meios de comunicação e processamento de dados, onde os microcomputadores trazem até as pessoas recursos informativos de bancos de dados de todas as partes do mundo. (BORDENAVE, 1985a, p.30). Com isso o conceito de meios de massa ou mesmo massa tende a se tornar obsoleto com a convergência da mídia, pois ao falar de meios ou mídias está se falando em um sistema de transmissão-recepção análogos uns aos outros, como texto, áudio e imagens, contudo as redes distintas de impressos, rádio, televisão e telefonia podem desaparecer. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 23)

Mas o que é a internet? “A Internet é conhecida como uma grande rede que interliga computadores de todo o mundo. Ela foi criada por Tim Berners-Lee quando ele pesquisava mecanismos para interligar e compartilhar documentos entre pesquisadores de diferentes instituições.” (MILETTO, BERTAGNOLLI, 2014, p.6)

Com base nas perspectivas de Tim Berners-Lee surgiu o conceito do Hipertexto que trouxe novos modelos de organização do conteúdo, viabilizando o acesso a partes do documento ou então de outros documentos através palavras destacadas no texto, denominadas hiperlinks ou links. (MILETTO, BERTAGNOLLI, 2014, p.6). As primeiras utilizações da *Word Wide Web* foram durante os anos de 1990 a 1995, surgindo de arquivos de hipertextos conectados e gráficos limitados que geravam websites. Entretanto os websites eram utilizados para expor informações e não para interações. (PRESSMAN, LOWE, 2009, p.2)

As ferramentas HTML (*Hypertext Markup Language*) foram implementadas com outras tecnologias de desenvolvimento como XML (*Extensible Markup Language*) e Java que proporcionaram aos engenheiros web introduzirem a capacidade de computação tanto do servidor quanto do cliente, em conjunto com os conteúdos, ou seja, cada um pode interagir e criar o conteúdo livremente. (PRESSMAN, LOWE, 2009, p.2)

Assim a internet permite a utilização de uma série de aplicativos como, navegação Web, correio eletrônico, Voz por IP (VoIP), redes sociais, mensagens instantâneas, streaming, jogos online, compartilhamento de arquivos, televisão pela internet e muitos outros aplicativos com o objetivo de conectar computadores a computadores e pessoas através destes. (KUROSE, 2013, p.4)

A chamada web 1.0 condiz desde o aprimoramento da tecnologia para a implementação de sites utilizados de forma unidirecional, com pouca ou nenhuma interação com o usuário, o

modelo dava conta de conectar pessoas a redes de computadores. Já a web 2.0 possibilita conectar as pessoas através de redes de computadores trazendo a interação entre usuários, gerando as denominadas mídias sociais que aproximam os homens uns dos outros em instantânea conexão. (STRAUSS, FROST, 2012, p.11)

Contudo as novas mídias proporcionam tanto a comunicação em massa quanto a nível individual. (MCQUAIL, 2013, p.61). Visto que as tecnologias da comunicação centradas na internet não são unidirecionais e nem centralizadas como as comunicações de massa, causando assim um afastamento do modelo tradicional. (MCQUAIL, 2013, p.78)

A web moldou a forma como as pessoas adquirem produtos (e-commerce), encontram pessoas (grupos, chats, bate-papos) veem notícias (mídia online), obtém lazer, compreendem o mundo e seus ensinamentos (ensino a distância), pois é o meio que está mais próximo aos interesses do usuário (PRESSMAN, LOWE, 2009, p.2) A web 2.0 ampliou exponencialmente o poder de escolha do usuário, pois quem defini suas próprias ações no meio é o usuário e não a mídia como nos meios televisivos por exemplo, agora o usuário tanto pode receber conteúdo como criar conteúdo e interagir em qualquer uma das situações. (STRAUSS, FROST, 2012, p.11)

CAPÍTULO 2 - A COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA E DIÁLOGO

Este capítulo tratará dos itens indispensáveis para a realização da comunicação em sua totalidade, são eles a interatividade, o diálogo e a participação, além de contar com a relação destes com as mídias. Fatores que proporcionarão índices de distanciamento e aproximação na análise do espiral evolutivo da comunicação.

2.1. Interatividade

A interatividade é um tema a muitos anos estudado, como apresenta Primo (2011) desde a década de 1930 quando Bertold Brecht dizia que “o ouvinte não se limitasse a escutar, mas também falasse e não ficasse isolado, mas relacionado”, tornando o rádio além de um aparelho de transmissão e distribuição em aparelho para comunicação. (PRIMO, 2011, p.17)

O tema emergiu através das propriedades tecnológicas dos meios de comunicação. (JENKINS, 2009, p.226) Podendo ser classificada como “a medida da habilidade potencial da mídia em permitir que o usuário exerça uma influência no conteúdo e/ou na forma da comunicação mediada” (JENSEN, 1999, *apud* PRIMO, 2011, p.37) Para Lévy (2010) o “termo interatividade em geral ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação. De fato, seria trivial mostrar que um receptor de informação, a menos que esteja morto, nunca é passivo” (LÉVY, 2010, p.81).

Da mesma forma destaca Freire (1977) “a comunicação, pelo contrário, implica numa reciprocidade que não pode ser rompida” (FREIRE, 1977, p.67). Complementando ainda que “desta forma, na comunicação não há sujeitos passivos. Os sujeitos co-intencionados ao objeto de seu pensar *se comunicam* seu conteúdo” (FREIRE, 1977, p.67).

McLuhan analisava a interação humana com os meios de comunicação, mas o diferencial é que sua análise parte do quanto o meio requer participação do público. (PRIMO, 2011, p.18) A participação tratada por McLuhan não condizia com o diálogo, como Matuck (1995) retrata: “Para McLuhan, portanto, participação tem um sentido perspectivo e sensorial e o próprio fato de alguém ser um telespectador desencadeia um processo sinestésico mutante que favorece um anseio por participação no mundo e na cultura” (MATUCK, 1995, p.98).

Sistemas de audiência já dão uma resposta as fontes de mídias com maior rapidez e riqueza, os sistemas interativos trazem respostas imediatas, essa mudança na resposta da audiência é o que realmente está mudando o processo de comunicação de massa. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 14)

O processo de interação entre os participantes da comunicação é visto como vantajoso, “a interconexão para a interatividade é supostamente boa, quaisquer que sejam os terminais, os indivíduos, os lugares e momentos que ela coloca em contato” (LÉVY, 2010, p.135). Além disso há diversas formas de interação, como as interações face a face consideradas como humano-humano, às humano-meio-humano que tratam dos meios de comunicação de massa, mediadas por computador e telecomunicações, e também as humano-no-meio que relacionam o homem com o computador. (PRIMO, 2011, p.39) A última, humano-no-meio é amplamente destacada como interatividade por diversos autores como nesta passagem:

A interatividade representa um avanço no controle do usuário. Os melhores exemplos nesse caso são os jogos de vídeo ou computador. Programas de TV nos quais os telespectadores votam como o final deve ocorrer também são exemplos bastante citados de sistemas interativos. (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004, p. 22)

A escolha de alternativas para determinada programação, incluindo a sequência que deseja seguir e também diversos ângulos para acompanhar a cena, não caracterizam interação, como Matuck (1995) defendia o “conceito de interatividade deve incluir também a interação horizontal e interindividual” (MATUCK, 1995, *apud* PRIMO, 2011, p.25)

A interatividade refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao feedback do consumidor. Pode-se imaginar os diferentes graus de interatividade possibilitados por diferentes tecnologias de comunicação, desde a televisão, que nos permite mudar de canal, até videogames, que podem permitir aos usuários interferir no universo representado. (JENKINS, 2009, p.189)

Ocorre frequentemente a confusão criada por considerar interatividade o mesmo de reatividade, interatividade deve dar autonomia ao espectador para enviar sua resposta com o conteúdo que desejar e não pré-determinada por um sistema, já o modelo reativo consiste em responder através da escolha de mensagens pré-determinadas em detalhe e amplitude. (PRIMO, 2011, p.27) A reatividade consiste em linearidade, pois necessariamente a ação A leva a reação R, reforçando que interatividade não condiz obrigatoriamente com somatório de ações. (PRIMO, 2011, p.107)

Já nas interações Humano-humano, ou seja, face a face, Fisher (1987) apresenta sua concepção através de “Duas pessoas agindo entre si cria o fenômeno conhecido como interação - a conexão entre ações e logo, entre pessoas que executam aquelas ações” (FISHER, 1987, *apud* PRIMO, 2011, p.102) Neste modelo de interação os interlocutores da mensagem são condicionados a levar em conta a resposta afim de realizar as transformações em suas próximas ações e expressões. (PRIMO, 2011, p.21)

Pierre Lévy(2010) destaca graus de interatividade em seu livro *cibercultura* que podem ser medidos de diversas formas conforme a mídia, como a possibilidade de *personalização* da mensagem independente de sua natureza, a *reciprocidade* como forma de interação, seja em meios de comunicação todos-todos ou um-um, *virtualidade* implicada no cálculo da mensagem, mensagens que podem ser emitidas por bancos de dados e hipertextos, a *implicação* da imagem dos membros na mensagem, a sua representação no mundo virtual a qual pode controlá-la, e pôr fim a *telepresença*.(LÉVY, 2010, p.84)

Já para Lemos (2010) interatividade é ao mesmo tempo técnica e social, técnica pois relaciona pessoas às máquinas e social ao relacionar pessoas entre si, ainda existe a digital que é capaz de modificar o conteúdo das mensagens em tempo real. (LEMOS, 2010). Lévy (2010) ainda apresenta um quadro com diferentes tipos de interatividade, categorizadas conforme o modelo de comunicação seja ele unilateral, diálogo e reciprocidade, e ainda diálogo entre vários participantes, pondo em contraponto a relação da mensagem com o poder de interação do usuário, apresentado a seguir.

Quadro 4 - Os diferentes tipos de interatividade

DISPOSITIVO DE COMUNICAÇÃO	RELAÇÃO COM A MENSAGEM		
	<i>Mensagem linear não alterável em tempo real</i>	<i>Interrupção e reorientação do fluxo informacional em tempo real</i>	<i>Implicação do participante na mensagem</i>
<i>Difusão unilateral</i>	Imprensa Rádio Televisão Cinema	- Banco de dados multimodais. - Hiperdocumentos fixos. - Simulações sem imersão nem possibilidade de modificar o modelo	- Videogames com um só participante. - Simulações com imersão (simulador de voo) sem modificação possível do modelo.
<i>Diálogo, reciprocidade</i>	Correspondência postal entre duas pessoas	- Telefone - Videofone.	Diálogos através de mundos virtuais, cibersexo.
<i>Diálogo entre vários participantes</i>	- Rede de correspondência. - Sistema das publicações em uma comunidade de pesquisa. - Correio eletrônico. - Conferências eletrônicas	-Teleconferência ou videoconferência com vários participantes - Hiperdocumentos abertos acessíveis on-line, frutos da escrita/leitura de uma comunidade. - Simulações (com possibilidade de atuar sobre o modelo) como suportes de debates de uma comunidade.	- RPG multiusuário no ciberespaço. - Videogame em "realidade virtual" com vários participantes. - Comunicação em mundos virtuais, negociação contínua dos participantes sobre suas imagens e a imagem de sua situação comum.

Fonte: LÉVY, 2010, p.85

Alex Primo (2011) também traz quatro subconceitos ou dimensões da interatividade, apresentadas no quadro a seguir.

Quadro 5 - Tipos de interatividade

Interatividade de transmissão	Medida do potencial do meio em permitir que o usuário escolha que fluxo de informações de mão única quer receber (não existe a possibilidade de fazer solicitações);
Interatividade de consulta	Medida do potencial do meio em permitir que o usuário solicite informações em um sistema de mão dupla com canal de retorno;
Interatividade de conversão	Medida do potencial da mídia em permitir que o usuário produza e envie suas próprias informações em um sistema de duas mãos;
Interatividade de registro	Uma medida do potencial do sistema em registrar informações do usuário e responder as necessidades e ações dele.

Fonte: PRIMO, 2011, p.37

Jenkins (2009) considera que a Televisão tradicional de mão única, está se tornando de mão dupla, porém através da TV e computador, caso contrário cada usuário apenas com uma televisão está condenado ao isolamento. Pois não proporciona interatividade dialógica (JENKINS, 2009, p.327) O meio televisivo desprende de pouca interação social, a evolução da interação do meio compreende principalmente ao fator tecnológico, em poder trocar de canal com o controle remoto, ou então aumentar e diminuir o volume, além de configurar a cor, brilho e intensidade, entretanto nenhum destes fatores coloca indivíduos em verdadeira comunicação de reciprocidade. (LEMOS, 2010, p.113)

Alguns aparelhos potencialmente aumentam a interatividade do meio televisivo, é o caso do vídeo cassete, pois no momento em que o usuário pode gravar uma programação oferecida dentro de diversos canais televisivos, isso aumenta a interação (LÉVY, 2010, p.81). Entretanto esta interação tratada por Lévy tem a ver com o conteúdo recebido e não a interação e diálogo tratados por Bordenave e Paulo Freire, tornando-se assim quase interação, como apresentado a seguir:

Para a grande maioria dos receptores, a única maneira que eles têm para intervir na quase interação é na decisão de sintonizar a televisão, de continuar com ela ligada, de prestar algum grau de atenção, de trocar de canal ou de desligá-la quando não tiver nenhum interesse na sua programação (THOMPSON, 1998, *apud* PRIMO, 2011, p.21)

Alex Primo (2011) traz como interação quase mediada as interações apresentadas pelos meios de massa, pois se propaga através do espaço e tempo, porém é monologa, utilizando-se de sentido único como predominante no envio da mensagem. (PRIMO, 2011, p.20)

Em contraponto Matuck (1995) apresenta a opinião de René Berger, considerando o telespectador observador de uma cerimônia, capaz de conectar interativamente o universo de cada receptor a acontecimentos ao redor do mundo, unindo paralelamente os indivíduos isolados das massas. (MATUCK, 1995, p.101)

Porém isto não pode ser considerado interativo, pois há a inexistência dos dois sentidos da comunicação relacionados a interatividade e o diálogo, como o telefone, que permite reciprocidade e comunicação em seu sentido total, a medida que a televisão mesmo navegável, gravável e digital, ainda apenas realiza a apresentação de um conteúdo. (LÉVY, 2010, p.82)

Ora se entendermos comunicação como troca simbólica, lugar de uma mensagem e de uma resposta, a supressão de um dos polos do canal comunicativo implica a instauração de um monopólio: a tevê interativa deveria poder restituir esse processo de troca e instituir a plena possibilidade de resposta; só assim ela poderia romper com a relação de poder do polo emissor sobre o receptor. (PRIMO, 2011, p.27)

As mídias de massa não podem conhecer o contexto particular do receptor, onde evoluiu, seus laços sociais, microcultura e situação específica no momento da recepção, estas mídias negligenciam todo este aparato pertencente ao destinatário, produzindo assim o público indiferenciado das massas (LÉVY, 2010, p.118). A mídia TV entendia a audiência como meras coleções de indivíduos, não havia conexões entre eles e nem valor agregado como ocorre na internet. (SHIRKY, 2011, p.41)

Visando a assimetria estrutural relacionada a produtores e receptores de televisão, o meio quase interativo não proporciona o acompanhamento reflexivo das respostas geradas pelo receptor. (PRIMO, 2011, p.21) Existindo três elementos básicos que caracterizam a interação mútua, são eles a construção dinâmica, a contínua e a contextualizada. Em sistemas que possibilitam este tipo de interação, há uma construção não somática que se desenrolam através do tempo dentro de um contexto, usando-se da interconexão entre os agentes. (PRIMO, 2011, p.116)

A escrita possibilitou um avanço na comunicação desconhecido pelas sociedades orais, ela proporcionou transportar a mensagem a milhares de quilômetros e a épocas diferentes, a partir deste ponto, os participantes da comunicação não partilhavam necessariamente da mesma situação ou contexto. (LÉVY, 2010, p.116)

Mas ao tratar sobre o meio e interatividade, deve-se considerar que o meio possibilita tecnologicamente uma extensão dos usuários em poder participar e modificar o conteúdo em tempo real no ambiente mediador. (PRIMO, 2011, p.34)

Esta passagem de Pierre Lévy (2010) em seu livro *Cibercultura* contribui na compreensão do distanciamento criado pelos meios de massa:

A verdadeira ruptura com a pragmática da comunicação instaurada pela escrita não pode estar em cena com o rádio ou a televisão, já que estes instrumentos de difusão em massa não permitem nem uma verdadeira reciprocidade nem interações transversais entre participantes. O contexto global instaurado pelas mídias, em vez de emergir das interações vivas de uma ou mais comunidades, fica fora do alcance daqueles que dele consomem apenas a recepção passiva, isolada. (LÉVY, 2010, p.119)

Desta forma o distanciamento implica em falta de interação, a incapacidade de resposta do receptor, propondo o isolamento e a descaracterização da palavra comunicação em seu sentido total caracterizados no subcapítulo 1.1. O que é comunicação deste trabalho.

É possível considerar o *video-on-demand*, as votações em sistema de televisão digital, são de fato interação, mas há de se alertar que nenhuma destas características implicam em diálogo, em oportunidade para o receptor manifestar sua opinião em debate direto com o apresentador. O que lhes proporciona é apenas a escolha de uma transmissão sequencial que será emitida aos demais receptores. (PRIMO, 2011, p.23)

Nas modalidades de quase interação o sentido único de comunicação não possibilita reciprocidade como nas formas de interação face a face. Algumas formas de interação ainda são alçadas para retificar esta deficiência dos meios, porém utilizando outros meios de comunicação como telefone e o uso de cartas para manifestar sua opinião sobre o conteúdo recebido. (PRIMO, 2011, p.21)

Com todas as possibilidades da TV interativa e suas dificuldades Alex Primo (2011) traz ao seu livro *Interação mediada por computador* o questionamento de Arlindo Machado (1990) em: “Será possível, com o advento da tevê interativa, recuperar o terreno perdido e fazer cumprir as promessas democráticas dos meios de massa, garantindo que os papéis do transmissor/produtor e do receptor/espectador sejam intercambiáveis? ” (MACHADO, 1990, *apud* PRIMO, 2011, p.26)

A internet proporciona uma nova maneira de se comunicar, não no seu conteúdo, mas em seu movimento social e cultural realizado através da comunicação interativa, comunitária, transversal, confuso, e não midiática. (LÉVY, 2010, p.134). As mídias digitais promovem a comunicação em seu sentido total, bidirecional e não centralizada, promovendo a interatividade entre os atores da comunicação, distanciando-se da centralidade dos meios de massa. (LE MOS, 2010, p.68)

A informática não se limita apenas em reproduzir e difundir mensagens, característica que incorpora com grande eficiência, ela traz a possibilidade de fabricar as mensagens, interagir, modificá-las, adaptá-las, tornando-se assim superior às outras mídias. (LÉVY, 2003, p.53) Para as produtoras de conteúdo de jornal, rádio e televisão, a internet é um meio de massa com potencial contínuo e interativo onde os usuários podem realizar perguntas, criticar e debater os temas apresentados. (MORAES, 2004, p.285)

“A nova mídia opera sob princípios diferentes daqueles que regiam a mídia de radiodifusão que dominou a política americana por tanto tempo: acesso, participação e reciprocidade e comunicação ponto a ponto, em vez de um-para-muitos.” (JENKINS, 2009, p.288) O hipertexto serve como espaço de comunicação interativa, recíproca e ininterrupta, algo que o livro não proporcionava em mesma escala. Além disto no livro o leitor estava forçado a reestruturar o contexto, mas com a conexão mundial de computadores quase não existem mensagens fora de contexto, pois estão todas dentro do mesmo meio em constante interação com as próprias pessoas. (LÉVY, 2010, p.120)

A construção mútua de uma interação através de um mensageiro instantâneo também pode considerar fatores contextuais, pois os interagentes podem acessar um site de notícias e discutir as notícias ali retratadas que podem influenciar direta ou indiretamente a vida deles. (PRIMO, 2011, p.110)

O correio eletrônico já possibilitou um grande aumento na vida social de muitos usuários, onde podiam entrar em contato com amigos e familiares distantes com maior facilidade, além de abrir e manter contato com pessoas que nunca tiveram visto antes. (STAUBHAAR, 2004) O telefone por ser bidirecional reterritorializa a comunicação através de vozes ponto a ponto, a internet como diferencial é capaz de propor a mesma capacidade do telefone incrementando-a com imagens e informações que podem ser alteradas, complementadas e retransmitidas interativamente. (MORAES, 2004, p.329)

Os mundos virtuais possuem mais interatividade que o telefone, utilizando além do som, a imagem que proporciona a visualização do indivíduo em sua situação, cujos são fatores relevantes na comunicação. (LÉVY, 2010, p.83) A interação não pode ser evidenciada como um toma lá dá cá pois em uma conversa seja a nível interpessoal ou através da internet os rumos se dão a partir das ações recíprocas dos participantes, considerando que cada interlocutor pode mudar de assunto a qualquer momento. (PRIMO, 2011, p.104)

Além da física da comunicação, a interconexão promove à humanidade a continuidade sem demarcações através de um meio informacional onde insere os seres humanos no mesmo

mundo de comunicação interativa, tecendo um universal através do contato. (LÉVY, 2010, p.129)

Ao considerar o relacionamento, está se falando de pessoas tornando-se próximas, através de uma conexão social que elas desenvolvem em constante relação. (PRIMO, 2011, p.102) “Os participantes de uma interação mútua, mediados por redes informáticas, vão se transformando em cada interação que se engajam.” (PRIMO, 2011, p.112)

2.2.Diálogo

O que caracteriza a comunicação enquanto se comunicam é o diálogo que há entre eles, pois este gera a comunicabilidade no momento em que ambos usam termos linguísticos compreensíveis um ao outro. (FREIRE, 1977, p.67) “É diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados.” (FREIRE, 1977, p.69)

Além disto, “o diálogo na interação face a face apresenta uma ‘multiplicidade de deixas simbólicas’, ou seja, as palavras vêm acompanhadas de informações não verbais como piscadelas e gestos, franzimento de sobrancelhas, variações na entonação etc.” (PRIMO, 2011, p.20)

O diálogo tem seus requisitos. Compreende não só o melhoramento da capacidade de falar e escutar, mas também o domínio das técnicas da dinâmica de grupos (discussão, dramatização, liderança de reuniões, etc.) e o uso efetivo dos meios de comunicação grupal. (BORDENAVE, 1985b, p. 51)

A comunicação implica aos interlocutores a admiração do mesmo objeto, e a expressão sobre ele de forma que os dois compreendam da mesma maneira o objeto da comunicação. (FREIRE, 1977, p.70) O diálogo proporciona solidez, segurança, autoconfiança e interconfiança entre as partes, pois leva-os a mesma realidade, a mesma posição de encontro, situações que a antialogicidade não proporciona. (FREIRE, 1977, p.51)

Através do diálogo, os homens e mulheres criam um mundo mais humano, recriando o que já foi arquitetado e projetando o futuro. A prática dialética é parte importante do ser humano, pela sua forma de ver e construir o mundo em constante humanização. (ZITKOSKI, 2010, p.20) A antialogicidade e a dialogicidade se distinguem na maneira de atuação, resultando em teorias diferentes expostas na interação, umas no antidiálogo, outras no diálogo

que está relacionado a interação. (FREIRE, 1977, p.41) Para tal, “a teoria implícita na ação de estender, extensão, é uma teoria antidialógica” (FREIRE, 1977, p.41)

Os meios de *comunicados às massas*, na qual são utilizadas técnicas de manipulação da comunicação não retratam o processo educativo-libertador. “A tendência do extensionismo é cair facilmente no uso de técnicas de propaganda, de persuasão, no vasto setor que se vem chamando ‘meios de comunicação de massa’” (FREIRE, 1977, p.72).

Do ponto de vista da emancipação, a dialogicidade propõem a bidirecionalidade, contraponto a unidirecionalidade utilizada frequentemente pelos grandes meios de comunicação. (BAGAINI, 2014, p.31) Os aparelhos de recepção de TV retiram gradativamente a capacidade de falar, a oportunidade e o prazer de expressar as opiniões de cada receptor no veículo. (MATUCK, 1995, p.96)

Em comunicação se um sujeito A não pode expor seus pensamentos sobre o objeto mediador entre este sujeito A e um sujeito B, o sujeito A não pode mudar a ação do sujeito B, no entanto isto não corresponde a comunicação, pois torna o sujeito A apenas paciente aos seus comunicados. (FREIRE, 1977, p.67)

Para Paulo Freire (1977), existem desmembramentos de extensão, apresentados no quadro a seguir.

Quadro 6 - Desmembramentos de extensão

Extensão	Transmissão
Extensão	Sujeito ativo (o que estende)
Extensão	Conteúdo (que é escolhido por quem estende)
Extensão	Recipiente (do conteúdo)
Extensão	Entrega (de algo que é levado por um sujeito que se encontrar atrás do muro aqueles que se encontram além do muro, fora do muro. Daí que se fale em atividades extramuros)
Extensão	Messianismo (por parte de quem estende)
Extensão	Superioridade (do conteúdo de quem entrega)
Extensão	Inferioridade (dos que recebem)
Extensão	Mecanicismo (na ação de quem estende)
Extensão	Invasão cultural (através do conteúdo levado, que reflete a visão do mundo daqueles que levam, que se superpõe à daqueles que passivamente recebem)

Fonte: FREIRE, 1977, p.22

A extensão não estabelece uma relação dinâmica entre as partes, ela apenas estende, leva este conteúdo a outras pessoas, tornando-o estático, sem mudanças. (FREIRE, 1977, p.26) “Na

medida em que, no termo extensão, está implícita a ação de levar, de transferir, de entregar, de depositar algo em alguém, ressalta, nele, uma conotação indiscutivelmente mecanicista” (FREIRE, 1977, p.26).

É relevante estabelecer a diferença entre extensão e comunicação, sendo que o primeiro tem o objetivo de estender os conhecimentos de um ao outro, no lugar da plena e mútua comunicação que os torna compreendedores de um mesmo objeto, elevando-os ao mesmo patamar de saber. (FREIRE, 1977, p.70) O diálogo traz consigo um fator primordial de aproximar os interlocutores, pois coloca-os em um mesmo patamar em busca do conhecimento, nunca a extensão do saber de um destes até o outro, mas uma relação que os aproxima de um significado comum e de compreensão para ambos (FREIRE, 1977, p.68). “Daí que, para este humanismo, não haja outro caminho senão a dialogicidade. Para ser autêntico só pode ser dialógico” (FREIRE, 1977, p.43).

Zitkoski (2010) seguidor de Freire reitera, "O diálogo é, então, esse encontro dos homens, mediatizados pelo mundo a, conseqüentemente, a cada ser humano impõe-se o desafio do aprender a dizer a sua palavra, como exigência fundamental de sua humanização."(ZITKOSKI, 2010, p.20)

Alguns autores fazem a relação de diálogo entre homem-máquina, porém é imprecisa, pois as mensagens emitidas pela máquina já foram pré-programadas, ainda mais quando o usuário escolhe alternativas que serão respondidas pela máquina. (PRIMO, 2011, p.46)

Cortelazzo (2013) ao analisar comunicação interpessoal na relação entre professores e alunos, constata que o diálogo é condição indispensável para comunicação multidirecional, e autonomia é requisito importante para a participação. Com a contínua troca de papéis entre emissores e receptores na interlocução realizada entre professores e alunos. (CORTELAZZO, 2013, p.146)

O real diálogo só pode ocorrer entre indivíduos iguais ou que esperam igualar-se, pois a desigualdade, ou impressão desta é inimiga da participação. (BORDENAVE, 1985b, p. 51) “O diálogo é o encontro amoroso dos homens que, mediatizados pelo mundo, o ‘pronunciam’, isto é, o transformam, e, transformando-o, o humanizam para a humanização de todos” (FREIRE, 1977, p.43).

2.3.Participação

A comunicação e a participação são inseparáveis, pois sem comunicação não pode ocorrer a participação e para isso se faz necessários dois processos comunicativos: informação

e diálogo, o primeiro é necessário para que os indivíduos entendam a causa pela qual estão agindo, o segundo para que haja o retorno de seus posicionamentos e ações frente ao problema, afim de buscar a solução almejada. Devido a participação depender do comprometimento dos interagentes, a imposição de forma coercitiva não se aplica ao modelo. (BORDENAVE, 1985b, p.68)

Jenkins (2009) ao tratar participação relacionada às mídias, constata que “a participação é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores de mídia e mais controlada pelos consumidores de mídia. (JENKINS, 2009, p.190) A participação ainda pode ser ativa ou passiva, a diferença se dá no cidadão engajado e o inativo. (BORDENAVE, 1985b, p. 22). Nem todos participam igualmente, alguns em maior e outros em menor grau, alguns são extrovertidos outros introvertidos, alguns líderes natos outros optam por segui-los, todavia, o êxito se dá através da diversidade e não da uniformidade da atuação dos membros. (BORDENAVE, 1985b, p.79)

O tema emergiu através das práticas e protocolos sociais criados ao redor das mídias. (JENKINS, 2009, p.226) “A palavra participação vem da palavra parte. Participação é fazer parte, tomar parte ou ter parte” (BORDENAVE, 1985b, p. 22) Para Shirky (2011) participar é atuar como se a postura importasse, quando se escuta ou assiste algo, da maneira que a opinião tomasse parte ao evento. (SHIRKY, 2011, p.25)

A maior energia de participação, ocorre quando há o diálogo, pois, este não representa apenas conversa, mas também possibilita a troca de lugar na comunicação. Trata-se de colocar em comum as experiências passadas, aceitar a opinião alheia ou da maioria em conversas compartilhadas que levam a um consenso convincente. (BORDENAVE, 1985b, p.50)

A cultura participativa ressurgiu depois da redução ocorrida no século XX, a participação que antes era realizada em encontros locais, eventos e apresentações, possui agora roupagem tecnológica. (SHIRKY, 2011, p.23). Pode ocorrer também dentro do grupo familiar, comunitário, de trabalho, político ou mesmo entre países que buscam decisões em foros internacionais. A participação é pertencente ao homem, pois este não é uma ilha isolada, o homem vive em grupos iguais onde passa por altos e baixos níveis de participação, os quais tem aumentado significativamente nos últimos anos. (BORDENAVE, 1985b, p. 11-12)

Uma sociedade participativa seria aquela em que todas as pessoas possuem parte na produção, gerência e ainda desfrutem de todos os benefícios de uma sociedade igualitária. (BORDENAVE, 1985b, p.25)

Mas afinal o que é participação?

A participação não é um conteúdo que se possa transmitir, mais uma mentalidade e um comportamento com ela coerente. Também não é uma destreza que se possa adquirir pelo mero treinamento. A participação é uma vivência coletiva e não individual, de modo que somente se pode aprender nas práxis grupais. Parece que só se aprende a participar, participando. (BORDENAVE, 1985b, p. 74)

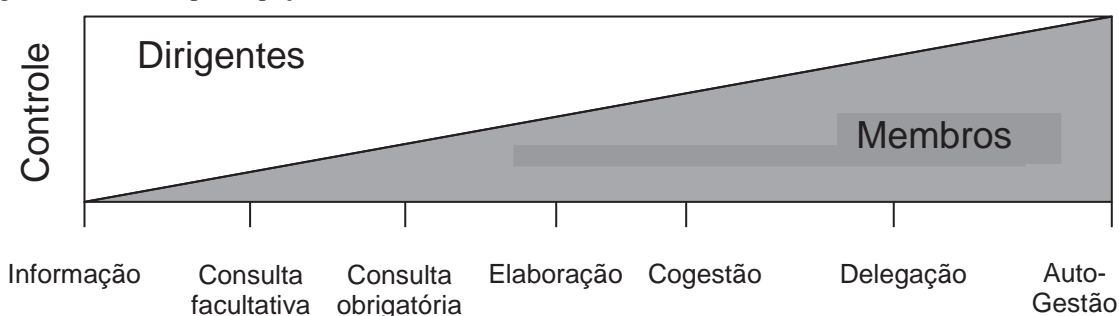
Quando se trata participação não se pode ver ela apenas como a solução para problemas, mas acima de tudo é uma necessidade fundamental do ser humano assim como o sono, saúde e comida. Assim o homem pode realizar, fazer coisas para se afirmar e dominar o ambiente e o mundo, além disto a participação satisfaz necessidades de interação com outros indivíduos, poder criar e recriar coisas, autoexpressão e autovalorização. (BORDENAVE, 1985b, p.16)

Em resumo a participação é pertencente a natureza do homem social estando presente desde as tribos, clãs primitivos, em toda sua evolução até associações, empresas, partidos políticos da atualidade. Neste ponto privá-lo de participar é como retirar parte pertencente a este, mutilá-lo, pois o homem se desenvolverá plenamente apenas em uma sociedade com maior nível de participação. (BORDENAVE, 1985b, p.17)

Apesar de a participação ser uma necessidade básica, o homem não nasce sabendo participar. A participação é uma habilidade que se aprende e se aperfeiçoa. Isto é, as diversas forças e operações que constituem a dinâmica da participação devem ser compreendidas e dominadas pelas pessoas. (BORDENAVE, 1985b, p.46)

O esquema apresentado abaixo demonstra os graus de participação contrapondo ao controle vindo de organizações:

Figura 5 - Graus de participação



Fonte: BORDENAVE, 1985b, p. 31

O nível em que há menor grau de participação é quando há apenas o repasse de informações, os dirigentes apenas informam aos participantes das decisões tomadas ou fatos ocorridos, sem ao menos perguntar a sua opinião. (BORDENAVE, 1985b, p. 31) Fazendo

relação com os meios de comunicação, em certos momentos a opinião dos usuários pode ser levada em consideração aos meios, porém é necessário destacar que alguns intitulados meios de comunicação como rádio, jornal ou meios impressos, televisão e cinema não oferecem meios de retorno ou feedback através do próprio meio, para isso é necessário a utilização de outros meios como o telefone por exemplo ou a internet nos dias atuais, como o próprio Bordenave(1985) constata através desta passagem:

As rádios convidam os ouvintes a participarem de sua programação telefonando, escrevendo, solicitando discos, os partidos políticos conclamam a população a participar, o vertiginoso crescimento do associativismo nesta década parece indicar que estamos entrando na era da participação (BORDENAVE, 1985b, p.8)

Em geral os meios de massa consistem em apenas emissão, permitindo apenas que o usuário modifique de canal ou então desligue seu aparelho receptor, bloqueando a autonomia criativa e imprevisível da resposta da audiência (PRIMO, 2011, p.41).A televisão propõe um desequilíbrio de participação, se uma pessoa emite algo na emissora, ela pode falar com o telespectador, porém este não pode responder a emissora. (SHIRKY, 2011, p.25) O mundo desenvolvido tornou as pessoas participantes passivos, quando as pessoas possuem um vasto tempo livre, poderiam realizar atividades físicas, passear ao ar livre, ouvir músicas, ler livros ou mesmo ir a um bar com os amigos, porém na maioria das vezes os preparativos para estas ações eram brutalmente enormes comparados a sentar e assistir televisão (SHIRKY, 2011, p.15).

Em nível facultativo a organização pode ou não pedir a opinião dos participantes sempre que julgar necessário, além disto ainda pode solicitar críticas e sugestões. Há ainda a consulta obrigatória, onde obrigatoriamente é necessária a participação para que os integrantes possam realizar suas escolhas. (BORDENAVE, 1985b, p.31)

Estes dois últimos níveis podem-se notar em transmissões via TV Digital, devido suas interações reativas, onde nem sempre é necessária a reação e quando efetuada está pré-determinada pelos controladores da mídia. Mesmo a TV Digital possuindo maior potencial de interação do que o utilizado. Isso tem a ver com o que Jenkins (2009) apresenta, “Permitir aos consumidores interagir com as mídias sob circunstâncias controladas é uma coisa; permitir que participem na produção e distribuição de bens culturais - seguindo as próprias regras - é totalmente outra” (JENKINS, 2009, p.190). Quando o receptor tem a possibilidade de interagir reativamente, o poder de resposta é ampliado, neste caso há a possibilidade de interação entre

emissor e receptor, porém é importante perceber que esta interação reativa é pré-determinada pelo emissor (MATUCK, 1995, p.105).

A prensa ainda se caracteriza como consulta obrigatória e consulta facultativa, não pelo nome da categoria, mas por dar mais poder ao usuário em participar de alguma forma na mídia, como em cartas-respostas, onde o controle parte do veículo e o usuário apenas participa.

No nível de elaboração os participantes deverão apresentar recomendações aos seus dirigentes e ainda com justificativas para tais ações. Na cogestão os participantes podem contribuir na administração da organização, ou seja, seus conteúdos, através de decisões conjuntas, na delegação já ocorrem que os membros podem tomar parte antes pertencentes apenas aos dirigentes. (BORDENAVE, 1985b, p. 32)

A delegação, elaboração e cogestão, ocorrem na web2.0 onde a participação é inerente. Quando se adquire um computador e o conecta à rede, não está apenas preso ao consumo de conteúdo, mas também há a possibilidade de produzi-lo (SHIRKY, 2011, p.25). Já a internet em seu início por ser basicamente transmissiva, como estabelecido no subcapítulo 1.5.A internet, percorria desde a consulta obrigatória, passando pela facultativa e elaboração, análises que serão complementadas no CAPÍTULO 3 – ESPIRAL EVOLUTIVO DA COMUNICAÇÃO. Com as novas tecnologias as mídias possibilitam grupos de audiência comunitários, ao invés de individualistas, entretanto nem todos os usuários interagem da mesma forma, alguns não participam ativamente destes grupos, preferindo apenas discutir os temas com a família, amigos e colegas de trabalho. (JENKINS, 2009, p.55)

Outro meio de comunicação não relacionado ainda é a escrita, a escrita pode estar contida em vários âmbitos, desde a Delegação, passando pela Cogestão e Elaboração, todas dão poder ao usuário, tanto do emissor quanto ao receptor, o poder de comunicação é o mesmo nas mensagens escritas.

A participação plena ocorre quando há a autogestão onde o grupo ou cada indivíduo determina o que deve ser feito, seus objetivos, seus controles, seus conteúdos, sem pertencer ao controle de outros (BORDENAVE,1985b, p.33). Este modelo de participação ocorre na interação face a face, pois não sofre interferência alguma no modo em que as pessoas participam, mesmo com a evolução da web 2.0 ainda existem limitações controladas dentro do meio para participação do usuário.

Quando se provoca a participação é necessário estar ciente que está modifica seus membros de passivos para pessoas críticas e ativas, descentralizando o poder antes centralizado por um grupo de indivíduos e dando força de atuação a todos. (BORDENAVE, 1985b, p.77) Na internet “a infraestrutura não pertence aos produtores do conteúdo: ela é acessível a qualquer

um que pague para usar a rede” (SHIRKY, 2011, p.54). A denominada cultura participativa contrapõem aos conceitos antigos de passividade dos expectadores dos meios de comunicação, ao invés de papeis distintos entre emissores e receptores, hoje pode-se chamá-los de participantes em constante interação sob novas regras que ainda não se entendem por completo. (JENKINS, 2009, p.30) Quando os usuários geram conteúdo não estão apenas realizando ações pessoais, mas também sociais, criar publicações e compartilhar é o que o torna social, afinal poucas pessoas criariam uma publicação para si mesmo. (SHIRKY, 2011, p.23)

A constante procura por participação reflete a reação defensiva do individualismo provocado pelos meios de massa, frente a sociedade moderna, industrializada e com seus meios eletrônicos de comunicação. (BORDENAVE, 1985b, p.7) Se os antigos meios de comunicação de massa não foram capazes de reprimir a cultura de cada civilização, torna-se difícil acreditar que medidas legais serão adequadas para conter a participação no momento em que as mídias digitais possibilitam aos indivíduos comuns participarem de suas culturas. (JENKINS, 2009, p.219) A revolução digital, traz gradativamente a passagem da mídia de massa, até as formas individualizadas de produção, estocagem e distribuição de informação, a difusão de mensagem não segue a hierarquia um-todos, mas apresenta a multiplicidade do todos-todos. (LEMONS, 2010, p.68)

Para que haja mais participação em toda a sociedade é necessário a utilização da comunicação para todos os níveis em todo país e no mundo, para que assim todos estejam cientes do seu papel e da sua importância em prol de todos. (BORDENAVE, 1985b, p.70). Entretanto apenas a tecnologia social da rede não determina o uso do próprio dispositivo, a maior vantagem da rede social é que ela conecta as pessoas, propõem a interação entre elas, algo que a televisão como substituto social eliminava. (SHIRKY, 2011, p.18)

A presunção de que o meio irá isolar o contato físico das pessoas está se quebrando, a conexão virtual torna possível a coordenação de ações posteriores entre os usuários no mundo real (SHIRKY, 2011, p.38). Quando as pessoas obtêm controle as mídias, os resultados podem ser bastante criativos e até inusitados, com isso as pessoas podem compartilhar suas memórias, fantasias, desejos e até se comunicar com pessoas que estão distantes. (JENKINS, 2009, p.45)

Assim elas sentem-se melhores quando percebem que a sua participação tem valor dentro da ação, quando verem seus atos como resultantes do trabalho coletivo (BORDENAVE, 1985b, p.50). É necessário que haja meios de expressão e troca de valores, por isso é importante que todos aprendam a utilizar bem os meios de comunicação em busca de métodos de discussão e debates evolutivos. (BORDENAVE, 1985b, p.79)

CAPÍTULO 3 - ESPIRAL EVOLUTIVO DA COMUNICAÇÃO

Analisar a comunicação do ponto de vista do receptor proporciona uma visão sociocultural do seu contexto, o quanto aquele meio pode lhe proporcionar inteiração, participação e principalmente o diálogo, Matuck (1995) revela ao observar a televisão do ponto de vista do telespectador-receptor, traz uma perspectiva esclarecedora dos processos socioculturais proporcionados pelo veículo. (MATUCK, 1995, p.95)

Não é demais repetir que interagir não é algo que alguém faz sozinho, em um vácuo. Comunicar não é sinônimo de transmitir. Aprender não é receber. Em sentido contrário, quer-se insistir que interação é um processo pelo qual o sujeito se engaja. Essa relação dinâmica desenvolvida entre os interagentes tem como característica transformadora a recursividade. (PRIMO, 2011, p.71-72)

Desta forma, não é possível colocar os meios de comunicação lado a lado em uma evolução linear, pois um meio não é continuidade fixa do outro, a imprensa possui diferenças antagônicas ao rádio, da mesma forma o cinema, e a televisão também pelo seu modelo de transmissões. Quando se fala em evolução dos meios de comunicação, não está se falando simplesmente da evolução tecnológica de um meio, mas a evolução no modelo de comunicar de cada meio, onde cada um vai implementando, complementando ou então sanando as deficiências do anterior.

Os processos evolutivos não são retos, não há fatores de extrema ruptura, há uma constante adaptação, entre os meios e a audiência, entre o emissor e o receptor, desta forma deve-se considerar como Jenkins (2009), meio de comunicação de duas formas, a primeira como tecnologia que possibilita a comunicação, a segunda implica em um conjunto de protocolos associados ou práticas culturais e sociais que se desenvolveram ao redor desta tecnologia. (JENKINS, 2009, p.41)

No âmbito tecnológico é evidente a ascensão constante dos meios, a escrita passou a imprensa, o rádio por sua vez possui mais tecnologia ao emitir a voz a milhares de quilômetros, o cinema em reproduzir inicialmente a imagem que pode ser compreendida indistintamente, após ao incorporar o som proporcionou uma melhor comunicação, porém acarreta também na implicação linguística, cuja qual, não será tratada.

Como Lévy (2003) retrata, baseando-se na escrita, todas as modulações e adaptações que está receberá são realizadas durante o processo de redação, após impresso o livro, revista, ou qualquer outro material desta categoria adquire uma certa estabilidade que dificulta a modificação de seu conteúdo pelo leitor. (LÉVY, 2003, p.53)

A televisão ao estender as capacidades do cinema a diversas localidades simultaneamente, a rede de computadores por proporcionar a interação reativa inicialmente junto ao modelo de transmissão de conteúdos já consolidado, a TV digital ao incorporar características da rede de computadores e da televisão, e pôr fim a internet com a chamada web 2.0 que dá capacidade múltipla emissão e recepção, no modelo todos-todos, além de incorporar todas as características dos outros meios.

O hipertexto amplia significativamente o alcance com possibilidade de readaptação a partir de qualquer ponto quando se faz necessário. Além de tudo leva consigo o potencial das mídias com textos, imagens, sons, e até qualidades táteis, amplificando de forma considerável o potencial interativo com esses materiais. (LÉVY, 2003, p.53)

Portanto há uma ascensão como explanado através das possibilidades e contextualizações dos meios no subcapítulo 1.3.A Mídia. Mas há outros fatores que comprovam a não linearidade desta ascensão. Há um conjunto de associações culturais, sociais, pessoais, contextuais, implicadas na comunicação, tanto para o emissor quanto para o receptor. Lévy (2010) ao tratar a mensagem retirada de seu contexto, considera a dificuldade da compreensão em determinadas situações onde o contexto é relevante. Este foi o fator para a propagação de estudos de recepção como a interpretação, tradução, tecnologias linguísticas (gramáticas e dicionários, etc.). Já para o lado do emissor foram produzidos estudos que proporcionem compreensão concebendo às diversas diferenças entre receptores das mensagens. (LÉVY, 2010, p.116)

É necessário entender que comunicação se dá através do diálogo, quando não há diálogo, implica em extensão, conceito que Paulo Freire (1977) atribui quando apenas um dos participantes da comunicação estende seus conhecimentos aos outros, da mesma forma o próprio classifica assim os meios de comunicação de massa.

Neste estudo apenas será analisado o diálogo, a interação e participação dos atores da comunicação para fatores de distanciamento de um meio de comunicação para o receptor, a repressão destas características implica em distanciamento entre os interagentes. Traz barreiras que impedem a verdadeira evolução humana dada através da comunicação plena, como apresentado no subcapítulo 1.2.Comunicação e o homem deste trabalho.

Além do subcapítulo 2.1.Interatividade proporcionar uma base de análise através da interatividade, esta passagem de Cortelazzo (2013) também se faz importante.

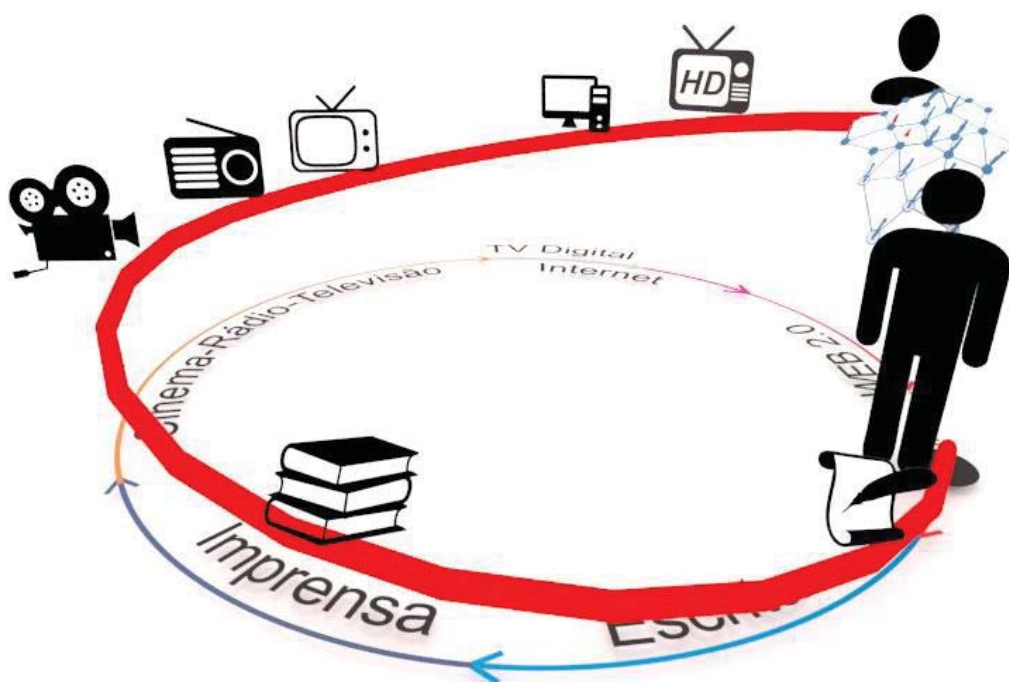
A interação é a ação desenvolvida entre duas ou mais pessoas que estudam, trabalham, convivem, relacionando-se no mesmo contexto; enquanto a colaboração se constrói na equipe de trabalho, de estudo, de pesquisa por vontade e consenso dos seus participantes (CORTELAZZO, 2013, p.138)

A participação, vem ressurgindo com as novas tecnologias, onde a participação nos mundos virtuais acarreta em consequentes ações no mundo real. Seguindo nesta linha de análise, a evolução tecnológica e de amplitude de comunicação dará ao modelo gráfico características de ascensão/elevação, comprovando a evolução de cada meio, entretanto é necessário constatar que não está falando-se de um meio ser melhor do que o outro, pois cada um possui suas características e particularidades onde se destacam indistintamente.

A utilização do modelo circular ao invés do linear, dá-se por ser uma evolução sem rupturas drásticas, mas constante adaptação em distanciamento e aproximação dos meios, características que são estabelecidas pelos parâmetros: interatividade, participação e diálogo. É interessante notar o quanto mais próximo o meio estiver do receptor, ressaltando que a aproximação não é necessariamente física, mas comunicacional, maiores serão os níveis de interação, participação e diálogo no ato de comunicar, principalmente na mensagem.

Desta forma, apresenta-se o gráfico abaixo como modelo de evolução da comunicação.

Gráfico 1 – Espiral evolutivo da Comunicação



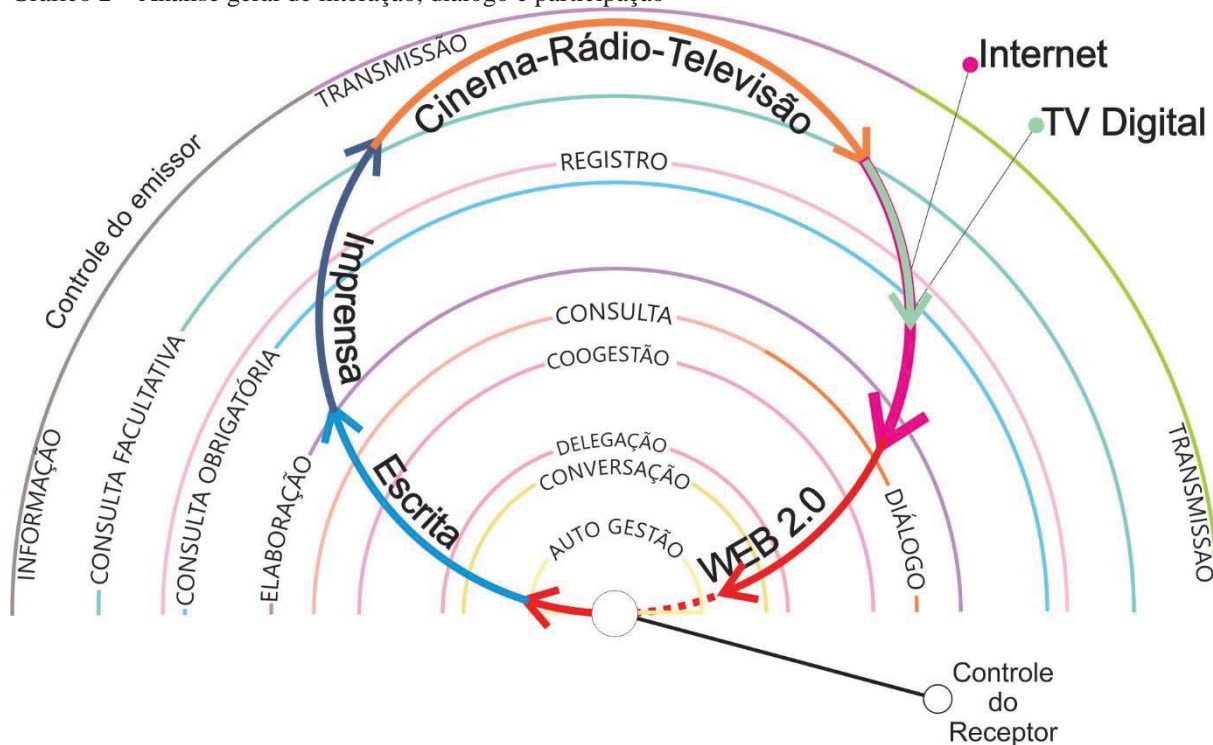
Fonte: o autor (2016).

Para a análise deste modelo evolutivo é necessário salientar a importância do receptor, e os níveis de interação, participação e diálogo ao seu redor, para tal foi desenvolvido o gráfico de interação, diálogo, e participação da Comunicação. Esse gráfico proporciona a clara visão de quem deverá ser estudado e ouvido na comunicação, o receptor.

O receptor é o centro da comunicação, a Publicidade busca entender o público-alvo, busca perceber suas preferências, gostos, atitudes, o objetivo é conversar, apresentar conteúdos que sejam relevantes e sanem os desejos de cada receptor, para tal é necessária a interação, o diálogo e a participação constante dos publicitários e receptores.

Estudar o receptor não é apenas importante, é uma necessidade, uma obrigação antes de comunicar, ouvi-lo, usando o diálogo como ferramenta para entender os seus anseios.

Gráfico 2 – Análise geral de interação, diálogo e participação



Fonte: o autor (2016).

O uso das cores no alvo do gráfico não faz relação semiótica ao que representa cada meio, o uso das cores é para distinção das categorias.

Para análise serão compostos 3 gráficos distintos, sendo um para Extensão e Diálogo com base nos conceitos tratados no subcapítulo 2.2. Diálogo. O segundo gráfico tratará dos conceitos de interatividade apresentados no subcapítulo 2.1, baseando-se no Quadro 5 - Tipos de interatividade proposto por Primo (2011, p.37). Por fim o terceiro gráfico tratará da

participação, utilizando os conceitos apresentados no subcapítulo 2.3.Participação, especialmente na Figura 5 - Graus de participação proposta por Bordenave (1985b, p. 31) com relação a participação nas organizações, para isso será analisado o gráfico junto aos meios de comunicação, em quanto as participações nos veículos podem se relacionar com os graus propostos, como apresentado no subcapítulo 2.3.Participação.

Em todos os gráficos utilizados quanto mais um meio de comunicação estiver distante do receptor, mais controle possui o meio de comunicação sobre a mensagem e, portanto, menos o receptor pode interferir na mensagem.

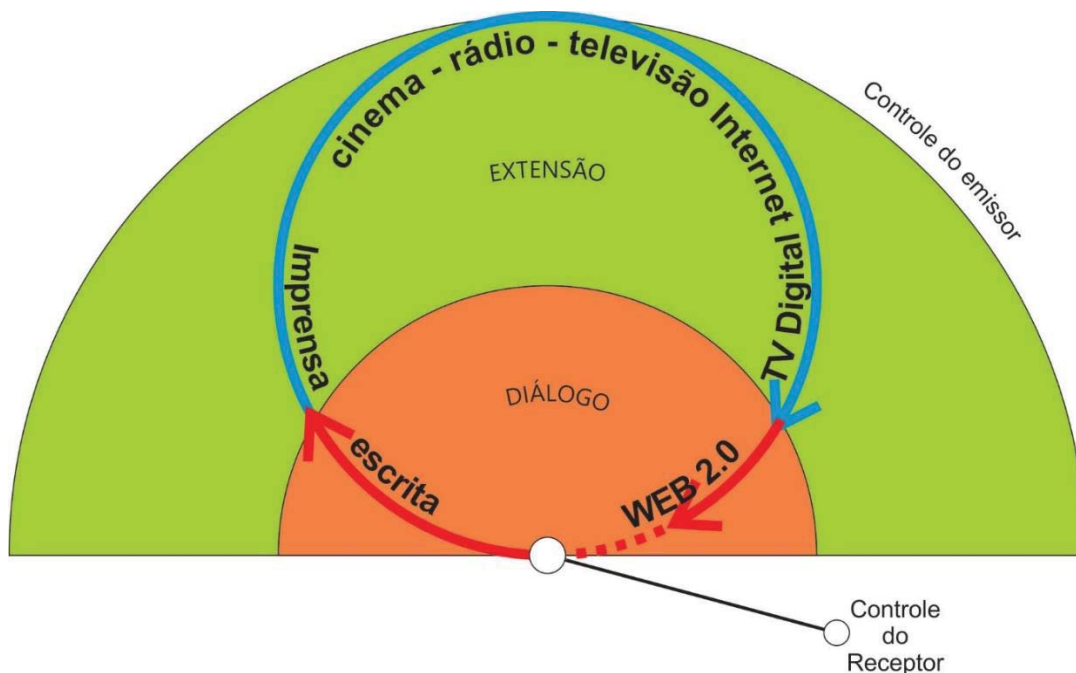
3.1.Gráfico Diálogo X Extensão

Gráfico 3 – Meios segundo diálogo e extensão



Fonte: o autor (2016).

Gráfico 4 – Análise da evolução com base em diálogo e extensão



Fonte: o autor (2016).

Os meios de comunicação podem ser dialógicos ou extensivos, não há meio termo, se há extensão não há diálogo, pois, o diálogo propõe a bidirecionalidade da comunicação, como apresentado por Bagaini (2014) no subcapítulo 2.2. Diálogo. Portanto o receptor deve ter meios para responder ao emissor pelo próprio meio, sem a utilização de outros meios para tal.

No início da evolução existem meios dialógicos, como a oralidade que é pertencente ao homem, através da fala, como apresentados no subcapítulo 1.1. O que é comunicação através da passagem de Azevedo (1971, p.17). Além dos meios inerentes ao homem, a escrita criada no século IV a.C. potencializou a comunicação, resolvendo o problema do alcance da mensagem. O meio é potencialmente dialógico pois uma pessoa pode escrever uma carta a outra pessoa, e esta pode responder utilizando o mesmo processo através do meio, escrevendo e enviando a mensagem de volta pela carta.

Seguindo a linha de evolução, a prensa criada em 1450 Johannes Gutenberg conseguiu aumentar a escala de produção de livros e materiais impressos. Anteriormente os livros eram apenas copiados a mão por monges amanuenses, o que tornava o processo lento, desvantajoso e de alto custo. A Prensa possibilitou o declínio nos preços, porém diminuiu o poder de diálogo proporcionado até então pela escrita, como apresentado no subcapítulo 1.3.2. Prensa de tipos móveis e através de Lévy (2003, p.53) neste CAPÍTULO 3 – ESPIRAL EVOLUTIVO DA COMUNICAÇÃO.

Com a prensa a mensagem se tornou estática e de via única, pois o receptor não tinha mais tanto poder de intervenção no meio, caracterizando assim extensão. A maior característica da extensão é o único fluxo de comunicação, tornando-se transmissão, a mensagem vai sempre do emissor ao receptor, sem canal de retorno, isolando os dois agentes da comunicação, proporcionando superioridade a quem emite e inferioridade a quem recebe, conforme constata Freire (1977) no Quadro 6 - Desmembramentos de extensão. A prensa ainda está mais próxima que o cinema, o rádio e a televisão, pelo grau de apropriação da mensagem no próprio meio e um limitado potencial de interferência.

O cinema lançado em 1895 pelos irmãos Lumière não possui nenhuma possibilidade de diálogo pelo próprio meio, implica apenas em extensão, separando os participantes da comunicação. Aqui a mensagem é unidirecional do emissor, passando pelo meio até o receptor, com base no modelo da teoria da informação expressa no subcapítulo 1.3.1. Modelos teóricos de transmissão das mídias de massa.

Só proporcionando a visualização e a audição da mensagem pelo receptor e nenhum canal de retorno, logo após o rádio se consolidou em 1920 e conquistou crescente popularização como meio de via única. É fato o meio ter iniciado seus processos com via dupla, ou seja, tanto

o emissor podia enviar a mensagem quanto o receptor, porém acabou não se consolidando neste formato, como apresentado no subcapítulo 1.3.3.Rádio isso comprova que a evolução poderia ter se aproximado do receptor novamente.

A televisão consolidada em meados do 1940 como apresentado no subcapítulo 1.3.5.Televisão também não compõem um sistema dialógico, pois é apenas de via única. Matuck (1995) ao tratar do diálogo no meio constata a participação na televisão possível através de grupos organizados que produzem conteúdo para ser veiculado no meio, levantando objetivos e perspectivas da população (MATUCK, 1995, p.111). Entretanto é necessário notar que esta forma de participação ainda constitui extensão, pois não há um real diálogo através do meio, apenas grupos estendendo seus anseios no meio.

Não ocorre diálogo que tornaria o meio de comunicação mediador da comunicação, entretanto no final dos anos 1980, estudos eram realizados em universidades para que a TV se tornasse interativa, haviam salas com aparelhos interconectados capazes de receber e transmitir resposta interativamente, com possibilidades plenas de comunicação dialógica. Estes estudos se limitaram a apenas testes, mas com a expansão das linhas de fibra ótica, havia a possibilidade de aumentar a capacidade de transmissão, tornando possível a bidirecionalidade do meio. (MATUCK, 1995, p.107-108)

Como Bordenave (1985, p.30) na passagem utilizada no subcapítulo 1.3.5.Televisão estabelece, o rádio potencializou a voz, o cinema proporciona imagens e sons cada vez mais fieis a realidade, com estas características o meio televisivo tornou-se uma magia a domicílio, mas apenas apresentação de conteúdos, extensão e não o diálogo pregado por Freire (1977).

A internet começou a se desenvolver a partir de 1969, entretanto só começou a tomar forma como é vista hoje a partir de 1994 com a existência do *browser* para a World Wide Web. (MORAES, 2004, p.255) A rede de computadores mundial, ou seja, internet, no seu início era apenas transmissiva, utilizada para o usuário acessar notícias e informações, porém já possuía capacidade de comunicação plena através do diálogo, mas ainda não utilizado.

O meio em seu surgimento era utilizado para comunicação de dados entre supercomputadores, ganhando tempo e capacidade de uso, entretanto perceberam que o meio dispunha de mais capacidade do que necessitavam, desta forma criaram quase por acidente o correio eletrônico como forma de comunicação pelo meio. (MORAES, 2004, p.259)

Assim proporcionando uma quebra no modelo dos meios de massa, tendo como característica principal a não centralidade dos emissores como nos meios anteriores. O crescimento da internet no final dos anos 1980 é antecedente aos projetos de multimídia, estes

projetos são maneiras de tomar o poder por parte das indústrias, mídias e governos a um espaço em constante evolução. (LÉVY, 2010, p.129)

A TV digital, traz a adentrada da interatividade nos meios comunicacionais, há uma quebra no modelo tradicional de comunicação emissão-mensagem-receptor, pois agora a mensagem pode ser manipulada, modificada a partir da ação dos participantes, retirando o papel fixo do emissor, pois agora este é construtor de um sistema. (PRIMO, 2011, p.41)

A principal diferença na comunicação entre o modelo digital de televisão e o analógico é a possibilidade de interação entre esses, apresentados através de Schaeffer (2008) no subcapítulo 1.3.5.1. Televisão Digital, o autor também revela que esta interação irá depender do quanto os interlocutores da comunicação estão dispostos a comunicar de forma recíproca, apresentado também no subcapítulo referido.

Os novos meios de comunicação estão mudando a maneira como as pessoas pensam sobre os antigos meios e como os produtores de mídia produzem seus conteúdos. Os produtores tentam moldar o comportamento do consumidor, e os consumidores exigem que os produtores sejam sensíveis aos interesses e gostos da audiência. Com isso o que resta é a pergunta se o público está disposto a agir com maior participação ou se conformará com as antigas relações com as mídias. (JENKINS, 2009, p.326)

A crescente da internet, passou da chamada web 1.0 para a web 2.0 ela possibilita conectar as pessoas entre si através das redes de computadores, tornando possível o pleno diálogo, além de dar maior poder de escolha ao usuário.

O surgimento da rede de computadores e as práticas sociais que cresceram ao seu redor expandiram a capacidade do cidadão médio de expressar suas ideias, de fazê-las circular diante de um público maior e compartilhar informações, na esperança de transformar a sociedade. (JENKINS, 2009, p.346)

As mídias sociais aproximam as pessoas umas das outras, traz um mundo antes não proporcionado pelos meios de massa, deste modo se como apresentado no subcapítulo 1.2. Comunicação e o Homem a comunicação é ponto importante do homem social que não pode viver isolado, e por sua vez, comunicação é diálogo, características que este meio contempla muito bem.

Tornou-se lugar comum dizer que a interação mediada por computador se afasta do modelo “um-todos” característico da comunicação de massa, ao mediar interações “um-um” e “todos-todos”, aproximando-se da comunicação interpessoal e grupal, respectivamente. (PRIMO, 2011, p.71)

3.2.Gráfico Interação

A interação é parte importante da comunicação, para haver comunicação é necessário haver diálogo como destacado no subcapítulo anterior e no subcapítulo 2.2.Diálogo e também interação entre os interlocutores do ato, como destacado no subcapítulo 2.1.Interatividade. Com este propósito e com base nos conceitos expostos no subcapítulo 2.1.Interatividade os 4 níveis analisados a partir do Quadro 5 - Tipos de interatividade apresentam o quanto o usuário pode interagir, o quanto este tem poder de comunicação no ato. Para tal é necessário utilizar a matriz de Bordewijk e Kaam para os quatro padrões de comunicação. (PRIMO, 2003, p.37)

Quadro 7 – Matriz de Bordewijk e Kaam para os quatro padrões de comunicação.

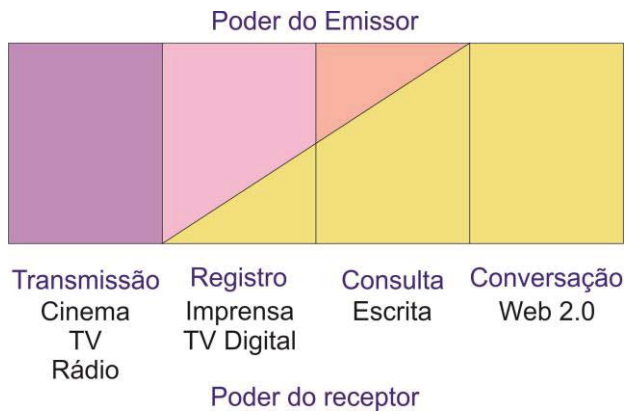
	Informação produzida por um fornecedor central	Informação produzida pelo consumidor
Distribuição controlada por um fornecedor central	TRANSMISSÃO	REGISTRO
Distribuição controlada pelo consumidor	CONSULTA	CONVERSAÇÃO

Fonte: PRIMO, 2003, p.37

O quadro apresenta o controle que o usuário pode ter na interatividade, onde no nível de transmissão o poder é totalmente do veículo, só há a possibilidade de escolha de conteúdo, sem canal de retorno. O segundo nível, cujo qual o meio possui mais poder na comunicação refere-se ao registro, as questões são distribuídas e controladas por um fornecedor central, aqui o usuário apenas responde a estas solicitações.

O terceiro nível compreende a consulta, ela é distribuída e controlada pelo consumidor, mas sua produção é centralizada no emissor, já o nível em que usuário tem capacidades plenas é na conversação, pois pode produzir conteúdo e distribuir da forma que desejar. Desta forma o gráfico exposto abaixo contribui para melhor compreensão:

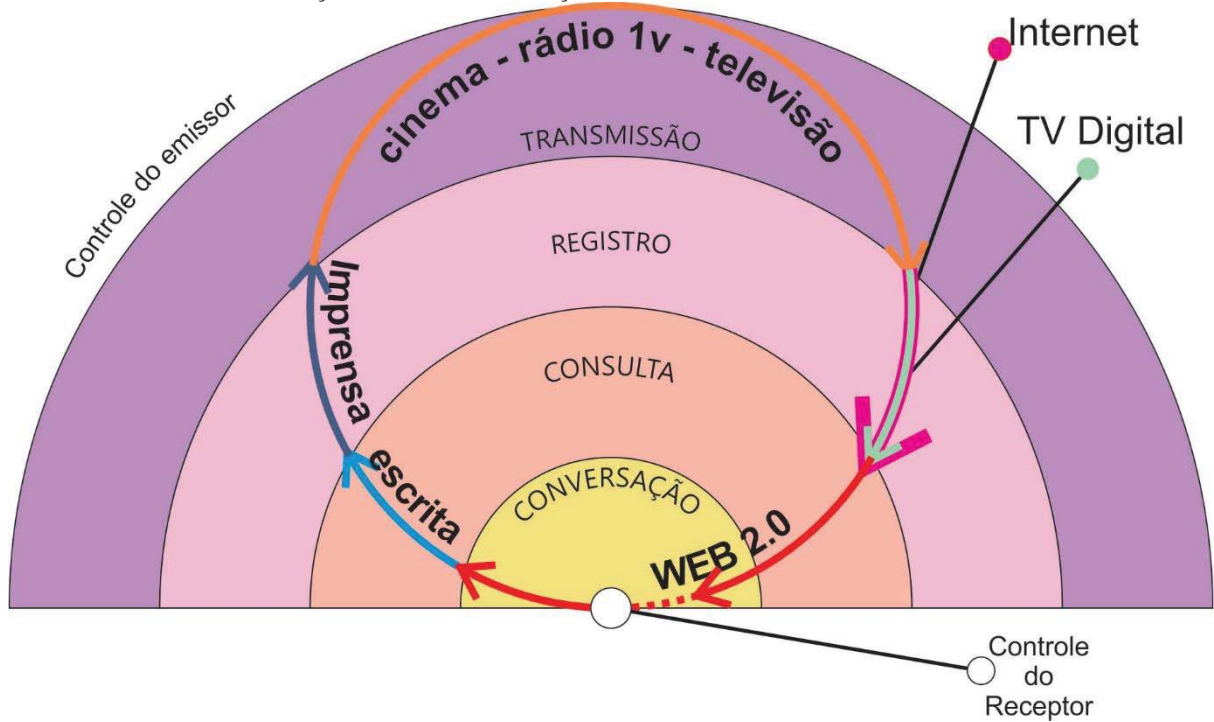
Gráfico 5 – Meios segundo interação



Fonte: o autor (2016).

Assim pode-se considerar na linha de evolução da comunicação o gráfico da seguinte forma:

Gráfico 6 – Análise da evolução com base na interação



Fonte: o autor (2016).

No início deste existe o nível de conversação, realizado com total controle do usuário, como Primo (2011) destaca a interação interpessoal consiste em relação de aproximação e troca de formas simbólicas com o ambiente em comum entre eles compartilhado. (PRIMO, 2011, p.18)

Aqui é destacado as comunidades orais, as interações face a face da mesma forma que Fisher (1987, *apud* PRIMO, 2011, p.102) relaciona as ações conectadas e as pessoas ligadas a estas ações. A interação plena, as interações humano-humano onde cada indivíduo deve agir simultaneamente, levando em conta as mensagens para tomar as posteriores ações.

Seguindo o gráfico encontra-se a escrita, esta proporcionou um avanço na interação, pois agora não são necessários os dois agentes da comunicação estarem frente a frente dentro de um mesmo contexto. Como a escrita que segundo Lévy (2010) propõem a universalidade, aumentando o potencial comunicativo da mensagem dando compreensão a diversas pessoas externas ao contexto em que a mensagem fora escrita. (LÉVY, 2010, p.117)

As pessoas podem interagir com outras através do meio, mas é interessante notar o distanciamento proposto pela escrita, encontrando-se no nível de consulta pois é distribuída e controlada pelo consumidor, cada usuário pode escolher quando se apoderar da mensagem, quando lerá e quando irá responder, entretanto esta mensagem tem um envio único de um emissor da mensagem, mas por ter maior controle do usuário ele também pode enviá-la novamente ao seu emissor com uma resposta.

A seguir a imprensa distanciou-se ainda mais do poder de controle do receptor, chegando ao nível de registro, aqui quem controla a mensagem e distribuição é o emissor central, o usuário pode apenas responder aos questionamentos do emissor. Diminuindo o grau de interação na mensagem, onde nem sempre o emissor questiona ou requisita a interação do usuário. Seguindo a linha de evolução da comunicação chegasse aos três veículos de comunicação com menores fatores de interação, são eles o cinema, o rádio de via única e a televisão.

O cinema não possui nenhum grau de interação e reciprocidade, é apenas transmissão, a mensagem é totalmente controlada pelo emissor, o usuário não pode interagir com a mensagem de forma alguma, apenas presenciar o espetáculo. Como apresentado no subcapítulo 1.3.4.Cinema, o meio potencializou apenas a transmissão de entretenimento de músicas, teatros, histórias, humor e espetáculos, retirando a interação proporcionada em muitos destes espetáculos.

O rádio de via única também não permite a interação, a única coisa que o usuário pode escolher é entre ligar ou desligar o aparelho, além de aumentar e diminuir o volume, porém nenhuma destas características tem a ver com a reciprocidade dialógica tratada por Freire (1977) no subcapítulo 2.1.Interatividade.

O meio como os outros meios de massa expressa apenas a transmissão utilizando-se dos modelos teóricos da informação expostos no subcapítulo 1.3.1.Modelos teóricos de transmissão das mídias de massa.

Seguindo a linha chega-se a televisão, também apenas transmissiva, por mais que alguns autores considerem o poder de trocar de canal, regular a intensidade da cor como apresenta Lemos (2010, p.113) no subcapítulo 2.1. Interatividade nenhuma destas ou das citadas anteriormente pelo autor compreendem em verdadeira reciprocidade na comunicação.

Nos modelos transmissivos há total poder dos meios de comunicação, tornando o usuário isolado do ato, propondo a unidirecionalidade da mensagem, característica dos meios de massa expressa no Quadro 3 - O processo de comunicação de massas. A partir deste ponto a volta ao controle do usuário tem mais força, chegando a rede de computadores primeiramente que consistia em apenas transmissão, é fato que possuía maior interação que os meios de massa, porém era limitada como constata Cortelazzo (2013)

A interação sujeito/objeto, sem a mediação de outra pessoa, é limitada como meio para a construção do conhecimento. É a interação com pessoas ou com objetos mediados por pessoas que permite a assimilação gradativa e crescente do mundo que nos rodeia. Assim não é qualquer tipo de interação com o mundo que propicia construção do conhecimento. (CORTELAZZO, 2013, p.130)

Se interação se refere a interconexão entre os agentes da comunicação o meio ainda não dispunha deste processo, a introdução da Word Wide Web trouxe elementos novos através da interconexão geral, desintermediação e a comunicação todos-todos. (MORAES, 2004, p.369)

A interação tratada na rede de computadores era principalmente reativa, como exposta no subcapítulo 2.1. Interatividade através de Primo (2011, p.27), colocando o meio no círculo do nível de registro, por ser controlada pelos produtores centrais e o usuário em grande parte apenas responde as mensagens ou busca informações.

Neste nível de registro também se encontra a TV digital, pois ainda há o controle do meio de comunicação e o usuário pode apenas responder as indagações da emissora, nem sempre está interação é disponível e pode ser pré-determinada em escala e amplitude pela emissora. Mesmo a escolha da sequência do programa também não compõe interação e diálogo tratados por Primo (2011).

Jenkins (2009) destaca que a televisão digital irá mudar o modo como as pessoas à assistem.

Haverá menos ocasiões em que as pessoas irão se sentar e assistir a um programa do começo ao fim, sem interrupções. As pessoas vão começar a ver programas de televisão da mesma forma que leem livros: um pouco de cada vez... O conceito de 'televisão com hora marcada' - planejar para chegar em casa no horário exato para assistir a determinado programa - em breve será coisa do passado (JENKINS, 2009, p.113)

Com a adentrada da interatividade nos meios comunicacionais há uma quebra no modelo tradicional de comunicação emissão-mensagem-receptor, pois agora a mensagem pode ser manipulada, modificada a partir da ação dos participantes, retirando o papel fixo do emissor, pois agora este é construtor de um sistema. (PRIMO, 2011, p.41)

Com a evolução da internet o meio chegou ao nível de consulta por dar mais poder ao usuário. Como não há a centralidade do emissor na internet, como no rádio e televisão, os quais são transmitidos pelo espaço nacional, e proporcionam poder de controle e regulamentação aos Estados-nações, torna-se difícil ou impossível a tomada de controle por parte destes. (MORAES, 2004, p.329)

Levy (2010, p.134) em passagem no capítulo anterior destaca que o meio está proporcionando novas formas de comunicar, não apenas no conteúdo, mas também nas formas sociais e culturais dos movimentos. Com a constante interação não proporcionada pelos meios de comunicação de massas. Na internet é mais simples enviar mensagens a vários destinatários, como já ocorre nos outros meios, entretanto permite múltiplos emissores, algo não proporcionado pelos meios anteriores. (MORAES, 2004, p.330)

O correio, o telefone, a imprensa, as editoras, as rádios, as inúmeras cadeias de televisão formam a partir de agora a extremidade imperfeita, os apêndices parciais e sempre diferentes de um espaço de interconexão aberto, animado por comunicações transversais, caótico, turbilhonante, fractal, movido por processos magmáticos de inteligência coletiva. (LÉVY, 2010, p.121)

Lévy (2010) ainda considera que o ciberespaço tem o poder de transportar as pessoas a situação existente antes da escrita, porém em outra órbita e escala, pois o novo meio dissolve a universalidade e totalidade dos anteriores. Propondo a interconexão e interação em tempo real dos personagens atuantes no processo de comunicação, compartilhando o mesmo contexto, através do hipertexto. (LÉVY, 2010, p.120)

Se considerada a colocação do autor na escala de análise apresentada neste trabalho o ponto em que se encontra a comunicação seria exatamente acima do homem, porém há um artifício que impede a colocação do ponto atual acima do homem, ou como ponto máximo da evolução da comunicação humana atual, pois não há uma corporificação total dos meios e consequentemente a dependência destes;

Nas sociedades orais a comunicação não se realizava geralmente em outros meios, que se não os próprios inerentes aos humanos, assim sendo para haver a evolução completa os meios criados e aperfeiçoados pelo homem para enviar a mensagem, deveriam ter sua corporificação praticamente nula, ou seja, os novos meios deveriam estar contidos internamente ao homem.

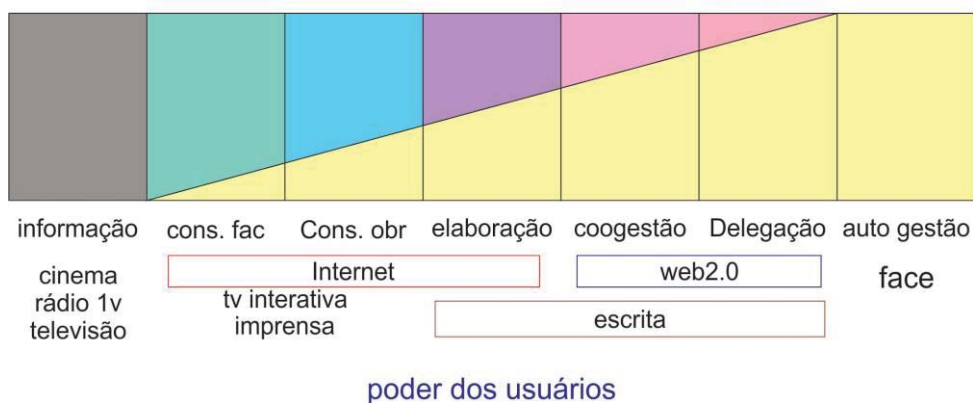
Outro fator importante refere-se à participação, ou seja, o quanto o meio também pode participar da mensagem ou melhor, interferir na forma como é disposta o conteúdo da mensagem. A web 2.0, portanto já está dentro do círculo de conversação, já rompeu os outros níveis e dá possibilidade plena de interação entre os usuários, eles produzem e distribuem a mensagem por onde desejam, sem grandes interferências do meio utilizado, relacionando pessoas entre si através de redes de computadores com pleno controle dos usuários como apresentado por Primo (2011) no subcapítulo 2.1. Interatividade e por Strauss e Frost (2012, p.11) no subcapítulo 1.5. A internet.

3.3. Gráfico Participação

Este gráfico baseia-se nos conceitos expressos no subcapítulo 2.3. Participação principalmente na Figura 5 - Graus de participação de Bordenave (1985b, p. 31) e nas análises propostas a partir deste gráfico.

Para tal é necessária a atualização do gráfico para melhor compreensão na relação com os meios de comunicação, para tal apresenta-se abaixo desta forma.

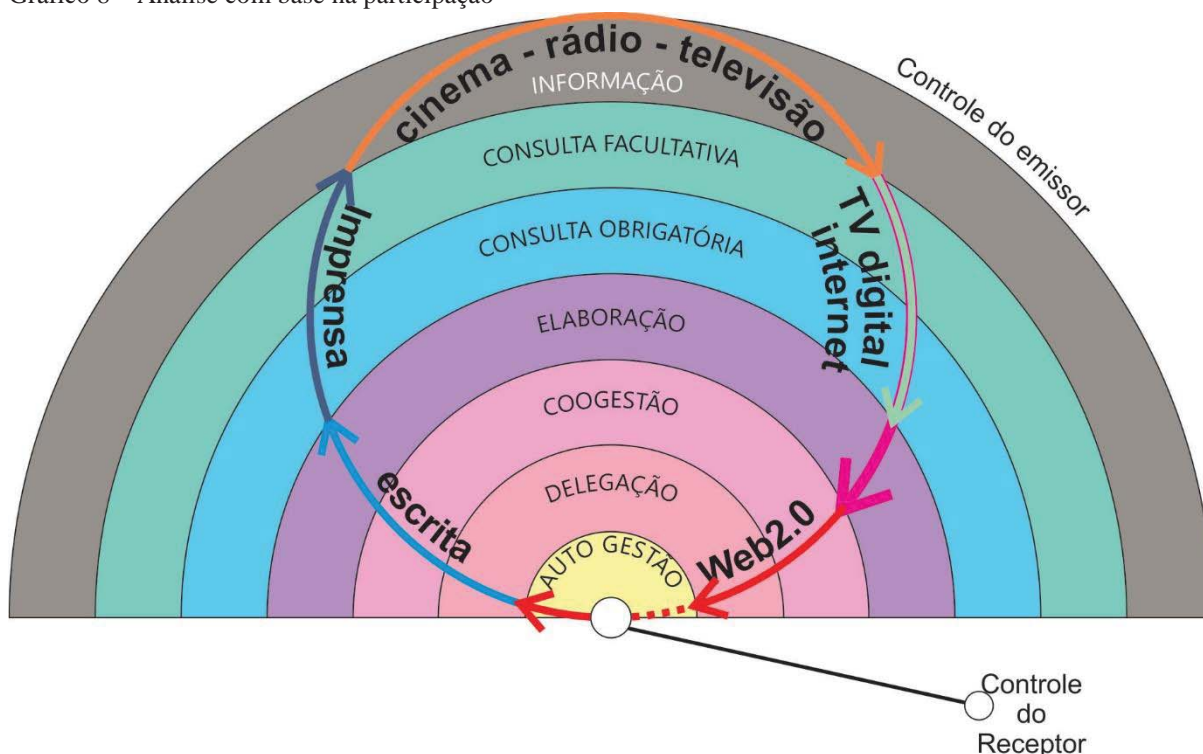
Gráfico 7 - Meios com base na participação
poder dos meios de com.



Fonte: o autor (2016).

É importante notar o quanto mais poder de participação o usuário tiver, mais esta mídia se aproxima da relação com este, apresentando o gráfico de evolução da seguinte forma:

Gráfico 8 – Análise com base na participação



Fonte: o autor (2016).

Seguindo a linha de evolução da comunicação, o primeiro nível é a Autogestão, neste âmbito existem as interações interpessoais, com relação direta com o diálogo, entre grupos familiares, de trabalho, como apresentado por Bordenave (1985b) no subcapítulo 2.3. Participação deste trabalho. Aqui cada um escolhe seus objetivos, seus posicionamentos e ações, sem depender do controle das organizações, ou então das mídias, pois neste nível não há a utilização de meios de comunicação para comunicar, então não há a dependência destes.

Após como estabelecido na análise feita do quadro no mesmo subcapítulo encontra-se a escrita, a qual está presente desde a delegação até a cogestão e elaboração, o nível de participação pertence em maior parte ao usuário que emite e recebe, dando poder de diálogo, interação e participação aos atores da comunicação.

Na sequência da evolução encontra-se a imprensa, aqui o receptor tem o poder mais limitado, pela estabilidade da mensagem, o controle maior de envio da mensagem pertence aos produtores distanciando-se do homem e entrando no nível consulta obrigatória. É evidente que o termo não reflete bem a participação no meio, pois nem sempre é obrigatória, mas ainda há o poder maior do meio de comunicação. O receptor poder participar da comunicação complementando com anotações, mas nem sempre enviando ao emissor novamente, casos em que pode chegar até o nível facultativo do gráfico.

Os meios mais distantes do homem, ou seja, no qual este tem menor poder de participação na comunicação, ou ainda nulo, refere-se ao cinema, o rádio de via única e a televisão, estes estão na categoria de informação, ou seja, as mídias apenas apresentam as informações aos receptores e estes não podem reagir de forma alguma no ato.

O cinema não compreende nenhum grau de participação, apenas o usuário pode participar da cerimônia como receptor da transmissão deste modelo de massa. Aqui o usuário pode fazer parte do espetáculo, mas não tomar parte no ato da comunicação e nem ter parte nela, como fatores da participação expressos por Bordenave (1985b, p.22) no subcapítulo 2.3.Participação.

A seguir o rádio também limita a participação do usuário na mensagem, pois não há um canal de retorno para o diálogo e reciprocidade, a participação destacada por Bordenave (1985b, p.8) refere-se à utilização do telefone e escrita como instrumentos participativos no meio, para tal é necessário salientar que as análises partem do próprio e por suas potencialidades, sem a interferências de outros meios como o caso do telefone.

Na sequência vem a televisão onde o receptor pode ser passivo a programação televisiva enquanto assiste, também pode ser ativo no momento em que troca de canal ou desliga o aparelho, entretanto não pode participar interativamente da programação, muito menos modificar o conteúdo da mensagem, tornando a participação praticamente nula. (MATUCK, 1995, p.104-105)

Como estabelecido no subcapítulo 2.3.Participação através de Shirky (2011, p.25) na televisão há um desequilíbrio na participação, a emissora pode falar com o telespectador, mas este não pode participar e responder a comunicação da mesma forma. Assim o mesmo autor constata que os meios de massa tornaram as pessoas participantes passivos, sem ações que realmente interfiram nos processos.

A rede de computadores em seus primórdios é o próximo nível, porém pode ser expansiva e ir desde da Consulta facultativa, passando pela obrigatória até a elaboração. O usuário tem poder de criar informações na rede, porém é apenas transmissiva, quem é receptor neste caso só pode participar conforme as regras controladas pelos emissores da comunicação, tornando a participação mais controlada pelo meio.

Após a TV Digital está entre a consulta obrigatória e a facultativa, devido ao controle que a emissora tem na participação, o emissor pode ou não solicitar informações e participações do usuário e ainda determinar se é obrigatória ou não para a sequência de conteúdo, todavia não pode interferir diretamente no conteúdo da mensagem, apenas realizar a escolha, como Jenkins

(2009) retrata, são fatores diferentes, permitir o usuário participar de forma plena ou em parâmetros controlados.

A web 2.0 é o meio que possui maior participação, estando dentro da delegação, pois os usuários podem participar e partilhar da comunicação entre si, entretanto ainda há as limitações estabelecidas dentro do meio, “a internet não é simplesmente uma tecnologia; é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades” (MORAES, 2004, p.287). Todavia:

Os avanços da mídia horizontal controlada pelo usuário, que permite ao usuário emendar, reformatar, armazenar, copiar, enviar a outros e comentar o fluxo de ideias, não excluem a comunicação de massa. Muito pelo contrário, eles complementam os meios de comunicação de massa (JENKINS, 2009, p.326)

O meio também proporciona uma sociedade em rede, expressando processos sociais, valores, interesses e instituições desta natureza, trata-se de uma tecnologia que permite organizar e desenvolver várias formas de relação social. (MORAES, 2004, p.286) Novos modos de grupos são criados, através da ingressão voluntária, tática e temporária, dependendo de suas preferências e interesses pelo determinado tema do grupo, aliás, estes grupos são mantidos com a mútua criação e produção de conhecimentos na área. Contudo cada indivíduo pode participar de diversos grupos diferentes ao mesmo tempo. (JENKINS, 2009, p.57)

Em estudos realizados sobre a influência da internet na sociabilidade, constatou-se que quanto mais rede social física se tem, mais utiliza-se a internet e quanto maior o uso mais reforça a rede social física. (MORAES, 2004, p.275)

Do mesmo modo que a correspondência entre pessoas, contribuíram para o desenvolvimento do correio, o movimento gerado pela múltipla participação na criação do que hoje é conhecido como internet, é base para a “comunicação interativa, recíproca, comunitária e intercomunitária, o ciberespaço como horizonte de mundo virtual vivo, heterogêneo e intotalizável no qual cada ser humano pode participar e contribuir” (LÉVY, 2010, p.128).

O meio é mais controlado pelos usuários, pelos que antes eram apenas receptores, “o fato de ser uma comunicação horizontal, de cidadão a cidadão, significa que eu posso criar meu próprio sistema de comunicação na internet, posso dizer o que quiser, posso comunicá-lo” (MORAES, 2004, p.285).

Não caracterizando a unidirecionalidade da comunicação como nos meios de massa propostos no subcapítulo 1.4.Os meios como massa, para tal “As realidades virtuais

compartilhadas, que podem fazer comunicar milhares ou mesmo milhões de pessoas, devem ser consideradas como dispositivos de comunicação ‘todos-todos’” (LÉVY, 2010, p.108).

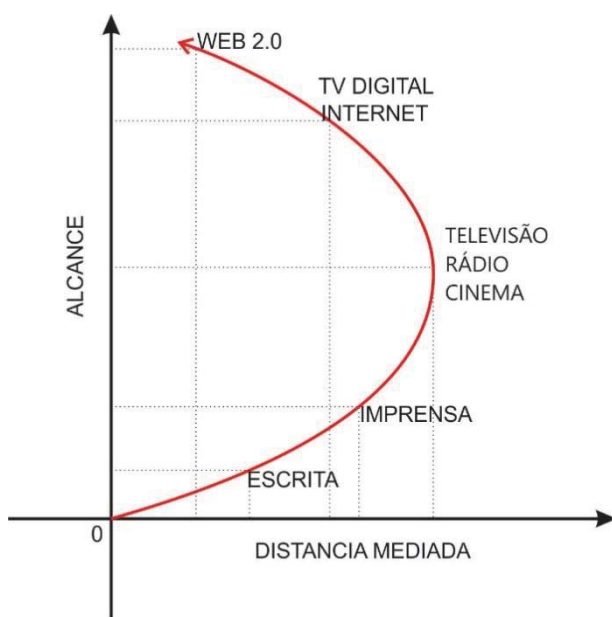
Existem ainda as comunidades do conhecimento criadas na internet, permitindo aos indivíduos ampliarem seus conhecimentos através da expertise combinada dos usuários, esta participação continua lhes dá poder nas negociações com produtores de mídia. (JENKINS, 2009, p.56) As comunidades de consumo são ambientes virtuais de grande participação, onde os usuários compartilham informações sobre a marca, avaliam a qualidade dos produtos, criam e recriam seus significados conceituais, além de possibilitar maior êxito nas suas exigências com as marcas. (JENKINS, 2009, p.119)

3.4.A evolução dos meios de comunicação.

Se a comunicação está voltando ao poder do receptor, ou ainda se aproximando da comunicação humana com fatores plenos desta comunicação, como os tratados no capítulo 2 deste trabalho, ou seja, através da interação, diálogo e participação, itens explicados como pertencentes a natureza humana, nos subcapítulos subsequentes, 2.1.Interação, 2.2.Diálogo, 2.3.Participação.

Deve-se levar em conta que esta evolução não aproxima no mesmo patamar, pois houve uma evolução da comunicação, desde da oralidade, até a web 2.0, esta evolução implica em altura no gráfico completo. Nesta ascensão dos meios, os fatores significantes são a tecnologia de cada meio e a amplitude da mensagem. Por mais que sejam distintos há fatores tecnológicos que comprovam esta evolução, como os apresentados no **CAPÍTULO 1 - PERSPECTIVA HISTÓRICA DA COMUNICAÇÃO** deste trabalho.

Gráfico 9 – Ascensão dos meios



Fonte: o autor (2016)

A evolução inicia na escrita, após seu invento era necessária uma forma de transportar a mensagem com maior facilidade do que em pedras ou couros, chegando a invenção do papel pelos chineses, como apresentado no subcapítulo 1.3.2.Prensa de tipos móveis. Além da escrita aumentar o potencial de alcance da mensagem, suas evoluções tecnológicas também contribuem para o alargamento desta linha de evolução.

Após a prensa de Gutenberg, já compõem outra evolução, é fato que a prensa já havia sido inventada pelos chineses, porém era estática, não poderia ser adaptável e usada intermitentemente para diversos materiais diferentes, como apresentado por Souza (1996, p.12) e Defleur; Ball-Rokeach (1993, p. 24) no mesmo subcapítulo.

Isto implica em evolução tecnológica, mas também há o aumento da distribuição, maior facilidade na multiplicação da mensagem, implicando no aumento da reprodução da mesma como também estabelecido no subcapítulo 1.3.2.Prensa de tipos móveis.

Após no cinema há uma evolução maior em relação e escrita e a prensa, é fato que o cinema evoluiu da fotografia, tema não tratado nesta pesquisa bibliográfica, mas o cinema também é uma evolução dos espetáculos, teatros, musicais, como apresentado através de McQuail (2013, p.68) no subcapítulo 1.3.4.Cinema. No processo comunicativo também há uma elevação, pois é um meio capaz de transportar a realidade como perpassa Bordenave (1985a, p.30) na passagem citada no subcapítulo 1.3.5.Televisão.

Seguindo a linha histórica da evolução o rádio potencializou ainda mais a comunicação, com seu potencial interativo da comunicação, como apresentado no subcapítulo 1.3.3.Rádio

através de Straubhaar; Larose (2004, p. 56). Por mais que o meio possua características diferentes do cinema, há uma evolução tanto tecnológica quanto na comunicação, pela reprodução da mensagem.

A televisão como Bordenave (1985a, p.30) trata compõem uma magia a domicilio, levando as características do cinema e do rádio com o potencial de envio imediato do rádio. O meio ainda adquiriu características destes na sua programação, como apresentado no subcapítulo 1.3.5. Televisão através de Capparelli; Lima (2004, p.66).

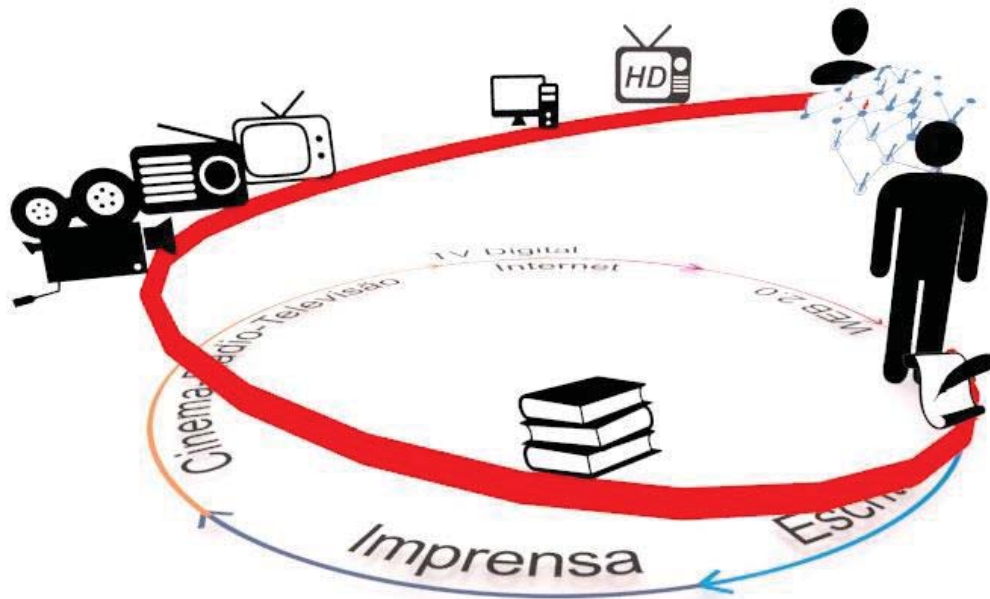
Além de suas evoluções tecnológicas, ocorreu a entrada das cores e seus melhoramentos das câmaras de imagens, como apresentado no mesmo subcapítulo. A rede de computadores por mais que no seu início não tenha tido propósito comunicacional entre pessoas, era apenas para comunicação entre supercomputadores, há uma evolução tecnológica sensível, passando do ENIAC até os computadores pessoais, como apresentado no subcapítulo 1.5. A Internet. Com esta evolução também na conexão, e com maior capacidade do que precisavam, ocorreu o surgimento do correio eletrônico como forma de comunicação, destacado através de Straubhaar; Larose (2004, p. 188).

Após a TV digital é uma evolução da própria TV analógica considerando como veículo, porém é diferente, pois surge da soma entre as características dos computadores e da televisão, proporcionando a interatividade e controle maior ao usuário, esta comunica de uma forma melhor pois proporciona maior liberdade de atuação ao emissor na programação, por mais que seja em apenas escolher um conteúdo. Representando uma nova forma de comunicar retratada através de Primo (2011, p.41) no subcapítulo 3.1. Gráfico Diálogo X Extensão.

Consequentemente a web 2.0 ocasionada da sequência de evoluções da internet apresenta o nível mais elevado já proporcionado até então pelo gráfico. Com a capacidade de conectar pessoas entre si, já é uma evolução no modo de comunicar, sendo que na maioria dos outros meios, estas pessoas estavam isoladas, sem contatos diretos através do meio. Itens apresentados no subcapítulo 1.5. A internet, e neste próprio capítulo.

Comportando-se o gráfico do espiral evolutivo da comunicação da seguinte forma:

Gráfico 10 – Espiral evolutivo da comunicação - 2



Fonte: o autor (2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho levantou aspectos importantes da comunicação, tanto humana como as realizadas através das mídias, onde alguns fatores foram reprimidos conforme o surgimento e adaptações de alguns meios. Se antes as sociedades orais relacionavam pessoas diretamente através da comunicação plena, que exige diálogo, interação e participação direta dos atores, posteriormente os meios acabaram deixando de lado estes fatores importantes da ação

Implicando em apenas extensionismo, criando barreiras para a verdadeira comunicação, fonte da evolução dos indivíduos. É fato que estes meios potencializaram a comunicação em alguns aspectos, como transportar a mensagem a longas distancias de espaço e tempo, conectando pessoas distantes tanto fisicamente como historicamente.

Entretanto está supressão dos polos comunicativos, causaram dependência dos receptores aos emissores, desequilíbrio de participação, além de calar a voz dos receptores, causa surdez aos emissores, sem a capacidade de ouvir através do meio.

Os rumos da evolução poderiam ter tomado parâmetros diferentes, se o rádio fosse utilizado na sua forma original, ou seja, de via dupla, isto significa que o distanciamento implicado pela falta de interação, diálogo e participação no meio apresentado no Gráfico 2 – Análise Geral de Interação, diálogo e participação poderia ter tomado rumos diferentes se assim fosse utilizado e atendido aos anseios de Bertold Brecht em 1930 apresentados por Primo (2011, p.17) no subcapítulo 2.1. Interatividade.

A democracia de participação que os meios de massa prometiam proporcionar a sociedade, acabou tornando-os passivos, sem intervenções no ato da comunicação, a internet nos dias atuais está proporcionando esta maior participação, além de levar consigo o diálogo e a interação.

Como Lévy (2010) retrata, toda a ação com forma repressora a transformar o meio em um-todos como os antigos meios de comunicação tendem a empobrecer seu alcance em busca da evolução da civilização, “é pena - os interesses econômicos e políticos em jogo” (LÉVY, 2010, p.121).

Mas como apresentado, este aumento na participação, diálogo e interação, não é uma simples ação de comunicação, é também aproximar pessoas entre si, dar voz a elas, não as manter isoladas e indiferenciadas, é de toda forma deixa-las pronunciar seu mundo, suas vontades, seus anseios, sua visão da vida, atos que só podem ser realizados através da comunicação.

Se para o homem viver em sociedade é fundamental e inerente a sua natureza a comunicação é organismo central desta vivencia, e a internet é o meio de comunicação que proporciona maior força de ação frente aos outros, com plena possibilidade de comunicação e não extensionismos como nos meios de massa.

Visualizar a comunicação nesta linha de evolução, demonstra que o mundo está voltando a uma era de plena comunicação e sociabilização. Mas mais do que isso, de forma amplificada, conectando pessoas a qualquer parte do mundo, interativamente, sem distinções de poder e dominância dentro do meio. Uma era de participação ativa e não passiva como nos meios de massa, onde deve-se dar o direito de falar e de ouvir a todas as partes, pois agora não é extensão, não é unidirecionalidade, é diversidade, é comunicação.

Por isso será necessário entender previamente o mundo histórico-cultural em que o público-alvo se situa, as aspirações e a percepção sobre sua visão de mundo para haver um diálogo com os temas de interesse destes, afim de ir ao encontro do mútuo conhecimento em torno do conteúdo abordado. (FREIRE, 1977, p.87) Mas para chegar a entender esta visão de mundo do público-alvo é necessário realizar pesquisas junto a estes, planejando os dados através de quadros, estudando estes dados e assim formulando a melhor maneira de chegar até este público para a relação de diálogo. (FREIRE, 1977, p.87)

Reforçando, diálogo e não extensão, falar e ouvir, não apenas falar. “O marketing num mundo interativo é um processo cooperativo, em que o profissional de marketing ajuda o consumidor a comprar, e o consumidor ajuda o profissional de marketing a vender” (PEPPERS, 1999, *apud* JENKINS, 2009, p.111)

A interação mediada por computador na web 2.0 permite a comunicação todos-todos e um-um, através disto os novos estudos a serem levantados devem partir de pesquisas na área de comunicação interpessoal, diferenciando dos estudos de massa, trazendo um novo olhar à comunicação em seu sentido total, diferente do olhar de comunicação no sentido de transmissão que existe hoje.

Esta conexão entre as pessoas pela internet, tem seus moldes ampliados e não permanece apenas neste plano, ela já as superou e está proporcionando maior sociabilidade a nível físico também. É uma ferramenta capaz de conectar e reforçar os laços entre as pessoas, de uni-las em prol de causas, em busca do conhecimento, lazer, trabalho, enfim, em busca de um mundo melhor. Mas isso depende muito da forma como cada um está interessado em utilizar o meio, além dos interesses políticos e econômicos em jogo.

Todavia, este não é o fim dos meios tradicionais de comunicação (imprensa, rádio, cinema e televisão), mas a continuidade de forma adaptada, onde os meios vão se adaptando as

novas necessidades e aos novos nichos de mercado, como ocorreu no passado com o cinema que ao chegar não eliminou o teatro e após com a chegada da televisão, o cinema se segmentou a públicos mais jovens.

Mas para esta evolução estar completa em perfeita comunicação entre todos, somando aos aumentos de comunicação proporcionados pelos meios, caracterizados principalmente pelo alcance maior da mensagem seja ela em espaço ou tempo, para situar a evolução no ponto máximo, é necessário que os meios percam toda a sua interferência na mensagem. Rumo a uma interface zero, onde o meio não introduza limites para total e plena comunicação dos interagentes, onde a interação social se sobressaia a técnica, em direção a uma simbiose completa entre os meios de comunicação e os humanos,

Uma conexão total entre as pessoas, sem interferências, em plena e mutua comunicação, sem a utilização de outros meios externos ao homem, ocasionando não só uma evolução na comunicação, mas uma evolução humana através desta. Onde cada indivíduo estaria com a mente conectada a quem quisesse, no momento em que quisesse, sem ter que exprimir suas mensagens dentro de um meio para chegar ao outro indivíduo, deve simplesmente se expressar diretamente.

Proporcionando também uma modificação no espiral evolutivo da comunicação, o qual pode seguir seu rumo em busca desta conexão total entre as pessoas, ou então ser moldado pelos interesses dos meios de comunicação, fatores econômicos, governamentais, políticos e sociais, tecnológicos, além dos interesses de mercado. Estes fatores foram importantes para a adaptação dos meios de comunicação no passado, caso do rádio que acabou se consolidando como via única devido aos interesses de mercado da época, estes fatores tendem a distanciar novamente do controle do usuário e principalmente implicar em extensionismos ou controle centralizado da comunicação.

Porém se chegar ao final do espiral evolutivo da comunicação, o processo não terminará neste ponto, mas chegará uma nova etapa, onde se forem respeitados os fatores importantes da comunicação tratados neste trabalho, sendo interação, diálogo e participação, a todos os usuários em mesma escala, sem fatores de superioridade e inferioridade entre os agentes da comunicação, a evolução tende a tomar moldes de elevação vertical linear, conectando todos indistintamente.

Más mais que uma simples conexão entre pessoas, uma conexão de forma ampliada, conectando diretamente as pessoas a tecnologia, ou seja, às máquinas, onde cada indivíduo poderá ver, ouvir, sentir o odor, o clima, enfim, sentir qualquer ambiente mesmo sem estar

presente neste local. Pois a mente e o cérebro, estariam em constante ligação com a tecnologia, abrindo novos portais para os sentidos humanos, onde o homo sapiens chega a uma nova esfera.

Mas enquanto este fator não se torna realidade deve-se aproveitar e trabalhar as potencialidades que oferecem estes novos meios de comunicação, em constante evolução. Utilizando o diálogo, a participação e a interação como ferramentas para uma boa comunicação. Aproximando as pessoas umas das outras, relacionando as marcas às pessoas, pois agora não é distanciamento, isolamento, ou extensionismo, é aproximação, relacionamento, comunicação, com a valorização dos indivíduos e das conexões em geral, tanto reais como virtuais. Que aliás estão perdendo suas fronteiras, o mundo antes chamado de virtual está tão presente na vida das pessoas que está se tornando comum, ou então apenas real, trazendo novas possibilidades a todas as áreas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Murillo Nunes de. A reconstrução humana: (o outro lado da comunicação de massas). Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1971.

BAGAINI, Francine Zanin. A metáfora do espetáculo: O diálogo das empresas no site da rede social Facebook. 2014. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda). Curso de Publicidade e Propaganda. Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2014.

BORDENAVE, Juan E. Dias. O que é comunicação. 6.ed. São Paulo: Brasiliense, 1985a

BORDENAVE, Juan E. Dias. O que e participação. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1985b.

CAPPARELLI, Sérgio. Comunicação de massa sem massa. 5. ed. São Paulo: Summus, 1986.

CORTELAZZO, Iolanda Bueno de Camargo. Prática Pedagógica, aprendizagem e avaliação em educação a distância [livro eletrônico] / Iolanda Bueno de Camargo Cortelazzo. Curitiba: Intersaberes, 2013

COSTA, Flávia Cesarino. O primeiro cinema. São Paulo: Scritta, 1995.

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. Teorias da comunicação de massa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993

EBERT, Vagner. Homo storyteller: a técnica do transmedia storytelling enquanto recurso na comunicação direcionada à geração Z. 2014. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda). Curso de Publicidade e Propaganda. Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2014.

FONSECA, Joaquim da. Tipografia & design gráfico [recurso eletrônico]: design e produção gráfica de impressos e livros / Joaquim da Fonseca. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Bookman, 2008.

FREIRE, Paulo. Extensão ou comunicação? Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira / prefácio de Jacques Chonchol Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1977. 10ed. 1998

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência/ Henry Jenkins; tradução Susana L. de Alexandria. - 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KUROSE, James F. Redes de computadores e a Internet: uma abordagem top-down/ James F. Kurose, Keith W. Ross; tradução Daniel Vieira; revisão técnica Wagner Luiz Zucchi. - 6.ed. - São Paulo: Person Education do Brasil, 2013

LEMOS, André. Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea/ André Lemos. 5ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.

LÉVY, Pierre. A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. 5.ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. 3. ed. São Paulo: Ed. 34, 2010.

MARCONDES, Ciro Filho. Quem manipula quem? poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil. 5.ed. Petrópolis: Vozes, 1992.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MATUCK, Artur. O Potencial dialógico da televisão: comunicação e arte na perspectiva do receptor/ Artur Matuck. São Paulo: Annablume: ECA-USP, 1995

MCQUAIL, Denis. Teorias da comunicação de massa [recurso eletrônico] / Denis McQuail; tradução: Roberto Cataldo Costa; revisão técnica: Marcia Benetti. – 6. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Penso, 2013.

MERTEN, Luiz Carlos 1945-. Cinema: entre a realidade e o artifício: diretores, escolas, tendências. 2. ed. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2007.

MILLETO, Manara. Desenvolvimento de software II [recurso eletrônico]: introdução ao desenvolvimento web com HTML, CSS, JavaScript e PHP / Organizadores, Evandro Manara Miletto, Silvia de Castro Bertagnolli. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Bookman, 2014.

MORAES, Dênis de (Coord.) Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

PRESSMAN, Roger S. Engenharia Web / Roger S. Pressman, David Lowe; tradução Daniel Vieira; revisão técnica Delano Medeiros Beder, Marcos Lordello Chaim, Paulo Cesar Masiero. - Rio de Janeiro: LTC, 2009.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Interação mediada por computador: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional. 2003. Tese de Doutorado (Pós-Graduação em Informática na Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

PRIMO, Alex. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SANTOS, César Augusto Azevedo dos. Quem inventou o rádio? Passo Fundo: Clio, 2001

SCHAEFFER, Olmiro. InteraTVdade: A TV digital como tecnologia interativa e seus reflexos na educação. 2008. Dissertação (Mestrado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2008.

SETTON, Maria da Graça. Mídia e educação/ Maria da Graça Setton. - São Paulo: Contexto 2010.

SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado/ Clay Shirky; tradução Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011

SOUZA, Jésus Barbosa. Meios de comunicação de massa: jornal, televisão, rádio. São Paulo: Scipione, 1996.

STRAUBHAAR, Joseph D. Comunicação, Mídia e tecnologia / Joseph Straubhaar; Roberto LaRose; tradução José Antonio Lacerda Duarte; revisão técnica Luiz Guilherme Duarte.

STRAUSS, Judy. E-marketing/ Judy Strauss, Raymond Frost; tradução Regina Claudia Loverri. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012

VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A à Z: conceitos, critérios e fórmulas dos 60 principais termos de mídia/ José Carlos Veronezzi. - 3.ed. - São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. 6. ed. Lisboa: Presença, 2001

WOLTON, Dominique. Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ZITKOSKI, Jaime José. Paulo Freire & a Educação / Jaime José Zitkoski. 2ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.