

## Mídia e poder: a reinvenção dos mecanismos de controle das massas

Media and power: the reinvention of mass control mechanisms

William Tavares de Lira<sup>1</sup>

Elnora Maria Gondim Machado Lima<sup>2</sup>

**Resumo** A proposta deste trabalho é analisar a evolução dos mecanismos de controle social, enfatizando a relação entre mídia e poder. A partir de uma perspectiva histórica, filosófica e antropológica, busca-se, a princípio, demonstrar o papel das mídias sociais como ferramentas eficazes, não apenas como fontes de pesquisas ou para estabelecer padrões de valores e comportamentos, mas, sobretudo, como meios utilizados para controle social. Desta forma, compreender o seu papel como instrumento de controle não é possível sem o entendimento do funcionamento das comunidades virtuais e a estruturação daquilo que o filósofo francês contemporâneo Pierre Levy (1999) designou de ciberespaço. O momento é mais que propício para estabelecer um ambiente de debate e abrir novas vias de estudos sobre a concepção e natureza dessa sociedade cibercultural, bem como as consequências de toda essa estrutura na formação do homem como animal social, tecnológico e, por que não dizer, político: aquele que contribui para transformar o ambiente a sua volta, mas que também sofre as consequências de suas escolhas.

**Palavras-chave:** Mídia; Poder; Conhecimento; Ideias; Controle.

**Abstract:** The purpose of this paper is to analyze the evolution of the mechanisms of social control, emphasizing the relationship between media and power. From a historical, philosophical and anthropological perspective, we seek, at first, to demonstrate the role of social media as effective tools, not only as sources of research or to establish standards of values and behavior, but, above all, as means used for social control. Thus, understanding its role as an instrument of control is not possible without understanding the functioning of virtual communities and the structuring of what the contemporary French philosopher Pierre Levy (1999) called cyberspace. The moment is more than propitious to establish an environment of debate and open new avenues of studies on the conception and nature of this cybercultural society, as well as the consequences of this whole structure in the formation of man as a social, technological animal and, why not say, political: one who contributes to transforming the environment around him, but who also suffers the consequences of his choices.

**Keywords:** Media; Power; Knowledge; Ideas; Control.

### Introdução

---

<sup>1</sup> Especialista em Ensino de filosofia no Ensino Médio pela Universidade Federal do Piauí. Mestre em Filosofia pela Universidade Federal do Piauí. Professor da rede de educação do estado do Piauí – SEDUC-PI.

<sup>2</sup> Doutora em filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professora da Universidade Federal do Piauí (UFPI). E-mail: elnoragondim@yahoo.com.br

O advento das mídias de massa redefiniu o conceito de comunicação e agregou novos fatores na construção das relações humanas. Nesse sentido, entender o funcionamento dessas ferramentas é imprescindível quando se analisa a construção e consolidação dos novos arranjos interativos e, conseqüentemente, como estes exercem influência no comportamento humano. Nessa perspectiva, pretende-se analisar o papel das mídias como um dos instrumentos que movimentam a engrenagem das relações interpessoais, e como ela determina o comportamento do homem sobre o próprio homem. O entendimento da dinâmica das múltiplas ferramentas utilizadas em diferentes contextos torna-se relevante à medida que as relações entre as pessoas são redefinidas e reestruturadas a partir do advento da internet como principal meio de comunicação de massa.

Assim como o rádio, no início do século XX, e a televisão que o sucedeu, a *internet* possibilitou que as informações chegassem a um maior número de pessoas. Além disso, permitiu direcionar mensagens a grupos específicos com muito mais facilidade e eficiência. Convido os leitores, ao final do texto, ou mesmo durante a leitura, a refletir sobre o processo de interação no universo das mídias sociais, partindo da concepção do homem, que se apresenta tanto como o sujeito que influencia quanto como objeto que é influenciado.

## **1 As mídias sociais e sua influência na construção dos arranjos interativos**

Compreender o desenvolvimento e funcionamento dos fatores facilitadores da comunicação é, consideravelmente, relevante quando se analisa a estrutura dos arranjos interativos na sociedade. Esses fatores são descritos por Denis Mcquail (2003), em sua obra “Teoria da comunicação de massas”, como meios que operam em grande escala, atingindo e envolvendo virtualmente todos os membros de uma sociedade em maior ou menor grau. Deste modo, a evolução dos instrumentos utilizados para difundir a informação possibilitou uma reestruturação nos aspectos interativos e ampliou o conceito de comunicação para além de uma ordem física. Além disso, “as questões mais fundamentais para a sociedade, as que se referem à distribuição e ao exercício do poder, à gestão de problemas e aos processos de integração e mudança” (MCQUAIL, 2003, p. 5) passaram a ter uma estreita relação com o desenvolvimento da comunicação.

Evidentemente, o que viabilizou tais circunstâncias, foi a evolução das mídias de massa. Nesse sentido, o mecanismo que permitiu um significativo avanço no processo de veiculação da informação foi a tecnologia de impressão. Para Mcquail (2003) “a aplicação bem sucedida de tecnologias de impressão à reprodução de textos em vez de cópia manual, em meados do século XV, constituiu apenas o primeiro degrau na emergência de uma instituição midiática”. Essas cópias manuais, representadas por livros e cartas, na maioria das vezes, tinham dificuldades em transpor barreiras grupais e geográficas. A invenção do jornal impresso foi o divisor de águas que permitiu uma redefinição na relação entre emissor, mensagem e receptor. Mcquail descreve o jornal impresso

como uma renovação midiática que se diferencia de outras formas de comunicação cultural, como cartas e livros, da seguinte maneira:

[...] baseiam-se nas orientações para o leitor individual, para a realidade, na sua utilidade, disponibilidade, secularidade e adequação às necessidades de uma nova classe: empresas e profissionais sediados na cidade. A sua novidade consiste não na tecnologia ou forma de distribuição, mas nas funções para uma classe distinta num clima de mudança mais liberal, social e politicamente. (MCQUAIL, 2003, p. 21).

O jornal impresso permitiu, de fato, uma transformação gradual na forma de distribuição da informação. No entanto, como bem expressou Mcquail, as tecnologias de impressão constituiu apenas o primeiro degrau na emergência de uma instituição midiática. No século XX, a ascensão do rádio e da televisão ressignificou o conceito de comunicação. Assim, a partir da interação dessas duas novas formas de veiculação da informação, em conjunto com o jornal, o poder da palavra foi potencializado em proporções para além das relações físicas. Manuel Castells (1999), em sua obra “A sociedade em redes”, descreve o funcionamento interativo desses meios de comunicação da seguinte maneira:

[...] a televisão, os jornais e o rádio funcionam como um sistema integrado, em que os jornais relatam o evento e elaboram análises, a televisão digere e divulga ao grande público, e o rádio oferece oportunidade de participação ao cidadão, além de abrir espaços a debates político-partidários direcionados sobre as questões levantadas pela televisão [...]. (CASTELLS, 1999, p. 376).

A dinâmica de funcionamento desses veículos de comunicação, muito bem descrita por Castells, denota uma maior interação entre emissor e receptor dentro desse sistema integrado. Contudo, essa análise é apenas uma das faces do funcionamento desses meios de comunicação. Outra abordagem que merece destaque quando se investiga o desenvolvimento das mídias de massa, é a influência que os veículos destacados na descrição a cima, exercem no espectador em nome de uma aparente neutralidade. Desse modo, ao analisar a ideologia e a propaganda como elementos constitutivos do Estado Novo aqui no Brasil, a partir do jornal, do rádio e da televisão, Garcia pontua:

Os noticiários de jornais, rádio e televisão transmitem as informações como se fossem neutras, mera e simples descrição dos fatos ocorridos. Mas, em verdade, essa neutralidade é apenas aparente, pois as notícias são previamente selecionadas e interpretadas de modo a favorecer determinados pontos de vistas (GARCIA, 2005, p. 11).

Essa análise explora um panorama que vai além do potencial de difusão da informação dos instrumentos citados. Ela considera, sobretudo, a intensão por traz de cada notícia. Nesse caso, a

propaganda ideológica se insere nesse processo para cumprir um papel de destaque. Em sua pesquisa sobre a influência da propaganda no meio social, Garcia faz a seguinte observação:

Inúmeras vezes a propaganda foi total, utilizada não apenas para divulgar algumas idéias e princípios, mas para incutir toda uma visão de mundo e sua história, de idéias e respeito do papel de cada indivíduo e sua família, posição dos grupos e classes na sociedade e para impor padrões de valores e comportamento como os mais adequados e mais justos (GARCIA, 2005, p. 19).

A caracterização da propaganda como instrumento de manipulação, inevitavelmente, provoca uma série de reflexões, não apenas sobre as consequências da utilização desse instrumento, mas, sobretudo, sobre o controle e popularização dos canais por onde ela é veiculada. Por isso, torna-se necessário compreender o processo de introdução e consolidação dos meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea, e, a partir desse ponto, analisar as bases de uma estrutura social alicerçada pela dinâmica de funcionamento do jornal, do rádio, da televisão e, por último, da *internet*. Esses mecanismos serviram como principais meios de transposição de ideologias e como potencializadores no processo de difusão de valores e idéias. Essa difusão de valores é um procedimento complexo e que sempre se manifesta como sendo natural da vivência diária de uma sociedade. Na descrição de Garcia (2005, p. 29), a dinâmica dessa propagação de idéias desdobra-se da seguinte forma: “O Emissor, grupo que pretende promover a difusão de determinadas idéias, ao visar outros com interesses diversos, realiza a “elaboração” de sua ideologia para que a ideia nelas contidas pareça corresponder àqueles interesses”.

Esta difusão de idéias pretendida pelo emissor, que tem a propaganda como ferramenta, visa uniformizar os mais diversos interesses e opiniões. Nesse sentido, “Através do controle ideológico o emissor manipula todas as formas de produção e difusão de idéias, garantindo a exclusividade na emissão das suas próprias” (GARCIA, 2005, p. 29). Nessa perspectiva, quem controla os meios de comunicação, controla também certos setores da sociedade.

Por fim, um último aspecto a ser considerado na análise dessa construção dos arranjos interativos e que foi reconfigurado pelas mídias sociais, é a reprodução do discurso. No século XX, os discursos, principalmente os de cunho político e religioso, utilizaram-se das novas mídias para propagar ideologias e controlar as massas. Para Garcia (2005), “dentre as formas de difusão utilizadas pela propaganda ideológica, a oral, através da palavra falada, ainda é das mais importantes”. Em “Propaganda, ideologia e manipulação” ele enfatiza a vantagem do discurso oral da seguinte forma:

Uma de suas grandes vantagens é permitir ao orador observar diretamente a reação dos seus ouvintes e, a partir dela, reforçar certos argumentos, insistir em determinados aspectos, dar maior ou menor ênfase as palavras, repetir afirmações, aumentar ou diminuir pausas, sublinhar as idéias com gestos e expressões fisionômicas. (GARCIA, 2005, p. 67).

Essa abordagem sobre a instrumentalização da palavra não apenas reacende as discussões sobre o processo da comunicação social, como também estende o debate para além da análise

descritiva sobre o discurso. Sendo assim, faz-se necessário recorrer à análise reflexiva de Michel Foucault sobre o discurso em sua aula inaugural no Collège de France. Em seu texto intitulado “A ordem do discurso”, é lançada a seguinte reflexão: “O que há, enfim, de tão perigoso no fato de as pessoas falarem e seus discursos proliferarem indefinidamente? Onde, afinal, está o perigo?” (FOUCAULT, 2006, p. 8). O discurso incentiva, encoraja, instiga; porém o perigo manifesta-se quando falta capacidade de perceber os interesses por traz de cada palavra ou declaração. Em tempos nos quais a veiculação do discurso é facilitada pelos meios de comunicação, torna-se cada vez mais difícil interpretar sua intencionalidade. Essa limitação interpretativa talvez aconteça em consequência da estruturação da *internet* e de suas ferramentas.

Essa temática sobre o discurso ainda precisa ser ampliada. Levando isso em consideração, até mesmo por uma questão de ordenamento de ideias, o tópico a seguir levanta algumas questões filosóficas sobre a intensão do discurso no contexto das novas mídias.

## 2 As relações de poder no contexto das novas mídias

Ao buscar uma definição para a palavra poder, Norberto Bobbio apresenta dois conceitos. Desse modo, num significado mais geral, ele o define como “capacidade ou a possibilidade de agir, de produzir efeitos” (BOBBIO, 1999). Por outro lado, num sentido especificamente social, “é a capacidade do homem em determinar o comportamento do homem” (BOBBIO, 1999, p. 933). Esse sentido social, a partir do qual o poder é compreendido, permite ampliar a análise das relações humanas que se constituem a partir das mídias de massa. Principalmente, quando se considera que na construção dos padrões de valores e comportamento, as novas mídias transformam o homem não só no sujeito, mas também no objeto do poder social. (BOBBIO, 1999).

Nesse contexto, pode-se dizer que a característica mais inovadora das novas mídias é a dimensão interativa, que possibilita ao usuário solidificar as relações e expandir rapidamente os vínculos de amizade e afetividade. Essa facilidade de conexão permite a construção de uma rede de relações, na qual as pessoas, num processo dialético, influenciam e são influenciadas o tempo todo. Muitas questões que permeiam a vida social só podem ser pensadas dentro desse contexto virtual, e não seria exagero afirmar que as relações do homem, em seus diferentes aspectos, tanto sociais quanto políticos, constroem-se predominantemente dentro dessa conjunção.

Nessa perspectiva relacional, em que as novas mídias estabelecem ou constroem as relações de poder na estrutura de convívio social humano, Michel Foucault defende que toda forma de comunicação não é mais que um mecanismo de controle, e isso se realiza através dos discursos que são selecionados e produzidos para um determinado fim. Nas palavras do próprio Foucault:

Suponho que em toda a sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada e redistribuída por certo número de procedimentos que tem por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade. (FOUCAULT, 2006, p. 9).

Essa Produção do discurso que, segundo Foucault, é controlada, selecionada e redistribuída, encontrou nas mídias sociais um universo sem fronteiras. Por elas, as informações chegam com tanta facilidade que, muitas vezes, é necessário um grande esforço para saber o que realmente se pretende. Nesse sentido, os instrumentos por onde veiculam as informações, tornaram-se um terreno fértil de propagação de ideias sem precedentes na história da comunicação. Por mais que se mostrem despreziosas, as informações que circulam nesse terreno, silenciosamente, discursos com as mais variadas intenções, são propagados com tanta eficiência que estamos vivendo, talvez, tempos de maior aparelhamento ideológico da história.

Se fora desse contexto das novas mídias, “não se tinha o direito de dizer tudo, que não se podia falar de tudo em qualquer circunstância” (FOUCAULT, 2006, p. 9), os tabus, as regras já não estão presentes como mecanismos de interdição. Aqui tudo é possível, da sexualidade à política; nada é proibitivo, e essas características alimentam uma rede de relações construídas a partir de sobreposições que não são percebidas pela maioria. A sobreposição aqui referida não é mais que um mecanismo de controle daqueles que, por algum motivo midiático, estabeleceram-se como formadores de opinião. Nessa perspectiva, o politicamente correto não é mais uma prerrogativa no entrelaçamento das relações sociais; é a palavra abrindo novos caminhos para continuar reinventando-se como ferramenta, exclusivamente, humana de controle ideológico.

Essa mudança no padrão de construção das relações sociais imposta, principalmente, pelo estabelecimento das mídias de massa como instrumentos ordenadores de valores e de comportamentos, vem promovendo uma verdadeira revolução no *modus operandi*<sup>3</sup> das publicidades que promovem as discussões políticas. Nesse sentido, Uma matéria publicada em maio de 2018 com o título “O papel das mídias sociais nas eleições”, pelo Instituto de Estudos sociais e Políticos (IESP), da Universidade do Rio de Janeiro, indica que as mídias sociais passaram a ter um papel relevante em eleições e plebiscitos. Ferramentas como *Twitter*, *Whatsapp*, *Facebook* e *Youtube*, citadas anteriormente, mostram-se eficientes instrumentos para uma finalidade, nesse caso, a vitória nas eleições. Essa matéria, evidentemente, foi publicada antes da campanha eleitoral para presidente que seria realizada no segundo semestre no Brasil no ano de 2018. No entanto, os resultados daquela eleição corroboram com o teor dessa matéria específica, já que o candidato que saiu vencedor foi quem melhor se utilizou das plataformas digitais para divulgar suas ideias.

Essa nova realidade acima descrita, dimensiona bem a força que as novas mídias exercem no processo de interação social. Através desses veículos por onde a informação transita, o discurso

---

<sup>3</sup> Modo pelo qual um indivíduo ou uma organização desenvolve suas atividades ou opera

perpetua o desejo de poder que, outrora, segundo Foucault (2006), externavam-se apenas na vontade de verdade. Na contramão a esse pensamento, percebe-se que os discursos proferidos nas redes sociais todos os dias, a todo o momento, não é mais que uma manifestação do desejo de sobreposição.

Essa análise do discurso, inevitavelmente, produz uma série de reflexões sobre o ato comunicativo e da dinâmica do processo interativo humano. Levando em consideração esse processo, torna-se imperativo dimensionar o poder da *internet* no *modus vivendi*<sup>4</sup> do indivíduo como ente social. Nesse sentido, não seria demasiado afirmar que a *internet* se tornou a máxima representação do desejo de poder, reconfigurando, assim, as relações e restabelecendo novas formas de controle. A humanidade deu um salto inimaginável no que se refere ao desenvolvimento das tecnologias; porém, aquele desejo de sobrepôr, de dominar, que apareceu quando as primeiras sociedades se estabeleceram, apenas encontrou outras formas de veicular as informações e, assim, continuar regendo as relações sociais.

Até aqui, a análise da evolução dos mecanismos de comunicação de massa foi importante para se compreender o funcionamento da complexa estrutura interativa social humana. No entanto, se considerarmos a *internet* como uma ferramenta de ruptura e que, de fato, permitiu uma nova percepção do homem como animal social, outros aspectos precisam ser agregados para que se possa compreender a real extensão dessa ferramenta que reorientou estrutura dos arranjos interativos. Nesse caso, a pesquisa do filósofo francês Pierre Levy, que será utilizada como suporte no próximo e último tópico, levanta algumas questões de ordem filosófica e antropológica nesse processo de reordenação das relações interpessoais.

### 3 A personalidade da internet e suas revoluções

A *internet* foi uma das maiores invenções tecnológicas da história da humanidade. Com o advento do computador de mesa, *tablets* e telefones móveis, a *internet* tornou-se um poderoso e eficiente instrumento comunicacional, capaz de moldar ações e pensamentos. Distâncias foram encurtadas, ao tempo em que as relações se tornaram cada vez mais superficiais. Em seus domínios, os mais variados temas são discutidos: educação, política, economia, religião, segurança, corrupção; enfim, tudo de uma forma que pareça natural e sólido ao mesmo tempo. As relações vão se entrelaçando e sendo conduzidas por um espaço; se antes desconhecido, agora bem presente nos mais variados meios interpessoais.

Pierre Levy, filósofo francês contemporâneo, em sua obra “Cibercultura”, trata sobre este universo no qual as pessoas passaram a pertencer, ao mesmo tempo em que as relações interpessoais

---

<sup>4</sup> Modo de viver, de conviver, de sobreviver.

vão se reconfigurando. Nesse contexto, o conceito de ciberespaço é de significativa relevância para ajudar na compreensão dos novos padrões interativos que se constroem apenas em realidades virtuais. Na descrição de Levy, “a palavra ciberespaço foi inventada em 1984 por William Gibson<sup>5</sup> em seu romance de ficção científica *Necromante*” (LEVY, 1999, p. 102). O autor complementa afirmando que: “Nesta obra o termo é designado como universo das redes digitais, descrito como campo de batalha entre as multinacionais, palco de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural.” (LEVY, 1999, p. 102).

A descrição abordada aqui por Levy está longe de retratar aquilo que esse universo se tornou. A *internet* se popularizou, e ferramentas como *Facebook*, *Twitter* e *Whatsapp* modificaram a maneira como as pessoas se relacionam. O próprio Levy irá redefinir o ciberespaço como um “espaço de comunicação aberto” (LEVY, 1999, p. 92). Vivemos num mundo no qual tudo está conectado, e quase não há limites no campo da comunicação. A *internet* é o canal onde tudo flui e no qual o ser humano passou a se realizar como agente interativo. Nesse universo, ao mesmo tempo em que o sistema comunicacional evoluiu, as relações entre as pessoas se reestruturaram, não havendo mais a necessidade de um plano físico para acontecer a convergência entre indivíduos.

Essa nova fronteira<sup>6</sup> econômica e cultural abriu um leque de possibilidades, tornando as relações cada vez mais pessoais. No espaço de “comunicação aberta”, como definiu Levy (1999), o ciberespaço, o mundo já não parece tão grande e os círculos de interações são reforçados por uma gama de situações que aproximam pessoas de posições diferentes, sejam geográficas ou sociais.

Esse processo interativo caracterizado pelas palavras de ordem: interconexão, criação de comunidades virtuais, inteligência coletiva (LEVY, 1999), não deixa de produzir efeitos, muitas vezes antagônicos. A *internet* criou um paradoxo que gera algumas reflexões no âmbito da sociologia, antropologia e filosofia. Tem-se muito e pouco ao mesmo tempo; ou seja, muita informação e pouco conhecimento. Nessa ânsia por mais e mais informação, o homem está esquecendo que o conhecimento é uma prerrogativa necessária na busca constante por autonomia, seja ela social ou política. Se vivemos todos numa era digital, também é a era da reprodução de ideias e pensamentos.

Consequentemente, essa virtualização das relações sociais requer uma melhor compreensão dessa dinâmica interativa que, aos poucos, vai tomando cada vez mais corpo e reorientando a posição do homem como ser social. Nas palavras do filósofo francês, é o real, é a história se construindo diante dos nossos olhos. A partir de uma visão mais alargada e, ao mesmo tempo, otimista, Levy dimensiona bem a inserção dos computadores e das redes sociais na vida das pessoas:

Por meio dos computadores e das redes, as pessoas mais diversas podem entrar em contato, dar as mãos ao redor do mundo. Em vez de se construir com base na identidade dos sentidos, o novo universal se realiza por imersão. Estamos todos no mesmo banho, no mesmo dilúvio de

<sup>5</sup> Famoso romance do gênero Cyberpunk. Ganhou os três principais prêmios da ficção científica: Nebula, Hugo e Philip K.

<sup>6</sup> Uma das descrições de Ciberespaço na obra de William Gibson.

comunicação. Não pode mais haver, portanto, um fechamento semântico ou uma totalização (LEVY, 1999, p. 126).

As pessoas não apenas se comunicam a partir da *internet*, nesse ambiente as relações também se tornam pessoais. Passamos a compartilhar, em nossos perfis, questões do cotidiano, fotos, frases, ideias e pensamentos. Muitos aspectos de nossa vida estão ali. Apresentamo-nos todos os dias para estranhos que, em pouco tempo, já começam a fazer parte do nosso universo. Como podemos observar, a maior revolução que a *internet* trouxe foi aquela direcionada para a reestruturação das relações humanas. Essas relações não se constroem mais a partir de um plano físico, mas, sobretudo, mediante a disposição que cada indivíduo tem de se abrir para esse processo de virtualização edificado pela *internet*.

#### 4 Considerações Finais

Pretendeu-se, com este trabalho, abordar o papel das mídias sociais num contexto além de sua função como ferramenta interativa. Buscou-se, sobretudo, analisar e compreender os aspectos que podem definir os meios de comunicação de massa como mecanismos de controle social. Portanto, fez-se necessário não apenas entender a concepção de poder, mas também como esse pode servir dos discursos que são produzidos e, assim, determinar atitudes, hábitos e costumes. Para tanto, tornou-se oportuno recorrer ao pronunciamento de Michel Foucault sobre a produção do discurso e a sua função na sociedade, como também ao entendimento de comunidades virtuais e ciberespaço, de Pierre Levy.

Deste modo, se por um lado o pronunciamento de Foucault sempre demanda uma posição mais crítica sobre o processo de comunicação humana, por outro lado, a abordagem de Levy possui um caráter mais reflexivo sobre o universo das redes digitais. Essas duas posições que, a princípio, parecem posicionar-se de forma independente no texto, agregaram questões de natureza filosófica, antropológica e tecnológica sobre o processo de formação e desenvolvimento da interação humana.

Além dessas duas referências destacadas no parágrafo anterior, a abordagem histórica de Denis Mcquail e os posicionamentos de cunho político de Nelson Garcia e Manuel Castells sobre os meios de comunicação de massa ajudaram a estabelecer uma ideia básica: a emergência das redes sociais reestruturou as relações e aproximou pessoas, mas também criou um terreno fértil para fortalecer o desejo de poder e dominação. Esse compilado de textos reforça a tese de que o advento

e desenvolvimento das mídias de massa agregou à dimensão social e política do ser humano, o conceito de animal tecnológico.

Por fim, levando em consideração o exposto até aqui, as chamadas mídias de comunicação de massa vêm reconfigurando as relações entre indivíduos e grupos sociais. Nesse contexto, principalmente após a popularização da internet, novos elementos precisam ser estudados e compreendidos para que se possa entender as mudanças ocorridas na vivência comunitária do ser humano. Entre esses elementos está a relação de poder e controle que se constroem a partir da interação formada entre os indivíduos por intermédio, sobretudo, das redes sociais. Nessa nova dinâmica interativa onde fronteiras são invisíveis ou inexistentes, em muitos casos, tornamo-nos influenciadores, mas também objetos de desejos comerciais e políticos. Assim, as novas mídias não são apenas ferramentas de comunicação a partir das quais os desejos são expostos. São, além disso, a máxima representação do poder social. Nesse caso, qual seria a posição de cada indivíduo nessa configuração imposta pelos mecanismos de comunicação? Quando somos sujeitos e quando somos objetos dentro dessa estrutura? Tentativas de respostas a essas questões vêm produzindo uma série de reflexões sobre a condição do ser humano dentro desses espaços sociointerativos e, conseqüentemente, ressignificando o conceito de comunicação.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, M. **O papel das mídias sociais nas eleições de 2018**. IESP, Rio de Janeiro, 11 maio 2018. Disponível em: <http://iespnaseleicoes.com.br/o-papel-das-midias-sociais-nas-eleicoes-de-2018>. Acesso em: 28 jul. 2020.
- BOBBIO, N. **Dicionário de política**. Tradução Luis Guerreiro Pinto. 12. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 1999.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo, SP: Edições Loyola, 2006.
- GARCIA, N. **Estado Novo, Ideologia e propaganda política**. Versão digital, 1999.
- GARCIA, N. J. **Propaganda: ideologia e manipulação**. Versão digital, 1999, 2005.
- LEVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 1999.
- McQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas**. Tradução de Carlos de Jesus. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.